



# TOROS ÜNİVERSİTESİ

İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi

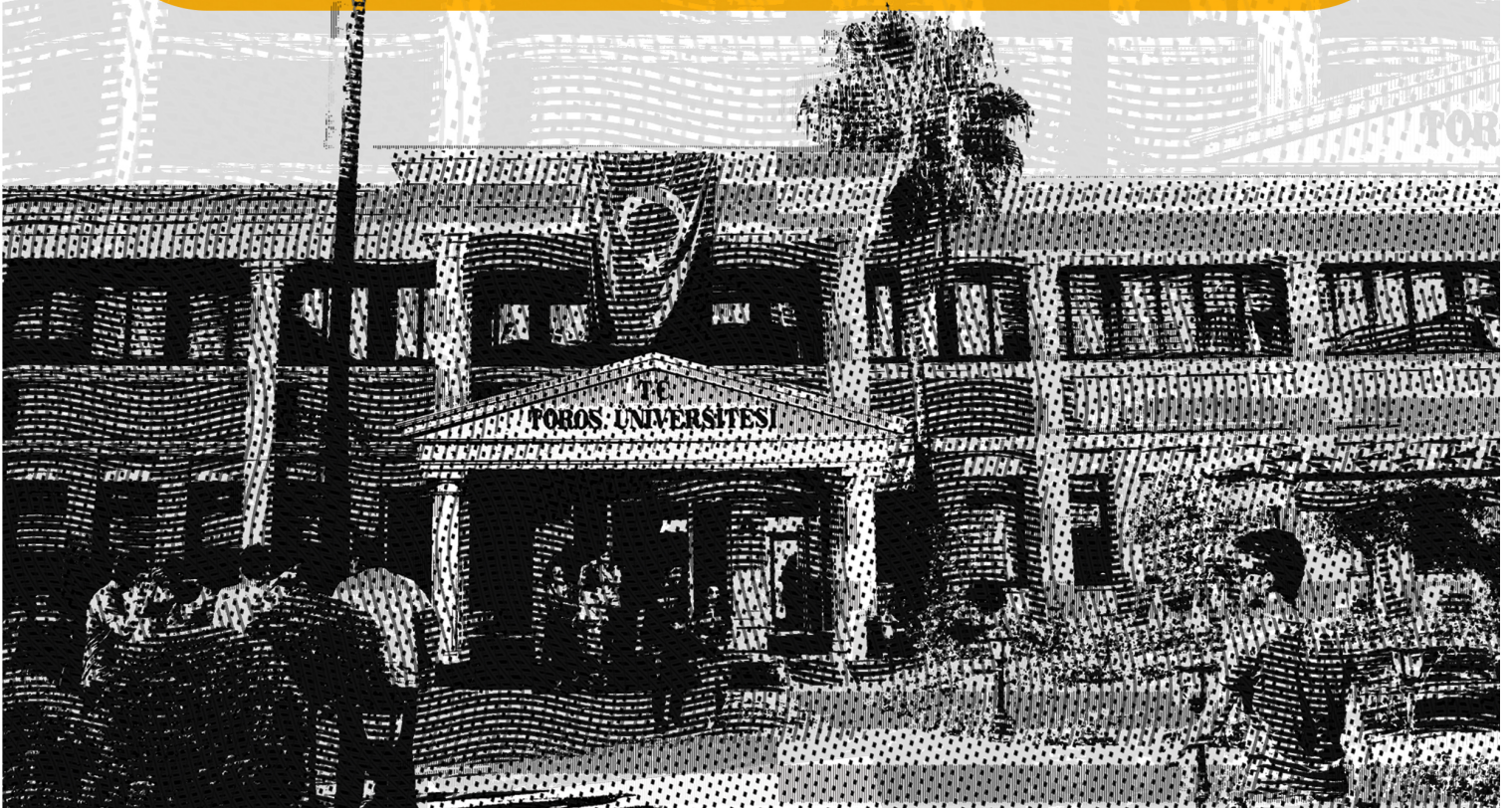
## SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

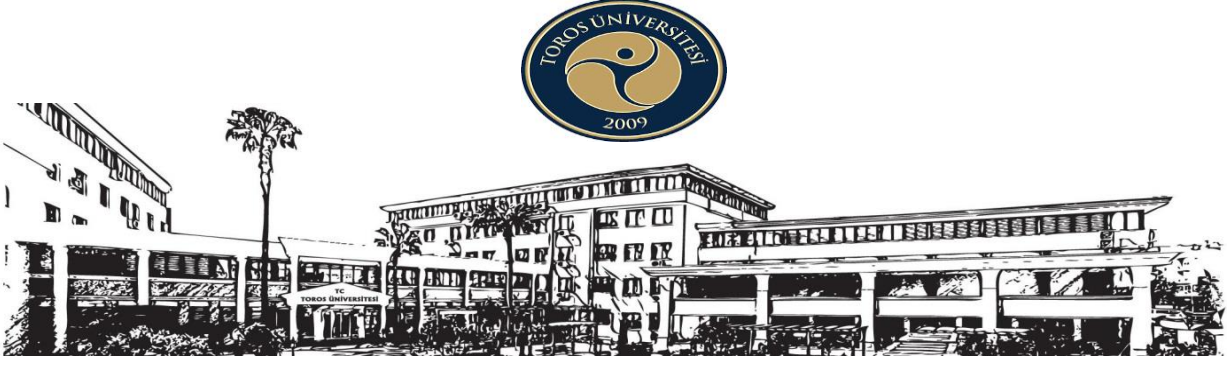
ISSN 2147-8414

Cilt/Volume :6

Sayı/Issue :11

Yıl/Year :2019





**TOROS ÜNİVERSİTESİ**  
**İKTİSADİ, İDARİ VE SOSYAL BİLİMLER FAKÜLTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ**

*Toros University*  
*Faculty of Economic Administrative and Social Sciences*  
*Journal of Social Sciences*

**Dergini Sahibi/ Owner of the Journal**

İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi Adına,  
Sertaç ÖZVEREN  
Mütevelli Heyet Başkanı / *Chairman of Board of Trustees*

**Editör/ Editor**

Prof. Dr. Süleyman TÜRKEL

**Yardımcı Editör/ Editor in Chief**

Dr. Öğr. Üyesi Metin OCAK  
Dr. Öğr. Üyesi Gökçe MANAVGAT

**Yayın Kurulu / Publishing Board**

Prof. Dr. Süleyman TÜRKEL  
Prof. Dr. Haluk KORKMAZYÜREK  
Prof. Dr. Köksal HAZIR  
Prof. Dr. Banu İNAÇ YAZGAN  
Doç. Dr. Mustafa BEKMEZCİ  
Dr. Öğr. Üyesi Ayhan DEMİRCİ  
Dr. Öğr. Üyesi Aslıhan YAVUZALP MARANGOZ  
Dr. Öğr. Üyesi Sema Bengi GÜRKAN

ISSN: 2147-8414

Cilt/Volume: 6

Sayı/Issue : 11

Yıl/Year : 2019

**Taranan İndeksler/ Indexed by**

Google  
scholar

DRJI  
Directory of Research Journals Indexing

SÖBIAD

JF  
Journal Factor

ESJI  
Eurasian  
Scientific  
Journal  
Index  
www.ESJIndex.org

Eurasian Scientific Journal Index

Academic  
Resource  
Index  
ResearchBib

ResearchBib

ERIH PLUS  
EUROPEAN RESEARCH INDEXING  
HUMANITIES AND SOCIAL SCI

ERIH PLUS



CiteFactor

## Yayın Politikası / Publication Policy

Toros Üniversitesi İ.İ.S.B.F Sosyal Bilimler Dergisi, yılda 2 kez yayımlanan hakemli bir dergidir. Ekonomi, İşletme, Maliye, Muhasebe, Finans, Tarih, Siyaset Bilimi, Uluslararası İlişkiler, Uluslararası Ticaret ve Lojistik, Psikoloji ve Sosyal Psikoloji v.b. sosyal bilim dallarında yapılan araştırmaları konu alan makalelere yer verilecektir. Derginin yayın dili Türkçe ve İngilizcedir. Word dosyası halinde <http://dergipark.gov.tr/iisbf> adresine gönderilen aday makaleler, yazım kurallarına uygunluk kontrol edildikten sonra hakem sürecine yönlendirilecektir. Dergide yayımlanan makalelerin dil, bilim, yasal ve etik sorumluluğu yazara aittir. Makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

*The Journal of Social Sciences is a refereed journal published twice a year. Economics, Business, Finance, Accounting, Finance, History, Political Science, International Relations, International Trade and Logistics, Psychology and Social Psychology etc. articles on social sciences will be covered. The language of the journal is Turkish and English. In the case of the Word file, the candidate articles sent to <http://dergipark.gov.tr/iisbf> will be directed to the referee process after checking the compliance with the spelling rules. The articles published in the journal belong to the author of language, science, legal and ethical responsibility. Articles cannot be used without reference.*

## Bilim ve Danışma Kurulu / *Science and Advisory Board*

<b>Prof. Dr.</b>	Ahmet Burçin YERELİ	Hacettepe Üniversitesi
<b>Prof. Dr.</b>	Süleyman DEĞİRMEN	Mersin Üniversitesi
<b>Prof. Dr.</b>	Banu YAZGAN İNANÇ	Toros Üniversitesi
<b>Prof. Dr.</b>	Fatma OREL	Çukurova Üniversitesi
<b>Prof. Dr.</b>	Gonca BAYRAKTAR DURGUN	Gazi Üniversitesi
<b>Prof. Dr.</b>	Haluk KORKMAZYÜREK	Toros Üniversitesi
<b>Prof. Dr.</b>	H. Nejat BASIM	Başkent Üniversitesi
<b>Prof. Dr.</b>	Leyla ŞENTÜRK ÖZER	Hacettepe Üniversitesi
<b>Prof. Dr.</b>	Mehmet Devrin AYDIN	Hacettepe Üniversitesi
<b>Prof. Dr.</b>	Mehmet TANYAŞ	Maltepe Üniversitesi
<b>Prof. Dr.</b>	Mete YILDIZ	Hacettepe Üniversitesi
<b>Prof. Dr.</b>	Doğan LEBLEBİCİ	Hacettepe Üniversitesi
<b>Prof. Dr.</b>	R. Fatih SAYGILI	Ege Üniversitesi
<b>Prof. Dr.</b>	Turhan KORKMAZ	Mersin Üniversitesi
<b>Prof. Dr.</b>	Melahat DEMİR BİLEK	Ankara Üniversitesi
<b>Prof. Dr.</b>	M. Kemal ÖKTEN	Hacettepe Üniversitesi
<b>Prof. Dr.</b>	Köksal HAZIR	Toros Üniversitesi
<b>Prof. Dr.</b>	İbrahim Sani MERT	Antalya Bilim Üniversitesi
<b>Doç. Dr.</b>	Abdullah ÇALIŞKAN	Toros Üniversitesi
<b>Doç. Dr.</b>	Yusuf GENÇ	Sakarya Üniversitesi
<b>Doç. Dr.</b>	Mert AKTAŞ	Toros Üniversitesi
<b>Doç. Dr.</b>	Mustafa BEKMEZCİ	Toros Üniversitesi
<b>Doç. Dr.</b>	Onur KÖKSAL	Niğde Ömer Halisdemir
<b>Dr. Öğr. Üyesi</b>	Aslıhan YAVUZALP MARANGOZ	Toros Üniversitesi
<b>Dr. Öğr. Üyesi</b>	Ayhan DEMİRCİ	Toros Üniversitesi
<b>Dr. Öğr. Üyesi</b>	Metin OCAK	Toros Üniversitesi
<b>Dr. Öğr. Üyesi</b>	Murat Güler	Niğde Ömer Halisdemir
<b>Dr. Öğr. Üyesi</b>	Cansu Gök KISA	Hitit Üniversitesi
<b>Dr. Öğr. Üyesi</b>	Seda TURNACIĞİL	Toros Üniversitesi
<b>Dr. Öğr. Üyesi</b>	M. Fatih ÇINAR	Avrasya Üniversitesi
<b>Dr. Öğr. Üyesi</b>	Necmettin ÇELİK	Kâtip Çelebi Üniversitesi
<b>Dr. Öğr. Üyesi</b>	Özcan IŞIK	Cumhuriyet Üniversitesi
<b>Dr. Öğr. Üyesi</b>	Saffet AKKAYA	Avrasya Üniversitesi
<b>Dr. Öğr. Üyesi</b>	Sema Bengi GÜRKAN	Toros Üniversitesi
<b>Dr. Öğr. Üyesi</b>	Şenay ATAM	Korkut Ata Üniversitesi
<b>Dr.</b>	Cengiz TUNÇ	Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası

**İÇİNDEKİLER:****Sayfa**

<b>Davranışsal İktisat, Sınırlı Rasyonellik ve İslam İktisadı İlişkisi</b> Ferudun KAYA Hayal ÖZÇİM	<b>1-24</b>
<b>Franchising Uygulamasının Başarısını Etkileyen Faktörler: Mersin İlinde Bir Araştırma</b> Zeynep KURT Haluk KORKMAZYÜREK	<b>25-50</b>
<b>Türkiye ve Mersin’de Tarımsal Arazi Kullanımı ve Bitkisel Üretim</b> İbrahim BOZ	<b>51-74</b>
<b>Yönlendirici Liderliğin Çalışan Performansına Etkisinde İşe Tutulmanın Aracılık Rolü</b> Murat GÜLER Metin OCAK	<b>75-85</b>
<b>Hemşirelerde Öz-Yeterliliğin Girişimci Davranışa Etkisi ve Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi</b> Aysun TÜRE İrfan AKKOÇ	<b>86-107</b>
<b>Mersin İlinde Öğrenim Gören Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri: Devlet ve Vakıf Üniversitesi Karşılaştırması</b> Muhammet SAYGIN Mustafa BEKMEZCİ	<b>108-123</b>



## Davranışsal İktisat, Sınırlı Rasyonellik ve İslam İktisadı İlişkisi

*Relationship Between Behavioral Economics, Limited  
Rationality and Islamic Economics\**

**Ferudun KAYA<sup>†</sup>**  
**Hayal ÖZÇİM<sup>‡</sup>**

**Öz:** Davranışsal iktisat, son yıllarda iktisat ve finans alanında etkisini arttıran bir alan olmuştur. Klasik ve Neo-klasik doktrinin sunduğu rasyonel birey (refahını maksimize eden birey olarak ifade edilebilir) kavramı davranışsal iktisatla beraber tekrar gündeme gelmiştir. Rasyonelite kavramı, iktisadi sistemin oluşturan tüketicilerin davranışsal analizlerini yaparken birçok duygudan arınmış birey olarak nitelendirilir. Bu yüzden Neo-klasik ekolü oluşturulan iktisadi doktrinler matematiksel olup sosyal birey davranışlarını görmezden gelen bir inceleme sistemidir. Oysaki gerek postmodernist bakış açısı gerekse iktisat ve sosyoloji ilişkisi bağlamında bireyin davranışlarının iktisat bilimindeki yeri tartışılır haline gelmiştir. Bu tartışmalar sonucunda iktisat bir sosyal bilim midir? Sorusu akıllara gelmektedir. Bu soruya cevap olabilecek bir bakış açısı olarak davranışsal iktisat geliştirilmiştir. Davranışsal iktisat, iktisadi analizlerde bireylerin duygusal analizlerine de yer vererek bireylerin matematiksel formüllerle sınırlanamayacaklarını savunmaktadır. Bu bakımdan rasyonel insan yerine “sınırlı rasyonel insan” kavramını önermiştir. Tüm bunların İslam iktisadı ile olan ilişkisine değinilirse İslam iktisadının da rasyonel insan bakış açısına karşı duruşu iktisadi analizlerde birey ve firma ilişkilerde dini-ahlaki ve insani yönü önceleme bağlamında sınırlı rasyonelite kavramı ile ilişkili olduğu iddia edilebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Davranışsal İktisat, Sınırlı Rasyonellik, İslam.

\*Bu çalışma,01-02 Kasım 2018 tarihinde düzenlenen 2. Uluslararası ASSAM İslam Birliği Kongresinde yazarları tarafından sunulan “Davranışsal İktisat, Sınırlı Rasyonellik ve İslam İktisadı İlişkisi” isimli bildiri den yararlanılarak oluşturulmuştur.

<sup>†</sup>Doç. Dr. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi- Bankacılık- Finans Bölümü, kayaferudun@gmail.com

<sup>‡</sup>Doktora Öğrencisi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi- Bankacılık Finans Bölümü, hayalozcim@gmail.com

**Abstract:** Behavioral economics has been an area that has increased its influence in economics and finance in recent years..The concept of rational individual, can be expressed as an individual who maximizes welfare, presented by classical and neo-classical doctrine has questioned with behavioral economics. The rationality theory is described as an individual free of many emotions when conducting behavioral analysis of consumers constituting the economic system. Therefore, the economic doctrines of the Neo-Classical School are mathematical and a system of examination that ignores the behavior of social individuals. However, in the context of both the postmodernist perspective and the relationship between economics and sociology, the place of individual behavior in economic science has become controversial. As a result of these discussions, the question that "is economics a social science"? comes to mind. Behavioral economics has been developed as a perspective to answer the question. Behavioral economics argues that individuals cannot be limited to mathematical formulas and there is a need to include emotional factors of individuals in economic analyzes. In this respect, the concept of "limited rational people has proposed instead of rational people. The relationship between all of these and Islamic economics is discussed, and the stance of Islamic economics against the rational human perspective can be argued to be related to the concept of limited rationality in the context of the prioritization of religious-moral and human aspects in individual and firm relations in economic analysis.

**Keywords:** Behavioral economics, Limited Rationdity, Islam.

## 1. GİRİŞ

İktisadi konular araştırılırken birey figürünün oluşması önemli bir husustur. Bu anlamada iktisattaki birey bakış açısını ikiye ayırmak mümkündür. İlki, bütün bireyleri aynı karakterlere sahip kişiler olarak gören ve fiziği ekonomiyle birleştirmeye çalışarak adına homo-economicus denilen birey tipiyle modelleşen bakış iken ikincisi, her bireyin farklı özelliklere sahip olduğunu fakat bütün bireylerin birbirine benzer özelliklerinin olması gerektiğini savunurlar. Davranışsal iktisat ise bu bakış açılarından ikincisini benimsemektedir. Hatta Neo-klasik iktisadın bir ürünü olan rasyonel kavramına tepki olarak ortaya çıktığı söylenebilir. Rasyonel firmalar ve rasyonel bireyler tarafından uygulanan iktisadi modeller gerçek yaşamda bir karşılık bulmadığı iktisat araştırmacılarınca bilinmektedir. Bu gelişmeler doğrultusunda 21'inci yüzyılın ikinci yarısında iktisadi modellerin bireyi tüm yönleriyle incelemeye başladığı görülmektedir. Bu durum ise bireyi oluşturan psikolojik, sosyolojik, ahlaki tüm değerlerin de incelenmesi gerektiği sonucunu doğurmaktadır.

İnançlar ya da din insanların davranışlarına etki ettikleri gibi onların verdikleri kararlarda da etkilidir. Bu kararlar ise bireyin iktisadi faaliyetlerini etkiler. Toplumunu oluşturan bireydeki bu tercihler elbette toplumun farklı ekonomi politikalar oluşturmasına ve farklı kararlar almasına neden olmaktadır.

İslam iktisadının gelişme gösterdiği tarihler açısından da bakıldığında davranışsal iktisat ile paralel bir süreç izlediği görülmektedir. Neo-klasik iktisadi ekollerde bireylerin psikolojik yönlerinin dikkate alınmaması iktisat bilimi açısından büyük bir eksiklik olarak gören davranışsal iktisatçılar bu eksiği gidermek istemektedirler. Dolayısıyla Neo-klasik iktisattaki rasyonel birey matematiksel ve istatistiksel örnekler için uygun bireyler iken davranışsal iktisadın öngördüğü *sınırlı rasyonel bireyler* ise Neo-klasik analizlere uygun düşmemektedir. Bu bakımdan bir bakış açısı değişimi yaşattığı için davranışsal iktisat kendi modellerini önermektedir. Çalışmada davranışsal iktisadi birey tasvirî olan sınırlı rasyonel birey İslam iktisadındaki homo-İslamicus'a olan benzerliği bakımından şöyle bir soru akıllara getirmektedir. *Homo-İslamicus sınırlı rasyonel birey mi?* dolayısıyla çalışmada bu sorunun yanıtı aranacaktır.

## 2. ARAŞTIRMA METODU

Bu çalışma ile davranışsal iktisat ve İslam iktisadı arasındaki ilişki rasyonellik – sınırlı rasyonellik bağlamında incelenmiştir. İnceleme daha çok kavramların tanımı, önermeleri ve literatür örnekleri verilerek karşılaştırma yapılmıştır. Araştırma mevcut durumu saptamayı hedefleyen betimleme yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Literatür taramasından sonra mevcut durum betimlenmiştir. Çalışma, İslam iktisadının bireyi homo-İslamicus'u tanımlamaktır. Böylece İslam iktisadının mikro iktisadi analizlerinde, homo- İslamicus'un faydasını optimal hale getirmek için izlenecek yöntemlere ışık tutulması hedeflenmektedir.

## 3. LİTERATÜR TARAMASI

Davranışsal iktisat ve İslam iktisadı alanında yapılan çalışmalarda Ünnü (2014, 92)'ye göre rasyonel iktisadi analizler çerçevesinde karar verme



kavramı incelendiğinde genel olarak tanımlayıcı yaklaşımlardan daha çok normatif bir yaklaşımlar görülmektedir. Nitekim rasyonel seçim modelleri pozitif ve normatif niteliktedir. Bu modeller belli bir dereceye kadar bireylerin ekonomik koşullarını gözlemlemeye, tanımlamaya, açıklamaya ve en önemlisi öngörmeye çalıştıkları için pozitif nitelikte olarak değerlendirilmektedir. Bireysel hedeflere ulaşmak için ideal davranış normları önerdikleri için de normatif niteliktedirler. Birey davranışına ilişkin bu basitleştirilen modeller psikologlar ve davranışsal iktisatçılar tarafından ağır eleştirilere maruz kalmıştır.

Tozlu (2016, 32) ise rasyonellik ve sınırlı rasyonellik ile ilgili klasik karar verme modelinin gerçek dünya ile örtüşmediğini savunmuştur. İktisadi olarak karar vericilerin davranışlarını sınırlayan/belirleyen etkenler var mıdır? Sorusuna Simon'un görüşlerini cevap olarak ele alan Tozlu, karar vericilerin doyunluk sınırının ne olacağı konusunda inceleme yapılması gerektiğini ifade etmiştir. Bir birey karşılaştığı tüm alternatifler arasında karar verirken rasyonelliği sağlayamadığını belirtmişlerdir. Dolayısıyla karar vericiler bir rasyonelliğe sahip olsa da bu rasyonellik sınırlıdır şeklinde yorum yapmıştır.

İslam iktisadının Neo-klasik iktisada alternatif olup olmaması konusunda ise Kurt (2017: 225), günümüzde bankacılık ve finans sistemleri, İslam iktisat ilkelerinin uygulanmaya çalışıldığı etkin bir alan olarak öne çıkmaktadır. İslam iktisadi faizsiz sistemle çalıştığı bilinen yüzlerce finans kurumu, küresel bir sektör olarak birçok ülkede varlığını sürdürmektedir. Ayrıca kapitalizm öncesi dönemde iktisadi hayat, dinî hayat normları çerçevesinde yaşanırken, kapitalist sistem dini normlarla olan bağını giderek koparmış ve özerkleşmiştir. Sürecin bir sonucu olarak, modernleşme kuramı da iktisat ile din ilişkisini görmezden gelmiştir. Batı'da bir kuşak önce, din ve iktisadi hayat arasındaki ilişkilere yönelik araştırmalar, çoğunlukla kurumsal farklılaşmayı ve sekülerleşmeyi vurgulayan modern toplum görüşü çerçevesinde şekillenmiştir. İktisadi davranışa ilişkin araştırmalar dine nadiren dikkat çekiyor, din araştırmaları da iktisadi etkinliklerle nadiren ilgilendirmiştir. Son yıllarda, alt disiplinler arasında daha fazla alışverişin olacağını vurgulanmaktadır.

#### 4. DAVRANIŞSAL İKTİSAT KAVRAMI

İktisat literatürü oluşturulurken yapılan çalışmalar birçok bakımdan sınıflanarak tanımlamalar yapılmıştır. Günümüze kadar gelen iktisat tanımlamalarına bakıldığında, Jacob Viner'in "İktisat iktisatçıların yaptığı iştir." şeklinde iktisat tanımı yapmıştır. Alfred Marshall ise "Sıradan iş yaşamında insanoğlunun incelenmesidir." şeklinde tanımlarken Nobel iktisat ödüllü Paul Samuelson "Farklı malları üretmek ve toplumdaki farklı grup ve kişiler arasında şimdi veya gelecekte tüketilmek amacıyla dağıtmak için; insanları toplumun kıt kaynakları nasıl kullandıklarını incelenmesi" olarak tanımlamıştır (Özer ve Tiryaki, 2012: 3).

Samuelson'un yaptığı tanım günümüzde kabul edilen iktisat tanımı olmuştur. İktisat temelde bir sosyal bilim fakat iktisadın temel sorunu olan dengeleme ve koordinasyon faktörleri nedeniyle çoğu kez matematiksel yöntemlerle analiz edilmiştir.

Geçmişten günümüze matematik, iktisatta karşılaşılan karmaşık sorunların çözümünde kullanılmıştır. İktisadın ölçülebilir olgulara sahip olması matematiğin etkin şekilde kullanılmasına olanak sağlamıştır. Çeşitli iktisadi ekollere bağlı teorisyenlerin bir kısmı iktisadi ekollerde matematiği kullandığı görülmüştür.

İktisat, diğer sosyal bilimlerde olduğu gibi birey merkezli bir bilim dalıdır. Birey davranışlarının matematiksel modellerle açıklanıyor olması son dönemlerde tartışma alanı olmaktadır. Tüm bu tartışmaların ışığında davranışsal iktisat, insanın ekonomik davranışlarını psikolojik unsurlarla incelenmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Can, 2012: 91).

İktisatçılar ve psikologlar benzer davranış dallarını konu aldıkları halde söz konusu davranış kalıpları ile birebir örtüşen fikirlere sahip olmayabilir. İktisatçılar bireylerin veri sınırlar altında yarar maksimizasyonu yaptığı şeklinde tanımlanabilecek rasyonel davranış kalıplarına sahip olduğu ileri sürerler, Psikologlar ise bireylerin karar verme süreçlerini önemserler. Çünkü onlara göre biyolojik ve psikolojik etkilere sahip olan bireyler çevreden gelen çok çeşitli sosyal ve ekonomik

faktörlerden etkilenir. Bu yüzden her insan her durumda aynı tepkileri vermeyebilir (Önder, 2003: 28).

Klasik iktisat, psikoloji ile yakından ilgilenmiştir. İktisat alanındaki klasik teorisyen Adam Smith, David Hume ve Jeremy Bentham bireylerin iktisadi alandaki davranışlarının temellerini psikoloji biliminden yararlanarak açıklamaya çalışmıştır. Neo-klasik iktisat da klasik iktisat gibi psikolojik konulara önem vermiştir. İktisadın uğraştığı konuların sayısal olarak ifade edilebilir olmasının önemli olduğunu söyleyen William Stanley Jevons, matematiğe ve istatistiğe büyük önem vermesine karşın Jevons'un teorisinde sübjektif fayda anlayışı hakim olmuştur. Sübjektivizmi benimseyen iktisatçılar tarihsel süreç içerisinde ayrışma yaşamışlardır. William Stanley Jevons, Leon Walras, Irving Fisher gibi iktisatçılar matematiksel yaklaşımı benimserken Carl Menger, Wiesner Böhm-Bawenck, John Bates, Clack gibi iktisatçılar matematiksel olmayan psikolojik okul olarak isimlendiren bir grubu temsil ederek sübjektivizmi ilgilendiren psikolojik etkenler üzerinde durmayı tercih etmişlerdir (Kurtoğlu ve Fırat, 2014:37).

Avusturya (Viyana) Okulu yaptığı analizlerin tümünde iktisat problemlerinin psikolojik yönünü ele almaktadır. Daha çok nihai fayda kavramıyla ilgilenmektedir. Bu nedenle Avusturya Psikolojik Okulu olarak da adlandırılır. Yani bir insanın ihtiyacının şiddeti ile tatmin derecesinin ters yönlü olduğunu benimsemektedir. Diğer bir deyişle, ihtiyaçlar tatmin edildikçe ona karşı duyulan tatmin arzusu ve o malın faydası azalır buna damarjinal fayda denilmektedir (Adaçay ve İslantice, 2009: 147).

Menger her faydalı şeyin mal değerine sahip olmadığını belirtmektedir. Herhangi bir şeyin mal olabilmesi için dört özelliğe sahip olması gerektiğini belirtmektedir. Birinci özellik, O şey bir insan ihtiyacını gidermesi gerekmektedir. Bir insanın o şeye ihtiyacı olmalı. Örneğin bir hastalığın tedavisi için ilaca ihtiyaç vardır. Hastalığın ortadan kalkması halinde ilaca olan ihtiyaç ortadan kalkacaktır. O zaman ilaç mal olma özelliğini yitirecektir. Menger'e göre mal olmanın ikinci özelliği ise tatmin ettiği ihtiyaç ile o mal arasında bir nedensellik bağı olmalıdır.

Yani mal ihtiyacı gidermelidir. İlaç örneğinde olduğu gibi eğer ilacın son kullanma tarihi geçmişse ilaç mal olma özelliğini kaybeder. Nedensellik bağı tanınabilir olmalıdır. Bu anlamda üçüncü özellik ise malın özelliği bireyler tarafından bilinmesi gerekir varsayalım ki söz konusu ilaç ilkel bir toplumun eline geçmişse bu ilaç ihtiyacı gidermeye elverişlidir ama onu elinde bulunduranlar o ihtiyacı gidermeye yaradığını bilmezler. Bu durumda o ilaç, o topluluk için bir mal olma özelliğini yitirir. Menger'e göre bir şeyin mal olması için dördüncü özellik ise ihtiyaç gidermeye elverişli durumda bulunması gereklidir. Örneğin söz konusu ilaç ancak ilacın bileşimindeki maddeler hastalığı gidermede yetersiz ise ilaç da ihtiyacı gidermeye elverişli değildir. Bu bakımdan mal olma niteliğini kaybeder (Adaçay ve İslatince, 2009: 149).

İktisat literatüründe, iktisat ve psikoloji alanlarında rasyonel davranış kurallarını irdeleyen Simon iktisat öğretisinde bireysel davranışların daima rasyonel olduğu savının geçerli olduğunu, buna karşın psikoloji alanında ise rasyonel ve irrasyonel davranış kalıplarının var olduğunu ileri sürmüştür. Bu anlamda Neo-klasik iktisat öğretisinde başat rasyonellik varsayımı bu kurala uymamaktadır. Neo-klasik iktisat öğretisinin rasyonel kabul ettiği birey davranışlarının tüm koşul ve zamanlarda geçerli olduğu savunulmaktadır. Neo-klasik ekol, insanların acı ve zevklerinde farklı malların kendilerine sağladıkları faydanın ölçülmesinde ve ihtiyaçların belirlenmesinde rasyonel davrandıklarını kabul etmektedir. Rasyonel davranan bireylerin mallar, piyasalar ve diğer tüm iktisadi olay ve konularda tam bilgiye sahip olduğu varsayılmıştır. Rasyonel tüketiciler faydalarını maksimize ederken üreticilerde aynı şekilde karlarını maksimize etmektedirler. Rasyonel davranan bireyler seçim yaparken akılcı davranan, çoğu aza tercih eden, tutarlı bireylerdir. Neo-klasik okul rasyonel birey temel varsayımını kabul etmesiyle beraber bireylerin iktisadi davranışlarındaki psikolojik ve sosyolojik etkilerini analiz dışında bırakmıştır. Böylece pozitif bir bilim yolunda ilerlemiştir (Şeniğne, 2011:11).

Rasyonaliteye olan bakış bir bakıma Bentham'ın faydacı felsefesinden esinlenilmiştir. Bentham'ın iktisat kuramını etkileyen çalışması

“Introduction to the principles of morals and legislation” kitabıdır. Bentham faydacılığı herhangi bir nesne de ona haz, iyilik ya da mutluluk üretme eğilimi olarak tanımlamaktadır. Bentham’a göre haz ve acı toplumdaki tüm ilişkileri belirlemektedir (Kamilçebe, 2013: 449). Bentham’ın fayda kavramı biraz daha genişleterek tanımlanırsa, genel olarak fayda, ölçülebilen ve ölçülemeyen diye ikiye ayrılır. Ölçülebilir fayda kardinal fayda denilmektedir. Kardinal fayda her mal ya da hizmet grubunun belirli bir fayda birimiyle (bu fayda birimine util ya da ution denilmektedir.) ölçülebileceğini kabul etmektedir. Faydanın ölçülebileceğini savunan Kardinalistler arasında Jevons, Menger ve Walras sayılabilir. Malların faydalarının ölçülmesinin mümkün olmadığını ancak tüketicilerin malları kendilerine sağlayacağı fayda göre sıraya dizebileceğini savunanlara ordinalist faydacılar denilmektedir. Faydanın ölçülemeyeceğini savunan Ordinalistler’den bazıları ise Vilfredo Pareto, John Hicks, Roy Allen’dır (Dinler, 2006: 30).

İktisatta matematiğin ve doğa bilimlerinin üstünlüğünü savunan Neo-klasik iktisatçıların yanında Alfred Marshall’ın da iktisat biliminde bireylerin psikolojisinin iktisada olan etkisini incelemiştir. Marshall bireyi sosyal bir varlık olarak ele almaktadır. İktisadi yaklaşımı bireyin politik, sosyal ve özel hayatı açısından değerlendirilmesi gerekliliğini savunmuştur. Modern iktisadi gerçeklerin ve karmaşık yapıların matematik ile açıklanmasına kuşku ile yaklaşmıştır. Marshallcı faydanın temelinde önemli bir ikilem yatmaktadır, psikolojik hazcılığın aslında gerçekçi bir ilke olmadığını savunulurken diğer yandan faydayı ölçmek için bu ilkenin doğru olduğu kabul etmektedir. Marshall’a göre ruhsal durumlar direkt olarak ölçülebilir değildir ve karmaşıktır (Yılmaz, 2015:8).

Davranışsal iktisadın gelişimine katkı sağlayan George Katona’nın 1951 yılında yayımlanan İktisadi Davranışın Psikolojik Analizi (Psychological Analysis of Economic Behavior) isimli eserinde temel varsayımı, ekonomik aşamaların birey davranışlarından kaynaklandığıdır. Katona’nın Neo-klasik iktisat için temel eleştirisi tüketim harcamalarının sadece satın alma gücü arzusu ile alakalı bir durum olmadığını savunmaktadır. Tüketicilerin tutum, davranış ve beklentileri ile

tasarrufları da tüketim harcamaları üzerine etki etmektedir. Bu değişik görüşler psikolojik analiz için önemli olmakla beraber iktisat tarihçilerinin bireye bakış açısında da önemli değişikliklere neden olmuştur. Davranışsal iktisat bu ve buna benzer birçok konuda Neo-klasik iktisadın yöntemleriyle çözülemeyecek problemleri gidermede etkili olmuştur. Bu anlamda başlangıçta davranışsal iktisat dönemlere ayrılmazken daha sonraları davranışsal iktisadın eski (birinci nesil) ve yeni (ikinci nesil) davranışsal iktisat olarak ikiye ayrılmıştır (Çekiç, 2016: 65).

#### 4.1. Birinci Nesil Davranışsal İktisat

İktisat ve psikoloji yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren psikoloji biliminde meydana gelen değişimler sayesinde tekrar yakınlaşmaya başlamıştır. Davranışçı ekolün egemen olduğu bu dönemde bireylerin uyarılara verdiği tepkiler dikkate alınmış tepkileri oluşturan bilişsel süreç göz ardı edilmiştir. Davranış psikolojisi sadece gözle görülür noktalara odaklanmıştır. Aklın ve zekânın birey davranışlarına etkisi dikkate alınmamıştır. İşte bu akımdan etkilenen birinci nesil davranışsal iktisatçılar yaptıkları çalışmalarda ana-akım iktisadın kabullerine eleştirel yaklaşarak, geliştirilmiş olan modellere ve varsayımlara karşı durmuşlardır. Çünkü ekonomistler, mevcut iktisadi kabullerin karşısında ortaya çıkan aykırı durumların sonsuza kadar görmezden gelinemeyeceğini ve psikolojinin yeni gelişen iktisadi teoriler için önemli olacağını düşünmüşlerdir. Kaldı ki bireyleri sadece matematiksel olarak bir kalıba konulamayacağını ifade etmişlerdir. Bu nedenle birinci nesil davranışsal iktisatçıların çalışmalarının ayırt edici özelliği, çalışmalarda psikoloji biliminden yararlanarak ana-akım iktisadi modellerin yerine geçecek yeni bir iktisadi model ortaya koyma çabasıdır (Çekiç, 2016: 66).

Birinci nesil davranışsal iktisada önemli katkıları olan Katona davranışsal iktisadı babası olarak görülmektedir (Karaca, 2017:10). Günümüzde ise Pierre- Louis iktisat psikolojisi alanını Katona'nın katkılarını genişleterek, bu alana teorik bir altyapı kazandırma çabasına girmiştir. Ayrıca Pierre-Louis iktisadi gelişme oluşumunun emek ve sermaye bileşeni ile

açıklanamayacağını beşerî faktör etkisinin de dikkate alınması gerektiğini vurgulamıştır (Önder, 2003:182).

## **4.2.İkinci Nesil Davranışsal İktisat**

İkinci nesil davranışsal iktisadın ortaya çıkışında AmosTversky ve Daniel Kehneman isimleri karşımıza çıkmaktadır. Birinci nesil davranışsal iktisattan en önemli farkı, Tversky ve Kehneman'ın yapmış olduğu çalışmalarda birinci nesil davranışsal yaklaşımın geleneksel iktisadın reddine ve alternatif model üzerine yoğunlaşmasıdır. İkinci nesil davranışsal iktisat yaklaşımında geleneksel iktisadın ana yapısı muhafaza edilerek bilişsel kısıtlara ve sapmalara yönelik varsayımlar yenilenerek alternatif teoriler ile açıklanmaya çalışılmıştır (Çekiç, 2016:70).

Davranışsal iktisadın gelişiminde büyük katkısı olan Kehneman ve Tversky psikoloji, karar verme, beklenti teorisi, zarardan kaçınma ve risk gibi alanlarda çalışmalar yapmışlardır. Psikolog olmalarına rağmen iktisat konularını da araştıran Kehneman ve Tversky gibi Richard Thaler da iktisatçı olarak, iktisat ve psikoloji ile ilgilenmiştir. Thaler tarafından piyasa, yatırım, karar alma ve finansal piyasalarla ilgili çok geniş bir alanda çalışma yapmıştır. Thaler yaptığı çalışmalarla, geleneksel iktisatçılar arasında davranışsal iktisadın farkına varılması ve kabul edilmesini hızlandırmıştır. Thaler'ın davranışsal iktisada katkısı fırsat maliyeti, batık maliyet gibi konuları tartıştığı çalışmalarıdır. Bunun yanında Thaler karar almada duyguların özellikle tatmin edici kararlar alınırken daha etkili olduğunu insanların ise belli bir alanın dışındaki olayları ve sonuçları göz ardı ederek karar verdiklerini belirtmiştir (Eser ve Tolganbaeva, 2011:300). Thaler ayrıca sahip olma etkisini araştırarak standart tüketici teorisinde talebin, zenginliğe ve fiyatlara bağlı olduğunu ama sahip olma bileşenine bağlılığının olmadığını savunmuştur. Aslında sahip olma isteğini ekonomik aktörler zenginliklerini arttırmak için kullanırlar (Can, 2012:97). Nihayetinde Thaler 2017 Nobel iktisat ödülüne layık görülmesinden sonra ekonomik ajanların insanlar olduğu ve ekonomik modellerin buna göre şekil alması gerektiğinin farkına varılması gerektiğini söyleyerek iktisatta psikolojinin önemini bir kez daha vurgulanmasına neden olmuştur (Karagül, 2018:431).

### 4.3.Rasyonalite ve Sınırlı Rasyonalite Kavramı

Davranışsal iktisadın temel dayanaklarından biri de rasyonalite ve sınırlı rasyonalite kavramı arasındaki farktır. Neo-klasik öğretilerdeki rasyonel birey ve firmalar kavramına eleştiriler getiren davranışsal iktisat rasyonellik kavramını sorgulayıp alternatifini olarak sınırlı rasyonalite kavramını ortaya koymaktadır. Bu bakımdan ilk önce rasyonellik kavramına bakılacak olursa, rasyonel bireye bütçe imkânları dâhilinde refahını maksimize eden birey denilebilir. Rasyonel birey (Homo economicus) kavramı ile birey davranışları, psikolojik, sosyal, kültürel, çevresel olarak tüm yönlerden bağımsız kabul edilmiştir. Rasyonel bireyin sahip olduğu varsayılan psikolojik özelliklerin değişmediği, her koşulda çıkarlarını maksimum yapmayı hedefleyen, kıt kaynakları en uygun şekilde kullanabilen bireyler olarak tanımlanabilir (Karaca, 2007, s.3).

İktisatta rasyonalite kavramı, maksimum fayda prensibi altında sınıflanmıştır. Bireyin rasyonel maksimizasyonu, rasyonel seçim perspektifinde iki tür açıklaması bulunur (Önder, 2003:32):

**1.**Tercihlerde içsel tutarlılık modeli: Bu modelde bireyler kendi tercihlerini maksimize etmektedir. Daha doğru bir ifadeyle bu model, bireyin tercihleri geçişken ve mümkünse mevcut alternatifler içinde en çok faydasına olan malı tercih ediyorsa bu bireyin rasyonel olduğunu gösterir. Risk ve belirsizlik durumlarında diğer ihtiyaçlar modele eklenir. Yani tercihlerin sürekliliği ve tercihlerin bağımsızlığı söz konusudur.

**2.** Çıkar maksimizasyonu modeli: Rasyonel tercih modelinin diğer versiyonudur. Bireylerin ne tercih ettiği veya neyi tercih etmeleri gerektiği hakkında açıklama yapar. Çıkar maksimizasyon görüşü, bireylerin sadece kendi çıkarlarına ait tercihleri olduğu ve bunları daima maksimize etmek istediklerini belirtir (Baloğlu, 2000:218-219).

Bu yanı ile iktisattaki rasyonellik ile bilimsel rasyonelliğin ayrıldığı ileri sürülmektedir. İktisattaki rasyonellik içsel rasyonellik, diğer bilim dallarındakiler ise yöntemsel rasyonellik olarak isimlendirilmektedir. Yani iktisat alanındaki rasyonellik kavramı, ortaya



koyduğu tercih bağlamında iken, bilim alanındaki rasyonellik ise karar süreçlerini ele almaktadır. Rasyonel karar verme modeli ise, klasik bir perspektifle, rasyonel insanın varlığı kabul ederek , bireylerin (kararlarını vericilerin) olabilecek tüm seçenekleri sonuçlarını bilerek hareket ettiği ve bu bakımdan optimal kararlar verdiği varsayımını öne sürmektedir. Klasik rasyonel yaklaşıma göre bireysel çıkarları ön planda tutup hareket eden bireyler rasyonel seçimlerde bulunmaktadır.

Rasyonel bireyler karar verirken şu varsayımlar söz konusudur (Tozlu, 2016: 6).

-Rasyonel birey, karar verme öncesinde tüm alternatifler fayda seviyesine göre sıralanmıştır.

-Rasyonel birey, rasyonel bir biçimde en iyi alternatifi seçerek karar vermektedir.

İktisatta bireylerin, rasyonel tercih yapması konusundaki görüş, onların tam bilgiye sahip olacakları fikrinden gelmektedir. Aslında gerçek hayatta karşı karşıya gelinen durumlarda çözülmeye çalışılan problemler tam anlamıyla bir maksimizasyon problemi değildir. Buna karşılık standart mikro iktisatta Simon'ın değişimiyle sınırsız rasyonel varsayımı temelinde çözümlenebilir. Eksiksiz bilgi sahibi olma durumuna göre yönlendirilir. Simon, sınırsız rasyonel kurallarının gerçekçi olmadığını, gerçek yaşamdaki süreçlerin sınırlı rasyonelite temelinde incelemeleri gerektiğini savunur. Sınırlı rasyonelite kavramları, karar veren bireyin ne sahip olduğu bilginin ne de ulaşabileceği bilginin tamamını toplayıp bir araya getirme yeteneğinin sınırsız olmadığı gerçeğinden yola çıkarlar. Bu kavramlar, bireyin çoğu zaman en iyi seçimi yapabilecek durumda olmadığı zaten en iyi seçimi yapmak için belirgin bir amacı da olmadığını ileri sürer (Baloğlu, 2000:221).

Simon bireylerin örgütler ile arasında kurmuş olduğu bağ ve benzerlikten hareketle bireyin salt rasyonel şekilde karar almasının önünde engelleri olduğunu ve örgütlerinde içsel ve dışsal sebeplerle tam rasyonellikten uzakta olduğunu ifade eder. Yani sınırların rasyonellikten uzakta olduğunu ifade eder. Bu durumdaki sınırlı rasyonellik ile karar verme modelindeki kısıtlılığı özümsemiş bireylere Yönetmel Bireydenilmektedir.

Yönetmel birey doyurucu kararlar alarak, içinde bulunduğu şartların gerçekliğinde paralel olarak hem kendisi hem de örgüt için en tatmin edici sonuçları üretir. Simon'a göre rasyonelliği kısıtlayan faktörler (Tozlu, 2016:38):

**1.**Bireylerin sahip oldukları fizyolojik özellikler bir değişken olarak davranışlarını, eylemlerini ve kararlarını etkiler,

**2.**Bireyler üyesi olduğu örgütün ve o topluluğun sahip olduğu değerlerden meydana gelir,

**3.**Bireylerin sahip olduğu bilgi ve veri edinme imkânları kısıtlıdır. Bu kısıtlar da doğrudan karar verme sürecinin seyrini etkilemektedir.

Simon'un bakış açısına göre, Neo-klasik dünyada kararlar, sadece sistem dışı faktörler sonucu ortaya çıkmaktadır. Simon'a göre, karmaşıklığa ve belirsizliğe neden olan içsel faktörler vardır. Gerçekliğin karmaşık ve belirsizlikle oluştuğu varsayımında insanlar rasyonel şekilde davranma yollarına bakmalarını tavsiye etmektedir. Böylelikle Simon sınırlı rasyonellik kavramını da üstü kapalı bir şekilde tanımlandığını söylemek mümkündür. Bu nedenle sınırlı rasyonelitate kavramını destekleyen sınırlılıklar ise tatminkârlık kavramı ve ikinci en iyi yol kavramlarıdır. Sınırlılıklar, karar vericilerin sınırlı kapasitelerinin seçim davranışı üzerine önemli etkileri olduğunu vurgular. Bu sınırlılıklar hesaplama kabiliyetindeki hafızanın kullanımı ve örgütlenmesindeki sınırlılıklar olarak belirtilmiştir. Simon'a göre karar vericiler söz konusu kısıtlar altında kendilerine mantıklı gelen kararı verme prosedürlerini geliştirmektedir. Tatminkârlık kavramı ise, yeterli olmak ve memnun edici olmak kavramlarının karışımından oluşan bir kavramdır. Sosyal örgütler üzerine odaklanan Simon, karar vermeyi psikoloji ve sosyal psikoloji alanındaki çalışmaları ve gelişimleri de dikkatli olarak irdelemek gerektiğine inanmıştır. Bireylerin en iyi kararı veremeyeceklerini ve optimale en yakın kararı diğer bir değişle tatminkâr kararı verebileceklerini belirtmiştir. İkinci en iyi yol kavramı, en iyi yol ilkesini reddedip ikinci en iyi kavramını ortaya koymuştur. Sorunlara ilişkin çözümlerin ya da alternatif seçimlerin gerçekte dünyada sadece ikincil uygunlukta olabileceğini vurgulamıştır (Ünnü, 2014:96).

## 5. İKTİSAT-AHLAK- İSLAM İLİŞKİSİ

İktisat ve din ilişkisine geçerken Nobel iktisat ödüllü Joseph E. Stiglitz'in "İktisada dair birçok şey esasen iktisadi değildir daha çok ideoloji ve dindir." sözleri anlamlı olacaktır. İktisadın temeldeki rolü özellikle varsayımlarının genel geçerliliğidir. Fakat din ile olan ilgisi ise tarihsel süreçten beri insanoğlunun savaşırlardan, hastalıklardan, aile yaşamına kadar her şeyi dine başvurarak açıklama eğilimine girilmiştir. Dinin toplum içindeki rolü özellikle Protestan devriminden sonra yoğun biçimde tartışılmıştır. MaxWeber dinin iktisadi faaliyetleri şekillendirmede önemli rol oynadığı ve doğru dinin dolaylı da olsa iktisadi gelişmeyi etkileme noktasında olağanüstülük sağlayacağını ortaya koymaktadır (Sincer, 2017:22).

MaxWeber iktisat ahlakını oluşturmada sosyal tabakalaşmanın rolünü önemsemektedir. Hemen her dinde iktisat ahlakını belirleyen sosyal tabakaların varlığından bahseder. Örneğin Yahudilik'te yurtlarından sürülmüş, daha çok orta sınıfın oluşturduğu paryahalkının din ve ahlak anlayışı, Hristiyanlığın kuruluşunda gezgin esnaf ve zanaatkâr oluşumunu, İslam'da ise cihat erlerinin ve tasavvufla beraber tekke ve tarikat mensubu küçük topluluklarının yaydığı ve yaşattığı inançların oluşturduğunu vurgulamıştır (Ülgener, 2006:30). Protestanlık öncesinde Hristiyan bireylerin dünyevi ve iktisadi olaylarda bir adanmışlık zemini bulunmazken, Protestanlık sonrasında hem kendisi hem ailesi hem de yanında çalıştırdıkları için her şeyin dünyevi etkinliğinin başarısından ibaret olan yaşam biçimini benimsemiştir.

Din-iktisat ilişkisini rasyonel insan bağlamında irdelediğimizde Hristiyanlık'ta bilhassa Protestanlıkta etiğin oluşmasıyla, çok çalışan ve her türlü tüketim ve hazzı etkinliklerden kendisini uzak tutan insan figürü gelişmiştir. Protestan girişimci, hayatı boyunca sürekli çalışmaktadır. Bu dünyadaki işlere adanmışlığı genel olarak dini adanmışlığın güvencesi saymaktadır. Bu düşünce, mevcut işçileri de çok çalıştırarak sömürmesini meşrulaştırmıştır. Protestanlık öncesinde Hristiyan birey, dünyevi iktisadi

olaylarda böyle bir adanmışlık zemini bulamazken Protestanlık sonrasında hem kendisi hem ailesi hem de yanında çalıştırdıkları için her şeyin dünyevi etkinliğinin başarısından ibaret olan yaşam biçimini benimsemiştir. Bu haliyle bakıldığında rasyonellik, Protestanlık inancına sahip birisi için oldukça dindar bir bakış açısı olmaktadır (Akdoğan, 2012: 43).

Hristiyanlık dinindeki ekonomik yapıya üretim cephesinden bakıldığında ele alınan ilk kavram üretim faktörlerinden birisi olan sermayedir. Hristiyanlık dininde sermaye olgusuna atfedilen önemi ortaya koyan ve ahlaki değerler üzerinden aktaran kavramların ilki faiz yasağıdır. Çünkü faizin borca, borcun fakirliğe, fakirliğin köleliğe yol açtığı kabul edilmiştir. Ancak bu yasağın 13. yy. Thomas Aquines tarafından esnetilmiştir. Bu sayede faiz yasağı Hristiyan toplumunda sahip olduğu etkiyi yitirmeye başlamıştır. 16. yy. sanayileşmesiyle beraber faiz iktisadi sistemde yerini sağlamlaştırmıştır. Hristiyanlık, ekonomik bölüşüm kapsamında ele alındığında bu kavram için ifade edilen durum ise yardımlaşma kapsamında ortaya konmaktadır. Bölüşüme atfedilen önemi ortaya koyan ve ahlaki değerler üzerinden aktarılan kavramlar yardımlaşma ile ilgili “ödünç isteyeniyi geri çevirme” ifadesi ile açıklığa kavuşmuştur (Yeşilyurt, 2014:28).

## 5.1.İslam ve İktisat İlişkisi

Kendinden önceki semavi dinlerde olduğu gibi İslam dininin ekonomik hayata getirmiş olduğu kuralları aktarırken bu kurallar bir takım ahlaki değerlere bağlanmıştır. Ekonomik yapı, ahlaki değer üzerinden şekillenen rasyonalite, sınırlı rasyonellik kavramları, üretim, tüketim ve bölüşüm gibi konular üzerinden incelenebilir. İslam dininde üretim faktörlerinden sermayeye atfedilen önem oldukça önemlidir. Bu önem İslam’da yer alan faiz ve kumar yasağından ileri gelmektedir (Yeşilyurt, 2014:32).

İslam dininde üretim konusunda dikkat edilecek bir başka husus girişimcinin durumudur. İslam dini ticaret yapmayı ve alışverişte bulunmayı tavsiye etmekle beraber ticarete adaletli davranmayı emretmiştir. İslam dininde üretim ve kazançla ilgili görüşleri cizye ve

savaş ganimeti hariç geri kalanının da tarafların serbest rızasına dayalı ve her haliyle batıla kapalı bir alışveriş çizgisini sürdürmektedir. Nisa suresinde gayet açık olarak “Mallanızı aranızda batıl yollardan yemeyin, meğer ki karşılıklı rıza ile ticaret şeklinizi olsun” denmektedir. Cuma suresinde “Cuma namazını kıldınız mı yeryüzüne dağılın ve Allah’ın lütfundan nasibinizi arayın.” buyurmuştur. İslam’da mal ve eşya edinmenin meşruluğu iki yolla olmaktadır.

- Batıl olmayan yollardan elde etmek,
- Elde edilen mal ve eşyanın (gelirin), kişinin kendisini ve yakınlarını başkalarına el açmadan geçindirmeye, sadaka, yardım vs. yükümlülüklerini yerine getirilecek kadar olmalıdır (Ülgener, 2006:84).

Bu bakımdan rasyonel insan davranışsal iktisat açısından bakıldığında İslam’daki üretici davranışlarının rasyonellik taşımadığı görülmektedir. Batıl olmayan yollardan kazanç elde etmek, rasyonel birey bağlamında değerlendirildiğinde eğer karını maksimumlaştıracaksa bu karın hangi yolla elde edildiğine bakılmaz, elbette bu durum ahlaki tehlike ya da asimetrik bilginin meşrulaşacağı anlamına gelmez. İkinci kriter olan elde edilen gelirin yakınlarına paylaşılması ya da sadaka olarak verilmesi hususu da rasyonel birey için uygun bir davranış kalıbı olarak görülmektedir. Rasyonel bireyler elde ettikleri gelirleri tüketim ya da tasarruf olarak değerlendirdikleri kabul edilmektedir. Bu açıdan İslam dininde üretici davranışlarının sınırlı rasyonel olduğunu söyleyebiliriz. İslam dini açısından tüketici davranışları değerlendirildiğinde ise ekonomik rasyonalite tüketicilerin memnuniyetlerini maksimize edebilmek için çabaladıklarını varsayar. İslami boyutlarda tanımlanan rasyonellik belirli bir ölçüde tüketim ile elde edilir. Rasyonel İslami birey de elbette faydasını maksimize etmeyi hedefler ancak bunu gerçekleştirirken dini normlara bağlı kalır. Müslüman bir tüketici için istekleri dini eğilimlerine ters düşecek ise kendisine ekonomik memnuniyet sağlayacak her şeyden vazgeçer (Erdoğan, 2016:74).

Bu açıdan bakıldığında Neo-klasik iktisadi modelin ortaya koyduğu rasyonel insan figürüne İslami birey uymadığından, bu tür bireylere sınırlı rasyonel birey de denilebilir.

Siddiği dini anlamda tüketimin dört amacı olduğundan bahseder.

- Her bir tüketici etkin bir hayat yaşayabilmek için yeterince ekonomik mallardan tüketmelidir.
- Belirli mallar tüketmelidir.
- Ekonomik mal tüketimi savurganlık boyutunda olmamalı ve lüks tüketimin getirdiği aşırılığa gidilmemelidir.
- Bireylerin nihai amacı ekonomik mal ve bundan elde edilen memnuniyet olmamalıdır. Bu tür malların tüketimi daha yüksek amaçlara ulaşmak için kullanılacak araçlar olmalıdır (Erdoğan, 2016:74).

İslam iktisadının kurucularından olan Sabahaddin Zaim'e göre Müslüman bireyler tüketim harcamalarında gelirini, içkiye, kumara, gayrimeşruluğa harcanmayacaklardır. Harcama sınırları İslami prensiplere göre olmalıdır. Ayrıca Müslüman bireyler lüks ve gösterişten kaçınmalıdır.

## 5.2.İslam Ekonomisinde Sınırlı Rasyonellik

İslam devletlerinin uyguladığı ekonomik sistem diğer sistemlerden temelde üç noktada ayrılmaktadır. Birincisi faizin yasak olması, ikincisi zekât aracılığı ile adil gelir dağılımının sağlanmaya çalışılması üçüncüsü ise homo-İslamicus'u oluşturan normlardır. Homo- İslamicus ise İslam'ın insana bakışıdır. Homo- İslamicus kişi, ahlak sahibi, helal yoldan kar elde eden, maneviyata önem veren, adil, kanaatkâr ve toplumsal faydayı amaç edinen insan tipidir. Homo-İslamicus bakış açısı dolayısıyla kişiyi israf, savurganlık ve gösterişten kaçınmak, cömertliği teşvik etmek, bireyleri çok çalışmaya ve adil davranmaya itmektir. Homo- İslamicus kumara, istifçiliğe ve yıkıcı rekabete yol açmadığı sürece servet edinmede sakınca olmadığını varsayar (Akdoğan, 2012:47).

İbn Haldun'a göre İslam ve iktisat arasında, kapitalist ruhun aksine, çalışma bir amaç değil kişinin Allah rızasını kazanmak için ve dini hayatın olgunlaşmasını sağlayan bir araçtır. İslam çalışmada orta, ılımlı ve düzenli bir yolu tutmaya ve işini/mesleğini nitelikli ve ihsan mertebesinde yapmayı teşvik eder. Bu anlamda ruh ve beden sağlığını

ihmal edecek derecede nitelikli çalışma yerine, işlerin ölçülü, bir sanatkâr duyarlılığı içinde “güzel yapılmasına” ve nitelikli ürüne dikkat çeker. Bu nedenle iktisat ve orta yol anlayışı üretiminde kalite ve çalışmada dengenin adıdır. İktisadi faaliyette, hâkimin kararında, aile hayatında, kısacası hayatın tüm evrelerinde iktisadi bir düzen ve orta yolda olmanın yüceliğinden bahseder (Kurt, 2017:239).

Bu noktada bakıldığında İslam dini ile kapitalizmin öngörüsündeki rasyonel insan bakış açısının çeliştiği söylenebilir. Tüm üretici ve tüketici davranışlarında mutlak kar ya da mutlak faydaya ulaşmayı öngörmeyen İslam iktisadı İbn Haldun’un da değindiği gibi daha orta yolcu bir bakış açısı ortaya koymaktadır.

Bu bakımdan Müslüman birey, homo- economicus’tan farklı olarak sadece bireysel çıkarları için fayda maksimizasyonu peşinde koşan üretici ve tüketici fonksiyonuna indirgenmiş bir kimse değildir. Onun kazancında mal ve servetinde yoksul ve mahrumun da hakkının olduğu bakışıyla sadece kendi çıkarları değil toplumun çıkarlarını da dikkate almak durumundadır. Mal ve servetin bencil arzuları için bir araç olarak kullananlar ya da onunla gururlananlar şiddetle kınanır (Kurt, 2017: 239).

### **5.3.İslami Birey-Homo-İslamicus**

Batı kaynaklı liberal iktisadi öğretiler ele alındığında yapılan incelemelerin bir gereği olarak başlangıçta iktisadi bir birey tanımı yapılmıştır. Bu birey tanımı iktisadi teorilerin oluşmasında adeta çekirdek rolü oynamaktadır. İktisadi birey tanımı tüketici teorisi oluşturmak için elzem olmuştur. Zaten iktisadi birey ve onun tavırlarının tanımlanmasıyla liberal-kapitalist iktisadi modellerle çalışan bir firma tanımı de daha kolay oluşacaktır. Bu firmaların üretimdeki kar amaçları için iktisadi modeller daha tutarlı olacaktır. Dolayısıyla üretici teorisi anlamında ise teorik çalışmalar daha da anlamlı olacaktır. Yine iktisadi çalışma konularından olan tam rekabet piyasası oluşturmak için yine temelde birey tanımı yapmak gerekmektedir.

Homo-economicus olan üretici ve tüketiciler kendi çıkarlarını düşünüp adeta bencil hareket etmektedirler. Bu bakış açısıyla üreticiler kar maksimizasyonuna, üretim faktörleri sahipleri faktörlerinin çıktılarını en yüksek fiyatta satmaya, tüketiciler ise fayda maksimizasyonuna yönelirler. Düzenin özü, kendi çıkarlarını en yüksek düzeye eriştirecek şekilde hareket eden bireylerin ve firmaların aldıkları kararlarla, toplumun yararını da en yüksek düzeye çıkartacaklardır. Bu nedenle de karar birimlerini tercihlerinde özgür bırakılması gerektiği savunulur (Dinler, 2006:13).

Homo-economicusun Neo- klasik iktisadi teorilerin matematiksel bir zemine oturması için oldukça iyi kurgulandığı söylenebilir. Bu bireyin günümüz iktisadi hayatla uyuşmayan iki yönü vardır. Bunlardan birincisi kendi faydasını maksimize etmeye çalışan Homo- economicus'un faydasını maksimum etmesine rağmen mutlu olmayı başaramayabilir. Buna karşılık kendi faydasını maksimumda tutmayıp başkalarına faydalı olan birey ise tersine mutlu olabilir. İkinci uyuşmayan tarafı ise sadece kendi öz çıkarlarının peşinde olan bireylerin olduğu dünyada toplumsal refah maksimize edilmeyebilir. Bu durum literatürde terkîp hatası olarak yer almaktadır (Dilek vd., 2017: 637).

Bu birey tipi hemen hemen bütün iktisadi okulların üzerinde düşünce birliği yaptıkları bir model görünümündedir. Çünkü iktisadi faaliyetlerin temelinde insanda olan bencillik, çıkar düşüncesi, faydacılık gibi özelliklerin yer aldığı kabul edilmektedir. Bu görüş Adam Smith'ten sonra eleştirilse de genel olarak geçerliliğini korumaktadır. Özellikle Neo-klasik öğretiler matematiksel olarak analiz edildiği için, Neo-klasik akım ile beraber geçerliliği tekrar artmıştır (Eren, 2013:369).

Tüm bunların yanında İslam'daki birey figürü, bireyin yaratılış sebebi ibadet /kulluk olduğu, doğrudan ibadetlerin dışında salih amel kapsamında yer alan tüm faaliyetlerin de ibadet sayıldığı, salih amel işleyen kulların ebedi hayatta cennetle mükâfatlandırılacağı ifade edilmektedir. Bu bağlamda sosyal statüsü ne olursa olsun her Müslüman ferdin yaptığı her davranışı, gerçekleştirdiği her üretim ve tüketim



faaliyetini “rasyonel insan” yaklaşımıyla değil yeryüzünde Allah’ın halifesi olan insan yaklaşımıyla gerçekleştirdiğini söylemek mümkündür (Sırım, 2018: 912). Homo-economicus birey, İslami değerler ile şekillenmiş olarak mantık ve duygu karması olarak hareket etmektedir. İslami insan aslında akılcı ve faydasını maksimize etmeye çalışan biridir. Ancak İslami olarak batı iktisadı anlayışındaki akılcılıktan farklıdır. Homo-İslamicus için başarı tamamen ahlaki değerler ile elde edilmektedir. Homo-economicus sadece kısıtlı bir zaman dilimi için öz çıkarlarını dikkate almaktadır. Bunun karşılığında İslami birey ise dünya ve ahiret sonrasını dikkate almalıdır (Dilek, 2017: 637).

Homo-economicus ve homo-İslamicus arasındaki farklar incelenecek olursa homo- İslamicus’un temsil ettiği Müslüman bireyler sadece bu dünyayı hedef almayan, ahireti de hesaba katarak yaşamını süren bireylerdir. Ayrıca birey davranışları üzerinde etkisi olan unsurlardan birisi de ahlaktır. Ahlak oluşumunda çoğu zaman dinin büyük etkisi vardır. Aslında ahlak, dinlerin koymuş olduğu bazı davranış, tutum ve inançlar sonucunda oluşan bir bütündür. Dinin birey davranışlarındaki etkisi ve birey davranışlarının ise iktisat üzerindeki etkisinin olduğu söylenebilir. Fakat çoğu iktisatçı ahlak kurallarının insanların özgürlüğü önünde engel olarak kabul ettiğinde bunları yok sayma eğilimine girilmiştir. Dolayısıyla modern iktisatta insanın ahlaki davranışları ile ilgili bağı bir bakıma ihmal edilmiştir (Eren,2013: 374).

Tüm bu durumlar özellikle Neo-klasik iktisadi ekolle gündeme gelen limon pazarlar, ters seçim ve ahlaki tehlike gibi modern iktisadın çıkmazlarına yol açmıştır. Bu iki kavram arasındaki bir diğer fark ise İslam inancında bireylerin kendi çıkarlarını düşünmeleri inkâr edilmemiştir. Bireyin sosyal hayatta çıkarlarını düşünmesi tavsiye bile edilmiştir. Bununla beraber bireyler sosyal dayanışma içinde bulunması gerektiği de ifade edilmiştir (Dilek vd. 2017: 639). Homo-economicus ise karını ve faydasını maksimumlaştırma adına sosyal dayanışmadan feragat edilmesinin önünde engel yoktur. Tüketime olan bakış açısı bakımından, homo-economicus kapitalist iktisadın içine doğmuş bir birey olarak faydasını arttıracak her türlü tüketimi yapabilmektedir. Ama İslam ekonomisi özellikle ayet ve hadisle yasaklanan (domuz eti, alkol vb.)

tüketim mallarının tüketilmesine karşı çıkar. Homo- İslamicus birey homo-economicus gibi geliri arttıkça tüketimi artan dolayısıyla gelir-tüketim arasında doğru orantı olan bir tüketim fonksiyonuna sahip değildir. Homo -İslamicus aşırıya kaçmadan, savurganlık yapmadan tüketim yapan ama bunun yanı sıra cimri olmayacak bir şekilde tavır sergilemesi beklenmektedir.

## 6. SONUÇ

İktisat biliminin ortaya çıkışından beri tartışılan rasyonel birey kavramı günümüzde hala tartışma konusudur. Rasyonel birey günümüz şartlarında ne kadar ortalama birey kavramına yaklaşırsa iktisat bilimi de o kadar sosyal bilim olmaktadır. Kabul etmek gerekir ki sosyal bilimlerin matematiksel/ istatistik analizlerinde bireyler sadece fayda maksimizasyonu sağlama hedefinde olan bireyler gibi analiz edilmektedir. Dolayısıyla kısıt kümeleri oldukça fazlalaşmaktadır. Davranışsal iktisadi bakışı ile bu durum bir nebze olsun aşılma istenmiştir. İktisattaki rasyonel birey kavramı davranışsal iktisatla beraber çok yönlü olmaya başlamıştır. Tüm bu gelişmeler din ve İslam özelinde ele alındığında ise, İslam ekonomisi hiç kuşkusuz dini parametrelere göre oluşmuş bir iktisadi modeldir. Bu modeldeki bireyler incelendiğinde ise rasyonel bireyler gibi sadece kendi faydasını düşünen birey olmaktan ziyade yardımlaşma ve toplumsal değerleri önceleyen bireyler oldukları gözlemlenmiştir. O halde İslam ekonomisinin sunduğu birey rasyonel değil sınırlı rasyonel olmuştur. Gerek davranışsal iktisat gerekse İslam ekonomisi bağlamında yapılacak analizler elbette ki modern iktisat kuramının modelleri ile çözülemeyecektir. O halde bu iki alanda (davranışsal iktisat ve İslam ekonomisi) birey analizinde farklı modellere ihtiyaç vardır. Bu alanda araştırma yapacak olan araştırmacılara, Homo-İslamicus bireylerin tarifinin yapılması yani bu bireylerin tüketim, tasarruf, gelir elde etme davranışları üzerine çalışılması, homo-economicus ile olan farklılığı ortaya konarak İslam iktisadı ile batı kaynaklı ekonomi karşılaştırılmalı olarak analiz edilmesi, İslam toplumlarındaki birey tavırları iyi araştırılıp bunun İslam dini ile uygunluğu ortaya konulması gibi konuları tavsiye etmekteyiz. Eğer bu

şekildeki araştırmalar artarsa, İslam ekonomisinin en küçük birimi olan birey doğru tanımlanır ve üstüne gelecek her tür araştırma daha doğru zeminlere oturmuş olacaktır.

## KAYNAKÇA

- Adaçay, F ve H. İslantice (2009),“İktisadi Düşünceler Tarihi”, Ekin Yayınevi, Bursa
- Akdoğan, N. (2012), “Din ve Ekonomi; Kuramsal Bir Yaklaşım”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Baloğlu, D. (2011), “Rasyonalite ve Ekonomik Sosyoloji” Sosyoloji Konferansları, <http://Dergipark.Gov.Tr/İusoskon/Issue/9524/119004> (Erişim tarihi: 01.10.2018),
- Can, Y. (2012), “İktisatta Psikolojik İnsan Faktörü: Davranışsal İktisat”, Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi, Cilt 4, No 2, ISSN: 2146-0817
- Çekiç, S. (2016),“Davranışsal İktisat Bağlamında Cinsiyet Farkının Tüketici Tercihlerine Etkisi: Bartın Örneği” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bartın.
- Demir, Ö. (2013), “İktisat ve Ahlak” Liberte yayınları, 2. Baskı, ss.197-201.
- Dilek, S, Küçük, O. ve Özdirek, R. (2017), “ Homo- Economicus mu? İslami İnsan mı?”, Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 3(4).
- Dinler, Z (2006), MikroEkonomi” Ekin Yayınevi, Bursa.
- Ebussuud, M. (1983), İslâmî İktisadın Esasları, Trc. Ali Özek, Hisar Yayınevi, İstanbul.
- Eren, İ. (2013), “İslam’ın Ekonomik Yapısında İnsan Modeli: Homo-Economicusİle Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.18,
- Eser, R. ve Toıgonbaeva D. (2011), “Psikoloji ve İktisadın Birleşimi Olarak, Davranışsal İktisat” Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Sayı: 6: 287-321.

- Göcen, S. (2015), “Avusturya İktisat Okulu’nun Metodolojik Görüşleri ve Ana-Akım İktisada Yönelik Eleştirileri”, IV. Türkiye Lisansüstü Çalışmaları Kongresi - Bildiriler Kitabı II,
- Kamilçelebi, H. (2013), “Davranışsal İktisatta Deneyimlenen Fayda ve Karar Faydası Arasındaki Fark ve Bir Deney” Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15(3): 447-456.
- Karaca, Ö. (2017), “Davranışsal İktisat Çerçevesinde Bireylerin Tüketim Davranış Eğilimleri: Kamu Çalışanları Örneği” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.
- Karagül, M (2018), “Rasyonel Ekonomi ve Davranış İktisadından Değerler İktisadına”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5(2).
- Kurt, A (2017), “Sosyolojik Açından Din-İktisat İlişkisi”, Journal of Islamic Research, 28(3): 224-246.
- Kurtoğlu R ve Fırat E. (2014), “Ekonomide ‘Yaratıcı Yıkım’dan Davranışsal Ekonomiye Geçiş” Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 7(1):36-55.
- Önder, İ. (2003), “İktisat Paradigmasında Yetersiz Birey Paradigması”, İ.Ü. İktisat Fakültesi Maliye Araştırmaları Konferansı 43-44. seri ss. 28-35.
- Özer, M ve A. Tiryaki (ed.), “İktisada Giriş-I” Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Fakültesi, Yayın No: 1583.
- Sırım, V. (2018), “İslam İktisadında İhtiyaç Kavramı”, Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi, cilt:3, sayı: 2, ss. 910-919.
- Sincer, E. (2017), “İktisat ve Din İlişkisi: Literatür Değerlendirmesi Zihinsel Arka Plan Ve Kurgu”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler, Fakültesi Dergisi, 22(3), 927-944.
- Şeniğne, B. (2011), “Rasyonalite Kavramına Deneysel Ve Davranışsal İktisat Bağlamında Yeni Bir Bakış açısı: Nöroiktisat” Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tozlu, A. (2016), “Karar verme Yaklaşımları Üzerinde Herbertsimon Hegemonyası” Sayıştay Dergisi, sayı:102, ss. 27-45.
- Ünnü, A (2014), “Rasyonel’ Perspektif Işığında Karar Verme Eylemi: Nitel Bir Analiz”, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, sayı:24 ss. 92-116.

- Ülgener, S. (2006), “Dünü ve Bugünü ile Zihniyet ve Din, İslam, Tasavvuf ve Çözülme Devri
- Yılmaz, B. (2015), “Davranışsal İktisat Perspektifinden Enerji ve Çevre Sorunlarının Değerlendirilmesi” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Yeşilyurt, Ş. (2014), “Din ve Ekonomi Bağlamında İslam Maliye Tarihi Ve Maliye Sistemi” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.



## Franchising Uygulamasının Başarısını Etkileyen Faktörler: Mersin İlinde Bir Araştırma

*The Factors That Influence The Success of Franchising: A Case Study in Mersin*

**Zeynep KURT\***  
**Haluk KORKMAZYÜREK†**

**Öz:** Bu çalışma, “Franchising Uygulamasının Başarısını Etkileyen Faktörler: Mersin İlinde Bir Araştırma” başlıklı yüksek lisans tezinin bir özeti olarak hazırlanmıştır. Çalışmanın amacı, stratejik işbirliği türlerinden franchising sistemini ve sistemin başarısını etkileyen faktörleri incelemektir. Stratejik işbirlikleri, işletmelerin birlikte hareket etmek suretiyle rekabetle baş edebilmelerinin aracıdır. Günümüz iş hayatında bu yöntemlerin en yaygın uygulanan şekli franchise anlaşmalarıdır ve bu sebeple araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde stratejik işbirlikleri, ikinci bölümünde franchising sistemi ile ilgili literatür incelenmiş, üçüncü bölümde yapılan literatür araştırması sonucunda başarıyı etkilediği düşünülen; eğitim, uzmanlık, finansal destek, denetim/kontrol ve motivasyon/iş memnuniyeti faktörlerinin ve alt boyularının franchising sisteminin başarısını ne derece etkileyebileceği yapılan analizlerle tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın evrenini 2015 yılı Kasım ayında Mersin ilinde faaliyet gösteren çeşitli sektörlerden toplam 44 franchise alıcısı oluşturmaktadır. Katılımcılara 25 sorudan oluşan bir anket yöneltilmiş, cevapların değerlendirilmesinde; tanımlayıcı istatistikler, güvenilirlik analizi, frekans analizi, t-testi, anova (varyans analizi) istatistik yöntemleri kullanılmıştır. Bulgulara göre, franchisinglerin başarı ve etkinliğinin artırılmasında eğitim, deneyim ve finansal koşulların asıl faktörler olduğu, motivasyonun destekleyici faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Stratejik iş birlikleri, Franchising sistemi, Başarı faktörleri.

\*Doktora Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü  
mir2727@hotmail.com

† Prof. Dr., Toros Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi,  
haluk.korkmazzyurek@toros.edu.tr

**Abstract:** *This study is a summary of the postgraduate thesis titled “The Factors That Influence The Success of Franchising: A Case Study In Mersin”. The main objective of the study is to examine the factors that may influence the success of franchising system, which is one of the types of strategic alliances. Strategic alliances are the means by which businesses can cope with competition by acting together. One of the most common forms of strategic alliances is franchising. In the first part of the study, the relevant literature on strategic alliances is discussed. The second part focused on the literature about the franchising system. Then, based on the literature review a model of factors was developed in the third section that may have potentials to affect the success of franchising. The model has five main dimensions, education, expertness, financial aid, supervision/control and motivation/job satisfaction, and their sub-dimensions. The sample of the research contains 44 franchisees from various industries in November of 2015, in Mersin. Attendants are expected to fill a 25-question survey. Descriptive statistics, reliability analysis, frequency analysis, t-test, and Anova are used to analyze data and to test hypotheses. The results of the analyses have shown that education, experience and financial conditions are the main factors and motivation is a supporting factor in affecting the success of franchising.*

**Keywords:** Strategic alliances, Franchising system, Success factor.

## 1. GİRİŞ

Stratejik işbirliği kavramı literatürde farklı şekillerde tanımlanmıştır. Tanımlardan bazıları şunlardır. Stratejik ittifaklar, iki ya da daha fazla bağımsız işletme arasında, gerekli yetenek ve kaynakların etkinliğini arttırmak amacıyla, belirlenen bir alanda bir proje veya operasyonu gerçekleştirmek için işbirliği oluşturulması olarak tanımlanmaktadır (Sudarsanam, 2003).

Ülgen ve Mirze ise stratejik işbirliğini, “iki veya daha fazla işletmenin, yeni bir ad ve kimlik altında bir işletme kurmadan, sadece belirli varlık ve yeteneklerini beraberce kullanarak, önem verdikleri belirli amaçları gerçekleştirmek amacı ile anlaşmaya dayalı işbirliği yapmaları” olarak tanımlamıştır (Ülgen ve Mirze, 2007: 324).

Tanımlardan da anlaşılacağı üzere stratejik işbirliği, işletmeler arasında çeşitli biçimlerde oluşan kaynak birleştirme ve dayanışma faaliyetlerinin genel adıdır. Stratejik işbirliği, işletmeler arasında desteği, karşılıklı paylaşımı içerirken hisse paylaşımı ya da satın alma gibi temel sahipliği içeren hususları içermemektedir.

Günümüzde en sık uygulanan işbirliği türlerinden biri olan “franchising” birbirinden bağımsız iki taraf arasında oluşturulan sözleşmeye dayalı ticari bir işbirliği türüdür. Küreselleşmenin gün geçtikçe arttığı dünyada, benzer tüketici beklentilerini, bilinmeyen bir marka ile karşılamak yerine kendini ispat etmiş bilinen bir firmanın franchise ağına katılarak karşılamak ve diğer işletmelerle rekabet etmek daha akılcı olmaktadır.

Bu çalışmanın önemi, yaygın olarak uygulanan işbirliği türü olan franchising sisteminin başarısına katkıda bulunma çabasından kaynaklanmaktadır. Bu noktadan hareketle çalışmada, franchising sisteminde başarıyı etkileyeceği düşünülen ana ve alt faktörlerin neler olduğu araştırılmış ve sistemin başarısına olan etkileri incelenmiştir.

## **2. KURAMSAL ÇERÇEVE**

### **2.1.Stratejik İşbirliği**

İngilizcede “strategic alliances” olarak geçen kavramın Türkçe’deki karşılığı stratejik ittifak, stratejik ortaklık ya da stratejik işbirliği olarak kabul görmektedir. Stratejik işbirliği, işletmeler arasında karşılıklı değişimi ve paylaşımı kapsayan işbirliği faaliyeti (Gulati, 1995: 1439–1493) veya gerçek veya potansiyel rakipler arasındaki işbirliği anlaşmaları olarak tanımlanmaktadır (Hill, 2002: 1-22). Stratejik işbirliği, değişim, paylaşma veya birlikte geliştirme amacıyla bir araya gelen işletmeler arasındaki gönüllülük esasına dayalı anlaşmalar olup, ortakların sermaye, teknoloji ve işletmeye özgü diğer varlıkları ile ilişkiye katkıda bulunmalarını kapsayan stratejidir (Lin, 2006: 1-22). İşbirliği stratejisinde taraflar hizmet ve kaynaklarını birleştirerek ya da değiştirerek rekabet avantajı elde ederken kendi bağımsızlıklarını da sürdürür. Yapılan tanımlardan anlaşıldığı gibi stratejik işbirliği, işletmeler arasında çeşitli şekillerde ortaya çıkan kaynak birleştirme ve dayanışma faaliyetlerinin genel adıdır.

Stratejik işbirlikleri, bayilikler ya da bölgesel acentelik gibi daha basit anlaşmalardan, lisans, know-how, taşeronluk, franchising gibi daha



karmaşık anlaşmalar şeklinde işbirliklerini kapsamaktadır. İşbirliğinde taraflar, bağımsızlığını sürdürürken, bazı amaçları gerçekleştirmek üzere anlaşır, görevlerin gerçekleştirilmesini gözlemler, birbirlerine pazarlama, uzmanlık gibi konularda katkı sağlar. İşletmelerin yaptığı ortak yatırımlar, AR-GE çalışmaları, üretim ve satış faaliyetleri, ortak dağıtım ağının kullanılması stratejik işbirliğine örnektir.

İşletmeler farklı biçimlerde işbirliği yapabilir. İşbirliği, aynı alanda faaliyet gösteren işletmeler arasında olabileceği gibi, herhangi bir mal ya da hizmet üretiminden dağıtımına kadar farklı aşamalarında faaliyette bulunan işletmeler arasında da yapılabilir. Hatta aynı pazarda yer alan rakip işletmelerde işbirliğinde bulunabilir. İşletmelerin büyüme ihtimalini arttırması, eksik olan kaynakların ve bilginin işbirliği yoluyla tamamlanması, maliyetlerin paylaşılması, riski azaltması ve sinerji yaratması gibi sebepler yapılan işbirliklerinin nedenlerini oluşturmaktadır. İşletmeler işbirliği sayesinde, günümüz dünyasında gittikçe artan rekabetle baş edebilmektedirler.

## 2.2.Franchising Sistemi

Franchise sözcüğünün kökeni Fransızcadır. Kullanılmaya başlandığı ilk zamanlarda farklı anlamlar taşımıştır. Kavram, dünya literatürüne İngilizce kullanım şekli ile, “franchising” olarak yerleşmiştir. Kelimenin Türkçe karşılığı ise “isim hakkı” olarak belirlenmiştir (TDK, 2002: 45). Franchising sistemi ile ilgili farklı tanımlar yapılmıştır. En kısa tanımıyla franchising, bir firmanın bir başka firmaya belirli bir ücret karşılığında mal ve hizmetlerini satma iznini diğer bir ifadeyle isim ve formatını kullanma iznini veren bir anlaşmadır (Levy vd., 1992: 64).

Aynı zamanda franchising, bilgi ve teknoloji birikiminin diğer bölge ve ülkelere transferini sağlayan bir yöntemdir (Arslan, 2006: 2).

Franchising sisteminin literatürde bulunan tanımlarından uygulamada temel üç unsurun olduğu dikkat çekmektedir. Birincisi, franchising en az iki taraf arasında daimi bir ilişki için oluşturulmaktadır. İkincisi, franchising sisteminde verenle, alan arasında, karşılıklı yüküm ve sorumlulukların belirtildiği, hukuki bağlayıcılığı olan bir sözleşme yapılmaktadır. Üçüncüsü, franchising alan, franchising verenin adı ve sözleşmede geçen koşullar altında faaliyetlerini sürdürmektedir.

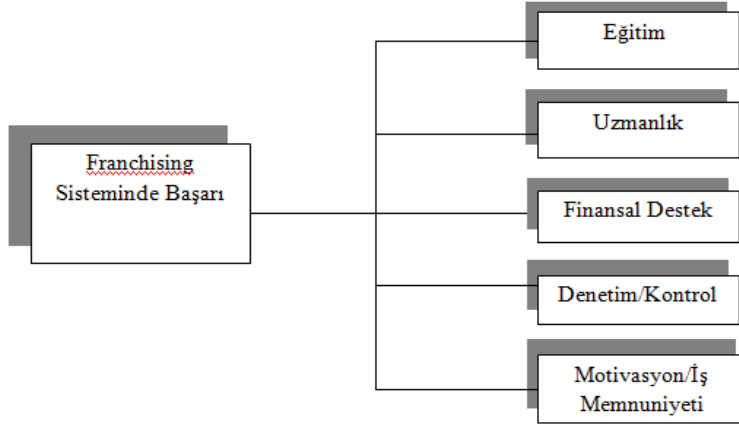
Franchising sistemini oluşturan bazı kavramlar bulunmaktadır. Bunlar; franchise (verilen imtiyaz), franchisor (franchise veren taraf), franchisee (franchise alan taraf) ve franchisee fee (franchise bedeli) şeklinde sıralanmaktadır.

Franchising sistemi, girişimciyi karlılığını bildiği ancak nasıl yapılacağı konusunda hiçbir fikrinin olmadığı bir işe sıfırdan başlamanın dezavantajlarından koruyan bir sistemdir (Panorama, 1993: 11). Sistem, risksiz yatırım alanları oluşturulması, taklitçiliği önlemesi, hizmet anlayışı ve teknolojinin gelişmesini sağlaması, ayrıca tüketicuyu markaya güvenmeye yönlendirmesi açısından birçok avantaja sahiptir. Bu sistemle franchise veren ve alan, karşılıklı olarak belirli yükümlülükleri ve avantajları üstlenmektedirler (Arslan, 2006: 26). Franchise alıcısı pazarda adı bilinen, tanınan, başarısıyla kendisini ispat etmiş bir işletmenin çatısı altında işe başlar. Sıfırdan işini kuran yatırımcıya göre piyasaya daha kolay girer. Franchise alanın üreteceği ürün ya da vereceği hizmet pazarda daha önce denenmiş ve başarılı olmuştur. Ana firmayı adından, markasından, işaret, logo, renkler ya da yerleşim düzeninden tanıyan müşteriler İngiltere, Almanya ya da Türkiye'deki bir franchise biriminde sunulan ürün ya da hizmetin ana firma ile tutarlı olacağına güvenir ve franchise alan firmayı tercih eder. (Ulaş, 1999: 20).

Franchising sistemi oldukça aktif ve yeniliklere açık bir sistemdir. Sistem içerisinde teknolojik veya sosyal yeniliklerden yararlanabilmenin yanında, karşılaşılabilecek risklere karşı tedbir ve savunma imkanı da vardır. Franchise veren kurduğu sistemi, ürünlerini ya da hizmetlerini geliştirmek, bulunduğu pazarda rekabet etmek için geliştirme ve araştırma faaliyetlerini sürdürürken, franchise alıcısı kısa zamanda ve ekonomik şekilde gelişmelerden yararlanarak, rekabet avantajı elde eder. Franchise verenin sistemi koruma adına yaptığı sürekli denetimler, franchise alan üzerinde bir baskı ve yaptırım gibi görünse de aslında önemli bir avantajdır. Franchise alanın fark edemediği verimsizlik, hırsızlık, yanlışlık ve benzeri zarara neden olan hatalar denetim sonucu ortaya çıkmakta ve giderilmektedir (Ufrad, 1988: 21).

### 3. FRANCHİSİNG SİSTEMİNDE BAŞARIYI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

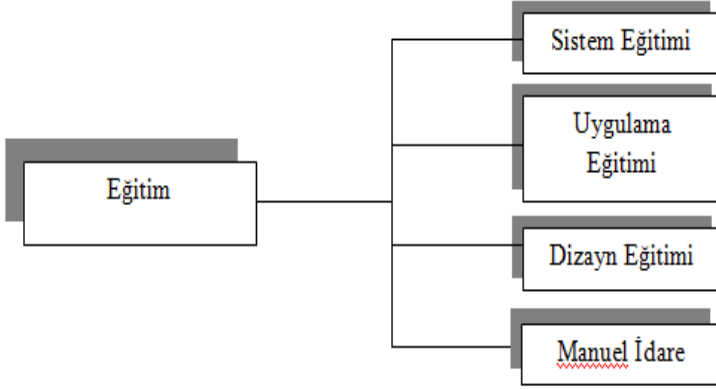
İşletmecilere birçok yönden avantajlar ve kolaylıklar sağlayan franchising sisteminde de sistemin daha sağlıklı ve başarılı olabilmesi için gereken temel faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler aşağıda ana başlıklar halinde şekil 1’de görüldüğü gibi şunlardır;



Şekil 1: Franchising sisteminde başarıyı etkileyen faktörler

**Eğitim:** Franchising sisteminde eğitim oldukça önemlidir. Franchising verenin eğitim programı sunmasının nedeni, kendi başarısının franchise alan işletmecilerin başarılarına bağlı olduğunu bilmesidir. Ana firma franchise alana teçhizat, satın alma, stok kontrol, muhasebe yöntemleri, işçi seçimi ve eğitimi, mağaza yönetimi, mağaza yerleşimi ve dizaynı, reklam konularında eğitim vermelidir. Sistemde franchise alanlara iş yerlerini açmadan ve sonrasında sağlanan eğitim programları, rehberlik ve danışmanlık hizmetleri, alıcının başarısız olma ihtimalini düşürmektedir. Başarılı bir franchising sistemi, franchise alan girişimciler için geniş çaplı bir destek sistemi, eğitim çalışmaları, satış promosyonları ve beklisi de en önemlisi güçlü bir marka adını gerektirir (Shane ve Spell, 1998: 43-50). Franchise verenin, franchise alıcısına sağlayacağı eğitim desteği işin daha iyi ve detaylı öğrenilmesini sağlayarak sistemin başarısını arttıracaktır. Yapılan literatür araştırmasına dayanarak, franchising sisteminde başarıyı etkileyen faktörlerden “eğitim” Şekil 2’de

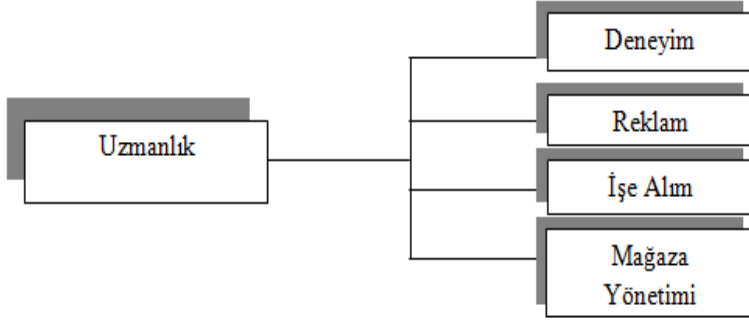
görüldüğü gibi, sistem eğitimi, uygulama eğitimi, dizayn eğitimi ve manuel idare başlıkları altında (dört ölçütü) ölçülmüştür.



**Şekil 2: Eğitim ile ilgili başarı faktörleri**

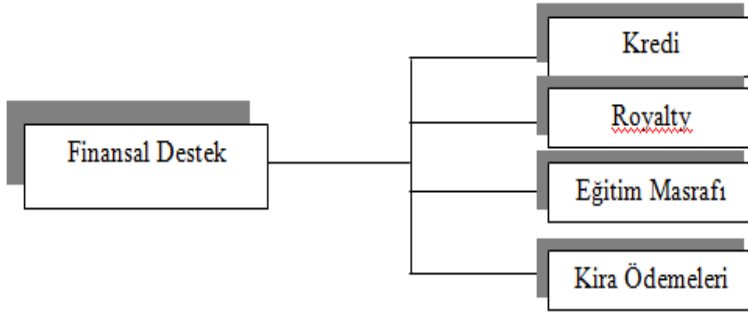
**Uzmanlık:** Yönetenin, beceri, yetenek veya uzmanlık bilgisinden dolayı ast durumda olanları etkileme yeteneğinin ifadesidir. Bilgi ile ilişkilendirilen bu kavram kişisel kaynaklardan beslendiği için üstün bilgi, yetenek ya da beceri ile donatılmış yönetenlerin, astlarını etkilemesinde oldukça etkili olmaktadır. Franchising sisteminde franchise veren, franchise alanlara eğitim, tanıtım, reklam, malzeme, bölgesel destek vb. yardım ve hizmetler sunmaktadır. Franchise alan sistemin işleyiş sürecinde franchise verenden sağladığı sürekli yardım ve destekler sonucunda, daha önceden bilmediği ve deneyimi bulunmadığı bir alanda mal/hizmet üretip satabilecek hale gelmektedir (Tuncay, 1992: 51). Franchise alan yatırımcı, franchise veren firmanın yıllara dayanan tecrübesini paylaştığından daha az hata yapmakta ve işte başarısız olmanın temel nedenlerinden biri olan iş tecrübesizliği sistem tarafından yok edilmektedir (Groselli 1989: 170). Franchise alan, franchise verenin uzmanlığından yararlanarak faaliyette bulunacağı alanla ilgili daha fazla bilgiye sahip olur ve sıfırdan kendi başına sektöre giren diğer işletmeden daha fazla rekabet avantajı elde eder. İşletmecilerin franchising sistemini seçmesinin en büyük nedenlerinden biri budur. Yapılan literatür

araştırmasına bağlı olarak franchising sisteminde başarıyı etkileyen ‘‘uzmanlık’’ faktörü Şekil 3’de grldği gibi, dört başlık altında (dört lt ile) incelenmiştir.



Şekil 3: Uzmanlık ile ilgili başarı faktörleri

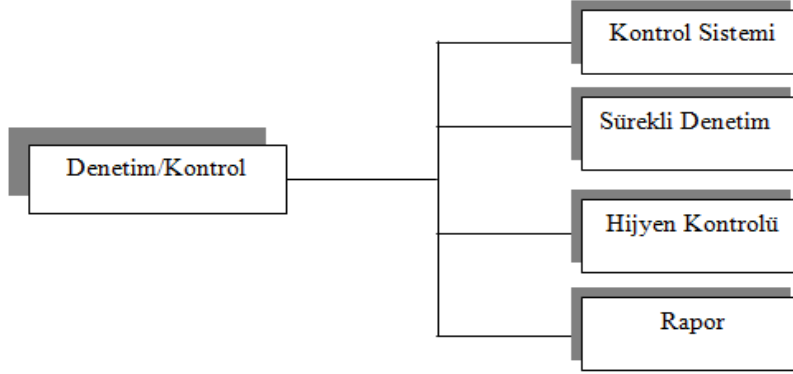
**Finansal Destek:** Franchise veren işletmenin kazancı, franchise alanların ödedikleri royalty (devralınan bir hak karşılığında yapılan ödeme), başlangıç creti ve malzeme satışlarından oluşmaktadır (Hopkinson 1999: 831-832, Dahlstrom 1999: 63-64). Bir franchise biriminin açılması, satışların istenen düzeye gelip, bababaş noktasına ulaşması ve sistemin tam anlamıyla işlemesi zaman alabilir ve borç veren kurumlar borç vermek istemeyebilirler. Bunun için franchise veren firma, sistem oturup, faaliyetlerden kar elde edilene kadar, franchise alandan royalty almayarak ona yardımcı olmalıdır. Bunun yanında ana firma teçhizat, reklam ve personel gideri için ihtiyaç duyulan fonu ilk zamanlarda çalışma sermayesiyle düzenleyebilir. Franchising sistemi içerisinde franchisor, franchisee’ye kredi bulma konusunda yardımcı olabilir, bu sistemi cazip kılan en önemli hususlardan birisidir (Sefer, 1997: 107). Franchise veren kira ödemelerinde de franchise alıcısına yardımcı olabilir. Franchise alıcısının maddi anlamda daha iyi ve esnek koşullarda faaliyetlerini gerçekleştirmesi sistemin devamlılığına ve başarisına katkı sağlayacaktır. Yapılan literatür çalışmasına dayanarak franchising sisteminde başarıyı etkileyen başka bir faktör olan finansal destek boyutu ise, Şekil 4’de grldği gibi dört başlık altında (dört lt ile) incelenmiştir.



Şekil 4: Finansal destek ile ilgili başarı faktörleri

**Denetim/Kontrol:** Franchising sisteminde kontrol; franchise alanların pazarlama stratejilerinin etkin bir şekilde oluşturulabilmesi ve faaliyetlerde üyeler arasında uyumun yaratılabilmesi için, franchise verenin franchise alanların stratejik kararlarını etkileme süreci olarak tanımlanabilir. Bu süreçte franchise veren yalnız ürün veya hizmetin satışına ilişkin şartları belirlemekle kalmamakta, franchise alanın işinin kurulma aşamasından başlamak üzere gelişmeleri yönlendirebilmektedir (Whittemore, 1984: 21). Franchise veren firma, yatırımcıların işletmelerinde, mağazalarında belirli standartları uygulayıp uygulamadıkları konusunda sürekli bir denetim ve kontrol çalışması yürütmek zorundadır. Bu markanın itibarı, sistemin başarısı ve standartlarını koruyabilmesi için son derece önemlidir. Franchise alan yatırımcılar, aynı standardı ve kaliteyi tüm franchise birimlerinde korumaya çalışırlar. Böylece ana firmanın kalite ve standartlarını aynen sürdüren franchise birimlerinin sayılarının artmasıyla, ürün ve hizmetlerdeki kalite ve teknoloji düzeyinin yükseltilmesi de sağlanmış olmaktadır (Akın 1995: 80). Çeşitli dönemlerde mağazada yapılan çalışmaların nasıl yürüdüğü, hijyen koşullarının denetlenmesi, yapılan hataların bulunarak yerinde ve anında müdahalesi denetimi yapan supervisor (denetmen, gözetmen) ekibinin çalışmaları arasında yer alır. Franchising anlaşmasında, franchise verenin hakları arasında belirli dönemlerde raporlar ve bilgiler talep etmek de

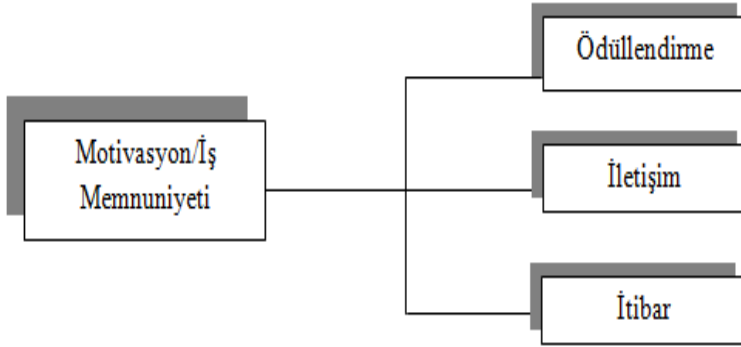
bulunmaktadır, franchise veren bu yolla kendi markasını korumayı amaçlamaktadır. Yapılan literatür çalışmasına dayanarak franchising sisteminde başarıyı etkileyen diğer bir faktör olan denetim/kontrol Şekil 5'deki gibi dört ölçüt ile ölçülmeye çalışılmıştır.



Şekil 5: Denetim/Kontrol ile ilgili başarı faktörleri

**Motivasyon/İş memnuniyeti:** Franchising sisteminin en büyük avantajlarından biri franchise alanın daha iyi motive olabilesidir. Alan kendi iş yerinde kendi namına çalıştığı için motivasyonu daha yüksektir ve daha fazla çalışma isteğine sahip olabilir. Franchise alan faaliyet gösterdiği bölgede tanınan bir firma sahibi olarak bilinir ve kazandığı itibar çalışma isteğini arttırır. Franchise verenin markasının bilinirliği, saygınlığı, franchise alan için avantaj sağlamaktadır. Knight (1986: 8-15) tarafından yapılan bir çalışmada, bir franchise olmak için teşvik eden en önemli nedenler arasında bilinen bir ticari marka ile birlikte çalışmanın yararları, yüksek düzeyde bağımsızlık ve iş memnuniyeti yer almaktadır. Franchise verenin satışların artışına bağlı olarak gerçekleştireceği ödüllendirmeler, franchise alanı daha çok teşvik edecek ve motivasyonunu arttıracaktır. Diğer yandan franchise veren ile alan arasındaki iletişim, koordinasyon ve uyum açısından önemlidir ve faaliyetlerin aksamadan devam edebilmesini sağlayacaktır. Girişimcinin iş memnuniyeti ise elde edilen ödülleri veya performans ile bireyin amaç ve beklentileri arasındaki fark olarak tanımlanabilir. Ampirik alışmalar artan iş performansının ve karşılıklı organizasyonel ilişkilerin gelişiminin

iş memnuniyeti üzerinde olumlu etkilere sahip olduğunu göstermiştir (Morrison, 1996: 27-41). Yapılan literatür araştırmasına dayanarak başarı faktörleri arasında yer alan motivasyon/iş memnuniyeti Şekil 6'daki gibi üç ölçüt ile ölçülmeye çalışılmıştır.



**Şekil 6: Motivasyon/İş memnuniyeti ile ilgili başarı faktörleri**

## 4. YÖNTEM

### Örneklem

Araştırmanın evrenini 2015 yılı Kasım ayında Mersin ilinde faaliyet gösteren franchise alıcıları oluşturmaktadır. Araştırmalar sonucunda Mersin ilindeki tüm franchise'ları gösteren bir kaynağa veya listeye ulaşmak mümkün olmamıştır. Araştırmada örneklem büyüklüğünü artırmak için çok sayıda işletme ziyaret edilmiş, bazı noktalarda anketi cevaplayacak işletme sahibi ya da yönetici gibi yetkililere ulaşılammıştır. Çeşitli sektörlerde (giyim, gıda, eğitim) ulaşılan katılımcı sayısı yani araştırmanın örnekleme toplam 44 kişidir. Katılımcılara sunulan anket elden dağıtılmış ve yüz yüze görüşme ile doldurulmuştur.

### Araştırmanın Modeli

Franchising sisteminde başarıyı etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik bir araştırma modeli oluşturulmuştur. Bu modelde bağımlı



değişken “franchising işletmesinin başarısı”dır. Bu bağımlı değişkeni etkileyeceği dūřınılen faktörler bu çalışmanın ikinci bölümünde yapılan literatür çalışmasına dayalı olarak eğitim, uzmanlık, finansal destek, denetim/kontrol, motivasyon/iř memnuniyeti boyutları ve alt boyutlar olarak belirlenmiştir. Araştırmaya katılanların, franchisingin başarısını etkileyen faktörlere ilişkin algıları (verdikleri cevaplar) ile demografik değişkenlere göre anlamlı farklar olup olmadığını incelemek üzere eğitim, uzmanlık, finansal destek, denetim/kontrol, motivasyon/iř memnuniyeti boyutlarında verdikleri cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığını belirlemek amacıyla aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

Hipotez 1: Ankete katılan kadın ve erkeklerin franchising başarı boyutları hakkında verdikleri cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 2: Ankete katılan yaş gruplarının franchising başarı boyutları hakkında verdikleri cevaplar arasında istatistiksel anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 3: Ankete katılan eğitim gruplarının franchising başarı boyutları hakkında verdikleri cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 4: Katılımcıların sektördeki çalışma süreleri ile franchising başarı boyutları hakkında verdikleri cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 5: Anket katılımcılarının kurumdaki çalışma süreleri ile franchising başarı boyutları hakkında verdikleri cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

### **Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Yöntemi**

Araştırmada veri toplama aracı olarak, araştırmacının geliştirdiği ve 25 sorudan oluşan bir anket kullanılmıştır. Anket soruları, araştırma modelinde yer alan boyutları ve onların ölçütlerini sorgulayacak şekilde oluşturulmuştur. Anket formu iki ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcılara ilişkin kişisel bilgiler yer alırken, ikinci bölüm franchising sisteminde başarıyı etkileyen faktörlere ilişkin algıların

belirlenmesine yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölümde son soru olarak, açık uçlu bir soru ile katılımcıların franchising sisteminin başarılı olabilmesi hakkında gerek franchise'ı alan gerekse veren açısından önemli olduğunu düşündükleri başka faktörlerin olup olmadığı sorulmuş ve bu konuda varsa görüşlerini belirtmeleri istenmiştir. Son şeklini alan anket 44 kişiye yüz yüze görüşme yoluyla uygulanmıştır. Katılımcıların değerlendirme yaparak cevap vermeleri gereken sorular için beşli Likert ölçeği uygulanmıştır. Ölçekte sorulara cevaplar için ifade seçenekleri aşağıdaki şekildedir:

#### Likert Ölçeği:

- 1: Kesinlikle Katılmıyorum
- 2: Katılmıyorum
- 3: Ne Katılıyorum, Ne Katılmıyorum
- 4: Katılıyorum
- 5: Kesinlikle Katılıyorum

#### **Verilerin Analizi**

Franchising sisteminde başarıyı etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik Mersin ilinde yapılan araştırmada çeşitli sektörlerde franchise almış noktalara anket uygulaması yapılmış ve veriler analiz için SPSS 23 programına girilmiştir. Araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanan anket sorularının birbirleriyle olan tutarlılığını ve kullanılan ölçeğin ilgililenen sorunu ne derecede yansıttığını belirten güvenilirlik analizi için Cronbach Alpha testi yapılmış ve  $\alpha$  katsayısı 0,90 olarak bulunmuştur. Bu güvenilirlik değeri (0,90)  $0,80 \leq \alpha \leq 1,00$  aralığında olduğundan ölçek yüksek derecede güvenilir bulunmuştur. Bu değer franchising başarısını ölçmek için literatür çalışması ile belirlenen beş ana boyut ile her boyut için belirlenen ölçütlerin, söz konusu başarının ölçümü için güvenle kullanılabilmesinin bir göstergesidir. Anket yoluyla toplanan verilerin değerlendirilmesinde, katılımcıların demografik özellikleri belirlemek üzere frekans analizleri yapılmıştır. Araştırmaya katılanların, franchisingin başarısını etkileyen faktörlere ilişkin algıları (verdikleri cevaplar) ile demografik değişkenlere göre anlamlı farklar olup olmadığını incelemek üzere belirlenmiş hipotezleri test etmek için t-testi, varyans analizi (anova) testleri yapılmıştır.

## 5. BULGULAR

### Anket Verilerinin Demografik Açıdan Değerlendirilmesi

Ankette katılımcıların demografik özellikleri kapsamında, franchising başarısını etkileyen faktörlere ilişkin algıların şekillendirilmesi üzerinde etkili olabileceği düşünölen cinsiyet, yaş, eğitim, sektörde çalışma süresi ve kuruluştta çalışma süresi olmak üzere beş ana özellik belirlenmiştir. Aşağıda yer alan tablo 1’de katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili bulgular yer almaktadır.

**Tablo 1:** Demografik Özellikler

Değişken	N	Yüzde (%)
Cinsiyet		
<b>Erkek</b>	24	54.5
<b>Kadın</b>	20	45.5
<i>Toplam</i>	<b>44</b>	<b>100.0</b>
Yaş		
<b>20-25 yaş</b>	8	18.2
<b>26-31 yaş</b>	11	25.0
<b>32-37 yaş</b>	12	27.3
<b>38-42 yaş</b>	4	9.1
<b>43 ve üzeri yaş</b>	9	20.5
<i>Toplam</i>	<b>44</b>	<b>100.0</b>
Eğitim Durumu		
<b>Lise</b>	15	34.1
<b>Ön Lisans</b>	4	9.1
<b>Lisans</b>	23	52.3
<b>Lisans Üstü</b>	2	4.5
<i>Toplam</i>	<b>44</b>	<b>100.0</b>
Sektördeki Çalışma Süresi		
<b>1 yıl veya altı</b>	7	15.9
<b>2-4 yıl</b>	15	34.1
<b>5-7 yıl</b>	8	18.2
<b>8-10 yıl</b>	5	11.4
<b>11 yıl veya üstü</b>	9	20.5
<i>Toplam</i>	<b>44</b>	<b>100.0</b>
Kurumdaki Çalışma Süresi		
<b>1 yıl veya altı</b>	13	29.5

<b>2-4 yıl</b>	21	47.7
<b>5-7 yıl</b>	5	11.4
<b>8-10 yıl</b>	2	4.5
<b>11 yıl veya üstü</b>	3	6.8
<i>Toplam</i>	<b>44</b>	<b>100.0</b>

Tablo 1'e bakıldığında, araştırma katılımcıların %54.5'i (24) erkek, %45.5'i (20) bayan olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşları 20 ile 43 yaş ve üzeri arasında değişmekte olup büyük çoğunluğu (%25 + %27,3 + %9,1= %61,4) 25-42 yaş grubunda yer almaktadır. Katılımcıların lise ve lisansüstü eğitim seviyesi aralığında bulunduğu ve büyük çoğunluğunun (34.1 + 52.3= %86,4) lise ve lisans eğitim seviyesine sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Son olarak katılımcıların büyük çoğunluğunun (%47.7 + %11.4 + %4.5 + %6.8= %70.4) 2-4 yıl veya 11 yıl üstü aynı sektörde ve (%34.1 + %18.2 + %11.4 + %20.5= %84.2) aynı kurumda çalıştıkları belirlenmiştir.

### **Franchising Sisteminde Başarıyı Etkileyen Faktörlerin Frekans ve Oransal Değer Bulguları**

Araştırmanın bu bölümünde franchise alıcılarının eğitim, uzmanlık, finansal destek, denetim/kontrol, motivasyon/iş memnuniyetinden oluşan başarı faktörlerine verdikleri önem dereceleri belirlenmeye çalışılmıştır. Diğer bir deyişle belirtilen başarı faktörlerinin franchise alıcıları için bir başarı kaynağı olup olmadığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Tablo 2'de franchising sisteminde başarıyı etkileyen faktörlere katılımcıların verdikleri cevapların frekans dağılımları ve yüzde oranları görülmektedir.

**Tablo 2:** Franchising Sisteminde Başarıyı Etkileyen Faktörlerin Frekans ve Oransal Değer Bulguları

Franchising Sistemi	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Oransal Değer		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		Toplam Katılımcı Sayısı
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Başarıyı Etkileyen Faktörler	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Sistem Eğitimi	29	65.9	10	22.7	3	6.8			2	4.5	44
Uygulama Eğitimi	18	40.9	16	36.4	5	11.4	3	6.8	2	4.5	44
Dizayn Eğitimi	15	34.1	21	47.7	6	13.6	1	2.3	1	2.3	44
Manuel İdare	13	29.5	18	49.9	8	18.2	4	9.1	1	2.3	44
Deneyim	24	54.5	13	29.5	2	4.5	3	6.8	2	4.5	44
Reklam	25	56.8	11	25.0	4	9.1	2	4.5	2	4.5	44
İşe Alım	5	11.4	16	36.4	11	25.0	10	22.7	2	4.5	44
Mağaza Yönetimi	9	20.5	25	56.8	8	18.2	1	2.3	1	2.3	44
Kredi	7	15.9	9	20.5	12	27.3	15	34.1	1	2.3	44
Royalty	19	43.2	16	36.4	4	9.1	4	9.1	1	2.3	44
Eğitim Masrafı	16	36.4	17	38.6	7	15.9	3	6.8	1	2.3	44
Kira Ödemeleri	9	20.5	17	38.6	8	18.2	7	15.9	3	6.8	44
Kontrol Sistemi	12	27.3	22	50.0	3	6.8	5	11.4	2	4.5	44
Sürekli Denetim	10	22.7	23	52.3	6	13.6	4	9.1	2	4.5	44
Hijyen Kontrolü	10	22.7	23	52.3	6	13.6	4	9.1	1	2.3	44
Rapor	7	15.9	19	43.2	14	31.8	3	6.8	1	2.3	44
Ödüllendirme	24	54.5	12	27.3	5	11.4	1	2.3	2	4.5	44
İletişim	24	54.5	14	31.8	3	6.8	1	2.3	2	4.5	44
İtibar	25	56.8	11	25.0	5	11.4	1	2.3	2	4.5	44

Tablo 2'ye bakıldığında, franchising sisteminin başarısı ile **eğitim** arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yöneltilen sorulara verilen cevaplarda katılımcılar; sistem eğitiminin %65.9 + %22.7= %88.6 oranında, uygulama eğitiminin %40.9 + %36.4= %77.3 oranında, dizayn eğitiminin %34.1 + %47.7= %81.8 oranında, manuel idare konusunda verilen eğitimin %29.5 + %49.9= %79.4 oranında, başarıyı etkileyen faktörler arasında yer aldığını düşündükleri görülmektedir. Katılımcılara franchising sisteminin başarısı ile **uzmanlık** arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yöneltilen sorulara verilen cevaplarda katılımcılar; deneyimin %54.5 + %29.5= %84 oranında, reklamın %56.8 + %25.0= %81.8 oranında, işe alımlarda sağlanan desteğin %11.4 + %36.4= %47.8 oranında, mağaza yönetiminde sağlanacak desteğin %20.5 + % 56.8= %77.3 oranında sistemin başarısını etkileyeceğini düşündükleri görülmektedir. Yine franchising sisteminin başarısı ile **finansal destek** arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yöneltilen sorulara verilen cevaplarda, katılımcıların kredi faktörüne %36.4 katıldıkları, %36.4 katılmadıkları ve %27.3 oranında kararsız kaldıkları ve dolayısıyla net bir tercih ortaya koyamadıkları, royalty desteğinin %43.2 + %36.4= %79.6 oranında, eğitim masrafları konusunda yapılacak desteğin %36.4 + %38.6= %75 oranında, kira ödemeleri ile sağlanan desteğin 20.5 + %38.6= %59 oranında sistemin başarısını etkileyeceğini düşündükleri görülmektedir. Katılımcıların diğer bir boyut olan **denetim/kontrol** kapsamında, kontrol sisteminin %27.3 + %50.0= %77.3 oranında, sürekli denetimin %22.7 + %52.3= %75 oranında, hijyen kontrolünün %22.7 + %52.3= %75 oranında ve franchisee'nin düzenli rapor vermesini %15.9 + %43.2= %59 oranında sistemde başarıyı etkileyebilecek unsur olarak gördükleri görülmektedir. Son olarak franchising sisteminin başarısı ile **Motivasyon/İş memnuniyeti** arasındaki ilişkiyi belirlemek için yöneltilen sorulara verilen cevaplarda katılımcıların; ödüllendirmenin %54.5 + %27.3= %81.8 oranında, franchise veren ile alan arasındaki iletişimin 54.5 + %31.8= %86.3 oranında ve itibarın 56.8 + %25.0= %81.8 oranında franchising sisteminin başarısını etkileyeceğini düşündükleri görülmektedir.

## Hipotez Testleri

Araştırmaya katılanların, franchisingin başarısını etkileyen faktörlere ilişkin yukarıdaki tablolarda açıklanan algıları (verdikleri cevaplar) arasında demografik değişkenlere göre anlamlı farklar olup olmadığını incelemek üzere belirlenmiş hipotezleri test etmek için t-testi, varyans analizi (anova) testleri yapılmıştır. Bu testlerin sonuçları takip eden maddelerde açıklanmıştır.

**Cinsiyete göre farklılık analizi:** Araştırma katılımcılarının %54.5'i (24) erkeklerden, %45.5'i (20) kadınlardan oluşmaktadır. Bunların eğitim, uzmanlık, finansal destek, denetim/kontrol, motivasyon/ iş memnuniyeti boyutlarında verdikleri cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığı Tablo 3'de görölmektedir.

**Tablo 3:** Franchising Başarı Boyutları Hipotez Testi (Cinsiyet)

	Cinsiyet	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig (2-tailed)
<b>Eğitim</b>	Kadın	20	4,2250	,56137	,12553	,345
	Erkek	24	4,0104	,86439	,17644	,328
<b>Uzmanlık</b>	Kadın	20	4,1125	,52862	,11820	,126
	Erkek	24	3,7500	,91782	,18735	,110
<b>Finans</b>	Kadın	20	3,9125	,71301	,15943	0,66
	Erkek	24	3,4896	,76072	,15528	0,64
<b>Denetim/Kontrol</b>	Kadın	20	3,7250	,64838	,14498	,645
	Erkek	24	3,8333	,85867	,17528	,636
<b>Motivasyon/iş Mem.</b>	Kadın	20	4,5500	,42268	,09451	,063
	Erkek	24	4,0417	1,12637	,22992	0,50

Tablo 3'de göröldüğü gibi; sig. değeri 0,05'den küçük olan bir faktör bulunmadığından, cinsiyet değişkenine göre kadın ve erkekler arasında franchising başarı boyutları hakkında verilen cevaplar arasında istatistiksel anlamlı bir farklılık görölmemiş olup Hipotez 1 reddedilmiştir.

**Yaşa göre farklılık analizi:** Araştırma katılımcılarının %18.2'si 20-25 yaş, %25'i 26-31 yaş, %27.3'ü 32-37 yaş, %29.6'sı 38-42 yaş ve üzeri grubundadır. Bunların eğitim, uzmanlık, finansal destek, denetim/kontrol, motivasyon/iş memnuniyeti boyutlarında verdikleri cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığı Tablo 4'de görülmektedir.

**Tablo 4:** Franchising Başarı Boyutları Hipotez Testi (Yaş)

	Yaş	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.(2-tailed)
<b>Eğitim</b>	20-25 yaş	8	4,4063	,42125	,535	,711
	26-31 yaş	11	4,0909	,47792		
	32-37 yaş	12	3,9167	,80716		
	38-42 yaş	13	4,0000	,91287		
	43 ve üz.	44	4,1080	,74201		
<b>Uzmanlık</b>	20-25 yaş	8	4,0625	,37201	,434	,783
	26-31 yaş	11	3,9773	,57505		
	32-37 yaş	12	3,8542	1,10504		
	38-42 yaş	13	4,1875	,42696		
	43 ve üz.	44	3,9148	,77935		
<b>Finans</b>	20-25 yaş	8	3,8438	,86538	,976	,432
	26-31 yaş	11	3,7727	,78625		
	32-37 yaş	12	3,5208	,82199		
	38-42 yaş	13	4,1875	,31458		
	43 v3 üz.	44	3,6818	,76128		
<b>Denetim/ Kontrol</b>	20-25 yaş	8	4,0000	,42258	,468	,759
	26-31 yaş	11	3,9318	,77533		
	32-37 yaş	12	3,6250	,97991		
	38-42 yaş	13	3,5625	,89849		
	43 ve üz.	44	3,7841	,76362		
<b>Motivasyon/İş Memnuniyeti</b>	20-25 yaş	8	4,3750	,27817	1,070	,384
	26-31 yaş	11	4,6364	,40701		
	32-37 yaş	12	4,0833	1,17314		
	38-42 yaş	13	4,5000	,43033		
	43 ve üz.	44	4,2727	,90726		

Tabloda 4'de görüldüğü gibi, sig. değerleri 0,05'den küçük değer olmadığı için yaş değişkeni ile franchising başarı boyutları hakkında verilen cevaplar arasında istatistiksel anlamlı bir farklılık yoktur. Hipotez 2 reddedilmiştir.



**Eğitime göre farklılık analizi:** Araştırma katılımcılarının %34.1'i lise, %9.1'i ön lisans, %52.3' lisans, %4.5'i lisansüstü eğitim grubundadır. Bunların eğitim, uzmanlık, finansal destek, denetim/kontrol, motivasyon/iş memnuniyeti boyutlarında verdikleri cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığı Tablo 5'de görülmektedir

**Tablo 5:** Franchising Başarı Boyutları Hipotez Testi (Eğitim)

Eğitim	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig. (2-tailed)
Lise	15	4,3000	,41404		
n Lisans	4	4,5625	,71807		
Lisans	23	3,9674	,87355	1,867	,151
Lisans st	2	3,3750	,17678		
Total	44	4,1080	,74201		

Tablo 5'de görüldüğü gibi sig. değerleri 0,05 den küçük değer olmadığı için eğitim değişkeni ile franchising başarı boyutları hakkında verilen cevaplar arasında istatistiksel anlamlı bir farklılık yoktur. Hipotez reddedilmiştir.

**Sektördeki alışma süresine göre farklılık analizi:** Araştırma katılımcılarının %34.1'i 2-4 yıl (15), %20.5' i 11 yıl veya üstü (9), %18.2'si 5-7 yıl (8), %15.9'u 1 yıl veya altı (7), % 11.4' 8-10 yıl (5) buldukları sektörde çalışmaktadırlar. Bunların eğitim, uzmanlık, finansal destek, denetim/kontrol, motivasyon/iş memnuniyeti boyutlarında verdikleri cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığı Tablo 6'da görülmektedir.

**Tablo 6:** Franchising Başarı Boyutları Hipotez Testi (Sektörde Çalışma Süresi)

	Sektörde Çalışma Süresi	N	Mean	Std.Deviation	F	Sig. (2-tailed)
<b>Eğitim</b>	1 yıl veya altı	7	4,5714	,47246	1,370	,262
	2-4 yıl	15	4,1167	,80659		
	5-7 yıl	8	4,2188	,55802		
	8-10 yıl	5	3,8500	,54772		
	11 yıl ve üzeri	9	3,7778	,93076		
	Total	44	4,1080	,74201		
<b>Uzmanlık</b>	1 yıl veya altı	7	4,0000	,45644	,468	,759
	2-4 yıl	15	3,9667	,95836		
	5-7 yıl	8	3,8750	,64087		
	8-10 yıl	5	4,2000	,41079		
	11 yıl ve üzeri	8	3,6389	,95288		
	Total	44	3,9148	,77935		
<b>Finans</b>	1 yıl veya altı	7	3,7857	,46611	,433	,784
	2-4 yıl	15	3,7500	1,00445		
	5-7 yıl	8	3,8125	,45806		
	8-10 yıl	5	3,6500	,89443		
	11 yıl ve üzeri	9	3,3889	,68592		
	Total	44	3,6818	,76128		
<b>Denetim/Kontrol</b>	1 yıl veya altı	7	3,9286	,67259	7,12	,588
	2-4 yıl	15	3,6333	1,03452		
	5-7 yıl	8	3,9375	,45806		
	8-10 yıl	5	4,1500	,37914		
	11 yıl ve üzeri	9	3,5833	,67315		
	Total	44	3,7841	,76362		
<b>Motivasyon/İş memnuniyeti</b>	1 yıl veya altı	7	4,3333	,43033	,457	,767
	2-4 yıl	15	4,2000	,103740		
	5-7 yıl	8	4,4583	,64087		
	8-10 yıl	5	4,6000	,54772		
	11 yıl ve üzeri	9	4,0000	1,30171		
	Total	44	4,2727	,90726		

Tablo 6’da görüldüğü gibi; sig. değerleri 0,05 den küçük değer olmadığı için sektörde çalışma değişkeni ile franchising başarı boyutları hakkında verilen cevaplar arasında istatistiksel anlamlı bir farklılık yoktur. Hipotez 4 reddedilmiştir.

**Kurumdaki çalışma süresine göre farklılık analizi:** Araştırma katılımcılarının %34.1’i 2-4 yıl (15), %20.5’ i 11 yıl veya üstü (9), %18.2’si 5-7 yıl (8), %15.9’u 1 yıl veya altı (7), % 11.4’ü 8-10 yıl (5) buldukları sektörde çalışmaktadırlar. Bunların eğitim, uzmanlık, finansal destek, denetim/kontrol, motivasyon/iş memnuniyeti

boyutlarında verdikleri cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığı Tablo 7’de görülmektedir.

Katılımcıların cevaplarının kurumdaki çalışma sürelerine göre analizinin sonuçları Tablo 7’de görülmektedir. Buna göre, verilen cevaplar arasında sig. değerleri 0,05 den küçük değeri olmadığı için, katılımcıların kurumda çalışma süreleri açısından istatistiksel anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmaktadır. Hipotez 5 reddedilmiştir.

**Tablo 7:** Franchising Başarı Boyutları Hipotez Testi (Kur.Çal.Sür)

	Kurumdaki Çalışma Süresi	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.(2-tailed)
Eğitim	1 yıl veya altı	13	4,4038	,48454	1,321	,279
	2-4 yıl	21	4,0833	,75966		
	5-7 yıl	5	3,6500	,37914		
	8-10 yıl	2	4,2500	,35355		
	11 yıl ve üzeri	3	3,6667	1,70171		
	Total	44	4,1080	,74201		
Uzmanlık	1 yıl veya altı	13	4,0192	,50478	2,410	,066
	2-4 yıl	21	3,8214	,81832		
	5-7 yıl	5	4,4000	,57554		
	8-10 yıl	2	4,5000	,00000		
	11 yıl ve üzeri	3	2,9167	1,25831		
	Total	44	3,9148	,77935		
Finans	1 yıl veya altı	13	3,6731	,58971	,269	,896
	2-4 yıl	21	3,7857	,88842		
	5-7 yıl	5	3,5000	,53033		
	8-10 yıl	2	3,5000	,00000		
	11 yıl ve üzeri	3	3,4167	1,25831		
	Total	44	3,6818	,76128		
Denetim/ Kontrol	1 yıl veya altı	13	3,8846	,72612	,160	,957
	2-4 yıl	21	3,7500	,91515		
	5-7 yıl	5	3,7000	,32596		
	8-10 yıl	2	4,0000	,00000		
	11 yıl ve üzeri	3	3,5833	,76376		
	Total	44	3,7841	,76362		
Motivasyon/İş memnuniyeti	1 yıl veya altı	13	4,3333	,40825	2,521	0,56
	2-4 yıl	21	4,3968	,92867		
	5-7 yıl	5	4,4667	,76739		
	8-10 yıl	2	4,3333	,94281		
	11 yıl ve üzeri	3	2,7778	1,67774		
	Total	44	4,2727	,90726		

## **Katılımcıların Kanaatleri**

Araştırma kapsamında uygulanan anketin son bölümünde katılımcılara; franchise uygulamalarının başarılı olması için gerek franchise'ı alan gerekse veren açısından önemli olduğunu düşündükleri başka faktörlerin olup olmadığı sorulmuştur. Araştırmaya katılan toplam 44 katılımcıdan 29'u anket sorularını yeterli bulmuş ve kişisel kanaat belirtmemiştir. Diğer 15 katılımcı kişisel kanaatlerini belirtmiş olup alınan görüşler çerçevesinde katılımcıların önemseddiği diğer faktörler şunlardır;

- Araştırmaya katılanlardan 4'ü franchising sözleşmelerinin genel olarak franchising veren firmaları koruyucu kapsamda olduğunu ve sözleşmelerde franchising alanların yeteri kadar korunmadığını düşünmektedir.
- Bir katılımcı (gıda sektöründe hizmet veren), franchising veren firmaların kar amaçlı ucuz ve daha düşük kalitede ürün yönelişinde olduğunu ve bu durumun müşteri memnuniyetini olumsuz yönde etkilediğini belirtmektedir.
- Araştırmaya katılanlardan 3'ü franchising veren firmaların işletmenin lokasyonunu göz önünde bulundurularak, bölgesel tercihlerin daha fazla dikkate alınması gerektiğini belirtmiştir.
- İki katılımcı, franchising veren firmaların, alıcı firmaları motive edici ve destekleyici kampanyalar yapmasını istemektedir. Bir katılımcı franchising alan firmaların güncel olarak franchisor'a (veren) bilgi aktarımında ve geri bildirimde bulunması gerektiğini düşünmektedir.
- Yine bir katılımcı franchise veren firmaların düzenli aralıklarla yapacağı ziyaretlerin kalite standartlarını olumlu etkileyeceği kanaatindedir.
- Katılanlardan 1'i bulunulan ildeki sosyo-ekonomik düzeyin daha iyi araştırılması gerektiğini, fiyat, tanıtım gibi unsurların bu eksende düzenlenmesi gerektiğini belirtmiştir.
- İki katılımcı ise sözleşmede franchise alan firmanın daha katı ve bağlayıcı kurallara tabi tutulduğunu ve hafifletilmesi gerektiğini düşünmektedir.

## 6. SONUÇ

İçerisinde bulunduğumuz dönemde işletmeler, gerek küreselleşme ve gerekse ilerleyen teknoloji sebebiyle yoğun değişim ve rekabet koşullarında varlıklarını devam ettirmeye çalışmaktadırlar. Sert rekabet ortamı, işletmeleri iş birliği yapmaya yöneltmektedir. İşletmeler sahip oldukları farklı yetenek ve kaynakları bir araya getirerek zorlu rekabet koşullarıyla daha iyi mücadele edebilmektedir.

Stratejik işbirliği birçok farklı yolla yapılabilmektedir. Franchising sistemi de bu işbirliklerinin birçok farklı sektörde en yaygın uygulanan şeklidir. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’ de de hızla önemli bir yer tutan bu sistem, Türk girişimcilerin franchising verir duruma gelişiyle hem yeni pazarlara açılmayı kolaylaştırması hem de ülke ekonomisine sağladığı katkılar sebebiyle önemlidir. Stratejik iş birlikleri çerçevesinde ele alınan, franchising sisteminin başarısını arttırmaya yönelik faktörlerin belirlenmesini hedefleyen araştırmada bu faktörler; **eğitim, uzmanlık, finansal destek, denetim/kontrol ve motivasyon/iş memnuniyeti** başlıkları altında toplanmış ve alt boyutları tespit edilmiştir. Kısaca franchise verenin, franchise alıcısına sağlayacağı;

- Eğitim desteğinin; yapılacak iş faaliyetlerinin etkili, doğru öğrenilmesi ve dolayısıyla yürütülmesi.
- Uzmanlık desteğinin; franchise veren imtiyaz sahibinin, iş ile ilgili bilgi ve tecrübelerinden yararlanılması.
- Finans desteğinin; franchise alıcısının maddi anlamda daha rahat koşullarda işi başlatıp, sürdürebilmesi.
- Denetim/kontrol desteğinin; hem franchise verenin oluşturduğu marka itibarının hem de işin mevcut standartlarının korunabilmesi.
- Motivasyon/iş memnuniyeti ile ilgili desteğin; franchise veren ile alan arasındaki uyum, koordinasyon ve franchise alıcılarının işe teşvikini sağlayarak, franchising sisteminde başarıyı olumlu yönde etkileyebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışma kuramsal çerçevesi ve franchising sisteminde başarıyı arttıran faktörlerin analizlerle detaylı biçimde değerlendirilmesi ile franchising sisteminin başarısını arttıran faktörlerin belirlenmesi noktasında literatüre katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

## **KAYNAKÇA**

- Akın, M. (1995), “Kitleleş Üretim Sonucu Ortaya Çıkan Yeni Bir Dağıtım ve Pazarlama Yöntemi: Franchising”, Verimlilik Dergisi, Sayı: 3, s: 67-82.
- Arslan K. (2006), “Kobilerde Yönetim ve Pazarlama Aracı Olarak Franchising”, İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları.
- GULATI, R. (1995), “Social structure and alliance formation patterns: A longitudinal analysis”, Administrative Science Quarterly, Vol: 40, Sayı: 4, 619–652.
- Hill, C. (2002), “International Business: Competing in The Global Market place”, Boston: McGraw-Hill.
- Hopkinson Gillian C.; Hogarth-Scott, Sandra, (1999), “Franchise Relationship Quality: Micro-Economic Explanations” , European Journal of Marketing, vol. 33 issue 9/10, s: 827- 844.
- Knight, Richard. M., (1986), “Franchising From The Franchisor And Franchisee Points Of View”, Journal of Small Business Management, s: 8-15.
- Kurt, Z., (2016), “Franchising Uygulamasının Başarısını Etkileyen Faktörler: Mersin İlinde Bir Araştırma”, (yüksek lisans tezi), Toros Üniversitesi, Mersin.
- LEVY, Michael; A. WEITZ Barton, Retailing Management, Richard D. Irwin Inc. Homewood Boston, USA, 1992, s: 64
- LIN, Jing (2006), “An analysis of strategic alliance formation from resource-based view”, Seminar in Business Strategy and International Business, Helsinki University of Technology, s:1–22.
- Morrison, Kimberley A., (1996), “An Empirical Test of a Model of Franchisee Job satisfaction”, Journal of Small Business Management, s: 27-41.
- Panorama Dergisi, (1993), “Ünlü Markalarla İş Yapma Zamanı”, Sayı:11
- Sudarsanam, S., (2003). “Creating value from mergers and acquisitions. Prentice”, Hall Publication, s: 54-56
- Shane, Scott - CSpell, (1998), “Factors for New Franchise Success”, Sloan Management Review, Vol.39, (3), s: 43-50.

SEFER, Ferah, (1997), “Franchising İşlemleri ve Vergilendirilmesi”, Vergi Sorunları Dergisi, Ağustos, Sayı: 107

TDK (Türk Dil Kurumu). (2002), “Yabancı Kelimelere Karşılıklar”, (2. Baskı).

Ufrad Türkiye Rehberi, (1988).

Ulaş D. (1999), “Franchising Sistemi”, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Ülgen H. ve Mirze, K. (2007), “İşletmelerde Stratejik Yönetim”, İstanbul: Arıkan Basım Yayın.

Whittemore, M. (1984), “The Great Franchise Boom, Nation’s Business”, September, pp: 20-24.



## Türkiye ve Mersin’de Tarımsal Arazi Kullanımı ve Bitkisel Üretim\*

*Agricultural Land Use and Vegetation Production in Turkey and Mersin*

**İbrahim BOZ \***

**Öz:** Türkiye’de son yıllarda tarım sektörü ve kırsal kalkınma sıkça tartışılmaya başlanmıştır. Bunun en önemli sebebi ise tarım ve gıda ürünlerinin fiyatlarında görülen ani ve yüksek artışlardır. Tarım ve gıda ürün arzında görülen daralmanın sebeplerinden birisi tarımsal arazinin hem Türkiye’de hem de Mersin’de giderek küçülmesi olabilir. Bu çalışmada öncelikle Türkiye ve ardından Mersin’de tarımsal arazi büyüklüklerinin nasıl değiştiği ele alınmaktadır. Daha sonra açık tarım alanlarındaki bitkisel üretimin türleri ve miktarlarındaki değişimler irdelenmektedir. Çalışmada ayrıca tarımsal arazideki azalmayı kısmen telefi eden örtü altı üretim alanlarındaki gelişmeler ele alınmıştır. Çalışmanın son kısımlarında Türkiye ve Mersin’deki örtü altı sebze ve meyve üretim miktarlarındaki gelişmeler irdelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Bitkisel üretim, kırsal kalkınma, Mersin, örtü altı, tarım, tarım arazisi, Türkiye.

\* Bu çalışmada kullanılan verilerin temininde değerli yardımlarını esirgemeyen TÜİK ve Mersin Tarım ve Orman İl Müdürlüğü uzmanlarına içten teşekkürlerimi ifade etmek isterim.

\* Dr. Öğr. Üyesi, Toros Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, ibrahim.boz@toros.edu.tr



**Abstract:** *Success of agricultural industry and rural development in Turkey have been started to be discussed very often recently. The main reason of such debate is to notice sudden and high price increases in agricultural products and food prices. One of the reasons of supply decreases in agricultural products and food might be that magnitudes of agricultural lands in Turkey and Mersin have been decreased in size. In the study, how magnitudes of agricultural lands in Turkey and Mersin have been changed are analyzed. Then types and amounts of vegetation production in agricultural lands are analyzed. Afterwards the improvements on undercover production facilities which compensate partially the decrease in agricultural lands in Turkey are discussed. In the last part of the study, the developments in vegetable and fruit production in the undercover production fields are analyzed.*

**Keywords:** *Agriculture, agricultural land, Mersin, rural development, Turkey, undercover agriculture fields, vegetation production.*

## 1. GİRİŞ

Türkiye’de son yıllarda tarım sektörünün vardığı nokta giderek daha yoğun bir şekilde tartışılmaya başlanmıştır. Bir zamanlar (1960 ve 1970’lerde) dünyada gıda üretiminde kendine yeterli olan 7 ülkeden biri olduğu iddia edilen Türkiye, içinde bulunduğumuz 2019 yılında patates ve soğanı yurt dışından ithal etmek zorunda kalmıştır. Bunun temel sebebi hiç şüphesiz piyasa perakende satış fiyatlarındaki ani ve yüksek fiyat artışları olmuştur. Hükümet artan tüketici şikayetleri karşısında çareyi özellikle toptan gıda tüccarını kontrol edebilmek amacıyla ithalatta görmüştür. Bunun sonucunda artan arz karşısında, perakende satış fiyatlarında belli bir düşme görülmekle beraber, küçük üreticinin emeğinin karşılığını alamama ve para kazanamama yolundaki şikayetlerinde önemli bir iyileşme görülmemektedir.

Diğer taraftan 2019 yılının başından itibaren hükümetin gıda fiyatlarındaki artışı dizginlemek için bir başka çare olarak kurduğu gıda tanzim satış mağaza veya pazarları beklendiği şekilde yok olmuştur. Bu mağaza ve pazarlarda gıda fiyatlarını piyasa fiyatının altında (31 Mart 2019 yerel seçimler öncesi) satmaya çalışan kamu kuruluşları, belediyeler ve özel sektör mağazalarının zarar ederek bu satışları yaptıkları ortaya

çıkıştır. Gerçekte Türkiye’nin 1970’li yıllardan beri özellikle büyük şehirlerde uygulamaya çalıştığı gıda tanzim satış mağazaları deneyimi ülkemizde gayet iyi bilinmektedir. Söz konusu tanzim satış mağazaları piyasa koşullarına teslim olarak ya piyasadan çekilmiştir ya da özelleştirilmiştir.

Bu çalışmanın temel amacı Türkiye’de kırsal kalkınma konusunda gözlenen en önemli sorunlardan biri olduğu düşünülen arazi kullanımının zaman içinde nasıl değiştiğini irdelemektir. Bu amaçla çalışmada Türkiye ve Mersin’deki tarımsal arazi varlığındaki değişimler ve bu alanlarda üretilen bitkisel üretim miktarlarındaki gelişmeler irdelenecektir. Dolayısıyla çalışmanın kapsamına sadece tarımsal arazi ve örtü altı üretim alanlarının büyüklüklerinin irdelenmesi ile bu alanlarda elde edilen ürünlerin miktarlarının analiz edilmesi girmektedir. Ancak bu alanlarda elde edilen bitkisel üretimin yarattığı katma değer, döviz ve istihdam gibi ekonomik etkilerin irdelenmesi çalışmanın kapsamına girmemektedir.

## **2. TÜRKİYE’DE TARIMSAL ARAZİ KULLANIMI: 1988-2018**

Aşağıda bulunan Tablo 1’den görüldüğü gibi hemen hemen bütün kategorilerde Türkiye’de tarım ve orman arazi varlığında artış görülmektedir, hatta alt kategorilerde azalma görülmektedir. En sorunsuz alan orman alanları olduğu için analize buradan başlamak tabloyu anlamayı kolaylaştıracaktır. Tablonun kapsadığı 1988-2018 yıllarında son 30 yıllık sürede orman alanlarında azalma değil artış görülmektedir. 1988’de Türkiye’nin orman varlığı 20 199 bin hektardan, 2018’de 22 343 bin hektara ulaşmıştır. İlimli artışlarla Türkiye yüzölçümünün yüzde 28.5’una ulaştığı görülmektedir. Önemli bir başarıdır. Çünkü dünyada bazı ülkelerin orman varlıklarını korumada büyük güçlüklerle karşılaşabildikleri medyadan görülebilmektedir.

Çayır ve mera varlıklarımıza baktığımızda durum pek de olumlu sayılmaz. Mutlak varlık büyüklüğüne baktığımızda tablonun başlangıç yıllarında çayır ve mera arazisininin 14 177 bin hektar seviyelerinden

başlayıp, önce 12 378 bin hektara azaldığı, son yıllarda ise 14 617 bin hektar seviyesine çıktığı görülmektedir. Çayır ve mera arazi büyüklüğü incelendiğinde, arazi varlığının 2001 yılından itibaren 2018 yılı dahil olmak üzere 14 617 bin hektar olarak hiç değişmediği görülmektedir. Acaba bu mümkün müdür? Mevcut siyasi rejimin yönetimi altında çayır ve mera arazilerimizin miktarı nasıl oluyor da hiç değişmiyor? 2002-2018 yıllarında Türkiye’de arazi kullanımında önemli gelişmelerin yaşandığı söylenebilir. Bunlar elbette söz konusu miktarı çoğunlukla azaltıcı etki yapmaktadır.

Bu etkilerden birincisi hiç şüphesiz artan kentleşmeyle birlikte şehirlerin çevresindeki orman vasfında olmayan (B2 diye bilinen) arazilerin kullanımında, çayır ve meraların yerleşime açılması nedeniyle, önemli değişiklikler olmuştur. Yapılan yasal düzenlemeyle (6292 sayılı kanun) işgal altındaki bu araziler işgalcilere satılmıştır. Benzer şekilde turizm yatırım ve maden çıkarma ruhsatı verilen işletmelerin kullandığı araziler de önemli ölçüde orman, çayır ve mera arazilerini kullanmışlardır. Özellikle Doğu Karadeniz bölgesindeki yaylarda görülen yapılaşma ve bu bölgedeki 8 ilin yaylalarını birbirine bağlayan 2600 km yol inşaatının Türkiye’nin çayır ve mera arazilerini artırmayacağı açıktır. Son olarak bu konuda ileri sürülecek bir diğer argüman ise Türkiye’nin büyük ve küçük baş hayvan yetiştiriciliğinde karşılaştığı temel açmaz ise, hayvanların yayıldığı ve beslendiği çayır ve meraların yok edilmesi sonucu, ithal yem ile besicilik yapılmasının maliyetleri artırması ve buna bağlı olarak fiyatların artması sonucu, arzın ve talebin azalmasından başka bir şey değildir. Bir başka ifadeyle Türkiye’nin büyük ve küçükbaş hayvansal üretiminde karşı karşıya kaldığı krizin en önemli sebebi yöneticilerimizin çayır ve meraları başka amaçlarla kullanmaya karar vermiş olmaları değil midir?

Tarımsal arazinin küçülmesine neden olan bir diğer gelişme ise artan kentleşmeyle birlikte genişleyen yerleşim alanlarının bu şehirlerdeki tarımsal arazinin zamanla küçülmesine neden olmasıdır. Bir başka ifadeyle artan kentleşme tarım arazilerinin işgal edilmesine neden olmaktadır. Bu konuda yapılan bir başka çalışmaya göre 1995 ile 2012 arasında tarımsal araziler 3 milyon hektar (yüzde 11) küçülmüştür. Bu

küçülmenin (1.9 milyon hektar) yaklaşık üçte ikisi (yüzde 63.8) 16 büyükşehir belediye şehirlerinde gerçekleşmiştir. Geri kalan 1.1 milyon hektar küçülme ise diğer 65 şehre aittir (Yaşar, 2014: 8). 2004 yılında çıkarılan büyükşehir yasasına göre şehir merkezlerinin etrafında bulunan tarım arazilerinin yönetimi büyükşehir belediyelerine ait olduğu için bu arazilerin kullanım tercihleri gayrimenkul ve inşaat sektörlerinin ihtiyacı yönünde kullanılmıştır (Yaşar, 2014: 1). Dolayısıyla 2002 yılından beri tek başına kanun çıkarma gücüyle hareket eden mevcut iktidar partisi merkezi yönetiminin bir siyasi tercihi olarak, tarımsal arazinin kullanımını yerel yönetimlere bırakarak, arazi rantı yaratma ve yönetme imkanı sağlamış olmaktadır. Bu durumda 2004 yılından beri büyükşehir belediyelerinin tasarrufunda bulunan tarım arazilerinin bilinçli bir şekilde azaltıldığını söylemek mümkündür.

Tam da bu aşamada son yıllarda Türkiye’de ulusal televizyon kanallarında yayınlanan tarım arazilerinin korunmasına yönelik kamu spotu hatıralarda canlanmaktadır. 2014-2016 yıllarında yayınlanan bu kısa süreli filmlerde ülkemizde her türlü amaca uygun yapı yapmak için yeterince arazinin mevcut olduğu vurgulanarak, tarım arazilerinden fişkırın binaları yapmadan önce tarım bakanlığından (Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı) görüş alınmasının yararlı olacağı izleyicilere hatırlatılmaktadır. 2004 yılında çıkarılan büyükşehir kanununun verdiği yetkiyle aradan geçen 10 yıl içerisinde tarım arazilerinin tüketilmesinden pişmanlık duyulmuş olmalı ki vatandaşın destek bekleniyor. Timsah gözyaşı denebilecek bu kamu spotu, aslında kamu yönetimindeki trajikomik tutarsızlığı sergilemekten öteye gitmiyor. Çünkü burada danışması gereken taraf belediyenin verdiği yetkiyle arazisine inşaat yapan vatandaş değil, söz konusu tarım arazilerini inşaata açmadan önce ilgili büyükşehir belediyelerinin bu kararlarının öncesinde tarım bakanlığından görüş sorması veya izin almasıdır. Diğer taraftan her türlü kanun çıkarma ve izin yetkisini elinde bulunduran kamu yöneticilerinin, elinde hiçbir yetki bulunmayan vatandaşın anlayış ve yardım bekler görüntüsüne ilişkin bu kamu spotuyla, tavşana kaç tazıya tut denmiş olmuyor mu?

**Tablo 1:** Türkiye’de Tarımsal Arazi Kullanımı, Çayır, Mera, Orman Dahil, 1988-2018, Bin Hektar.

1 hektar =100x100 metre=10 000 m2	1988	1990	1992	1994	1996	1998
Tarım alanı toplamı (1+2+3)	41 940	42 033	39 953	40 049	39 364	39 344
1.Toplam işlenen tarım alanı (1.1+1.2+1.3)	24 786	24 827	24 563	24 605	24 457	24 362
1.1.Ekilen	18 995	18 868	18 811	18 641	18 469	18 561
1.2.Nadasa bırakılan	5 179	5 324	5 089	5 255	5 094	4 902
1.3.Sebze bahçeleri	612	635	663	709	894	899
2.Toplam uzun ömürlü bitkiler (meyve, içecek, baharat, bağ ve zeytin ağaçları)	2 977	3 029	3012	3 066	2 529	2 604
2.1.Diğer meyve, içecek ve baharat bitkileri	1531	1583	1565	1618	1401	1463
2.2.Bağ alanı	590	580	576	567	560	541
2.3.Zeytin ağaçlarının kapladığı alan	856	866	871	881	568	600
3.Çayır ve mera arazisi	14 177	14 177	12 378	12 378	12 378	12 378
4.Orman alanı	20 199	20 199	20 199	20 199	20 199	20 199
Tarım ve orman alanlarının toplamı (1+2+3+4)	62 139	62 232	60 152	60 248	59 199	60 047
	<b>2000</b>	<b>2002</b>	<b>2004</b>	<b>2006</b>	<b>2008</b>	<b>2010</b>
Tarım alanı toplamı (1+2+3)	38 757	41 196	41 210	40 493	39 122	39 011
1.Toplam işlenen tarım alanı (1.1+1.2+1.3)	23 768	23 905	23 813	22 981	21 555	21 384
1.1.Ekilen	18 038	17 935	17 962	17 440	16 460	16 333
1.2.Nadasa bırakılan	4 826	5 040	4 956	4 691	4 259	4 249
1.3.Sebze bahçeleri	904	930	895	850	836	802
2.Toplam uzun ömürlü bitkiler (meyve, içecek, baharat, bağ ve zeytin ağaçları)	2 611	2 674	2 780	2 895	2 950	3 011
2.1.Diğer meyve, içecek ve baharat bitkileri	1476	1524	1616	1670	1693	1749
2.2.Bağ alanı	535	530	520	514	483	478
2.3.Zeytin ağaçlarının kapladığı alan	600	620	644	712	774	784
3.Çayır ve mera arazisi	12 378	14 617	14 617	14 617	14 617	14 617
4.Orman alanı	20 763	20 763	20 763	21 189	21 189	21 537
Tarım ve orman alanlarının toplamı (1+2+3+4)	59 460	61 899	62 399	61 685	60 311	60 548
	<b>2012</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Tarım alanı toplamı (1+2+3)	38 399	38 558	38 551	38 328	37 964	37 817
1.Toplam işlenen tarım alanı (1.1+1.2+1.3+1.4)	20 581	20 699	20 650	20 382	19 998	19 738
1.1.Ekilen	15 463	15 782	15 723	15 575	15 498	15 436
1.2.Nadasa bırakılan	4 286	4 108	4 114	3 998	3 697	3 513

1.3.Sebze bahçeleri	827	804	808	804	798	784
1.4.Süs bitkileri	5	5	5	5	5	5
2.Toplam uzun ömürlü bitkiler (meyve, içecek, baharat, bağ ve zeytin ağaçları)	3 201	3 243	3 284	3 329	3 348	3 462
2.1.Diğer meyve, içecek ve baharat bitkileri	1925	1950	1985	2048	2085	2181
2.2.Bağ alanı	462	467	462	435	417	417
2.3.Zeytin ağaçlarının kapladığı alan	814	826	837	846	846	864
3.Çayır ve mera arazisi	14 617	14 617	14 617	14 617	14 617	14 617
4.Orman alanı	21 678	21 678	22 343	22 343	22 343	22 343
Tarım ve orman alanlarının toplamı (1+2+3+4)	60 077	60 236	60 894	60 671	60 307	60 160
Mukayese için Türkiye’nin toplam yüzölçümü 783 562km <sup>2</sup> = 78 356 bin hektar.						
<b>Kaynak:</b> TÜİK, Tarım ve Orman Alanları, 1998-2018 (Asıl kaynak: Tarım ve Orman Bakanlığı)						

Tablo 1’in analiz edilmesinden görülecektir ki tablonun kapsadığı 30 yıl içinde sebze bahçeleri alanı hafif bir artışla 800 bin hektar seviyelerinde istikrar kazanmış gibi gözükmektedir. Türkiye’nin artan nüfusu ve ihracat üretimi bir yandan daha fazla araziye gerektirirken, diğer taraftan örtü altı ve sulama tekniklerindeki gelişmeler birim alanda elde edilen hasılatı artıracak (verimlilik artışı) için yeni arazi ihtiyacını sınırlayacaktır. Sonuçta sebze bahçeleri alanında önemli bir değişim görülmemektedir. Diğer taraftan süs bitkileri için kullanılan alanın toplam arazi kullanımında hiçbir önemli etkisi yoktur. Nadasa bırakılan alanlarda görülen istikrarlı azalma ise kısmen gelişen tarım teknolojisiyle açıklanabilir. Ancak ekilen tarım alanlarındaki azalmayı açıklamak için başka argümanlara ihtiyaç vardır. Türkiye’nin tarımda kanayan yarası olan tahıl ve diğer bitkisel ürünler için kullandığı ekili alanları son 30 yılda yaklaşık 18 995 bin hektardan 15 436 bin hektara inmiştir. Tablo 1 incelendiğinde azalmanın eğiminin oldukça istikrarlı olduğu ve belli bir yapısal değişimi ifade ettiği söylenebilir. 2019 yılının başlarında Türkiye’nin artan patates ve soğan fiyatları karşısında çareyi Mısır ve Suriye’den ithalat yapmakla bulmaya çalışması, bizzat bu veriyle ilgilidir. Yani Türkiye herhangi bir nedenle (yanlış tarım politikaları nedeniyle elbette) yeterince üretmediği bir tarımsal ürünü ithal etmek zorunda kalabiliyor. 1988’den 2018’e tahıllar ve diğer bitkisel ürünlerin alanının yüzde 19’luk azalması Türkiye adına önemli bir gerilemedir hiç şüphesiz.

Tablo 1'de son olarak toplam uzun ömürlü bitkilerin alanına bakıldığında, ki bu alanlar diğer meyveler, içecek ve baharat bitkileri alanı, bağ alanları, zeytin ağaçlarının kapladığı alanlardan oluşmaktadır, hafif bir artış eğiliminde olduğunu görmek mümkündür. 1988 yılında 2 977 bin hektar olan uzun ömürlü bitkiler alanı 2018'de yüzde 16 artış ile 3 462 bin hektara çıkmıştır. Alt bileşenlerine bakıldığında bu artışın büyük ölçüde meyve ağaçlarının kapladığı alandaki artıştan kaynaklandığını söylemek mümkündür. Çünkü bağ alanlarında net bir azalma varken, zeytin ağaçlarının kapladığı alanda fazla bir değişim olmamıştır. Bağ alanlarındaki azalmanın sebebinin ise çok net bir biçimde son yıllarda şarap üretimine yönelik hükümet politikaları olduğu bilinmektedir. Çok kaliteli ve özenli şarap üreticileri dahi artan vergileme ve yasaklanan şarap satış reklamları nedeniyle sektörü terk etmektedirler. Bu konuda aşağıdaki haber durumu açıklamaya yetmektedir.

**Sözcü Gazetesi, 8 Eylül 2019:**

*“Dünya yaş üzüm üretiminde üçüncü sırada olan Türkiye’de şarap ihracatı 17 yılda yüzde 51 azalmıştır. Türkiye’nin şarap ihracatında 54. sırada olduğu belirtilen yazıda, 37 milyar dolarlık küresel pazarda, Türkiye’nin sadece 10 milyon dolarlık ihracatı bulunmaktadır. Üzüm üretiminde dünya üçüncüsü olan Türkiye’nin şarap ihracatı 2002 yılında 8.3 milyon litreden 2018’de 4 milyon litreye azalmıştır. İhracat gelirimiz ise 2002’de 6.1 milyon dolar iken, 2018’de 10.1 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Dünya’da 11 milyar dolarla Fransa birinci, 7 milyar dolarla İtalya ikinci, 3.5 milyar dolarla İspanya üçüncü durumdadır. Komşumuz Gürcistan 2015 yılında 95 milyon dolarlık şarap ihracatı yaparken, 2018 yılında ihracatını yüzde 100 artırarak 197 milyon dolara çıkarmıştır.”* Bu güncel haber Türkiye’nin tarım ve kırsal kalkınma politikasını özetlemektedir.

Son olarak tabloda uzun ömürlü bitkilerin diğer bileşenlerine bakıldığında, ilginç bir şekilde zeytin ağaçlarının kapladığı alanlarda kayda değer bir değişim olmadığı görülmektedir. Son yıllarda zeytinlikleri imara açma çalışmalarına rağmen ilgili zeytin kanununun bu korumada etkili olduğunu söylemek mümkündür.

Türkiye’deki tarım arazi büyüklüklerini 1949-2015 yılları arasındaki 66 yıllık bir süreyle inceleyen bir diğer çalışmaya göre 1949, 1960, 1970 ve 1980 yılları sayımlarına göre tarım arazileri büyüklükleri artarken, 1990-2015 döneminde (1990, 2000, 2010 ve 2015 yıllarında) ise tarım arazilerinde mutlak azalış gerçekleşmiştir (Bayar, 2018: 189).

Türkiye’deki tarımsal arazinin nicelik ve nitelik değişimleri konusunda kamusal bir komisyonun ortak eseri olarak genel bir bakış açısını yansıtması açısından (Sözkonusu raporun sorumluluğu yazarlarına aittir.) Tarım Özel İhtisas Komisyonunun “Tarım Arazilerinin Sürdürülebilir Kullanımı Çalışma Grubu Raporu”nun da gözden geçirilmesi yararlı olabilir. Bu çalışmada diğer çalışmalarda olduğu gibi 1928 yılından itibaren 1950 ve 1980 yılında tarım arazilerinin artış kaydederek 28 milyon hektara çıktığı, 1990’lı yıllardan itibaren daralmaya başladığı ifade edilmektedir. Sözkonusu rapora göre Türkiye’de tarım arazilerindeki daralmanın 6 nedeni bulunmaktadır. Bunlar i) tarım arazilerinin tarım dışı amaçlarla kullanıma tahsis edilmesi, ii) sektörden tasfiye olan küçük ölçekli işletme arazilerinin bir kısmının tarım dışı kalması, iii) yanlış tarımsal faaliyetler ile yanlış arazi kullanımı sonucu toprak bozulmaları, iv) kurumlararası koordinasyon eksikliği ve yetki karmaşası, v) mevzuattaki çelişki ve yetersizlikler, vi) kırsal alandan göç edilmesi olarak sıralanmaktadır (Özel İhtisas Raporu, 2014: xiv-8).

Tablo 1’de 1988-2018 yılları arasında Türkiye’de dar manadaki tarım arazisindeki (1. işlenen tarım alanı + 2. uzun ömürlü bitkiler) net değişmeye bakıldığında, 1988 yılındaki 27 763 bin hektar (24 786 + 2977) olan tarım arazileri, 2018’de 23 200 bin hektara (19 738 + 3 462) azalmıştır. Yani dar manada tarım arazileri (çayır ve meralar hariç) 4 563 bin hektar azalmıştır. Bu miktar 45 630 km<sup>2</sup> anlamına gelmektedir.

### **3. MERSİN’DE TARIMSAL ARAZİ KULLANIMI: 1995-2018**

Aşağıda bulunan Tablo 2’de ise Mersin’de bulunan tarım arazi kullanımı 1995-2018 yıllarını kapsayacak şekilde 24 yıllık bir dönem içinde verilmektedir. Mersin’de tarımsal arazi varlığının ne ölçüde korunduğuna ilişkin genel eğilim, yukarıda ele alınan Türkiye’deki genel durumdan pek farklı değildir. Genel eğilimi göstermesi açısından işlenen tarımsal alan ile uzun ömürlü bitkiler toplamını gösteren birinci satırda yer alan



(I+II) veriler incelendiğinde 1995-2018 arasında 397 220 hektardan başlayıp, 339 740 hektara indiği görülmektedir. Bu değişim 24 yıllık süre içerisinde yüzde 14.5'lik bir azalma anlamına gelmektedir. Azalmanın özellikle 2014 sonrası gerçekleştiği görülmektedir.

İşlenen tarım alanlarının toplamına bakıldığında Mersin'de 1995 yılında 334 682 hektar iken 2018'de bu rakamın 200 233 hektara indiği görülmektedir. Yani dönem sonu itibariyle işlenen tarım alanları Mersin'de yüzde 40 azalmış olmaktadır. Mersin'in çok değerli bir varlığı olan toprağını kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya olduğunu söylemek mümkündür.

İşlenen tarım alanlarının bileşenlerine bakıldığında süs bitkilerinde, işlenen tarım alanlarındaki toplamı etkileyecek kadar önemli bir büyüklükte olmadığı görülmektedir. Sebze alanına bakıldığında bunun Mersin için çok önemli bir yerel kalkınma varlığı olduğu düşüncesiyle, en azından burada arazi kaybı olmaması beklenebilir. 1995 yılında 31 817 hektar olan sebze alanının Mersin'de, 2018 yılına gelindiğinde 32 849 hektara çıktığı görülmektedir. Denebilir ki aradan geçen 24 yıl içinde Mersin sebze alanlarını koruyabilmiştir. Nadasa bırakılan alanlara bakıldığında Mersin'de 1995 yılında sahip olduğu 23 439 hektarlık arazinin, 2018 yılında 22 533 hektara azaldığı görülmektedir. Sonuçta işlenen tarım alanlarındaki azalmanın asıl kaynağının ekilen tarım alanlarındaki azalmadan kaynaklandığı ortaya çıkmaktadır. Oysa ki bu veride yapılan bir yanlışlık nedeniyle tarım arazisi 58 103 hektar artırılmamış olsaydı, ekilen tarım alanlarındaki kayıp çok daha büyük olacaktı. Bu durum aşağıdaki paragrafta açıklanmaktadır.

Mersin'de 2011 yılında gözlenen tarım arazisinde artışın çok özel bir nedeni TÜİK tarım istatistikleri şubesi ve Mersin tarım ve orman il müdürlüğü yetkililerinden öğrenilmiştir. Tablo 2'de ekilen tarım alanı satırına bakıldığında 1995 yılından itibaren genelde inişli bir eğim gösterdiği gözlenmektedir. Örneğin 1995 yılında ekilen tarım alanı Mersin'de 279 426 hektar iken, 2010 yılında bu rakam 200 723 hektara kadar azalmaktadır. Ara yıllarda artışlar görülmekle beraber azalış miktarları baskın çıkmakta ve ekilen tarım alanı Mersin'de azalmaktadır. Ancak 2011 yılına gelindiğinde 238 996 hektara çıkarak yaklaşık yüzde 20 civarında bir artış göstermiştir. TÜİK uzmanları bunun sebebini Gülnar'da ilçedeki tarım verilerinden kaynaklandığını tespit etmişlerdir. Buna göre Gülnar'da ekilen tarım alanı 2010'dan 2011'e giderken 4 kat (19 219 hektardan 77 322 hektara=58 103) artış göstermiştir. Bu durum

Mersin Tarım Orman İl Müdürlüğü tarafından da doğrulanmıştır. Ancak bu verilerin derlenmesi ve yayınlanması Tarım Bakanlığı merkez teşkilatı (Ankara) tarafından gerçekleştirilmektedir. Çalışma sırasında TÜİK ve Mersin Tarım Orman İl Müdürlüğü uzmanlarının bu konuya vakıf oldukları görülmüştür. Ancak söz konusu verinin düzeltilip düzeltilmeyeceğini zaman gösterecektir.

Tablo 2’de uzun ömürlü bitkilerin alanının Mersin’de 1995-2018 arasında nasıl değiştiği incelendiğinde, burada önemli bir artış görüldüğü gözlenmektedir. 1995 yılında uzun ömürlü bitkiler alanının 62 538 hektardan, 2018’de 139 507 hektara çıktığı görülmektedir. Kabaca iki katını aşan bir seviyeye ulaştığı görülmektedir. Bir başka deyişle mevcut kapasitede yüzde yüzü aşan bir artış görülmüştür. Bu kategorinin alt bileşenlerine bakıldığında meyve, içecek, baharat bitkileri alanlarında 1995-2018 arasında net bir artış görülmektedir. Bu durum Mersin’in Türkiye’nin meyve deposu (üretim üssü) olduğu argümanını doğrulamaktadır. Bu anlamda Mersin’in kaynağını ve kimliğini koruduğu görülmektedir. Bağ alanlarına bakıldığında Türkiye’deki eğilimin aksine, Mersin’de yatay bir seyir izlediği, bağ alanlarının 1995 yılında 18 602 hektardan, 2018’de 21 059 hektara çıktığı, hafif bir artışla bağ alanlarını koruduğu gözlenmektedir. Zeytin ağaçları alanına bakıldığında 1995’de 4908 hektardan 2018’e gelindiğinde 40 054 hektara yaklaşık 8 kat artış olduğu görülmektedir. Tablo 2’de ele alınacak son tarım arazisi ise yem bitkileri alanıdır. Buna göre 1995 yılında 1122 hektar olan yem bitkileri alanı, 2011 yılından itibaren önemli artışlar kaydetmesine rağmen, 2018’e gelindiğinde 9174 hektara ulaştığı görülmektedir.

Hektar=100mx100m = 10 000m <sup>2</sup>	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
<b>Toplam işlenen tarım alanı ve uzun ömürlü bitkiler (I+II)</b>	397 220	391 129	398500	394 081	401 500	406 709	410 177	398 862
<b>I. İşlenen tarım alanı</b>	334 682	326 839	333 861	326 282	333 841	337 131	340 330	326 279
1.1.Ekilen tarım alanı	279 426	275 233	257 804	245 119	254 943	251 037	255 570	242 920
1.2.Nadas	23 439	21 736	42 447	47 933	43 428	49 647	48 303	47 633
1.3.Sebze	31 817	29 870	33 610	33 230	35 470	36 447	36 457	35 726
1.4.Süs bitkileri	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>II. Uzun ömürlü bitkiler</b>	62 538	64 290	64 639	67 799	67 659	69 578	69 847	72 583
2.1.Meyve, içecek, baharat bitkileri alanı	39 028	40 069	41 764	42 571	42 783	43 768	43 837	45 434

2.2.Bağ alanı	18 602	18 853	18 640	18 748	18 410	19 239	19 344	19 987
2.3.Zeytin ağaçları alanı	4 908	5 368	4 415	6 480	6 466	6 571	6 666	7 162
III.Yem bitkileri	1 122	1 163	146	110	165	189	192	140
	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>Toplam işlenen tarım alanı ve uzun ömürlü bitkiler (I+II)</b>	388 596	400 189	385 533	404 336	393 798	385 044	387 527	379 659
<b>I.İşlenen tarım alanı</b>	313 197	322 863	305 784	307 504	286 954	269 475	270 652	262 971
1.1.Ekilen tarım alanı	240 933	246 792	238 148	246 176	222 382	206 074	209 487	200 723
1.2.Nadas	36 067	39 377	33 324	25 491	28 542	26 661	24 428	27 854
1.3.Sebze	36 197	36 694	34 312	35 837	36 030	36 740	36 737	34 394
1.4.Süs bitkileri	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>II.Uzun ömürlü bitkiler</b>	75 399	77 326	79 749	96 832	106 844	115 569	116 875	116 688
2.1.Meyve, içecek, baharat bitkileri alanı	46 054	46 925	49 115	51 157	54 486	55 800	56 178	57 377
2.2.Bağ alanı	22 057	21 815	20 838	22 358	22 208	23 043	23 470	22 452
2.3.Zeytin ağaçları alanı	7 288	8 586	9 796	23 296	30 150	36 726	37 227	36 859
III.Yem bitkileri	212	2 024	3 017	24 629	20 905	16 376	12 851	12 167
	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Toplam işlenen tarım alanı ve uzun ömürlü bitkiler (I+II)</b>	413 414	401345	396 156	384 864	379 406	382 307	369 638	339 740
<b>I.İşlenen tarım alanı</b>	296 173	281 234	275 191	260 533	251 676	253 276	237 994	200 233
1.1.Ekilen tarım alanı	238 996	224796	220 199	208 248	196 313	195 194	178 495	144 765
1.2.Nadas	26 095	25 364	24 270	21 467	24 822	26 469	25 629	22 533
1.3.Sebze	31 048	31 036	30 671	30 766	30 494	31 561	33 817	32 849
1.4.Süs bitkileri	34	38	51	51	47	53	53	86
<b>II.Uzun ömürlü bitkiler</b>	117 241	120 111	120 965	124 331	127 730	129 031	131 645	139 507
2.1.Meyve, içecek, baharat bitkileri alanı	58 435	62 219	60 525	63 895	66 689	68 807	71 825	78 394
2.2.Bağ alanı	22 026	20 373	22 387	22 660	23 060	22 148	21 347	21 059
2.3.Zeytin ağaçları alanı	36 780	37 519	38 053	37 776	37 980	38 075	38 474	40 054
III.Yem bitkileri	28 674	33 920	25 169	25 392	25 063	24 909	27 146	9 174
<b>Kaynak:</b> www.tuik.gov.tr, istatistik göstergeler, bölgesel istatistikler, değişkenler, tarım, alan kullanımı, erişim 18 Haziran 2019								

Sonuç olarak Mersin 1995-2018 arasında ekilen tarım arazisinde önemli kayıplar verirken, bunu telafi edecek şekilde meyve ve zeytin alanlarında kayda değer artışlar görülmektedir. Ancak işlenen tarım alanı ve uzun

ömürlü bitkiler (I+II) birlikte ele alındığında tarımsal arazinin 397 220 hektardan 339 740 hektara azaldığı görülmektedir. Yem bitkilerinde 2018’deki 9174 hektarlık iyileştirme, tarım arazi kaybını sadece 48 306 hektara indirebilmektedir. Ancak burada dikkate alınması gereken husus 2011 yılında Gülnar’da fazladan girilen 58 103 hektarlık ekilen tarım alanının hesaplamaya dahil edilmemiş olmasıdır. Bir başka ifadeyle Mersin’de 1995-2018 arasında kabaca 48 306 – 106 409 hektar arası arazi kaybindan bahsetmek mümkündür.

#### **4. TÜRKİYE VE MERSİN’DE ÖRTÜ ALTI ÜRETİM ALANLARI: 1995-2018**

Aşağıda yer alan Tablo 3’de Türkiye ve Mersin’de kurulan örtü altı tarımsal üretim alanlarının boyutları 1995-2018 yıllarını kapsayacak şekilde verilmektedir. Tabloya göre Türkiye’de 1995 yılında toplamda 363 042 dekarın yüzde 54’ü alçak tünel, yüzde 30’u plastik sera, yüzde 9.5’i cam sera ve geri kalan 5.9’u ise yüksek tünelden oluşmaktadır. Zaman içerisinde sözkonusu 363 bin dekar seranın 2018’e gelindiğinde Türkiye ölçeğinde 772 bin dekara çıktığı görülmektedir. Yani mevcut kapasite 2 katından fazla artarak (2.12 kat) 409 042 dekar artışla, 772 bin dekara çıkmıştır. Dolayısıyla tarımsal arazilerdeki kayıpların bir kısmı buradan telafi edilmiş olmaktadır. Bu süre zarfında görülen bir diğer değişiklik ise alçak tünelin yerini, plastik sera olarak payının yüzde 47’ye çıkmasıdır. Alçak tünelin payı 2018 itibariyle yüzde 27’ye indiği, yüksek tünelin yüzde 14’e çıktığı ve cam seranın ise yüzde 10’luk payını koruduğu görülmektedir.

1988-2018 yılları arasında Türkiye genelinde dar manada azalan tarım arazi miktarının 45 630 km<sup>2</sup> olduğu daha önce ifade edilmişti. 1995-2018 yılları arasında örtü altı üretim alanlarının Türkiye genelinde 772 091 dekarlık (772km<sup>2</sup>) bir kapasite yarattığı ise yukarıda ifade edilmişti. Bu durumda kaybedilen 45 630km<sup>2</sup> tarım arazine karşılık, sadece 772 km<sup>2</sup> bir kapasite yaratılmış olmaktadır. Yaratılan, kaybedilenin yüzde 1.7’si kadardır.

Tablo 3’ün Mersin açısından irdelenmesi durumunda, Mersin’in bir sera üretim merkezi olma yolunda ilerlediğini söylemek mümkündür. 1995 yılında Türkiye’deki örtü altı tarım alanları içinde Mersin’in payı yaklaşık yüzde 16 (15.87) iken, 2018 yılına gelindiğinde artarak yüzde 25.45’e ulaştığı görülmektedir. Bir başka ifadeyle Türkiye’deki örtü altı üretim alanlarının dörtte biri Mersin’de bulunmaktadır. Aradan geçen 23

yıl içerisinde Mersin çiftçisinin sera üretim tesislerine 10 puanlık (yüzde cinsinden) ilave yatırım yaptıkları görülmektedir. Mersin açısından örtü altı tarım alanı içinde 2018 itibariyle yüzde 46'sı plastik, yüzde 28.7'si yüksek tünel, yüzde 21'i alçak tünel, geri kalan yüzde 3.8'in ise cam seralara ait olduğu görülmektedir.

Çalışmanın bundan önceki bölümünde Mersin'de (Tablo 2) 1995-2018 yılları arasında 48 306 – 106 409 hektar arası (483 – 1064 km<sup>2</sup>) tarım arazisi kaybindan bahsedilmişti. Oysa burada yine aynı dönemde 1995-2018 arasında Tablo 3'e göre örtü altı üretim alanlarının yaklaşık 139 bin dekar (196 555 - 57 637=138 918) artış gösterdiği görülmektedir. Bir başka ifadeyle Mersin kaybettiği tarım arazilerine karşın yaklaşık 139 km<sup>2</sup> örtü altı üretim alanı kazanmıştır. Bu durumda Mersin'in arazi kaybı 1995-2018 arasında en iyimser yaklaşımla 344 km<sup>2</sup> (483-139) olmaktadır. Tekrarlamak pahasına bu hesaplamada Gülnar'da fazladan girilen 58 103 hektarlık arazi dahil edilmemiştir.

**Tablo 3:** Türkiye ve Mersin'de Niteliklerine Göre Örtü Altı Tarım Alanları, Dekar (1 dekar =1000m<sup>2</sup>= 1 dönüm)

	1995			2000			2005			2010		
	Türkiye	Mersin	%	Türkiye	Mersin	%	Türkiye	Mersin	%	Türkiye	Mersin	%
<b>Toplam</b>	<b>363 042</b>	<b>57 637</b>	<b>15.87</b>	<b>422 139</b>	<b>94 751</b>	<b>22.44</b>	<b>467 540</b>	<b>111 158</b>	<b>23.77</b>	<b>563 805</b>	<b>122 713</b>	<b>21.76</b>
Cam sera	34 420	2 302	6.68	56 558	4 468	7.89	65 427	5 200	7.94	80 772	6 416	7.94
Plastik sera	108 677	21 236	19.54	148 242	46 776	31.55	171 043	55 053	32.18	230 543	69 614	30.19
Yüksek tünel	21 421	13 018	60.77	44 885	24 377	54.30	66 916	32 127	48.01	81 521	30 016	36.81
Alçak tünel	198 524	21 081	10.61	172 445	19 130	11.09	164 154	18 778	11.43	170 969	16 667	9.74
	2015			2016			2017			2018		
	Türkiye	Mersin	%	Türkiye	Mersin	%	Türkiye	Mersin	%	Türkiye	Mersin	%
<b>Toplam</b>	<b>660 265</b>	<b>162 509</b>	<b>24.61</b>	<b>691 724</b>	<b>167 170</b>	<b>24.16</b>	<b>752 168</b>	<b>190 047</b>	<b>25.26</b>	<b>772 091</b>	<b>196 555</b>	<b>25.45</b>
Cam sera	79 977	5 970	7.46	80 137	6 300	7.86	85 749	13 763	16.05	78 110	7 559	9.67
Plastik sera	306 074	73 184	23.91	328 745	79 421	24.15	355 121	87 816	24.72	368 527	91 077	24.71
Yüksek tünel	112 674	57 288	50.84	112 974	56 484	49.99	119 899	58 403	48.71	114 232	56 402	49.37
Alçak tünel	161 541	26 067	16.13	169 867	24 965	14.69	191 399	30 066	15.70	211 222	41 517	19.65

Kaynak: [www.tuik.gov.tr/bölgesel-istatistikler/](http://www.tuik.gov.tr/bölgesel-istatistikler/) değişkenler/tarım/Erişim, 10 Eylül 2019.

## 5. TÜRKİYE VE MERSİN’DE BİTKİSEL ÜRETİM

Türkiye ve Mersin’deki tarımsal arazinin boyutlarının ve kullanımlarının irdelenmesinden sonra tarımsal üretimin değerlendirilmesi için aşağıdaki Tablo 4, 5 ve 6 kullanılacaktır. Bitkisel üretimin 1996’dan günümüze kadar irdelenmesi için tek bir tablo veya veri seti bulunmamaktadır. Konuyla ilgili tek kaynak durumunda bulunan TÜİK zaman içinde değişkenlerin ve tabloların sunumunda değişiklik yaptığı için farklı tablolarla açıklanması bir zorunluluk haline gelmektedir. Özellikle Avrupa Birliği uyum çalışmaları nedeniyle değişken, tanım ve sınıflandırmalarda yapılan güncellemeler, aşağıdaki tabloların oluşmasına neden olmuştur.

Tablo 4’e göre 1996 yılı itibariyle Türkiye ve Mersin’deki bitkisel üretim ton cinsinden verilmektedir. Buna göre Türkiye’deki 89 milyon ton bitkisel üretimin içinde Mersin’in payı yüzde 2.85 olarak gerçekleşmiştir. Bitkisel tarım ürünleri 3 ana kategori (tarla ürünleri, sebzeler ve meyveler) altında gösterilmektedir. 89 milyon ton üretimin sırasıyla en büyük kısmı tarla ürünlerine (55 milyon ton), daha sonra 20 milyon tonla sebzelere ve en küçük payı ise 13 milyon ton ile meyvelere aittir.

<b>Tablo 4: 1996 Yılı Bitkisel Üretim, Ton = 1000kg.</b>			
	Türkiye	Mersin	Mersin’in % payı
<b>Bitkisel üretim genel toplam</b>	<b>89 164 192</b>	<b>2 542 517</b>	<b>2.85</b>
<b>1.Tarla ürünleri toplam üretim</b>	<b>55 872 322</b>	<b>655 195</b>	<b>1.17</b>
1.1.tahıllar	29 231 100	558 234	1.90
1.2.baklagiller	1 832 221	21 423	1.16
1.3.endüstriyel bitkiler	15 603 369	16 115	0.10
1.4.yağlı tohumlar	2 165 632	41 053	1.89
1.5.yumru bitkiler	7 040 000	18 370	0.25
<b>2.Sebzeler toplam üretim</b>	<b>20 216 295</b>	<b>945 756</b>	<b>4.67</b>
2.1.yağrağı yenen sebzeler	1 506 080	69 175	4.59
2.2.baklagil sebzeler	607 750	30 004	4.93
2.3.meyvesi yenen sebzeler	17 321 000	831 161	4.79
2.4.soğansını, yumru ve kök sebzeler	696 450	10 514	1.50
2.5.diğer sebzeler	85 015	4 902	5.76
<b>3.Meyveler toplam üretim</b>	<b>13 075 575</b>	<b>941 566</b>	<b>7.20</b>
3.1.yumuşak çekirdekli ler	2 717 900	63 461	2.33
3.2.taş çekirdekli ler	2 925 400	132 618	4.53
3.3.turunçgiller	1 819 790	503 622	27.67
3.4.sert kabuklu lar	729 000	5 394	0.73
3.5.üzümsü meyveler	4 283 485	236 471	5.52
3.6.çay	600 000	0	0.00
<b>Kaynak:</b> Ekonomik ve Sosyal Göstergeler, İçel, DİE, s:191-193.			

Mersin'in Türkiye bitkisel üretimindeki payı ise zıt bir istikamette olmak üzere en fazla katkıyı meyve üretimine yüzde 7.20 ile yapmaktadır. Mersin ikinci en büyük katkıyı Türkiye sebze üretimine yüzde 4.67 ile yapmaktadır. Bu veriler Mersin'in 1996 yılında da Türkiye'nin meyve ve sebze üretim merkezi olma yolunda olduğunu göstermektedir. Tarla ürünlerindeki payı ise Mersin'in 1996 yılında yüzde 1.17 olarak gerçekleşmiştir. Bu grup içerisinde görece ağırlığa sahip olan tahıllara (1.90) göre endüstriyel bitkiler (0.10) içinde Mersin'in payının önemsiz olduğu gözlenmektedir. Son olarak Türkiye bitkisel üretim toplamı içinde Mersin'in payı 1996'da yüzde 2.85 iken, ilerleyen yıllarda 2008 yılına kadar (yüzde 3.58) artış göstermekte iken, daha sonraki dönemde azalarak 2013 yılında yüzde 2.97'ye inmiştir.

**Tablo 5: Türkiye ve Mersin'in 2000-2012 Yılları Arasındaki Bitkisel Üretimi, Ton = 1000kg.**

	2000 yılı üretim ton			2004 yılı üretim ton		
	Türkiye	Mersin	Mersin'in % payı	Türkiye	Mersin	Mersin'in % payı
<b>Bitkisel üretim genel toplam</b>	<b>105 347 780</b>	<b>3 233 097</b>	<b>3.06</b>	<b>109 948 379</b>	<b>3 285 903</b>	<b>2.98</b>
<b>1.Tahıllar ve diğer bitkisel ürünler toplamı</b>	<b>66 482 240</b>	<b>707 400</b>	<b>1.06</b>	<b>70 475 367</b>	<b>693 224</b>	<b>0.98</b>
1.1.parfümeri, eczacılık; şekerpancarı ve yem bitkileri tohumları	150 497	8	0.00	153 290	-	0.00
1.2.patates, kuru baklagil, yenilebilir kök ve yumrular	6 552 937	24 314	0.37	6 253 860	24 828	0.39
1.3.saman ve ot	5 374 160	14 674	0.27	12 825 151	78 521	0.61
1.4.tahıllar	32 248 694	652 211	2.02	34 153 910	563 870	1.65
1.5.yağlı tohumlar	2 253 448	13 870	0.61	2 501 419	21 415	0.85
1.6.şeker imalatında kullanılan bitkiler	18 821 033	-	0.00	13 517 241	-	0.00
<b>2.Sebzelerin toplam üretimi</b>	<b>24 638 162</b>	<b>1 321 204</b>	<b>5.36</b>	<b>25 339 562</b>	<b>1 204 202</b>	<b>4.75</b>
2.1.Kök ve yumru sebzeler	3 242 000	46 359	1.42	3 282 000	52 165	1.58
2.2.Meyvesi için yetiştirilen sebzeler	19 943 500	1 214 966	6.09	20 535 500	1 077 161	5.24
2.3.Diğer sebzeler (başka yerde sınıflandırılmamış)	1 452 662	59 879	4.12	1 522 062	74 876	4.91
<b>3.Meyvelerin toplam üretimi</b>	<b>14 227 378</b>	<b>1 204 493</b>	<b>8.46</b>	<b>14 133 450</b>	<b>1 388 477</b>	<b>9.82</b>
3.1.üzüm	3 600 000	175 186	4.86	3 500 000	212 329	6.06
3.2.muz,incir,avakado ve kivi	305 700	44 574	14.58	409 400	88 769	21.68
3.3.taş çekirdekli, yumuşak çekirdekli, diğer meyveler	4 735 200	266 861	5.63	4 156 550	316 204	7.60
3.4.zeytin ve diğer sert	2 558 000	83 558	3.26	2 192 000	76 519	3.49

kabuklular						
3.5.baharat bitkileri (işlenmemiş)	48 240	-	0.00	63 000	1	0.00
Kaynak: 1) TÜİK, Bölgesel Göstergeler Adana Mersin TR62 2008, 2) TÜİK, Bölgesel Göstergeler Adana Mersin TR62 2011, 3) TÜİK, Seçilmiş Göstergelerle Mersin 2013						

Tablo 5 ise 2000-2012 yıllarını kapsamaktadır. Bu dönemi kapsayan 12 yıl içerisinde Mersin’in Türkiye toplamı ve alt gruplarındaki payının ne yönde değiştiği irdelenmeye çalışılacaktır. Türkiye toplam bitkisel üretimine bakıldığında 4 yıllık dönemler içerisinde 2000’den 2004’e yılda ortalama yüzde 1, 2004’den 2008’e yüzde 2, 2008’den 2012’ye en fazla yıllık yüzde 3 civarında büyüdüğü söylenebilir. Bu bitkisel üretim artış oranlarından, nüfus artış hızının düşülmesi durumunda, önemli bir refah artışının elde kalmayacağı söylenebilir. Yani Türkiye genelinde toplamda üretim verimliliği sorunun mevcut olduğu söylenebilir. Türkiye toplam bitkisel üretiminde Mersin’in payına bakıldığında 2000’de yüzde 3.06’ya çıktığı, 2004’de 2.98, 2008’de tekrar 3.58’e çıktığı, 2012’de 3.03 ve son olarak 2013’de tekrar 2.97 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Sonuçta Türkiye toplamı içinde 1996-2013 yılları arasında Mersin’in payının tonaj olarak yüzde 3 olarak gerçekleştiğini söylemek mümkündür.

<b>Tablo 5’in devamı: Türkiye ve Mersin’in 2000-2012 yılları arasındaki bitkisel üretimi, ton = 1000kg.</b>						
	<b>2008 yılı üretim ton</b>			<b>2012 yılı üretim ton</b>		
<b>Bitkisel üretim genel toplam</b>	<b>118 382 826</b>	<b>4 240 988</b>	<b>3.58</b>	<b>140 060 970</b>	<b>4 248 199</b>	<b>3.03</b>
<b>1.Tahıllar ve diğer bitkisel ürünler toplamı</b>	<b>74 382 684</b>	<b>761 950</b>	<b>1.02</b>	<b>92 921 409</b>	<b>775 504</b>	<b>0.83</b>
1.1.parfümeri, eczacılık; şekerpancari ve yem bitkileri tohumları	120 474	30	0.00	123 970	20	0.00
1.2.patates, kuru baklagil, yenilebilir kök ve yumrular	5 080 662	26 362	0.51	6 013 514	42 863	0.71
1.3.saman ve ot, yem bitkileri	21 327 678	173 647	0.81	34 416 503	194 632	0.56
1.4.tahıllar	29 287 281	527 913	1.80	33 377 430	491 825	1.47
1.5.yağlı tohumlar	2 311 432	26 929	1.16	3 138 361	39 583	1.26
1.6.şeker imalatında kullanılan bitkiler	15 488 332	--	0.00	--	--	--
1.7.tekstilde kullanılan ham bitki				858 406	6 581	0.76
<b>2.Sebzelerin toplam üretimi</b>	<b>27 218 319</b>	<b>1 642 843</b>	<b>6.03</b>	<b>27 820 207</b>	<b>1 703 049</b>	<b>6.12</b>
2.1.Kök ve yumru sebzeler	3 312 533	95 258	2.87	3 108 193	66 942	2.15



2.2.Meyvesi için yetiştirilen sebzeler	22 249 469	1 427 192	6.41	23 004 689	1 557 085	6.76
2.3.Diğer sebzeler (başka yerde sınıflandırılmamış)	1 656 317	120 393	7.26	1 707 325	79 022	4.62
<b>3.Meyvelerin toplam üretimi</b>	<b>16 781 823</b>	<b>1 836 195</b>	<b>10.94</b>	<b>19 319 354</b>	<b>1 769 646</b>	<b>9.15</b>
3.1.turunçgiller				3 475 024	825 279	23.74
3.2.üzüm	3 918 442	240 333	6.13	4 234 305	236 473	5.58
3.3.muz,incir,avakado ve kivi	426 670	158 616	37.17	521 439	159 090	30.50
3.4.taş çekirdekli, yumuşak çekirdekli, diğer meyveler	5 557 745	425 393	7.65	6 660 362	411 010	6.17
3.5.zeytin ve diğer sert kabuklular	2 664 218	100 850	3.78	2 971 354	137 794	4.63
3.6.baharat bitkileri (işlenmemiş)	87 555	--	0.00			
Kaynak: 1) TÜİK, Bölgesel Göstergeler Adana Mersin TR62 2008, 2) TÜİK, Bölgesel Göstergeler Adana Mersin TR62 2011, 3) TÜİK, Seçilmiş Göstergelerle Mersin 2013						

Alt kategorilere bakıldığında Mersin'in tahıl ve diğer bitkisel üretim içindeki payı 1996 yılında 1.17 ile başlayarak, sırasıyla 2000'de 1.06, 2004'de 0.98, 2008'de 1.02, 2012'de 0.83 ve son olarak 2013 yılında 0.80 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Dolayısıyla Mersin tarımında tarlalardan elde edilen tahıllar ve diğer bitkisel ürünleri genelde bir terk ediş tercihi olduğunu söylemek mümkündür. İkinci alt kategori olan sebze üretiminde Mersin'in payına bakıldığında sırasıyla 4.67, 5.36, 4.75, 6.03, 6.12 ve son olarak 2013'de 6.16 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Tarlalardan elde edilen tahıllar ve diğer bitkisel üretimin aksine sebze üretiminde Mersin'in payının yükseldiği görülmektedir. Üçüncü alt kategori olan meyveler grubuna bakıldığında ise 1996 yılında Mersin'in Türkiye genelindeki payı yüzde 7.20 ile başlamış ve 2000, 2004, 2008, 2012 ve 2013 yıllarında sırasıyla 8.46, 9.82, 10.94, 9.15 ve 9.77 olarak gerçekleşmiştir. Sebze grubunda olduğu gibi meyve grubunda da Mersin'in payında artış görülmekle beraber 2012 ve 2013 yıllarında duraksama gözlenmektedir. Sonuçta Mersin'in sebze ve meyvedeki üretim üssü olma politikasının çok net olduğu söylenebilir.

**Tablo 6: 2013 Yılı Bitkisel Üretim, Ton = 1000kg.**

2013 yılı üretim ton	Türkiye	Mersin	Mersin’in % payı
<b>Bitkisel üretim genel toplam</b>	<b>150 286 919</b>	<b>4 476 261</b>	<b>2.97</b>
<b>1.Tahıllar ve diğer bitkisel ürünler toplamı</b>	<b>102 419 445</b>	<b>824 565</b>	<b>0.80</b>
1.1.parfümeri, eczacılık; şekerpancarı ve yem bitkileri tohumları	150 263	20	0.00
1.2.patates, kuru baklagil, yenilebilir kök ve yumrular	5 103 865	43 835	0.85
1.3.saman ve ot, yem bitkileri	38 912 277	143 984	0.37
1.4.tahıllar	37 489 268	582 135	1.55
1.5.yağlı tohumlar	3 312 965	48 948	1.47
1.6.tekstilde kullanılan ham bitkiler	877 501	5 643	0.64
<b>2.Sebzelerin toplam üretimi</b>	<b>28 448 218</b>	<b>1 753 831</b>	<b>6.16</b>
2.1.Kök ve yumru sebzeler	3 187 276	80 093	2.51
2.2.Meyvesi için yetiştirilen sebzeler	23 514 578	1 573 886	6.69
2.3.Diğer sebzeler (başka yerde sınıflandırılmamış)	1 746 364	99 852	5.71
<b>3.Meyvelerin toplam üretimi</b>	<b>19 419 256</b>	<b>1 897 865</b>	<b>9.77</b>
3.1.turunçgiller	3 681 158	835 514	22.69
3.2.üzüm	4 011 409	263 226	6.56
3.3.muz,incir,avakado ve kivi	557 620	167 306	30.00
3.4.taş çekirdekli, yumuşak çekirdekli, diğer meyveler	7 076 599	479 525	6.77
3.5.zeytin ve diğer sert kabuklular	2 668 609	152 294	5.70
<b>Kaynak:</b> TÜİK, Seçilmiş Göstergelerle Mersin 2013			

Tablo 6’nın genel olarak yorumu yukarıda yapılmıştır. Tablo 6’ya bakıldığında bazı meyvelerde Mersin’in açık ara önde olduğu görülmektedir. Örneğin turunçgillerin yüzde 22.7’si ve muz, incir, avakado ve kivi üretiminin ise yüzde 30’u Mersin’de gerçekleştirilmektedir.

Tablo 5 ve 6’nın yer aldığı Bölgesel Göstergeler (Adana, Mersin) çalışmalarına 2013 yılından sonra TÜİK son verdiği için 2014-2018 yıllarının değerlendirmesi farklı veri setleriyle yapılacaktır. 2014 ve 2018 yılları arasında Mersin’de bitkisel üretimde hangi ürünlerin hangi seviyelerde üretildiğini görmek için ilk etapta Tablo 7’de görülen örtü altı sebze ve meyve üretim seviyeleri irdelenecektir.

## 6. TÜRKİYE VE MERSİN'DE ÖRTÜALTI SEBZE VE MEYVE ÜRETİMİ

Örtü altı üretim son yıllarda giderek önem kazanmış, tarımda verimliliği ciddi seviyelerde artıran bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. Çalışmanın başlarında değinildiği gibi çiftçiler bir yandan açık tarla üretiminden vazgeçerken, bir yandan da özellikle küçük çiftçilerin örtü altı üretim yöntemlerini benimsedikleri görülmektedir. Bu yöntemle birim alanda daha yüksek verim elde ederken, ekonomik olarak daha güçlü bir pozisyona kavuşabilmektedirler. Aşağıdaki Tablo 7'de Türkiye ve Mersin'in belli bitkisel ürünlerde 1995-2018 yılları arasındaki örtü altı üretim miktarları verilmektedir.

**Tablo 7:** Türkiye'de Örtü Altı Sebze ve Meyve Üretimi, Ton

	1995			2000			2005			2010		
	Türkiye	Mersin	%	Türkiye	Mersin	%	Türkiye	Mersin	%	Türkiye	Mersin	%
<b>Toplam</b>	<b>2 354 689</b>	<b>371 204</b>	<b>15.76</b>	<b>3 732 089</b>	<b>797 067</b>	<b>21.35</b>	<b>4 465 343</b>	<b>747 480</b>	<b>16.73</b>	<b>5 750 466</b>	<b>876 325</b>	<b>15.23</b>
Biber	125 198	52 746	42.13	335 504	176 199	52.51	251 731	113 082	44.92	396 023	140 530	35.48
Çilek	--	--	--	19 656	5 212	26.51	92 539	47 938	51.80	122 316	60 624	49.56
Domates	873 878	144 915	16.58	1 375 103	191 306	13.91	2 023 888	247 388	12.22	2 852 863	218 664	7.66
Fasulye taze	12 413	655	5.27	40 435	3 825	9.45	25 438	1 751	6.88	32 702	2 364	7.22
Hıyar	557 197	64 811	11.63	1 043 706	255 515	24.48	919 856	93 927	10.21	987 712	119 621	12.11
Kabak	108 893	25 924	23.80	80 720	38 009	47.08	87 609	20 838	23.78	123 454	49 460	40.06
Karpuz	498 907	52 925	10.60	485 381	51 493	10.60	605 447	91 498	15.11	693 807	86 376	12.44
Kavun	44 273	1 668	3.76	91 753	384	0.41	56 783	495	0.87	111 314	6 675	5.99
Marul	9 088	--	--	37 451	--	--	48 130	8	0.00	48 038	11	0.00
Muz	--	--	--	35 375	35 275	99.71	101 279	88 755	87.63	149 233	137 230	91.95
Patlıcan	121 807	25 530	20.95	183 523	39 507	21.52	247 224	41 428	16.75	221 856	53 867	24.28
Diğer	3 035	2 030	66.88	3 482	342	9.82	5 419	372	6.86	11 148	903	8.10
	2015			2016			2017			2018		
	Türkiye	Mersin	%	Türkiye	Mersin	%	Türkiye	Mersin	%	Türkiye	Mersin	%
<b>Toplam</b>	<b>6 715 067</b>	<b>1 223 858</b>	<b>18.22</b>	<b>7 165 241</b>	<b>1 322 917</b>	<b>18.46</b>	<b>7 862 738</b>	<b>1 532 391</b>	<b>19.48</b>	<b>8 071 026</b>	<b>1 591 653</b>	<b>19.72</b>
Biber	548 660	202 696	36.94	601 382	216 692	36.03	704 293	215 188	30.55	689 169	218 188	31.65
Çilek	166 321	74 629	44.87	168 191	74 878	44.51	155 059	62 514	40.31	180 378	87 379	48.44
Domates	3 394 447	341 432	10.05	3 614 472	344 441	9.52	3 829 831	404 555	10.56	3 888 555	394 268	10.13
Fasulye taze	39 049	2 017	5.16	45 879	3 212	7.00	47 936	3 600	7.51	57 421	3 598	6.26
Hıyar	1 080 213	173 892	16.09	1 077 783	185 135	17.17	1 121 625	213 865	19.06	1 134 182	214 993	18.95
Kabak	121 250	34 781	28.68	143 150	53 612	37.45	219 304	126 046	57.47	242 218	153 751	63.47
Karpuz	679 375	127 790	18.80	701 532	120 050	17.11	791 277	122 910	15.53	871 845	125 547	14.40
Kavun	145 347	10 600	7.29	165 386	8 500	5.13	185 762	10 000	5.38	178 008	10 025	5.63
Marul	68 947	1 100	1.59	82 780	1 100	1.32	115 303	1 260	1.09	112 126	1 400	1.24
Muz	200 244	178 157	88.96	252 149	214 452	85.04	321 815	250 728	77.91	353 227	267 486	75.72
Patlıcan	250 311	74 290	29.67	291 314	98 306	33.74	344 620	119 005	34.53	332 742	113 156	34.00
Diğer	20 903	2 474	11.83	21 223	2 539	11.96	25 913	2720	10.40	31 155	1 862	5.97

**Kaynak:** [www.tuik.gov.tr/bölgesel\\_istatistikler/](http://www.tuik.gov.tr/bölgesel_istatistikler/) değişkenler/tarım/Erişim, 10 Eylül 2019.

Tablo 7’de Türkiye ve Mersin’in örtü altı sebze ve meyve üretim seviyeleri ton cinsinden verilmektedir. Söz konusu tabloda ayrıca Mersin’in herhangi bir tarımsal üründeki yüzde payına da yer verilmektedir. Tablonun irdelenmesinden görüleceği gibi 1995 yılında örtü altında toplamda Türkiye’de 2.3 milyon ton sebze ve meyve üretilirken, bunun yüzde 15.76’sının Mersin’de üretildiği görülmektedir. Toplam 23 yıllık süre sonunda 2018’de Türkiye örtü altı sebze ve meyve üretiminin 8 milyon tona çıktığı görülmektedir. Toplamda yüzde 342 düzeyindeki artış, yıllık ortalama yaklaşık yüzde 15 civarında bir yükselme olduğu anlamına gelmektedir. Bu oran normal bitkisel üretimin yıllık artış oranlarının çok üzerindedir.

Mersin’in örtü altı bitkisel üretiminin Türkiye içindeki yerine bakıldığında giderek yükseldiği görülmektedir. 1995 yılında toplam içindeki payı yüzde 15.76’dan, 2018’e gelindiğinde yüzde 19.72’ye çıktığı görülmektedir. Daha önce Tablo 3’de bahsedildiği gibi Mersin’in örtü altı üretim kapasitesinin Türkiye içindeki payının yüzde 15’den 25’e çıktığı belirtilmişti. Tablo 7’den görüldüğü gibi örtü altı toplam sebze ve meyve üretimi içindeki payının 15’den 20’ye çıktığı görülmektedir. Aradaki yüzde 5’lik farkın fiziki kapasiteye dönüştüğü ancak üretime dönüşmediği anlamına gelmektedir.

Üretilen ürünler içerisinde Mersin’in payının yüksekliği açısından bakıldığında, beklendiği gibi 2018 yılı itibariyle yüzde 75’lik payla muz üretimi (267 486 ton) gelmektedir. Ardından kabak 153 bin tonla yüzde 63.4 paya sahiptir. Daha sonra çilekte yüzde 48’lik payla 87 379 ton üretim gerçekleştirilmektedir. Ardından patlıcan ve biberin Türkiye içindeki paylarının sırasıyla 34 ve 31.6 olduğu görülmektedir.

### **6.1. Sebze ve Meyve Üretiminde Örtü Altı Üretimin Payı (\*)**

Bu aşamada son olarak toplam sebze ve meyve üretimi içinde örtü altındaki üretiminin payının ne olduğu ve bu oranın son yıllarda nasıl değiştiğini irdelemek yararlı olabilir. TÜİK bütün sebze ve meyve ürünleri olmasa da önemli bulunan ürünlerin toplam üretimini bazı tablolarda 1988’den, bazılarında 2005’den itibaren vermektedir. Ancak

toplam sebze ve meyve üretimi içinde örtü altında gerçekleştirilen sebze ve meyve üretiminin oranının ne olduğu ve bu oranın nasıl değiştiğini araştırmak çok yararlı olmayabilir. Buna karşın belli bir ürün içerisinde örtü altı üretim miktarının nasıl değiştiğini görmek daha anlamlı olabilir. Örneğin domates, biber, hıyar, kabak, karpuz ve patlıcanın açık ortam ve örtü altı üretimlerinin ne seviyelerde gerçekleştiğini görmek tarım politikalarımız açısından önemli görülebilir.

TÜİK verilerine göre 2018 yılı itibariyle tüm Türkiye’de toplam domates üretimi 12 150 000 ton olarak gerçekleştirilmiş olup, bunun içinde örtü altı üretim olan 3.9 milyon ton üretim de dahil edilmiştir. Bir başka ifadeyle 2018’de toplam domatesin yüzde 32’si (yaklaşık 1/3) örtü altında üretilmiştir. Biber üretiminde 4 farklı tür bulunduğu için göz ardı etmek uygun olabilir. Hıyar toplam üretimi ise 2018’de 1.85 milyon ton olarak gerçekleşmiş olup, bunun içinde örtü altı üretim ise 1.14 milyon ton olmuştur. Bu durumda hıyarda toplam üretimin yüzde 61.3’ü örtü altı üretim olarak gerçekleştirilmiştir. Patlıcanda ise 2018’de toplam üretim 836 284 ton, örtü altı üretim 332 742 tondur. Bu durumda toplam üretimin yüzde 39.8’inin (yaklaşık 40’ı) örtü altında üretildiği görülmektedir. Kabak üretiminde ise toplam 474 527 ton iken, örtü altı üretim 242 218 tondur. Bu durumda örtü altı üretimin payı yüzde 51 olarak gerçekleşmektedir. Son olarak 2018’de 4 031 174 ton toplam karpuz üretiminin 871 845 tonu seralarda üretilmiştir. Yani yüzde 21.6’sı (yaklaşık 1/5) örtü altında üretilmiştir. Sonuç olarak örtü altı üretimin, çilek ve muz gibi ürünlerde toplamın büyük bir kısmının gerçekleştiği ürünlerden, hıyar ve domates gibi çok tüketilen geleneksel ürünlerde bile sırasıyla 2/3 (hıyar) ve 1/3’ünün (domates) örtü altında üretildiği bir ekonomik sisteme girildiği görülmektedir. Buradan hareketle, üretime ilişkin örtü altı verimlilikle ilgili teknik kapasitenin, diğer ürünleri kapsamayı ihtimalinin de söz konusu olduğu söylenebilir.

(\*) *Bu bölümde kullanılan veriler için: [www.tuik.gov.tr/konularina/](http://www.tuik.gov.tr/konularina/) tarım/bitkisel üretim / tablo dinamik sorgulama/ bitkisel üretim istatistikleri kullanılmıştır.*

## **7. TARTIŞMA ve SONUÇ**

Bu çalışmada genelde Türkiye’de, özelde Mersin’de son 30 yılda tarımsal arazilerde gözle görülür bir kaybın yaşandığı görülmektedir. Bu kaybın tahıl ve diğer bitkisel üretimin yapıldığı tarlalarda daha büyük olduğu gözlenmektedir. Hem tarım arazilerindeki hem de bu arazilerdeki bitkisel üretimleri kısmen artan örtü altı üretim tesislerinin telafi ettiği, bu makalenin ilgili bölümlerinde veri analizi yoluyla açıklanmaktadır. Örtü altı üretim tesislerinde çoğunlukla belli türde sebze ve meyvenin üretildiği gözlenmektedir. Dolayısıyla üretim artarken, ürün çeşitliliğinde ise azalma gerçeğiyle karşılaşılmaktadır.

Sonuçta Türkiye genelinde tarımsal arazinin korunması ve yönetimi için daha detaylı ve entegre planlama çalışmalarına ve tarımsal (veya kırsal kalkınma) alan yönetim politikalarına ihtiyaç bulunmaktadır. Böyle bir çalışmanın sonucunda toprağa ve bulunduğu coğrafyaya ilişkin potansiyelin korunarak kullanılması (sürdürülebilir kalkınma) temel öncelik olmalıdır. Bu konuda başarılı olmuş kimi Avrupa (İtalya, Fransa, Almanya gibi) ülkelerinin tecrübelerini göz ardı etmemek gereklidir.

### **KAYNAKÇA**

- Bayar, R. (2018). “Arazi Kullanımı Açısından Türkiye’de Tarım Alanlarının Değişimi”, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, CBD 16 (2), 187-200.
- DİE, (1998). *Ekonomik ve Sosyal Göstergeler*, İçel. (DİE : Devlet İstatistik Enstitüsü).
- Sözcü Gazetesi, 8 Eylül 2019, [www.sozcu.com.tr](http://www.sozcu.com.tr).
- Tarım Özel İhtisas Komisyonu, Kalkınma Bakanlığı, (2014). “Tarım Arazilerinin Sürdürülebilir Kullanımı Çalışma Grubu Raporu, Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018.
- TÜİK, Bölgesel Göstergeler Adana Mersin TR62 2008, 2) TÜİK, Bölgesel Göstergeler Adana Mersin TR62 2011, 3) TÜİK, Seçilmiş Göstergelerle Mersin 2013
- [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr), istatistik göstergeler, bölgesel istatistikler, değişkenler, tarım, alan kullanımı, erişim 18 Haziran 2019
- [www.tuik.gov.tr/bölgesel-istatistikler/ değişkenler/tarım](http://www.tuik.gov.tr/bölgesel-istatistikler/değişkenler/tarım)/Erişim, 10 Eylül 2019.
- [www.tuik.gov.tr/konularina/](http://www.tuik.gov.tr/konularina/) tarım/bitkisel üretim / tablo dinamik sorgulama/ bitkisel üretim istatistikler.

Yaşar, C.G. (2014). “Agriculture and Urban Growth: Urban-Rural Encounter on the Edge of Major Metropolitan Cities of Turkey” International Conference on Capacity Building for Rural Development, Ramallah, West Bank, Palestine.



## Yönlendirici Liderliğin Çalışan Performansına Etkisinde İşe Tutulmanın Aracılık Rolü

*The Mediation Role of Job Engagement on the Effect of  
Directive Leadership on Employee Performance*

**Murat GÜLER\***  
**Metin OCAK†**

**Öz:** Çalışanların kendilerinden beklenen yüksek performans davranışlarını göstermeleri üzerinde yöneticilerin liderlik tarzlarının önemli etkileri bulunmaktadır. Bu çalışmada yönlendirici liderliğin performans üzerindeki etkisinde işe tutulmanın aracılık rolü araştırılmıştır. 181 çalışandan liderlik ölçeği, işe tutulma ölçeği ve çalışan performansı ölçeği kullanılarak anket yöntemiyle kesitsel veri toplanmıştır. Yapılan regresyon analizi sonucunda yönlendirici liderlik algısının çalışanların bireysel performansları üzerinde anlamlı etkisinin olduğu, bu etkinin belirli bir kısmının çalışanların işe tutulmaları aracılığıyla gerçekleştiği görülmüştür. Bu bulgulara göre yönlendirici liderliğin çalışanların performanslarını artırmak için önemli bir liderlik tarzı olduğu, ancak performans üzerindeki etkisinin sadece çalışanların bilişsel süreçlerini harekete geçirmekle ilgili olmayabileceği, çalışanların işleriyle ilgili duygusal bir tutumları olan işe tutulmalarını olumlu yönde geliştirebileceği ve bu yolla da çalışanların performanslarının artmasına katkı sağlayabileceği değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yönlendirici liderlik, İşe tutulma, Performans.

\* Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, murat\_guler@ohu.edu.tr

† Dr. Öğr. Üyesi, Toros Üniversitesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, metin.ocak@toros.edu.tr



**Abstract:** *The leadership styles of the managers have important effect on the expected high-performance behaviors of the employees. In this study, the effect of directive leadership on employee performance and mediation role of job engagement on this effect was investigated. The quantitative data were collected by the questionnaire method from 181 employees by using the leadership scale, job engagement scale, and employee performance scale. As a result of the mediation analysis, it has been observed that the directive leadership perception has a significant effect on performance of the employees and a certain part of this effect occurs through job engagement of the employees. Depending on these findings, it is suggested that directive leadership is an important leadership style in order to increase the performance of the employees. But its effect on performance may not only be related to activating the cognitive processes of the employees, but also directional leadership may increase employees' job engagement, which is an emotional attitude, and through this emotional way it may increase performance of employees.*

**Keywords:** *Directive leadership, Job engagement, Performance.*

## 1. GİRİŞ

Çalışanların kendilerinden beklenen yüksek performans davranışlarını göstermeleri üzerinde yöneticilerin liderlik tarzlarının önemli etkileri bulunmaktadır. Çalışanlara yüksek düzeyde hedefler belirleme, onları bu hedeflere yönlendirme, işlerin nasıl yapılması gerektiği ile ilgili bilgileri sağlama ve bu hedeflere hangi aşamalardan geçilerek ulaşılabileceğini gösterme yoluyla liderler çalışanlarının performanslarını arttırabilmektedirler (House ve Dessler, 1974, House, 1996).

Liderlikte Yol-Amaç Teorisi, liderin davranış biçimlerinin performans ve iş tatmini gibi iş hedefleri üzerinde etkili olduğunu, bu etkinin ise çalışanların bu hedefleri nasıl algıladıklarına ve ne kadar çekici bulduklarına göre şekillendiğini öne sürmektedir. Teoriye göre liderler, takipçilerinin motivasyonlarını, etkili biçimde çalışmalarını ve tatminlerini etkileyebildikleri düzeyde başarılı olurlar. Teori kapsamında liderlerin davranışlarının motive edici veya tatmin edici bulunmasının takipçilerin hedef yönelimlerini arttırdığı ve hedeflere giden yolu belirgin hale getirmelerine dayandığı öne sürülmektedir. Özetle liderin davranışları takipçilerin beklentilerini karşılayabildiği ölçüde motive edici olur (House ve Mitchell, 1975). Bu açıdan Yol-Amaç Teorisinin temellerinin motivasyon teorilerinden biri olan Vroom'un Beklenti Teorisine (1964)

dayandığı söylenebilir. Liderler çalışanların özellikleri ve iş bağlamının farklı koşullarına göre yönlendirici, destekleyici, katılımcı ve başarı odaklı liderlik olmak üzere dört liderlik biçiminden birini veya uygun karmasını kullanarak çalışanları performans göstermeye motive ederler (Meshane ve Von Glinow, 2014).

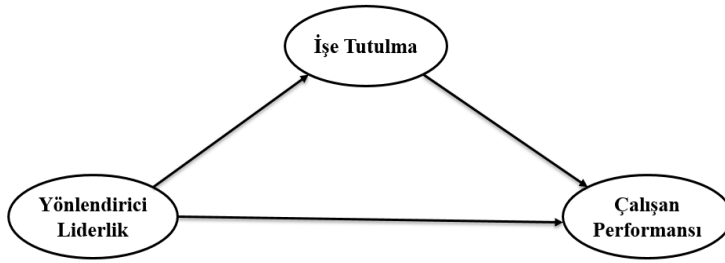
Mevcut çalışmada yukarıda sayılan liderlik biçimlerinden bilişsel kaynak sağlama bakımından öne çıktığı düşünülen yönlendirici liderliğe odaklanılmıştır. Yönlendirici liderlik çalışanlardan performans olarak ne beklendiğini, bunun için neyin nasıl yapılması gerektiği konusunda özel yönlendirme yapıldığı, çalışanın grup içinde görevinin ne olduğunun belirtildiği, belirli performans standartlarının belirlendiği ve çalışanlardan belirlenen standartlara ve kurallara uymalarının beklendiği liderlik türüdür (House ve Dessler, 1974; House ve Mitchell, 1974).

Yönlendirici liderliğin uygulandığı durumlarda iş hedefleri ve iş süreçleri ile ilgili bilgi alışverişinin, büyük ölçüde çalışanların bilişsel süreçlerinin harekete geçirilmesi yalabilir (Schaufeli & Bakker, 2004). Dolayısıyla yönlendirici liderliğin çalışanların performansını nasıl etkileyebildiğine yönelik anlayışımızın gelişmesinde işe tutulma kavramının anlamlı bir katkısının olabileceği gündeme gelmektedir. İşe tutulma, çalışanın kendini fiziksel, bilişsel ve duygusal olarak iş rolüne adanması, işe koşması olarak tanımlanmaktadır (Kahn, 1990: 694). Yüksek performansın gerçekleşmesi belirli ölçüde çalışanların duygusal yatırımını gerektirmektedir (Kahn, 1990). Çalışanların yüksek performansa götüren iş beklentilerini karşılayabilmesi bilişsel, fiziksel enerjilerini ortaya koymaktan başka duygusal enerjilerini de işe adanmalarına, işe tutulmalarına dayandığı düşünülmektedir (Schaufeli, Salanova, González-Romá ve Bakker, 2002). Yönlendirici liderlerin amaçları belirginleştirerek ve yapılacak görevlerle ilgili yönlendirmeler yaparak çalışanların işe tutulmalarını artırıyor olabilecekleri düşünülmektedir. Ne var ki yazında yönlendirici liderlik ve işe tutulma ilişkisine yönelik oldukça sınırlı görgül çalışma olduğu görülmektedir (Leren, 2016) ve genel anlamda liderliğin işe tutulma üzerindeki rolünün incelemesine yönelik ilginin düşüklüğü eleştiri konusudur (Hakanen ve Roodt, 2010). Bu çalışmada yönlendirici liderliğin performans üzerindeki etkisinde işe tutulmanın aracılık rolünün

olup olmadığının incelenmesi sonucunda elde edilecek bulguların yazına ve uygulamaya katkı sağlayabileceği değerlendirilmiştir. Şekil-1’de sunulan araştırma modeli kapsamında oluşturulan araştırma hipotezleri aşağıda belirtilmiştir.

*H.1. Yönlendirici liderliğin çalışanların performansı üzerinde aynı yönde anlamlı etkisi vardır.*

*H.2. Yönlendirici liderliğin çalışanların performansı üzerindeki etkisinde işe tutulmanın aracılık rolü vardır.*



**Şekil 1: Araştırma Modeli**

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Katılımcılar

Araştırmanın katılımcıları farklı işlerde çalışan 181 çalışandan oluşmaktadır. Katılımcıların 69’u (%38.1) kadın, 112’si (%61.9) erkektir ve yaş ortalamaları 32.6’dır. Kolayda örnekleme yöntemiyle ulaşılan katılımcılar anket formunu gönüllü olarak doldurarak çalışmaya katılmışlardır.

### 2.2. Ölçüm Araçları

**Yönlendirici Liderlik:** Katılımcıların çalıştıkları işletmedeki amirlerinin yönlendirici liderlik biçimine yönelik algıları House ve Dessler (1974)

tarafından geliştirilen “Algılanan Liderlik Davranışı Ölçeğinin” 7 maddelik Likert tipi yönlendirici liderlik alt ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Ulusal yazında daha önce Sökmen ve Boylu (2009) tarafından kullanılan ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı  $\alpha = .95$  olarak bulunmuştur. Mevcut araştırmada, ölçeğin yönlendirici liderlik alt ölçeğinin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı  $\alpha = .80$  olarak bulunmuştur.

**İşe Tutulma:** Katılımcıların işe tutulma düzeylerinin ölçülmesi amacıyla Schaufeli, Bakker ve Salanova (2006) tarafından geliştirilen, Türkçeye uyarlaması daha önce Eryılmaz ve Doğan (2012) ve Özkalp ve Meydan (2015) tarafından yapılan “Utrecht İşe Bağlanma Ölçeği Kısa Formu” (UWES-9) kullanılmıştır. Toplam 9 maddeden oluşan Likert tipi ölçeğin orijinal çalışmadaki Cronbach Alfa tutarlılık katsayısı  $\alpha = .85$  ile  $.92$  arasındadır (Schaufeli vd., 2006). Mevcut araştırmada Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı  $\alpha = .92$ 'dir

**Çalışan Performansı:** Katılımcıların bireysel iş performansını ölçmek amacıyla ilk olarak Kirkman ve Rosen (1999) tarafından geliştirilmiş olan ve Türkçeye uyarlaması Çöl (2008) tarafından yapılan “İş Performansı Ölçeği” kullanılmıştır. Toplam 4 madde içeren tek faktörlü Likert tipi bir ölçektir. Türkçe uyarlama çalışmasında ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı  $\alpha = .83$  olarak bildirilmiştir (Çöl, 2008). Mevcut çalışmada ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı  $\alpha = .62$  olarak bulunmuştur.

Araştırmanın ölçüm araçlarının yapısal geçerliliğini incelemek amacıyla tüm ölçeklerin birlikte incelendiği ölçüm modeli için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Elde edilen uyum iyilik değerleri incelendiğinde; ( $\chi^2/sd = 1.60$ , CFI =  $.94$ , SRMR =  $.06$ , TLI =  $.93$ , RMSEA =  $.06$ ) ölçüm modelinin araştırma verisine yeterli düzeyde uyum sağladığı (Hu ve Bentler, 1999) ve araştırmada kullanılan ölçüm araçlarının yapısal olarak geçerli olduğu değerlendirilmiştir.

### 3. BULGULAR

Araştırma değişkenleri arasındaki ikili ilişkileri incelemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Değişkenlerin betimleyici istatistikleri ve

hesaplanan korelasyon katsayıları Tablo 1’de sunulmuştur. Araştırma değişkenlerine ait verinin normal dağılım sayılıtısını karşılayıp karşılamadığını incelemek için her bir değişkenin çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiş, hesaplanan değerlerin (-1 ve +1) arasında bulunmaları nedeniyle verinin normal dağılım gösterdikleri kabul edilmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013).

**Tablo 1:** Değişkenlerin Betimleyici İstatistikleri ve Korelasyon Katsayıları

	<i>Ort.</i>	<i>ss</i>	<i>Çarp.</i>	<i>Bask.</i>	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. Cinsiyet									
2. Yaş	32.6	7.57	0.53	0.59	-.08				
3. Yönlendirici Liderlik	3.84	0.73	-0.43	0.39	.06	.03	(.80)		
4. İşe Tutulma	4.67	1.04	-0.65	-0.31	.05	.05	.17*	(.92)	
5. Çalışan Performansı	4.26	0.52	-0.46	-0.21	.12	-.06	.31**	.29**	(.62)

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ ,  $n = 181$ , Çarp.: Çarpıklık, Bask.: Basıklık, Cronbach alfa güvenilirlik değerleri parantez içinde verilmiştir.

Kontrol değişkenleri olarak incelenen demografik değişkenlerin araştırma değişkenleri ile anlamlı ilişkilerinin olmadığı görülmüştür. Yönlendirici liderliğin işe tutulma ile ( $r = .17$ ,  $p < .05$ ) ve çalışan performansı ile ( $r = .31$ ,  $p < .01$ ) aynı yönde anlamlı ilişkili olduğu, işe tutulmanın da çalışan performansı ile ( $r = .29$ ,  $p < .01$ ) aynı yönde anlamlı ilişkili olduğu bulunmuştur.

Çalışan performansı üzerinde araştırma değişkenlerinin etkilerini incelemek amacıyla regresyon analizleri yapılmıştır. İşe tutulmanın aracılık rolünü incelemek amacıyla önce yönlendirici liderliğin işe tutulma üzerindeki etkisinin incelendiği regresyon analizi, ikici olarak yönlendirici liderliğin çalışan performansı üzerindeki etkisinin incelendiği regresyon analizi son olarak yönlendirici liderliğin ve işe tutulmanın birlikte çalışan performansı üzerindeki etkisinin incelendiği regresyon analizi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 2’de sunulmuştur.

**Tablo 2:** Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız değişkenler</i>	<i>Bağımlı değişkenler</i>		
	İşe Tutulma	Çalışan Performansı	
	Model 1 B	Model 2 B	Model 3 B
R <sup>2</sup>	.03	.11	.17
Sabit	3.40**	3.29**	2.89**
Cinsiyet	0.09	-0.07	-.08
Yaş	0.01	0.01	0.01
Yönlendirici Liderlik	<b>0.23*</b>	<b>0.22**</b>	<b>0.19**</b>
İşe Tutulma	-	-	<b>0.12**</b>

\*p < .05, \*\*p < .01, B = Standardize edilmemiş regresyon katsayısı.

Elde edilen regresyon analizi bulguları incelendiğinde yönlendirici liderliğin bireysel çalışan performansı üzerinde aynı yönde anlamlı etkisinin (B= 0.22, p < .01) olduğu görülmüştür. Araştırmanın birinci hipotezini destekleyen bulgular elde edilmiştir. Aracılık rolünün incelenmesine yönelik olarak, yönlendirici liderliğin işe tutulma üzerinde aynı yönde anlamlı etkisinin (B= 0.23, p < .01) olduğu, işe tutulmayla beraber analize girildiğinde bireysel çalışan performansı üzerindeki etkisinin (B= 0.19, p < .01) azaldığı, ancak anlamlı etkisinin devam ettiği, işe tutulmanın ise bireysel çalışan performansı üzerinde aynı yönde anlamlı etkisinin (B= 0.12, p < .01) olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgular yönlendirici liderliğin bireysel çalışan performansı üzerindeki etkisinin bir kısmının işe tutulma aracılığıyla dolaylı olarak gerçekleştiğini göstermiştir.

Bu dolaylı etkinin anlamlılığını incelemek için PROCESS 2.16 (Hayes, 2013) eklentisi kullanılarak Önyükleme (Bootstrap) yanlılığı düzeltilmiş güven aralığı (Önyükleme YD %95 GA) yöntemi uygulanmıştır (Shrout ve Bolger 2002; Preacher ve Hayes, 2008). Elde edilen sonuçlar Tablo 3'te sunulmuştur.

**Tablo 3:** Aracılık Analizi Sonuçları

İncelenen Etki	YD %95 GA			
	B	S.H.	Alt Sınır	Üst Sınır
<b><u>Yönlendirici Liderlik --&gt; İş Performansı</u></b>				
Doğrudan Etki (c')	0.19	0.05	<b>0.092</b>	<b>0.287</b>
Dolaylı Etki (axb) (Aracı : İşe tutulma)	0.03	0.02	<b>0.002</b>	<b>0.074</b>

B = Standardize edilmemiş regresyon katsayısı, S.H.= Standart Hata, YD %95 GA= Yanlılığı Düzeltilmiş % 95 Güven Aralığı (BC 95% CI), n=181 / 5.000 Önyükleme (Bootstrap) örnekleme, a= yordayıcının aracı değişken üzerindeki etkisi, b= aracı değişkenin yordanan üzerindeki etkisi, c'= aracı değişken modele dahil edildikten sonra yordayıcının yordanan üzerindeki etkisi.

Yönlendirici liderliğin çalışan performansı üzerindeki dolaylı etkisinin alt ve üst sınırlarının arasındaki değerlerin “0” dan farklı olması, incelenen aracılık etkisinin anlamlı olduğunu göstermiştir (Shrout ve Bolger 2002). Buna göre araştırmanın ikinci hipotezini destekleyen bulgular elde edildiği söylenebilir. Yönlendirici liderliğin performans üzerinde doğrudan etkisinin de anlamlı bulunması söz konusu aracılık rolünün kısmi olduğunu göstermektedir.

#### 4. TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu çalışmada yönlendirici liderlik tarzının çalışanların bireysel performansları üzerindeki etkisi ve bu etki üzerinde çalışanların işe tutulmalarının aracılık rolü incelenmiştir. Elde edilen bulgular yönlendirici liderliğin çalışanların performansını aynı yönde etkilediğini ve işe tutulmanın bu etkide kısmi aracılık rolünün olduğunu göstermiştir.

Yönlendirici liderliğin çalışanların performansı üzerinde olumlu etkisinin bulunması Yol-Amaç Teorisinin (House ve Dessler, 1974; House ve Mitchell, 1974; House, 1996) önermelerini desteklemektedir. Çalışanların hedeflerinin, iş yapma biçimlerinin standartlarının belirlenmesi ve iş için yönlendirmeleri, kendilerinden neyin beklendiğini anlamalarını ve buna ulaşmalarını kolaylaştırdığı anlaşılmaktadır.

Mevcut çalışmada yönlendirici liderliğin çalışanların işe tutulma düzeylerini artırdığı görülmüştür. Bu bulgu sınırlı görgül çalışma

bulgusuyla tutarlıdır (Leren, 2016). Ayrıca İş Talepleri-Kaynakları Modeli (Schaufeli ve Bakker, 2004; Bakker ve Demerouti, 2007; Taris ve Schaufeli, 2016) iş talepleri karşısında yeterli ve daha fazla kaynağa sahip olmanın çalışanların işe tutulmalarını sağlayacağını ve olumlu iş sonuçlarının elde edileceğini önermektedir. Liderlerin yönlendirici liderlik yoluyla çalışanların işin nasıl yapılacağıyla ilgili bilişsel kaynaklarını artırdığı ve bu yolla işe tutulmalarını olumlu yönde etkiledikleri düşünülmektedir. Ayrıca, çalışanların ne yapacakları hakkında yöneticilerinden açık yönlendirme almaları fiziksel, bilişsel ve duygusal enerjilerini neye harcayacaklarını belirlemelerini sağlayarak kaynaklarını daha verimli kullanabildikleri ve bunun işe tutulma düzeylerini artırdığı öne sürülebilir.

Yönlendirici liderliğin çalışan performansı üzerindeki etkisinde işe tutulmanın aracılık rolünün olduğu bulunmuştur. Yönlendirici liderliğin, çalışanların işin amaçlarını, prosedürlerini ve sonuçlarını net biçimde anlaşılmasını sağlayarak çalışanların beklentileri ile işin çalışanlara sağladıklarını netleştirme yoluyla işe tutulmayı belirli ölçüde artırdığı ve işine duygusal, fiziksel ve bilişsel enerjilerini daha fazla yatırmalarını sağlayarak daha yüksek performans gösterilmesine yol açtığı düşünülmektedir.

Mevcut araştırmada kullanılan verinin kesitsel olmasının nedensellik ilişkisini sınırlaması, verinin tek kaynaktan toplanmış olmasının belirli ölçüde ortak yöntem varyansına neden olabilmesi ve örneklem büyüklüğünün sınırlı olması araştırmanın bulguları değerlendirilirken göz önünde bulundurulması gereken çalışmanın temel sınırlılıklarıdır. Gelecek araştırmalarda iş bağlamında belirsizliğin azaltılması ve işe tutulma ilişkisinin daha detaylı olarak incelenmesinin yönlendirici liderlik ve işe tutulma ilişkisinin ayrıntılı biçimde anlaşılmasına katkı sağlayabileceği değerlendirilmektedir.



## **KAYNAKÇA**

- Bakker, A. B. (2011). An Evidence-Based Model of Work Engagement. *Current Directions in Psychological Science*, 20(4) 265-269.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The Job Demands–Resources model: State of the art. *Journal of Managerial Psychology*, 22, 309-328.
- Çöl, G. (2008). Algılanan güçlendirmenin iş gören performansı üzerine etkileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(1), 35-46.
- Eryılmaz, E. & Doğan, T. (2012). İş Yaşamında Öznel İyi Oluş: Utrecht İşe Bağlılık Ölçeğinin Psikometrik Niteliklerinin İncelenmesi, *Klinik Psikiyatri*, 15, 49-55.
- Hakanen, J. J. & Roodt, G. (2010). Using the job demands-resources model to predict engagement: Analysing a conceptual model. In A.B. Bakker & M.P. Leiter (Eds.) *Work engagement: A Handbook of Essential Theory and Research* (pp. 85–101). New York: Psychology Press.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based perspective*. New York, NY: The Guilford Press.
- House, R. J. (1996). Path-Goal Theory of Leadership: lessons, legacy, and A reformulated theory, *Leadership Quarterly*, 7(3), 323-352.
- House, R. J. & Dessler, G. (1974). The Path-Goal Theory of Leadership: Some Post Hoc and A Priori Tests, in *Contingency Approaches to Leadership*, Eds. James G. Hunt and Lars L. Larson, Carbondale: Southern Illinois University Press.
- House, R. & Mitchell. T. R. (1974). The Path Goal Theory of Leadership, *Journal of Contemporary Business*, 3, 81-97
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). “Cutoff Criterion for Fit Indices in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives”, *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55.
- Kahn, W.A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33, 692-724.
- Kirkman, B. L. & Rosen, B. (1999). “Beyond Self-Management: Antecedents and Consequences of Team Empowerment”. *Academy of Management Journal*. 42(1): 58-74.
- Crawford, E. R., LePine, J. A., & Rich, B. L. (2010). Linking job demands and resources to employee engagement and burnout: A theoretical extension and meta-analytic test. *Journal of Applied Psychology*, 95(5), 834-848.
- Leren, J. H. (2016) *Employee engagement and distance*, Unpublished Master Thesis, Norwegian School Of Economics: Bergen.

- McShane, S. L. & Von Glinow, M. A. (2014). *Örgütsel Davranış* (Çev. Ed. A. Günsel ve S. Bozkurt), İstanbul: Beta.
- Murphy, S. E., & Fiedler, F. E. (1992). Cognitive resource theory and utilization of the leader's and group member's technical competence. *Leadership Quarterly*, 3, 237-255.
- Özkalp, E. & Meydan, B. (2015). Schaufeli ve Bakker tarafından geliştirilmiş olan İşe Angaje Olma Ölçeğinin Türkçe'de güvenilirlik ve geçerliliğinin analizi, *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 17(3), 04-19.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40, 879-91.
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 293-315.
- Schaufeli, W. B., Bakker, A. B. & Salanova, M. (2006). The Measurement of work engagement with a short questionnaire A Cross-National Study. *Educational and Psychological Measurement*. 66(4), 701-716.
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: a two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71-92.
- Segers, Jesse & De Prins, Peggy & S, Brouwers. (2010). Leadership and engagement: A brief review of the literature, a proposed model, and practical implications. In (Ed) S. L. Albrecht, *Handbook of Employee Engagement, Perspectives, Issues, Research and Practice*, (149-158)
- Shrout, P. E., & Bolger, N. (2002). Mediation in experimental and nonexperimental studies: New procedures and recommendations. *Psychological Methods*, 7, 422-45.
- Somech, A., & Wenderow, M. (2006). The Impact of Participative and Directive Leadership on Teachers' Performance: The Intervening Effects of Job Structuring, Decision Domain, and Leader-Member Exchange. *Educational Administration Quarterly*, 42(5), 746-772.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (Sixth edition). United States: Pearson Education.
- Taris, T. W. & Schaufeli, W. B. (2016). The Job Demands-Resources model. In: S. Clarke, T.M. Probst, F. Guldenmund & J. Passmore (Eds.). *The Wiley Blackwell handbook of the psychology of occupational safety and workplace health*. Chichester: John Wiley. 157-180.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. New York: Wiley.



## Hemşirelerde Öz-Yeterliliğin Girişimci Davranışa Etkisi ve Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi

*The Effect of Self-Efficacy of Nurses on Entrepreneurial Behavior and Investigation in Terms of Demographic Characteristics*

Aysun TÜRE\*  
İrfan AKKOÇ†

**Öz:** Son yıllarda çalışanların öz yeterlilik algıları ve girişimci davranışları, örgüt ve çalışanların başarısına pozitif yönde katkı sağlayan değişkenler olması nedeniyle araştırmacıların ve profesyonellerin dikkatini çekmektedir. Sağlık sektörü, insan yaşamı ile ilgili olması nedeniyle çalışan ve örgütsel etkinlik ve verimliliğinin sağlanması gereken sektörlerin başında yer almaktadır. Bu nedenle bu çalışmada sağlık örgütlerinin başarısında kritik bir role sahip hemşirelerin öz yeterlilik ve girişimci davranışları ele alınmıştır. Bu çalışmanın amacı; hemşirelerde öz yeterliliğin girişimci davranışa etkisi ve demografik değişkenlerin rolünün araştırılmasıdır. Araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişki; t testi, ANOVA testi, korelasyon analizi, regresyon analizi gibi istatistiksel yöntemler ile analiz edilmiştir. Çalışmada Eskişehir ilinde faaliyet gösteren bir üniversite hastanesinde (N=550) çalışan hemşireler örneklem olarak alınmıştır. Bu konuda hazırlanan anket formu ile 396 çalışandan toplanan veriler kullanılarak çalışmada yer alan değişkenler arasındaki ilişkiler belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda, öz yeterliliğin girişimci davranışı pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Öz Yeterlilik, Girişimci Davranış, Hemşirelik.

\* Dr. Öğr. Üyesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelikte Yönetim Anabilim Dalı, ature@ogu.edu.tr

†Dr. Öğr. Üyesi, dr.irfanakkoc@gmail.com

**Abstract:** *In recent years, self-efficacy and entrepreneurial behaviors of employees have attracted the attention of researchers and professionals as they are positive variables contributing to the success of the organization and employees. As the health sector is related to human life, it is one of the leading sectors in which the organizational efficiency and productivity should be ensured. For this reason, self-efficacy and entrepreneurial behaviors of nurses who have a critical role in the success of health organizations are discussed in this study. The aim of this study is to investigate the effect of self-efficacy of nurses on their entrepreneurial behavior and the role of demographic variables. The relationship between the variables of the study was analyzed by various statistical methods: t-test, ANOVA test, correlation analysis, and regression analysis. In this study, nurses working in a university hospital (n=550) in Eskişehir were taken as sampling. Using the questionnaire prepared on this subject and the data collected from 396 employees, the relationships among the variables were determined. The study found that self-efficacy had a positive effect on entrepreneurial behavior.*

**Keywords:** *Self-Efficacy, Entrepreneurial Behaviour,, Nursing*

## 1. GİRİŞ

Sağlığın geliştirilmesi hemşirelik mesleğinin temel amaçları içerisinde yer almaktadır. Günümüzde hemşirelerin sağlığı geliştirme konusunda üstlenmiş oldukları rollerinin daha fazla ön plana çıktığı görülmektedir (Bahar, Beşer, Gördes, Ersin ve Kısal, 2008; Campel ve Aday, 2001; Benson ve Latter, 1998). Hemşirelik mesleğini üstlenen çalışanların, kişilerin değişen ihtiyaçlarına ve toplumun değişen yapısına çözüm üretmede çeşitli zorluk ve engeller ile karşı karşıya kaldığı görülmektedir (Nazari, Vanaki, Kermanshahi ve Hajizadeh, 2018). Dolayısıyla hemşirelerin değişen ihtiyaçlar ve yapılar karşısında çözüm üretebilme kapasitelerini artıracabilecek değişkenlerin neler olduğunun belirlenmesi ve bu değişkenlerin örgüt yapısı ve işleyişinde yer alması büyük önem kazanmaktadır. Sağlığın korunması ve geliştirilmesine yönelik araştırmalardan elde edilen bulgular, sağlığın geliştirilmesine ve sağlıklı yaşam tarzına ilişkin faydalı sağlık davranışlarının oluşturulması ve yaşatılmasında öz yeterlilik algısının önemli bir belirleyici olduğuna işaret etmektedir (Esin, 1997; Benson ve Latter, 1998; Aksayan ve Gözüm, 1998).

Öz yeterliliği, Bandura (1989) “insan motivasyonunun, etkisinin ve eyleminin önemli bir temel belirleyici kümesi” olarak işlev gören inançlar olarak açıklamaktadır. Bu inançlar, motivasyonel, bilişsel ve duyuşsal

müdahale süreçleri yoluyla bir eylem biçimi oluşturur. Bilişsel sürecin bir örneği kişisel hedeflerin belirlenmesi ile ilgilidir. Algılanan öz yeterlik düzeyi ne kadar yüksek olursa, insanların kendileri için koydukları hedefler de o kadar yüksek olur; bu da hedeflere daha yüksek düzeyde bağlılık sağlamaktadır. Algılanan öz-yeterliliğin hayati bir kişisel kaynak olduğunu, çünkü insanın sadece doğrudan değil, aynı zamanda hedef beklentileri veya sonuç beklentileri gibi diğer önemli belirleyiciler üzerindeki etkisiyle dolaylı olarak da etkilenmektedir (Bandura, 2000). Sonuç olarak, öz yeterlilik girişimci davranışı olumlu yönde artırılabilir.

Girişimcilik alanında yapılan çalışmalar, çalışanların girişimci davranışlarının örgütler için önemine ve gerekliliğine dikkat çekmektedir (Caldwell ve O'Reilly, 2003; Freel, 2005; Çalışkan ve Akkoç, 2012; Çalışkan, Akkoç ve Turunç, 2011; Akkoç, Çalışkan ve Turunç, 2012a; Turunç, Türköz, Akkoç ve Çalışkan, 2013). Girişimci davranış; bir örgütün çalışanları tarafından girişimci fırsatların keşfi, değerlendirilmesi ve kullanılmasıyla ilgili gerçekleştirilen bütün faaliyetleri içeren (Kuratko, Ireland, Covin ve Hornsby, 2005) bir kavramdır. Girişimci davranış, örgüt içerisinde karşılaşılan problemleri çözüme kavuşturmak, vizyoner, rutin durumları önemli fırsatlara çevirmek, risk almak, yaratıcı, yenilikçi, dinamik, (Antoncic ve Hisrich, 2003) liderlik, inisiyatif kullanmak, bağımsızlık, başarıma azmi, yoğun çalışmak, ikna yeteneği (Gibb, 1987) gibi çalışanlar tarafından gösterilen davranış şekilleridir. Hemşirelerin güvenli, yüksek kaliteli, hasta merkezli, erişilebilir bakım gereksinimlerini karşılayan bir sağlık sisteminin kurulmasında önemli rolleri vardır. Hemşirelik mesleğindeki gelişmelere ve yeni bakım modellerinde kaydedilen ilerlemelere bağlı olarak girişimci davranışlar sergilemelerine yönelik teşvik edilmeleri son derece önemlidir (Jahani, Abedi, Elahi ve Fallahi-Khoshknab, 2016).

Öz yeterlilik kavramı, Bandura'nın Sosyal Biliş Kuramına dayanmaktadır. Bu kuram, öz yeterliliğin, kişilerin nasıl hissettiği, düşündüğü ve davrandığı konusunda bir farklılık yarattığını iddia etmektedir (Bandura, 1997). Bu yaratılan farklılıklar şu şekilde detaylandırılabilir;

- Duygu: Düşük bir öz yeterlilik duygusu, depresyon, endişe ve çaresizlik ile ilişkili olmakla birlikte aynı zamanda bu duyguya sahip kişilerin öz saygısı düşük olmakta ve başarıları ve kişisel gelişimleri hakkında karamsar düşüncelere sahiptirler.
- Düşünce: Düşünme açısından güçlü bir yeterlilik duygusu, karar verme ve akademik başarı dâhil olmak üzere çeşitli ortamlarda bilişsel süreçleri ve performansı kolaylaştırmaktadır.
- Davranış: Öz yeterlik, eylem hazırlama üzerinde etkilidir, çünkü kişinin kendisi ile ilgili algıları motivasyon sürecinde önemli bir bileşeni oluşturmaktadır. Çalışanların öz yeterlik seviyeleri motivasyonu artmasını sağlayabileceği gibi azaltabilir veya tamamen engelleyebilir.

Öz yeterliliği yüksek çalışanlar daha zorlu görevler yapmayı tercih etmektedirler. Kendilerine daha yüksek hedefler belirlemekte ve bu hedeflere bağlı kalmaktadırlar. Eylemler düşüncede şekillendirilir ve kişiler öz yeterlilik düzeylerine uygun olarak iyimser ya da kötümser senaryolar beklentisi içine girmektedirler. Yüksek düzeyde öz yeterliliğe sahip kişiler, düşük düzeyde öz yeterliliğe sahip kişilere kıyasla daha fazla çaba harcar ve daha uzun süre eylemlere devam etmekte diğer bir ifade ile sebat göstermektedirler. Olumsuz bir netice ile karşılaşıldığında, kısa sürede bu olumsuz sonucun yarattığı hayal kırıklığının üstesinde gelebilir ve hedeflerine olan bağlılıklarını sürdürmeye devam etmektedirler. Yüksek düzeyde öz yeterlilik algısı aynı zamanda zorlu koşulları seçme, çevrelerini keşfetme veya yeni çevrelerin oluşturulmasını sağlamaktadır (Bandura, 1997). Bu yüksek düzeyde öz yeterlilik algısı çalışanların girişimci davranışları gösterme konusunda daha fazla cesaretli olmalarını sağlamaktadır (Mair, 2002).

Çeşitli çalışmalar girişimcinin öz yeterlilik algısının, iş tercihinde girişimciliğin niyetini tanımlayabilen ve görevini yerine getirmede başarılı olabileceğini belirleyen önemli bir faktör olduğunu göstermektedir (Jung, Ehrlich, De Noble ve Baik, 2001; Kickul ve D'Intino 2005). Çalışanın yetenekleri ilişkin güven düzeyi, görevlerine ait gereklilikleri yerine getirme veya beklenen performans düzeyinin yakalanmasında önemli bir role sahiptir (Peterson ve Arnn, 2005).

Girişimci davranışa yönelik güncel yaklaşımlar, girişimcilerin tutum ve davranışlarına odaklanan davranış teorisi ile ifade edilmektedir. Bu teori, her davranışın bir nedeni olduğu ve herhangi bir şeye tepki olarak ortaya çıktığından hareketle girişimsel davranışın doğasını açıklamaya çalışmaktadır (Bridge, 1998).

Öz yeterlilik algısı; genel öz yeterlilik ve göreve özgü öz yeterlilik olmak üzere iki kısma ayrıldığı ifade edilebilir. Genel öz yeterlilik, bir kişinin stres altında veya zorlu talepler ile karşı karşıya kaldığı durumlar ile başa çıkma yetkinliğine olan inancıdır. Göreve özgü öz yeterlilik ise çalışanın mevcut belirli bir görevi ile ilgili olmaktadır. (Luszczynska, Scholz ve Schwarzer, 2005). Çalışanın iş pozisyonu, statüsü, iş tecrübesi ve öz yeterlik gibi bireysel düzeydeki değişkenler, hemşirelik performansı ile pozitif yönde ilişkilidir (Lee ve Ko, 2010). Girişimci davranışların sergilenmesinde etkili olan öz yeterlilik girişimcilik niyetinin öncülü olarak nitelendirilmektedir (Jung vd., 2001; Wilson, Kickul ve Marlino 2007; Auzoult Lheureux ve Abdellaoui, 2016; Ergun-Özler, Giderler ve Baran, 2017). Yapılan çalışmalarda öz yeterliliğin çalışanların girişimci davranışlarını pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir (Poon, Ainuddin ve Junit, 2006; Hmieleski ve Corbett, 2008; Meydan, 2011; Çetin, 2011; Akkoç, Çalışkan ve Turunç, 2012b; Konaklı, 2015). Bu kapsamda kuramdan ve ampirik araştırmalardan yola çıkılarak öz yeterlilik algısının hemşirelerin girişimci davranışlarına etkisini test etmek üzere geliştirilmiş hipotez aşağıda sunulmuştur.

**Hipotez 1:** Hemşirelerin öz yeterlilik alguları girişimci davranışlarını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

Hemşireler ve hemşire öğrencilerinin örneklem alınarak öz yeterlilik algısının demografik özelliklere göre (cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, yaş grupları ve çalışma yılı grupları) farklılık gösterip göstermediği ile ilgili yapılan çalışmalarda; farklılık olduğunu gösteren bulgular olduğu gibi farklılık olmadığını gösteren bulgulara da rastlanılmıştır (Scholz, Doña, Sud ve Schwarzer 2002; Yiğitbaş ve Yetkin, 2003; Sergek ve Sertbaş, 2006; Baysal, 2010; Uz, 2011; Başar, Akın ve Durna, 2015; Kim, Lee ve Park, 2015; Yılmaz-Koçak, 2017). Bu

kapsamda kuramdan ve ampirik araştırmalardan yola çıkılarak öz yeterlilik algısının hemşirelerin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek üzere geliştirilmiş hipotezler aşağıda sunulmuştur.

Hipotez 2: Hemşirelerin sosyo-demografik özelliklerine göre öz yeterlilik algı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Hipotez 2a: Hemşirelerin cinsiyetlerine göre öz yeterlilik algı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Hipotez 2b: Hemşirelerin medeni durumlarına göre öz yeterlilik algı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Hipotez 2c: Hemşirelerin eğitim düzeylerine göre öz yeterlilik algı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Hipotez 2d: Hemşirelerin yaş gruplarına göre öz yeterlilik algı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Hipotez 2e: Hemşirelerin çalışma yılı gruplarına göre öz yeterlilik algı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Demografik özellikler açısından girişimci davranışı doğrudan ele alan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Ancak hemşireler ve hemşire öğrencilerinin örneklem alınarak girişimcilik özelliklerinin demografik özelliklere göre (cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, yaş grupları ve çalışma yılı grupları) ele alan çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalarda demografik özelliklere göre farklılık olduğunu gösteren ve göstermeyen bulgulara rastlanılmıştır (Yıldırım, 2016; Eminoğlu, 2016). Bu kapsamda kuramdan ve ampirik araştırmalardan yola çıkılarak girişimci davranışların hemşirelerin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek üzere geliştirilmiş hipotezler aşağıda sunulmuştur.

Hipotez 3: Hemşirelerin sosyo-demografik özelliklerine göre girişimci davranış düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.



Hipotez 3a: Hemşirelerin cinsiyetlerine göre girişimci davranış düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Hipotez 3b: Hemşirelerin medeni durumlarına göre girişimci davranış düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

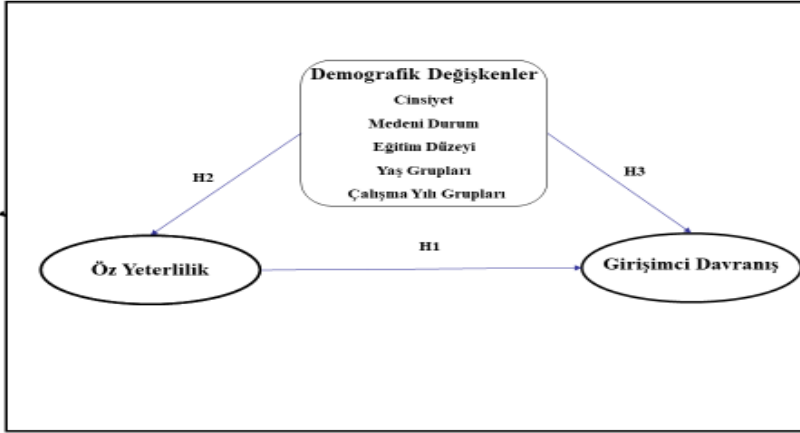
Hipotez 3c: Hemşirelerin eğitim düzeylerine göre girişimci davranış düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Hipotez 3d: Hemşirelerin yaş gruplarına göre girişimci davranış düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Hipotez 3e: Hemşirelerin çalışma yılı gruplarına göre girişimci davranış düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Bu çalışmada yer verilen değişkenlerin sağlık organizasyonlarında sunulan sağlık hizmetine önemli katkılar sağlayacağı düşüncesi doğrultusunda bu araştırma modeli oluşturulmuştur. Bu çalışma, öz yeterlilik ve girişimci davranış literatürüne hemşirelik mesleği özelinde katkı sağlayacağı ve bu değişkenler arasında şu ana kadar araştırmalarda elde edilmiş bilimsel sonuçlara yenilerinin ekleneceği düşünülmektedir. Bu çalışmanın amacı, hemşirelerde öz yeterlilik algısının girişimci davranışa etkisi ve hemşirelerin demografik özelliklerine göre öz yeterlilik algısı ve girişimci davranışların farklılaşp farklılaşmadığının araştırılmasıdır.

Kuramdan ve araştırmalardan yola çıkılarak oluşturulan araştırma modeli ve hipotezler Şekil 1' de sunulmuştur.



Şekil 1. Araştırma Modeli ve Hipotezler

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Araştırmanın Örneklemi

Araştırma evrenini Eskişehir’de faaliyet gösteren bir üniversite hastanesinde (N=550) çalışan hemşireler oluşturmaktadır. %95 güvenilirlik sınırları içerisinde %5’lik bir hata payı dikkate alınarak örneklem büyüklüğü 226 kişi olarak hesap edilmiştir (Sekaran, 1992). Bu kapsamda kümelere göre örnekleme yöntemiyle tesadüfi olarak seçilen toplam 500 kişiye anket uygulaması yapılması planlanmıştır. Gönderilen anketlerden 396’sı analiz yapmak için uygun bulunmuştur.

Araştırmaya katılan hemşirelerin; %75.8’i kadın (n=300), %58.3’ü (n=231) evli ve %48.0’ı (n=190) lisans mezunudur. Örneklemin, yaş ortalaması 32.02, çalışma yılı ortalaması ise 9.7 yıldır.

## 2.2. Araştırmanın Ölçekleri

### 2.2.1 Öz Yeterlilik Ölçeği:

Çalışanların öz yeterlilik düzeyini belirlemek üzere Khandwalla (1976) tarafından geliştirilen ve Waldman, Ramirez, House ve Puranam (2001) tarafından kullanılan ölçek kullanılmıştır. On sorudan oluşan ölçekte sorular “Yeni bir durumla karşılaştığımda ne yapmam gerektiğini bilirim” ve “Güçlükleri soğukkanlılıkla karşılarım, çünkü yeteneklerime her zaman güvenebilirim” şeklindedir. Ölçekte cevaplar 5’li likert ölçeği ile alınmıştır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum). Waldman vd. (2001) tarafından yapılan güvenilirlik analizleri Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı .86 olarak tespit edilmiştir. Bu çalışmada bu ölçeğin Türkçe geçerlemesi Akkoç, Çalışkan ve Turunç (2012b) yapılmıştır. Akkoç ve arkadaşları (2012b) tarafından yapılan güvenilirlik analizleri Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı .88 olarak tespit edilmiştir.

### 2.2.2. Girişimci Davranış Ölçeği:

Çalışanların girişimci davranışa eğiliminin ölçülmesinde Pearce, Kramer ve Robbins, tarafından (1997) oluşturulan ve Zampetakis ve arkadaşları (2009) tarafından kullanılan ölçek kullanılmıştır. Altı sorudan oluşan ölçekte sorular “Yeni beceriler öğrenme konusunda heyecanlıyım” ve “Zorlu ve fırsatlarla dolu işler için ortak iş grupları ve iş takımları ortamı yaratırım” şeklindedir. Zampetakis, Beldekos ve Moustakis (2009) ölçeğin güvenilirlik katsayısını .71 olarak tespit etmişlerdir. Ölçekte cevaplar 5’li likert ölçeği ile alınmıştır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum). Bu çalışmada kullanılan bu ölçeğin Türkçe geçerlemesi Akkoç Çalışkan ve Turunç (2012) tarafından yapılmıştır. Akkoç vd. (2012b) tarafından yapılan güvenilirlik analizleri Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı .82 olarak tespit edilmiştir. 2019 yılında bu ölçeğin Türkçeye uyarlaması Akkoç, Çalışkan ve Turunç (2019) tarafından yapılmıştır. Akkoç ve arkadaşları (2019) tarafından farklı iki sektörün örneklem alındığı bu çalışmada güvenilirlik analizleri sonucu Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı .97 ve .92 olarak tespit edilmiştir.

### 2.3. Araştırmanın Etik Yönü

Etik onay, İstanbul Medipol Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'ndan (onay numarası: 100840098-604.01.01-E 492, onay tarihi: 04.01.2018) alınmıştır. Ayrıca çalışmanın yapıldığı kurumdan yazılı izin ve katılımcılardan sözlü onam alınmıştır

### 3. BULGULAR

Araştırma sonucunda elde edilen veriler SPSS ve Amos programında analizler yapılmıştır. Bu kapsamda, ilk aşamada araştırmada kullanılan ölçeklere DFA yapılmıştır. DFA sonuçları Tablo 1' de sunulmuştur. Tüm değişkenlerin kabul edilebilir standartlarda uyum iyiliği değerlerine sahip olduğu görülmektedir.

**Tablo 1:** Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucunda Ölçeklerin Uyum İyiliği Değerleri (Meydan ve Şeşen, 2011)

Değişkenler	X <sup>2</sup>	df	CMIN/DF ≤5	GFI ≥.85	AGFI ≥.80	CFI ≥.90	NFI ≥.90	TLI ≥.90	RMSEA ≤.08
1.Öz Yeterlilik	87.25	32	2.72	.96	.93	.97	.95	.96	.066
2.Girişimci Davranış	12.75	4	3.18	.99	.94	.98	.97	.92	.074

**Not:** Uyum iyiliği değer aralıkları “*kabul edilebilir*” standartlara göre düzenlenmiştir.

İkinci aşamada ise katılımcıların algıladıkları algılanan örgütsel destek, lider desteği, girişimci davranış ve öz yeterliliğe ilişkin elde edilen verilerin ortalamaları, standart sapmaları ve aralarındaki korelasyonlara bakılmıştır. Bulgular Tablo 2’de sunulmuştur.

**Tablo 2:** Verilere ilişkin Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Değerleri

	Ortalama	Standart Sapma	1	2
1. Öz Yeterlilik	4.06	.50	(.88)	
2. Girişimci Davranış	3.84	.53	.49***	(.75)

\* p<.05. \*\*p<.01. \*\*\*p<.001

Tablo 2 de görüldüğü gibi araştırmaya konu edilen bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında anlamlı ilişkiler bulunmaktadır.

Analiz kapsamında modelde çoklu doğrusal bağlantı sorunu olup olmadığını belirlemek maksadıyla doğrudanlığa (collinearity) da bakılmıştır. Elde edilen tolerans ve VIF değerleri bağımsız değişkenler arası çoklu bağlantı olmadığını doğrulayan sonuçlar vermiştir (Tolerans > .2, VIF< 5).

### 3.1. Demografik Gruplardaki Farklılıklar

Araştırmada hemşirelerin öz yeterlilik algısı ve girişimci davranışlarının, cinsiyete ve medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediği “t-testi”; eğitim durumuna, yaşına ve çalışma yılına göre farklılık gösterip göstermediği ise “ANOVA analizi” ile test edilmiştir.

Öz yeterliliğin cinsiyete ve medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediği test etmek üzere yapılan t-testi sonucunda (Tablo 3) kadınlar ile erkeklerin, evli ve bekârların öz yeterlilik algıları arasında anlamlı fark olmadığı, gözlenmiştir.

**Tablo 3:** T Testi Bulguları

Değişken	Grup	N	Ortalama	SS	P
Öz Yeterlilik	Kadın	300	4.049	.487	.211
	Erkek	96	4.122	.530	
	Evli	231	4.033	.465	.116
	Bekâr	165	4.115	.530	

Girişimci davranışın cinsiyete ve medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediği test etmek üzere yapılan t-testi sonucunda (Tablo 4) kadınlar ile erkeklerin girişimci davranış algıları arasında anlamlı fark olmadığı ancak evli ve bekârların girişimci davranış algıları arasında anlamlı fark olduğu, bekâr hemşirelerin girişimci davranış ortalamalarının evli hemşirelere oranla daha yüksek olduğu gözlenmiştir.

**Tablo 4:** T Testi Bulguları

Değişken	Grup	N	Ortalama	SS	P
Girişimci Davranış	Kadın	300	3.845	.513	.977
	Erkek	96	3.849	.561	
	Evli	231	3.770	.523	.001
	Bekâr	165	3.949	.510	

Hemşirelerin eğitim durumuna, yaşına ve çalışma yılına göre farklılık gösterip göstermediği ise “ANOVA analizi” ile test edilmiştir. Öz yeterlilik ve girişimci davranışın eğitim durumuna, yaşına ve çalışma yılına göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapılan tek yönlü ANOVA analizleri Tablo 5, Tablo 7 ve Tablo 9’da sunulmuştur.

Tablo 5’te görüldüğü üzere eğitim seviyelerine göre hemşirelerin girişimci davranışları farklılık göstermemektedir ( $F=0.098$ ,  $p>.05$ ). Öz yeterlilik algıları ise eğitim seviyelerine göre farklılık göstermektedir ( $F=3.26$ ,  $p<.05$ ). Bu farklılık bulgusuna göre (Tablo 6) önlisans eğitim düzeyine sahip hemşireler lise mezunu olanlara kıyasla öz yeterlilik algılarının daha yüksek düzeyde olduğu görülmektedir.

**Tablo 5:** ANOVA Testi Bulguları

Değişken	Grup	N	Ortalama	SS	F
Öz Yeterlilik	Lise	96	3.99	.049	3.263*
	Önlisans	110	4.16	.041	
	Lisans	190	4.05	.038	
	Toplam	396	4.06	0.42	
Girişimci Davranış	Lise	96	3.86	.539	.098
	Önlisans	110	3.83	.493	
	Lisans	190	3.84	.537	
	Toplam	396	3.84	.525	

\*  $p<.05$ . \*\* $p<.01$ . \*\*\* $p<.001$

**Tablo 6:** ANOVA Testi Bulguları (Tukey Testi)

Değişken	(I) Eğitim Durumu	(J) Eğitim Durumu	Ortalama farkı (I-J)	Standart Hata	P
Öz Yeterlilik	Lise	Ön lisans	-.1710*	.069	.037
		Lisans	.0586	.062	.610
	Ön lisans	Lise	.1710*	.069	.037
		Lisans	.1122	.059	.143

\* p&lt;.05. \*\*p&lt;.01. \*\*\*p&lt;.001

Tablo 7 de görüldüğü üzere yaşlarına göre hemşirelerin girişimci davranışları farklılık göstermemektedir ( $F=.154$ ,  $p>.05$ ). Öz yeterlilik algıları ise yaşlarına göre farklılık göstermektedir ( $F=2.92$ ,  $p<.05$ ). Bu farklılık bulgusuna göre (Tablo 8) 31-35 yaş aralığına sahip hemşirelerin 36-40 yaş aralığına sahip olanlara kıyasla öz yeterlilik algılarının daha yüksek düzeyde olduğu görülmektedir.

**Tablo 7:** ANOVA Testi Bulguları

Değişken	Grup	N	Ortalama	SS	F
Öz Yeterlilik	18-25 yaş	69	4.001	.549	2.920*
	26-30 yaş	132	4.099	.505	
	31-35 yaş	57	4.242	.488	
	36-40 yaş	80	3.992	.454	
	41 ve üzeri yaş	58	4.005	.451	
	Toplam	396	4.067	.498	
Girişimci Davranış	18-25 yaş	69	3.838	.500	.154
	26-30 yaş	132	3.853	.525	
	31-35 yaş	57	3.886	.475	
	36-40 yaş	80	3.822	.553	
	41 ve üzeri yaş	58	3.824	.570	
	Toplam	396	3.845	.525	

\* p&lt;.05. \*\*p&lt;.01. \*\*\*p&lt;.001

**Tablo 8:** ANOVA Testi Bulguları (Tukey Testi)

Değişken	(I) Yaş	(J) yaş	Ortalama farkı (I-J)	Standart Hata	P
Öz Yeterlilik	31-35 Yaş	18-25 yaş	.2406	.088	.052
		26-30 yaş	.1428	.078	.360
		36-40 yaş	.2496*	.085	.031
		41 ve üzeri yaş	.2369	.092	.077

\* p<.05. \*\*p<.01. \*\*\*p<.001

Tablo 9 da görüldüğü gibi çalışma sürelerine göre hemşirelerin öz yeterlilik algıları ( $F=.253$ ,  $p>.05$ ) ve girişimci davranışları farklılık göstermemektedir ( $F=1.039$ ,  $p>.05$ ).

**Tablo 9:** ANOVA Testi Bulguları

Değişken	Grup	N	Ortalama	SS	F
Öz Yeterlilik	1-5 yıl	137	4.075	.541	.253
	6-10 yıl	119	4.117	.478	
	11-15 yıl	57	4.064	.510	
	16-20 yıl	41	4.056	.433	
	21 ve üzeri yıl	42	3.911	.436	
	Toplam	396	4.067	.498	
Girişimci Davranış	1-5 yıl	137	3.860	.501	1.039
	6-10 yıl	119	3.837	.526	
	11-15 yıl	57	3.921	.550	
	16-20 yıl	41	3.707	.484	
	21 ve üzeri yıl	42	3.849	.594	
	Toplam	396	3.845	.525	

### 3.2. Girişimci Davranış Yordayan Değişkenler: Regresyon Analizi Bulguları

Değişkenler arası doğrudan ilişkileri, diğer bir ifade biçimi ile bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki açıklama güçlerini ve de bu etkilerdeki diğer bağımsız değişkenlerin düzeltici rollerini ortaya koymak amacıyla regresyon analizleri yapılmıştır. Regresyon analizlerinde girişimci davranış bağımlı değişken olarak ele alınmış ve öz yeterlilik



bağımsız değişken olarak ele alınarak bağımlı değişken üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Sonuçlar değerlendirildiğinde, Tablo 10'da görüldüğü üzere öz yeterliliğin girişimci davranış üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmektedir ( $\beta = .49$ ;  $p < .001$ ). Öz yeterlilik girişimci davranışı %25 oranında açıklamaktadır ( $R^2 = .245$ ).

**Tablo 10:** Regresyon Analizi

Girişimci Davranış				
Değişkenler	$R^2$	Düz. $R^2$	$F$	$\beta$
Öz Yeterlilik	.245	.243	127.5***	.49***

#### 4. TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu çalışmada hemşirelerde öz yeterlilik algısının girişimci davranışa etkisi ve hemşirelerin demografik özelliklerine göre öz yeterlilik algısı ve girişimci davranışların farklılaşıp farklılaşmadığı araştırılmıştır. Bu amaçla Eskişehir'de faaliyet gösteren bir üniversitenin eğitim ve araştırma hastanesinde çalışan hemşireler üzerinde uygulamalı bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırma ile analize dâhil edilen değişkenlerin etkileri regresyon analizi yardımıyla açıklanmaya çalışılmıştır. Yapılan araştırma ile hemşirelere ilişkin algılanan öz yeterlilik-girişimci davranış ilişkisine yönelik açıklayıcı bulgular elde edilmiştir.

Analiz sonuçları incelendiğinde hemşirelerin öz yeterlilik algısının girişimci davranışları ile ilişkili olduğu ve girişimci davranışı pozitif ve anlamlı olarak artırdığı belirlenmiştir. Bu bulgu benzer araştırmalar ile uyumludur (Poon vd., 2006; Hmieleski ve Corbett, 2008; Meydan, 2011; Çetin, 2011; Akkoç, Çalışkan ve Turunç, 2012; Konaklı 2015). Özellikle yönetici hemşireler tarafından, hemşirelerin öz yeterlilik algılarını geliştirmeye odaklanan yönetim uygulamaları ile girişimci davranışların artacağı böylelikle de güvenli, kaliteli, hasta merkezli, erişilebilir bakım

gereksinimlerini karşılayan bir sağlık sisteminin oluşmasına ivme kazandırabileceği değerlendirilmektedir.

Hemşirelerin öz yeterlilik algısının; cinsiyete ve medeni duruma, göre farklılık gösterip göstermediği test etmek üzere yapılan t-testi sonucunda kadın-erkek ve evli-bekâr, hemşirelerin öz yeterlilik algılarında anlamlı bir fark olmadığı sonucuna varılmıştır. Öz yeterlilik algısının cinsiyete göre farklılık göstermediğine dair bu bulgu diğer çalışmaların bulguları ile benzerdir (Scholz vd., 2002; Yiğitbaş ve Yetkin, 2003; Kim vd, 2015). Öz yeterlilik algısının medeni duruma göre farklılık göstermediğine dair bu bulgu Yılmaz-Koçak, (2017) tarafından yapılan çalışmanın bulgusu ile benzerdir. Ancak bu çalışmanın bulgularından farklı olarak evli hemşirelerin öz yeterlilik algılarının bekâr hemşirelere kıyasla daha yüksek olduğunu gösteren çalışmalar da literatürde yer almaktadır (Baysal, 2010; Sergek ve Sertbaş, 2006).

Hemşirelerin girişimci davranışlarının ise; cinsiyete ve medeni duruma, göre farklılık gösterip göstermediği test etmek üzere yapılan t-testi sonucunda kadın-erkekler arasından anlamlı bir fark olmadığı ancak medeni durumuna göre hemşirelerin öz yeterlilik algılarında anlamlı bir fark olduğu bekâr hemşirelerin evli hemşirelere göre daha fazla girişimci davranış sergiledikleri sonucuna varılmıştır. Bu bulgunun doğal olduğu bunun nedeninin evli hemşirelerin kendilerinin dışında diğer aile bireylerinin de sorumluluğunu taşımaları, aileden işe yönelik baskıların olması ve aile ve işteki rollerinin çatışması olarak ifade edilebilir. Çünkü hemşirelerin taşıdıkları sorumluluk, karşılaştıkları olumsuzluk ve çatışmalar risk almalarının önündeki en büyük engel olarak görülmektedir. Risk almak ise girişimci davranışın temel bileşenlerinden biridir.

Hemşirelerin araştırma değişkenlerine olan algılarının çalışanların eğitim düzeyi, yaş grupları ve çalışma yılı gruplarına göre farklılık gösterip göstermediği ise “ANOVA analizi” ile test edilmiştir. Hemşirelerin öz yeterlilik algısı çalışanların eğitim düzeyi göre; ön lisans eğitim düzeyine sahip hemşirelerin lise düzeyindekilere kıyasla öz yeterlilik algısı yüksek düzeydedir. Ancak bunun dışında diğer eğitim düzeyleri arasında anlamlı

bir fark bulunmamaktadır. Yapılan diğer çalışmalarda hemşirelerin öz yeterlilik algısının eğitim düzeyleri arasında farklılık göstermediğine ilişkin bulgular gözlenmiştir (Sergek ve Sertbaş, 2006; Başar vd., 2015; Yılmaz-Koçak, 2017). Hemşirelerin öz yeterlilik algısı yaş gruplarına göre; 31-35 yaş grubundaki hemşirelerin 36-40 yaş hemşire grubundakilere kıyasla daha yüksek öz yeterlilik algısına sahip olduğu görülmüştür. Diğer yaş grupları arasında ise anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Hemşirelerin örneklem alındığı diğer çalışmalarda yaş grupları arasında ise anlamlı bir farklılık gösteren (Baysal, 2010; Yılmaz-Koçak, 2017) bulgular olduğu gibi anlamlı bir farklılık göstermeyen bulgulara da rastlanılmıştır (Sergek ve Sertbaş, 2006). Bu çalışma bulgularına göre hemşirelerin öz yeterlilik algısının, eğitim düzeyi ve yaş gruplarına göre farklılıkların bir eğilimi veya nedeni belirtecek düzeyde bulgular olmadığı değerlendirilmektedir. Ayrıca bu çalışmada hemşirelerin öz yeterlilik algılarının çalışma yılı gruplarına göre farklılık göstermediği bulgusuna erişilmiştir. Yapılan diğer çalışmalarda, çalışma yılı gruplarına göre hemşirelerin öz yeterlilik algısının farklılık gösterdiğine (Baysal, 2010; Yılmaz-Koçak, 2017; Sergek ve Sertbaş, 2006) ve göstermediğine ilişkin bulgular mevcuttur (Uz, 2011).

Hemşirelerin girişimci davranışlarının; çalışanların eğitim düzeyi, yaş grupları ve çalışma yılı gruplarına göre farklılık göstermediği bulgusuna erişilmiştir. Bu bulgular, hemşirelerin sahip olduğu; eğitim düzeyi, yaş grubu veya çalışma yılı gruplarından bağımsız bir şekilde girişimci davranışlar sergileyebileceğini göstermesi bakımından oldukça önemlidir. Literatürde hemşirelerin bu demografik özelliklerine göre girişimci davranışlarını inceleyen bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışma hemşirelerin girişimci davranışlarının demografik özellikler açısından ele alan ilk çalışmalardan biri olması bakımından oldukça önemlidir.

Üniversite eğitim ve araştırma hastaneleri ileri teknolojiye sahip, en yeni teşhis ve tedavi yöntemlerinin uygulandığı/geliştirildiği ve sağlık sisteminin en üst basamağında yer alan kuruluşlardır. Bu kuruluşlarda doğası gereği yenilik sağlayan girişimci davranışlara daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Yöneticiler tarafından yönetim fonksiyonları icra edilirken, hemşirelerin öz yeterlilik algılarının artmasını sağlamaları

durumunda, bu kurumların son derece ihtiyaç duydukları girişimci davranışlar daha fazla yaygınlaşacak böylelikle teşhis ve tedavi yöntemleri daha etkin ve verimli hale gelecektir.

Araştırmanın sadece hemşirelik meslek grubunda ve Eskişehir ilinde yapılmış olması araştırmanın önemli kısıtlarındandır. Dolayısıyla diğer mesleklerde ve bölgelerde yapılacak araştırmalarda farklı bulgulara ulaşılabilir. Araştırmanın önemli bir diğer kısıtı da kesitsel bir tasarım kullanılmasıdır. Bu nedenle değişkenlerin ilişkilerini kontrol edebilmek ve nedenselliklerini belirlemek oldukça zorlaşmaktadır. Nedensellik ilişkilerin değerlendirmek için boylamsal araştırmaların yapılmasına ihtiyaç bulunmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Akkoç, İ , Çalışkan, A , Turunç, Ö . (2019). Girişimci Davranış: Bir Ölçek Uyarlama Çalışması. Çanakkale Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 14 (1), 1-10.
- Akkoç, İ., Çalışkan, A. ve Turunç, Ö. (2012a). Gelişim ve Rasyonel Alt Kültürlerinin Girişimci Davranışa Etkisi: Algılanan Çevresel Belirsizliğin Aracılık Rolü, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12(4): 65-84.
- Akkoç, İ, Çalışkan, A, ve Turunç, Ö. (2012b). Örgüt Kültürünün Girişimciliğe Etkisinde Öz yeterliliğin Düzenleyici Rolü. İş, GÜÇ Endüstri ve İnsan İlişkileri Dergisi, 14 (3), 19-42. doi: 10.4026/1303-2860.2012.0204.x
- Aksayan, S., ve Gözüm, S. (1998). Olumlu Sağlık Davranışlarının Başlatılması ve Sürdürülmesinde Öz-Etkililik (Kendini Etkileme) Algısının Önemi. Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi, 2 (1), 35-42.
- Antonic, B. and Hisrich, R.D. (2003). Clarifying The Intrapreneurship Concept. Journal Of Small Business And Enterprise Development, 10(1), 7-24. doi.org/10.1108/14626000310461187
- Auzoult L, Lheureux F, and Abdellaoui S. (2016). Are entrepreneurial intentions self-regulated? self-consciousness, core self-evaluations and entrepreneurial intentions of higher education students. The Spanish Journal of Psychology. 19:E38. doi: 10.1017/sjp.2016.42
- Bahar, Z., Beşer, A., Gördes, N., Ersin, F., ve Kısıl, A. (2008). Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışları Ölçeği II'nin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi, 12 (1), 1-12.

- Bandura A. (1989). Human Agency in Social Cognitive Theory, *American Psychologist*, 44(9), 1175-1184. doi.org/10.1037/0003-066X.44.9.1175
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: the exercise of control*. New York, Freeman.
- Bandura, A. (2000). Cultivate self-efficacy for personal and organizational effectiveness. In E. A. Locke (Ed.), *The Blackwell handbook of principles of organizational behavior* (pp.120-136). Oxford, UK, Blackwell.
- Başar, G., Akın, S. ve Durna, Z. (2015). Hemşirelerde ve hemşirelik öğrencilerinde problem çözme ve iletişim becerilerinin değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 4(1), 125-147.
- Baysal E. (2010). Hemşirelerde öz-yeterlilik inancı ve iş doyumunu ilişkisi: bir üniversite hastanesinde saha çalışması (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Benson, A., and Latter, S. (1998). Implementing Health Promoting Nursing: The Integration of Interpersonal Skills and Health Promotion. *Journal of Advanced Nursing*, 27(1), 100-107. doi: 10.1046/j.1365-2648.1998.00476.x
- Bridge, S. (1998). *Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business*, London, Macmillan Business.
- Caldwell, D.F. and O'reilly, A.C. (2003). The Determinants Of Teambased Innovation in Organizations: The Role of Social Influence Small Group Research, 34(4), 497-517. doi.org/10.1177/1046496403254395
- Campell, J., and Aday, R. H. (2001). Benefits of a Nurse-Managed Wellness Program: A Senior Center Model. Using Community-Based Sites for Older Adult Intervention and Self-Care Activities may Promote an Ability to Maintain an Independent Lifestyle. *Journal of Gerontological Nursing*, 27(3), 34-43. doi: 10.3928/0098-9134-20010301-07
- Çalışkan, A. ve Akkoç, İ. (2012). Girişimci Ve Yenilikçi Davranışın İş Performansına Etkisinde Çevresel Belirsizliğin Rolü, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 1-29.
- Çalışkan, A., Akkoç, İ., ve Turunç, Ö. (2011). Örgütsel Performansın Artırılmasında Motivasyonel Davranışların Rolü: Yenilikçilik ve Girişimciliğin Aracılık Rolü, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16 (3), 363-401.
- Çetin, F. (2011). Örgüt İçi Girişimcilikte Öz Yeterlilik Algısı ve Kontrol Odağının Rolü. *Business and Economics Research Journal*, 2(3), 69-85.
- Eminoğlu, A. (2016). Hemşirelik öğrencilerinin girişimcilik özellikleri ve eğilimleri (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gaziantep Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Gaziantep.
- Ergun-Özler, N.D., Giderler C. ve Baran, H. (2017) Öz Yeterlilik Ve Kontrol Odağının Bireylerin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 736-747. doi.org/10.17130/ijmeh.2017ICMEB1735886

- Esin, M.N. (1997). Endüstriyel alanda çalışan işçilerin sağlık davranışlarının saptanması ve geliştirilmesi (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Fiş, A.M., ve Çetindamar, D. (2009), Kurumsal Girişimcilik Ve Performans İlişkisi, 17. Ulusal Yönetim Ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı. 320-325.
- Freel, M.S. (2005). Perceived Enviromental Uncertainty And Innovation in Small Firms. *Small Business Economics*, 25(1), 49-64. doi: 10.1007/s11187-005-4257-9
- Gibb, A.A. (1987). Enterprise Culture- Its Meaning and Implications For Education and Traing. *Journal Of European Industrial Traing*, 11(2), 2-38. doi.org/10.1108/eb043365
- Hmieleski, K. M. and Corbett, A. C. (2008). The Contrasting Interaction Effects of Improvisational Behavior with Entrepreneurial Self-Efficacy on New Venture Performance and Entrepreneur Work Satisfaction. *Journal of Business Venturing*, 23(4), 482-496. doi:10.1016/j.jbusvent.2007.04.002
- Jahani, S., Abedi H., Elahi N., and Fallahi-Khoshknab, M. (2016). Iranian entrepreneur nurses' perceived barriers to entrepreneurship: A qualitative study. *Iranian Journal of Nursing and Midwifery Research*. 21(1). 45-53. doi: 10.4103/1735-9066.174749
- Jung, D. I., Ehrlich, S. B., De Noble, A. F., and Baik, K. B. (2001). Entrepreneurial self-efficacy and its relationship to entrepreneurial action: A comparative study between the US and Korea. *Management International*, 6(1), 41-53.
- Khandwalla, P. N. (1976). *The design of organizations*. New York, Harcourt Brace Jovanovich.
- Kickul, J., and D'Intino, R.S. (2005). Measure for measure: Modeling entrepreneurial selfefficacy onto instrumental tasks within the new venture creation process. *New England Journal of Entrepreneurship*, 8(2), 39-47.
- Kim, H., Lee, E.K. and Park, S.Y. (2015). Critical thinking disposition, self-efficacy, and stress of korean nursing students. *Indian Journal of Science and Technology*, 8(18), 1-5. doi: 10.17485/ijst/2015/v8i18/76710
- Konaklı, T. (2015). Effects of Self-efficacy on Social Entrepreneurship in Education: a Correlational Research. *Research in Education*, 94(1), 30-43. doi: 10.7227/RIE.0019
- Kuratko, D. F., Ireland, R. D., Covin, J. G. and Hornsby, J. S. (2005). A Model Of Middle-Level Managers' Entrepreneurial Behaviour. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 29(6), 699-716. doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00104.x
- Lee, T.W. and Ko Y.K. (2010). Effects of self-efficacy, affectivity and collective efficacy on nursing performance of hospital nurses. *Journal of*

- Advanced Nursing, 66(4), 839-848. doi: 10.1111/j.1365-2648.2009.05244.x.
- Luszczynska, A, Scholz U, and Schwarzer R. (2005). The General Self-Efficacy Scale: Multicultural Validation Studies. *The Journal of Psychology*, 139(5), 439-457. doi: 10.3200/JRLP.139.5.439-457
- Mair, J. (2002). *Entrepreneurial Behaviour in A Large Traditional Firm*. Research Paper No:466, University of Navarra.
- Meydan, D. (2011). İş Tatmini Ve Öz Yeterliliğin Örgüt içi Girişimciliğe Etkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(1), 25-40.
- Meydan, C. H., ve Şeşen, H. (2011). Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları. Ankara, Detay Yayıncılık.
- Nazari, R., Vanaki, Z., Kermanshahi, S.M., and Hajizadeh, E. (2018). The Meaning of Managerial Competency of ICU Head Nurses in Iran: A Phenomenological Study. *Iranian Journal of Nursing and Midwifery Research*, 23(5), 363-370. doi: 10.4103/ijnmr.IJNMR\_132\_17
- Pearce, J. A., Kramer, T. R. and Robbins, K. D. (1997). Effects of managers' Entrepreneurial Behaviour On Subordinates. *Journal of Business Venturing*, 12(2), 147-160. doi.org/10.1016/S0883-9026(96)00066-3
- Peterson, T.O. and Arnn, R.B. (2005). Self-efficacy: The foundation of human performance. *Performance Improvement Quarterly*, 18(2), 5-18. doi.org/10.1111/j.1937-8327.2005.tb00330.x
- Poon, J. M. L., Ainuddin, R. A. and Junit, S. H. (2006). Effects of Self-concept Traits and Entrepreneurial Orientation on Firm Performance. *International Small Business Journal*, 24(1), 61-82. doi.org/10.1177/0266242606059779
- Scholz, U., Doña, B. G., Sud, S. and Schwarzer, R. (2002). Is general self-efficacy a universal construct? *Psychometric findings from 25 countries*. *European journal of psychological assessment*, 18(3), 242-251. doi.org/10.1027//1015-5759.18.3.242
- Sekaran, U. (1992). *Research methods for business*, Canada, John Wiley and Sons, Inc.
- Sergek, E., ve Sertbaş, G . (2006). SSK Hastanesinde Çalışan Hemşirelerin Sosyodemografik Özellikleri ve Öz-Etkililik, Yeterlilik Düzeyleri. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 9(1), 41-48.
- Turunç Ö., Türköz T., Akkoç İ., ve Çalışkan A. (2013). How do innovative and entrepreneurial behaviours affect the job performance The moderating role of person organisation fit. *International Journal of Business Innovation and Research*, 7(5), 590-618., doi:10.1504/IJBIR.2013.056180
- Uz, D. (2011). Bir hastanede çalışan hemşirelerin sağlıklı yaşam biçimi davranışları ve öz-etkililik-yeterlilik düzeylerinin belirlenmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Waldman, D. A., Ramirez G. G., House F. R. and Puranam P. (2001). Does Leadership Matter? CEO Leadership Attributes and Profitability Under Conditions of Perceived Environmental Uncertainty. *Academy of Management Journal*, 44(1), 134-143. doi: 10.2307/3069341
- Wilson, F., Kickul, J., and Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387-406. doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00179.x
- Yıldırım, N. (2016). Hemşirelerin girişimci kişilik özellikleri, problem çözme becerileri ve etkili faktörlerin değerlendirilmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Bilim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yılmaz-Koçak, M. (2017). Hemşirelerin öz-yeterlilik algıları ile problem çözme becerilerinin incelenmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yiğitbaş, Ç. ve Yetkin, A. (2003). Sağlık yüksekokulu öğrencilerinin özetkililik-yeterlilik düzeyinin değerlendirilmesi. *Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksek Okulu Dergisi*, 7(1), 6-13.
- Zampetakis, L. A. Beldekos, P. and Moustakis V. S. (2009). Day-To-Day'' Entrepreneurship Within Organisations: The Role of Trait Emotional Intelligence and Perceived Organisational Support. *European Management Journal*, 27(3), 165-175. doi: 10.1016/j.emj.2008.08.003





## Mersin İlinde Öğrenim Gören Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri: Devlet ve Vakıf Üniversitesi Karşılaştırması\*

*Entrepreneurial Tendencies of University Students in Mersin Province:  
Comparison of State and Foundation University*

**Muhammet SAYGIN<sup>i</sup>**  
**Mustafa BEKMEZCİ<sup>ii</sup>**

**Öz:** Girişimcilik, sosyal ve ekonomik anlamda sonuçları olan önemli bir konudur. Bugün gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler ekonomilerinin başarılı bir şekilde sürdürülebilir olması ve girişimci sayısını artırmak için insanları özendirme, destekleme ve teşvik etme konusunda çalışmaktadır. Türkiye son yıllarda girişimciliği odağına koyan kurum ve kuruluşları marifetiyle iş kurma düşüncesini özendirme ve destekleme konusunda büyük aşama kaydetmiştir. Girişimciliğin gündem haline gelmesi ve fikirlerde yer edinmeye başlaması olumlu bir sonuç olarak görülebilmektedir. Ancak Türkiye, girişimcilik konusunda dünya ortalamasının gerisindedir. Ülkemizde işsizliğin artmaması için bugün %5-6 olan girişimci oranının %10-12'lere çıkarılması gerektiği ifade edilmektedir. Girişimcilik artık kariyer seçeneği olarak değerlendirilmelidir. Dolayısıyla mezun olduktan sonra topluma entelektüel kişiler olarak katılacak nitelikli insan gücü olan üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğiliminin tespit edilmesi önemli bir konudur. Araştırmada, üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri tespit edilmiş ve vakıf/devlet üniversitesi kıyaslaması yapılmıştır. Nitekim yapılan araştırma neticesinde vakıf üniversitesi veya devlet üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik eğilimi konusunda aralarında bir fark olmadığı; yine cinsiyet, fakülte ve sınıflar arasında da bir fark bulunmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun yüksek ve çok yüksek düzeyde girişimcilik eğilimine sahip olduğu görülmüştür. Bu kapsamda, işsizliğin çözümü noktasında girişimcilik faaliyetlerine verilen önemin artırılması, gençlere yol gösterilmesi ve onların desteklenmesi önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Üniversite, Vakıf Üniversitesi, Devlet Üniversitesi,  
Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi

\*Bu çalışma, 3-5 Ekim 2019 tarihinde gerçekleştirilen II. Liderlik Akademisi'nde sözlü olarak sunulan ve bildiri özet kitapçığında özet metni yayımlanan araştırmanın geliştirilmiş ve genişletilmiş halidir.

<sup>i</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Mersin Üniversitesi Silifke Meslek Yüksekokulu, msaygin@mersin.edu.tr

<sup>ii</sup> Doç. Dr., Toros Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi,

mustafa.bekmezci@toros.edu.tr

**Abstract:** *Entrepreneurship is an important issue with its social and economic consequences. Today, developed and developing countries are working on the issues about encouraging and supporting people in order to successfully sustain their economies and increase the number of entrepreneurs. In recent years, Turkey with its institutions and organizations focusing on entrepreneurship has made great strides in encouraging and supporting the idea of startups. Entrepreneurship becoming an agenda and starting to take place in ideas can be seen as a positive result. However, Turkey is behind the world average in terms of entrepreneurship. It is stated that the rate of entrepreneurs, which is 5-6% today, should be increased to 10-12% in order not to increase unemployment in our country. Entrepreneurship should now be considered as a career option. Therefore, it is an important issue to determine the entrepreneurial tendency of university students with qualified manpower who will join the society as intellectuals after graduation. In the research, entrepreneurial tendencies of the university students were determined and a comparison in terms of the state and foundation university was carried out. In fact, as a result of the research, there is no difference between entrepreneurship tendency of students studying at foundation university or state university; there was no difference between gender, faculty and levels. It was observed that most of the students had high and very high entrepreneurship tendency. In this context, the importance given to entrepreneurship activities in the solution of unemployment needs to be increased and the youth should be guided and supported.*

**Keywords:** *University, Foundation University, State University, Entrepreneurship, Entrepreneurial Tendency*

## 1. GİRİŞ

Üniversiteler, toplumsal yönlendirme ve kitlesele harekete geçirme potansiyeli oldukça yüksek olan yükseköğretim kurumlarıdır. Nitelikli iş gücünün ortaya çıkmasında büyük rol sahibi olan üniversiteler, hedef kitlesi olan toplumun genelini akademik, sosyal ve kültürel olarak etkilemekte ve gelişimin değişimle beraber öncüsü olmaktadır. Tüm dünyada işletmeleri etkilediği gibi yükseköğretim kurumlarını da etkileyen rekabetçilik olgusu üniversitelerin girişimciliğe verdiği önem derecesinde farklılaşmalarına olanak sağlamaktadır. İçinde yeniliği barındıran farklılaşmanın bir gereği olarak girişimciliğin üniversitelerde temel faaliyet alanı olarak belirlenmesi ve bu doğrultuda çaba sarf edilmesi ise başlıca dikkat edilmesi gereken hususlar arasındadır. Risk alabilmek, görülmeyeni görmek ve cesareti gerektiren girişimcilik sayesinde bazı toplumlar daha etkin olabilmektedir. Hemen her alanda kullanılmaya başlanan girişimcilik kavramı toplumsal refahın ve istihdamın artmasında kilit öneme sahiptir. Girişimciliğin ihmal edildiği bir toplumda sosyo-ekonomik kalkınma ve milli gelirin artışından

bahsetmek olanaksız hale gelmektedir. Dolayısıyla, yükseköğretim kurumlarında öğrenimlerini sürdüren öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesi bu bağlamda önem taşımaktadır.

Girişimciliğin pek çok toplumsal sorunun çözümü noktasında anahtar rol üstlendiğinden bahsetmek yerinde olacaktır. Üniversite öğrencilerinin girişimcilik farkındalığı ve iş kurma bilinci ile mezun olmalarının entelektüel bireyler olarak düşünülen yükseköğretim mezunlarına katkı sağlayacağı açıktır. Ayrıca, toplumsal fayda beklentisinin artırılması yine yenilikçi ve entelektüel girişimciler sayesinde gerçekleşecektir. Yükseköğretim kurumları arasında girişimcilik endeksinin rekabete dönüşmesi bu bakımdan faydalı ve yerindedir. 2018 yılı girişimci ve yenilikçi endeksine göre Ortadoğu Teknik Üniversitesi ilk sıradadır. Araştırmanın gerçekleştirildiği Mersin ilinde bulunan dört üniversiteden yalnızca Mersin Üniversitesi 35,53 puanla 40'ncı sırada yerini almıştır. Mersin ilindeki diğer üniversiteler ilk 50 listesinde yer almamaktadır ([www.tubitak.gov.tr](http://www.tubitak.gov.tr)). Buna göre Mersin ili özelinde girişimcilik algısının toplumda yer edinmesi ve üniversite öğrencilerine aktarılması hususu önemsenmesi gereken bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda, bilimsel ve teknolojik araştırma kapasitesi, fikri mülkiyet eserleri, işbirliği ve etkileşim ile ekonomik katkı ve ticarileşme boyutlarında faaliyetlerin desteklenmesi ve bilimsel yayınların, ar-ge ve yenilik projelerinin, patent-faydalı model süreçlerinin nitelikli hale getirilmesi gerekmektedir. Ayrıca, toplumdan kopuk biçimde sürdürülen akademik faaliyetlerin katkı sağlamayacağını da belirtmek gerekmektedir. Yükseköğretim kurumlarının öncelikli misyonu, içinde buldukları topluma yol gösterici ve yönlendirici olmalarıdır. Bu durumun sağlanması için üniversitelerin toplumsal dinamiklerle yani yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları ile işbirliği ve etkileşim içerisinde çalışmalarını son derece önem taşımaktadır.

Araştırmanın amacı, Mersin'de biri vakıf üniversitesi, diğeri devlet üniversitesi olmak üzere iki üniversitede öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini belirlemek ve elde edilen sonuçlara göre tavsiyelerde bulunmaktır. Fiziki koşullar, şehir merkezine uzaklık, akademik etkinlikler, öğrenci sayısı, öğrenci sosyo-demografik özellikleri, akademik personel sayısı, bölüm yerleştirme puanları, yayın

sayıları ve kurumsal girişimcilik endeksleri gibi pek çok alanda ayrışabileceğinden hareketle araştırmada devlet ve vakıf üniversitesi kıyaslaması yapılmış, katılımcıların girişimcilik eğilimlerindeki olası istatistiki farklılığın tespit edilmesi amaçlanmıştır. Giderek tematik alanlara doğru odaklanan kurum ve kuruluşların başında gelen üniversitelerde girişimcilik kavramının algılanmasına yönelik her çalışmanın anlam taşıdığı öngörülmektedir. Hisarcıklıoğlu (2019)'a göre alın terinin yerini giderek akıl terinin almaya başladığı ve dünyaya açılarak gerçek anlamda rekabet etmeyi öğrendiğimiz bu süreçte ülkemizin girişimci gücünün farkına vardığı görülmektedir.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Fayda yaratmaya veya insanların ihtiyaçlarını giderme niteliği olan mal ve/veya hizmet meydana getirmeye üretim denir (Mucuk, 2000:2). Üretim, kıt malların ve hizmetlerin miktarını ya da faydasını artırmak için yapılır (Aktepe, 2006:26). Fayda; şekil, zaman, yer ve mülkiyet değişikliği ile sağlanır (Mucuk, 2000:3; Aktepe, 2006:27). Üretim faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi için emek, sermaye, doğal kaynaklar ve girişimcinin bir araya getirilmesi gerekir. Dolayısıyla girişimcinin kendisi de bir üretim faktörüdür. Girişimcinin rolü diğer üretim faktörlerini -emek, sermaye, doğal kaynaklar- bir araya getirmek ve bunları organize etmektir. Bu kapsamda girişimci, üretim faktörlerini, başkalarının ihtiyacını karşılayacak mal ve hizmet üretmek üzere tedarik eden ve uygun şekilde birleştiren kimsedir (Mucuk, 2000:6). Başkalarının ihtiyacını karşılamak üzere mal veya hizmet üreten ekonomik birimlere işletme denir (Mucuk, 2000:4). Diğer bir anlatımla işletmenin varlık nedeni, başkalarının ihtiyacını gidermek için mal ve/veya hizmet üretmek ve bunları satmaktır. Dolayısıyla girişimci işletme kuran ve kar elde etmek isteyen kişidir. Ancak, girişimcinin kurduğu işletme, büyük şirketlerin küçük bir modeli değil; belirsizlik ortamında doğru ve karlı bir iş modeli arayışı içindeki geçici bir organizasyondur (Blank ve Dorf, 2017:18). Diğer bir ifade ile girişimci, görülmeyeni görmeyi başaran, değişim yaratmaya odaklanan, yeniliklere açık, “niş”leri iyi değerlendiren, sermaye ile anlatılmak istenenin yalnızca ekonomik sermaye olmadığını iyi özümseyen, yatırım kararlarını analiz edebilen ve

faaliyetleri ile topluma fayda sađlayan kiřidir (Saygın, 2019:287). Bu kapsamda deęerlendirildięinde giriřimcilik insanın dūřunsel emeęinin ekonomik deęere dōnūřtūrūlmesi olarak ifade edilebilir (Bařar, 2015:3). Kısaca, giriřimcilik bir eylem, giriřimci eylemi geręekleřtiren kiřidir (Ūrper, 2015:5)

Rekabetin yoęun bir řekilde yařandığı, internet ve dijitalleřme ile mūřteri beklentilerinin çok hızlı deęiřtięi, krizlerin eksik olmadığı gūnūmūz dūnyasında giriřimcilik, ekonominin sūrdūrūlebilir bařarısı için önemli bir unsur olarak deęerlendirilmektedir (Akdoęan, 2019:19). Gerek geliřmiř gerek geliřmekte olan ūlkeler giriřimci sayısının artırılması konusunda bir arayıř içindedir. Bu ūlkeler giriřimcilięi özendirmekte ve giriřimcilere en ūst seviyede kamu desteęi saęlanmaktadır. Avrupa Parlamentosu 18 Aralık 2006 tarihli Yařam Boyu ęrenme Becerileri ile ilgili olarak belirlemiř olduęu Anahtar Yeterlilikler Tavsiye Kararında, bireylere kazandırılması hedeflenen sekiz anahtar yeterlilikten biri olarak eęitim ve öęretimin her ařamasında ‐inisiyatif alma duygusu ve giriřimcilik‐ konusuna da yer vermiřtir (Bařar, 2015:3). Giriřimcilięin artırılması için pek çok neden bulunmaktadır. Giriřimleri ve giriřimci sayısı fazla olan ūlkelerde, bu giriřimler ve giriřimciler ūlke ekonomisine būyūk katkı saęlamaktadır. Giriřimcilięin, özellikle yeni istihdam yaratma-iřsizlięi azaltma, yeni mal ve hizmetler ūretme, ūlkenin geliřmesine, pazar ekonomisine katkıda bulunma ve gelir daęılımını dūzenleme gibi fonksiyonları bulunmaktadır (Akdoęan, 2019:19-20). Kısaca giriřimcilik, ekonomik būyūmenin ve kalkınmanın itici gūcū olarak deęerlendirilmektedir. Benzer řekilde aędař bir giriřimcinin yerine getirmesi beklenen; yeni mal ve hizmet ūretme veya bilinen mal ve hizmetlerin nitelik ve kalitesini yūkseltme, yeni ūretim yöntemleri geliřtirme ve uygulayabilme, endūstride yeni organizasyonlar kurma, yeni pazarlara ulařma, yeni hammaddelerin ve benzeri maddelerin saęlanabileceęi yeni kaynaklar bulma gibi fonksiyonları bulunmaktadır (elik, 2018:13).

Giriřimci; fırsatları gören, bu fırsatları pazarlanabilen fikirlere dōnūřtūrebilen, zaman içinde çaba, para ve yetenek ile deęer katan, fikrin uygulanacaęı rekabetçi pazarda riskleri ūstlenen ve bu çaba karřısında dūlū fark eden yenilikçi veya geliřtirici kiřidir (Ūlgen Aydınlık,

2017:1). Bu tanım kapsamında değerlendirildiğinde girişimci düşüncenin; yenilikçi ve yaratıcı olma, risk alma, öncü olma ve rekabetçi düşünme olmak üzere dört ana bileşeni olduğu söylenebilir (Erbaşlar, 2017:5). Dolayısıyla bireyler, girişimde bulunmak için yalnızca paraya ihtiyacı olduğu düşüncesinden uzaklaşmalı, girişimciliğin para ile ifade edilemeyecek kadar kapsamlı olduğunu bilmelidir. Maddi yetersizlik, girişimin başarısızlık nedenlerinden biri olmakla birlikte, profesyonel olmayan bir yönetim tarzı, hatalı yatırımlar, isabetsiz planlar da başarısızlığın nedenleri arasında yer almaktadır (Güney, 2015:74). Ayrıca girişimcilerde yazma, sözlü iletişim, organize etme gibi teknik becerilerin; planlama ve amaç oluşturma, karar verme, muhasebe-finansman gibi yönetim becerilerinin; risk alma, yenilikçi olma, vizyon sahibi bir lider olma gibi kişisel becerilere de sahip olması gerekmektedir (Hisrich, 2002:21).

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO)'nun 2015 yılında yayınladığı raporda 15-24 yaş arasında 1 milyardan fazla insanın önümüzdeki dönemde girişimcilik eğilimine yön vermesi veya bu eğilimi etkilemesi beklenmekte; bu kişilerin bazı temel yeteneklere ve bilgi birikimine ihtiyaç duyduğu ifade edilmektedir (İnce, 2019:165). Diğer taraftan genç girişimcilerin girişimcilik eğilimi; kişisel çevre, bireysel farkındalık, girişimcilik kavramı ile kurulan benzerlik, toplum tarafından girişimciliğin kabul görme ve saygınlık derecesi ile değerlendirilme biçimi gibi unsurlardan etkilenmektedir (İnce, 2019:166). Bu kapsamda girişimcilik eğitimi ayrıca önem arz etmektedir. Girişimciliğin doğuştan mı geldiği, yoksa sonradan mı öğrenildiği konusunda bir fikir birliği olmamakla birlikte eğitimin bireyde davranış değişikliği yaratma amacı dikkate alındığında, girişimciliğin öğrenilebilir bir süreç olduğu söylenebilir. Çünkü girişimcilik eğitimi, deneyimsel öğrenme, beceri geliştirme ve en önemlisi düşünce yapısında bir değişiklik yaratma kapsamında ele alınmaktadır; bireyin kendisini keşfetmesine ve kişisel özelliklerini tamamlayıcı nitelikte becerilerle donatılmasına imkân verecek şekilde tasarlanmaktadır. Bu kapsamda, bireyin bilgi birikimini artırarak, gelişimine öncülük eden yükseköğretim kurumlarına büyük bir sorumluluk düşmektedir (Saygın, 2019:180-181). Çünkü bireyin sahip olduğu bilgi düzeyi, girişimcilik fırsatlarını algılama konusunda bireye

önemli bir avantaj sağlamaktadır (Shane, 2000). Schultz (1961) da atıl durumda bırakılan beşeri sermayenin özelliğini yitirdiğini ve gerilediğini ifade etmektedir. Roberts (1991), bireyin sahip olduğu ön bilgi düzeyinin; yeni bilgi veya kavramların anlaşılması, yorumlanması ve uygulanması aşamasında girişimci adayları üzerinde olumlu etkisi olduğunu iddia etmektedir. Bu kapsamda, girişimciliğin eğitim yoluyla artırılacağı öngörülmektedir (Oosterbeek vd., 2010).

Ülkemizde işsizliğin artmaması için her yıl 700-800 bin yeni iş yaratılması gerekmektedir. Bunun için de %5-6 olan girişimci oranımızın %10-12'ye çıkması gerekmektedir (Akdoğan, 2019:20). Ayrıca 'Y' kuşağının (1982-2002 yılları arasında doğan kişiler) girişimciliğe aşırı ilgi gösterdiği ifade edilmektedir (Scarborough ve Cornwall, 2016:41). Dolayısıyla girişimcilik de bir kariyer seçeneği olarak değerlendirilebilir (Akdemir, 2014:141-142). 2014 Küresel Girişimcilik Endeksine göre 18-24 yaş aralığındaki genç girişimcilerin oranı yükselmiş olmasına rağmen, lisans ve lisansüstü eğitime sahip girişimcilerin oranının %52'den %34'e düştüğü, girişimcilerin %48'inin lise ve lise öncesi eğitim düzeyinde olduğu tespit edilmiştir (<https://www.tosyov.org.tr>). Dolayısıyla üniversitelerde girişimcilik konusunda farkındalık yaratılması, eğitim verilmesi ve gençlerin bu konuda motive edilmesi önem arz etmektedir. Bu kapsamda kısa bir zaman diliminde mezun olacak ve iş dünyasına katılacak gençlerin girişimcilik konusundaki eğilimlerini öğrenmek ve elde edilen sonuçlara göre tavsiyelerde bulunmak ve tedbir almak önem arz etmektedir.

Dünyada ve Türkiye'de girişimciliğin özellikle gençler arasında bir kariyer tercihi olarak görülmeye başlandığı, Y kuşağının girişimciliğe büyük ilgi gösterdiği ifade edilmektedir. Şöyle ki; Junior Achievement'ın yaptığı bir araştırmada gençlerin %51'nin bir gün kendi işine sahip olmak istediği tespit edilmiştir (Scarborough ve Cornwall, 2016:41). Bu kapsamda üniversitede öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik eğilimleri konusunda da pek çok araştırma yapılmıştır. Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerine yapılan araştırmaların bir kısmı müteakip paragraflarda verilmiştir.

Bilge ve Bal (2012) Celal Bayar Üniversitesi'nde gerçekleştirdikleri çalışmalarında üniversite öğrencilerinin girişimcilik konusunda ilgi seviyesini ve yeterliliklerini belirlemek için yaptıkları araştırma neticesinde ön lisans öğrencilerinin lisans öğrencilerine oranla girişimcilik ilgilerinin daha yüksek çıktığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca, katılımcıların genel anlamda girişimcilik ilgilerinin düşük düzeyde ortaya çıktığı belirtilmiştir.

İşcan ve Kaygın (2011) Kafkas Üniversitesi ve Kırıkkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi son sınıf öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemek için gerçekleştirdikleri çalışmalarında her iki üniversitede de katılımcıların iş kurma olasılıklarının olduğu ve girişimcilik eğilimlerinin yüksek olduğu gözlenmiştir. Ayrıca, cinsiyete göre yapılan değerlendirmede erkek katılımcıların kadınlara oranla belirsizliğe karşı tolerans boyutu bağlamında daha başarılı oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Daha önce girişimcilik deneyimi olan bireylerin girişimcilik eğilimleri beklendiği üzere daha yüksek olarak tespit edilmiştir.

Keleş ve diğerleri (2012) Bahçeşehir Üniversitesi ve Adnan Menderes Üniversitesi'nde gerçekleştirdikleri çalışmada üniversite öğrencilerinin girişimcilik düzeylerini belirlemek istemiştir. Elde edilen bulgulara göre işletme sahibi olan aileye sahip olan katılımcıların girişimcilik düzeyi diğer katılımcılara oranla daha fazla çıkmıştır. Buna göre, ailede yerleşik olan işletme ve girişimcilik kavramları bireylerin girişimcilik eğilimlerine katkı sunmaktadır. Araştırmada ayrıca vakıf ve devlet üniversitesi kıyaslaması yapılmış, bulgulara göre vakıf üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik düzeyleri devlet üniversitesine oranla daha yüksek olarak ortaya çıkmıştır.

Uluyol (2013) Gölbaşı Meslek Yüksekokulu'nda gerçekleştirdiği çalışmada üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini ölçmeyi hedeflemiş ve elde ettiği bulgulara göre katılımcıların yüksek düzeyde girişimcilik algısına sahip olduğu fakat girişimcilik ve finansal yönetim gibi dersleri alan öğrencilerde istatistiki olarak anlamlı bir etki oluşmadığı yönünde sonuca ulaşmıştır. Ayrıca, girişimcilik eğilimi



yüksek düzeyde olan öğrencilerin girişimci olma noktasında aynı eğilimi sürdürmedikleri ifade edilmiştir.

Bu bilgi ve araştırmalar kapsamında çalışmanın hipotezleri aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:

H<sub>1</sub>: Öğrencilerin girişimcilik eğilimi, öğrencilerin öğrenim gördüğü üniversitenin vakıf veya devlet üniversitesi olmasına göre anlamlı bir fark gösterir.

H<sub>2</sub>: Öğrencilerin girişimcilik eğilimi, öğrencilerin öğrenim gördüğü fakülteye göre anlamlı bir fark gösterir.

H<sub>3</sub>: Öğrencilerin girişimcilik eğilimi ile cinsiyeti arasında anlamlı bir fark vardır.

H<sub>4</sub>: Öğrencilerin girişimcilik eğilimi, bulunduğu sınıfa göre farklılık gösterir.

### 3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimini tespit etmek üzere yapılan bu araştırmada, önce örneklem ve ölçek hakkında bilgi verilmiş, müteakiben analizler yapılmıştır.

#### 3.1. Araştırmanın Örneklemi

Araştırma evrenini Mersin’de faaliyet gösteren, biri devlet üniversitesi (Mersin Üniversitesi), diğeri vakıf üniversitesi (Toros Üniversitesi) olmak üzere iki üniversite oluşturmaktadır. Mersin Üniversitesinde yaklaşık 41.000, Toros Üniversitesinde yaklaşık 4.000 öğrenci öğrenim görmektedir. Ana kütlede %95 güvenirlilik sınırları içerisinde %5’lik hata payı ile örneklem büyüklüğü 244 olarak hesaplanmış (Can, 2013:30), kolayda örneklem yöntemi ile toplam 300 kişiye anket uygulanmış, ancak 222 anket analiz yapılmak üzere uygun bulunmuştur.

Araştırmaya katılanların; %50 (n=111)’si erkek, %50 (n=111)’si kadındır; %73,9 (n=164)’u vakıf üniversitesinde, %26,1’i (n=58) devlet üniversitesinde; %52,7 (n=117)’si İİSBF, %15,3 (n=34)’ü mühendislik, %32 (n=71)’si diğerk fakültelerde öğrenim görmektedir. %11,3 (n=25)

hazırlık/1'inci sınıf, %20,7 (n=46)'sı 2'nci sınıf, %30,6 (n=68)'sı 3'üncü sınıf, %37,4 (n=83) 4'üncü sınıf öğrencisidir.

### 3.2. Veri Toplama Aracı

Öğrencilerin girişimcilik eğiliminin ölçülmesinde Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından geliştirilen “Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçek tek faktörlü bir yapıya sahiptir ve 36 sorudan oluşmaktadır. Ölçeğin güvenirlik katsayısı 0,90 olarak rapor edilmiştir. Cevaplar 5'li Likert formunda (1=Hiçbir zaman, 2=Nadiren, 3=Bazen, 4=Sık sık, 5=Çok sık) alınmıştır.

## 4. BULGULAR

Araştırma sonucunda elde edilen veriler SPSS ve AMOS paket programı ile analiz edilmiştir. Hipotezler test edilmeden önce verilerin normallik testi yapılmış ve betimleyici istatistikleri hakkında bilgi verilmiştir. Kullanılan ölçeğin yapı geçerlik ve güvenirlik analizi yapıldıktan sonra Yılmaz ve Sünbül (2009)'ün girişimcilik düzeyini hesaplamada kullandığı puanlama cetveli ile öğrencilerin girişimcilik eğilimi tespit edilmiştir. Üniversite niteliğine (Kamu/vakıf), cinsiyete, fakülteye ve öğrencilerin öğrenim gördüğü sınıfa göre öğrencilerin girişimcilik eğilimi arasında bir farklılık olup olmadığı t testi ve ANOVA analizi ile test edilmiştir.

Dağılımın normalliği, çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) katsayılarına göre kontrol edilmiştir. Genel geçer bir kural olarak, çarpıklık katsayısı ve basıklık katsayısı sırasıyla, çarpıklığın ve basıklığın standart hatasına bölündüğünde, çıkan değerlerin -1,96 ile +1,96 arasında kalması durumunda dağılım normal kabul edilebilir (Can, 2013:84-85). Çarpıklık (skewness) -0,284, standart hatası 0,163 (St. Error of skewness); basıklık (kurtosis) -0,147, standart hatası (St. Error of kurtosis) 0,325 çıkmıştır. Bu değerlere göre dağılımın normal olduğu söylenebilir.

Öğrencilere yönelik girişimcilik eğilimine ilişkin betimleyici istatistikler Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1:** Verilere İlişkin Betimleyici İstatistikler

Değişken	Toplam	Minimum	Maksimum	Ortalama	St. Sapma
Öğrencilere Yönelik Girişimcilik Eğilimi	222	1	5	3,71	0,038

Ölçeğin yapı geçerliğini test etmek amacıyla önce keşfedici faktör analizi yapılmış, keşfedici faktör analizi neticesinde ölçeğin tek faktörlü yapıya uyum sağladığı tespit edilmiştir. Ölçeğin KMO örneklem yeterlilik değeri 0,924'dür, örneklem büyüklüğü faktör analizi için yeterlidir. Barlett küresellik testi anlamlıdır ( $p=0.000$ ). Keşfedici faktör analizini müteakip doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi neticesinde uyum iyilik değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içinde olduğu görülmüştür. Ölçeğin uyum iyilik değeri Tablo 2'de verilmiştir. Bu sonuçlar, ölçeğin tek faktörlü yapısının geçerliğini göstermektedir.

**Tablo 2:** Ölçeğin Uyum İyilik Değerleri

Değişken	CMIN/ df	GFI	CFI	RMSEA
	<5	>.85	>.90	<.08
Öğrencilere Yönelik Girişimcilik Eğilimi	1,338	0,851	0,931	0,039

Yapılan güvenirlik analizi neticesinde Cronbach's alfa değeri 0,95 olarak hesaplanmıştır. Bu durumda ölçeğin oldukça güvenilir olduğu söylenebilir.

Yılmaz ve Sünbül (2009:198), öğrencilerin girişimcilik düzeylerinin belirlenmesinde şu puanlamayı kullanmıştır: 36-64 puan "Çok düşük girişimcilik", 65-92 puan "Düşük girişimcilik", 93-123 puan "Orta düzeyde girişimcilik", 124-151 puan "Yüksek girişimcilik, 151-180 puan "Çok yüksek girişimcilik". Yılmaz ve Sünbül (2009:198)'ün belirttiği kriterlere göre bu araştırmaya katılan öğrencilerin girişimcilik eğilim durumu Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3:** Girişimcilik Puanlarının Değerlendirilmesinde Esas Alınan Kriterlere göre Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimi

Puan	Girişimcilik Düzeyi	n	%
36-64	Çok düşük girişimcilik	0	0
65-92	Düşük girişimcilik	8	3,6
93-123	Orta düzeyde girişimcilik	59	26,6
124-151	Yüksek girişimcilik	107	48,2
152-180	Çok yüksek girişimcilik	48	21,6

Tablo 3'te görüldüğü üzere; girişimcilik eğilimi çok düşük olan öğrenci bulunmamaktadır. Düşük girişimcilik eğilimine sahip öğrencilerin oranı %3,6 (n=8), orta düzeyde girişimcilik eğilimine sahip öğrencilerin oranı %26,6 (n=59), yüksek girişimcilik ve çok yüksek girişimcilik eğilimine sahip öğrencilerin oranı ise %69,8 (n=155)'dir.

Öğrencilerin girişimcilik eğiliminin üniversitenin niteliğine (vakıf üniversitesi veya devlet üniversitesi), cinsiyete ve sınıflara göre farklılık gösterip göstermediği t testi; okuduğu fakülteye göre farklılık gösterip göstermediği ise ANOVA analizi ile test edilmiştir. t testi sonuçları Tablo 4'te, ANOVA analizi sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

**Tablo 4:** t Testi Bulguları

	Grup	n	Ort.	ss	Sig
<b>Üniversite niteliği</b>	Vakıf Üniversitesi	164	3,73	0,57	0,486
	Devlet Üniversitesi	58	3,66	0,55	
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	111	3,74	0,59	0,396
	Erkek	111	3,68	0,54	
<b>Sınıf</b>	Hazırlık-1&2. Snf.	71	3,68	0,56	0,570
	3&4. Sınıflar	151	3,72	0,57	

Tablo 4'te görüldüğü üzere öğrencilerin girişimcilik eğiliminde, öğrencilerin öğrenim gördüğü üniversitenin niteliği, cinsiyet ve okuduğu sınıf arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p>0,05$ ). Yapılan t testi neticesinde üniversitenin niteliğine, cinsiyete ve öğrencilerin okuduğu sınıfa göre anlamlı bir fark tespit edilmediği için  $H_1$ ,  $H_3$  ve  $H_4$  hipotezi reddedilmiştir.

**Tablo 5:** ANOVA Analizi Bulguları

Grup	n	Ort.	ss	F	Sig	
Fakülte	İİSBF	117	3,75	0,54	0,691	0,502
	Mühendislik	34	3,63	0,66		
	Diğer	71	3,68	0,56		

Tablo 5'te görüldüğü üzere öğrencilerin girişimcilik eğiliminde, öğrencilerin öğrenim gördüğü fakülte arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $p>0,05$ ). Diğer bir ifade ile öğrencilerin girişimcilik eğilimi fakülteye göre farklılık göstermemektedir. ANOVA analizi neticesinde fakülteye göre anlamlı bir fark tespit edilmediği için  $H_2$  hipotezi reddedilmiştir.

## 5. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada, vakıf üniversitesinde ve devlet üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik eğilimi ve üniversite niteliği ile bazı demografik değişkenler açısından bir fark olup olmadığı araştırılmıştır. Bu kapsamda Mersin'de bulunan biri vakıf, diğeri ise devlet üniversitesi olan iki üniversitenin öğrencileri üzerinde uygulamalı bir araştırma yapılmıştır. Araştırmanın hipotezlerini test etmek için t testi ve ANOVA analizi kullanılmıştır. Yapılan çalışmada üniversite öğrencilerinin bazı demografik özellikleri ile girişimcilik eğilimi arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark tespit edilememiştir.

Fiziki koşullar, şehir merkezine uzaklık, akademik etkinlikler, öğrenci sayısı, öğrenci sosyo-demografik özellikleri, akademik personel sayısı, bölüm yerleştirme puanları, yayın sayıları ve kurumsal girişimcilik endeksleri gibi pek çok alanda ayrışabileceğinden hareketle çalışmada devlet ve vakıf üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinde istatistiki anlamda bir farklılık beklenmiştir. Ancak, analiz sonuçları incelendiğinde; girişimcilik eğilimi bakımından vakıf üniversitesinde ve devlet üniversitesinde öğrenim gören öğrenciler arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür. Yine fakülte, sınıf ve cinsiyet bakımından da anlamlı bir fark bulunamamıştır. Yılmaz ve Sünbül (2009)'ün öğrencilerin girişimcilik düzeyinin değerlendirilmesi için esas aldığı kriterlere göre yüksek girişimcilik ve çok yüksek girişimcilik eğilimi olan öğrencilerin oranının %69,8 olduğu

belirlenmiştir. Bu oran; cinsiyet, üniversite niteliği (vakıf üniversitesi/devlet üniversitesi), fakülte, bölüm ve sınıf fark etmeksizin gençlerin girişimci bir ruha sahip olduğunu göstermesi bakımından önemlidir. Aynı zamanda işsizliğin artmaması için bugün %5-6 olan girişimci oranımızın %10-12'ye çıkarılması gerektiği konusunda yapılan tespit (Akdoğan, 2019:20) için umut vericidir. Bu oran gençlerin girişimciliği artık bir kariyer seçeneği olarak görmeye başladığının da bir işareti olarak değerlendirilebilir. Ayrıca bu oran, lisans eğitimine sahip girişimci oranının da tekrar artacağına bir göstergesidir. Bu durum, lisans seviyesinde verilen girişimcilik derslerinin önemini de ortaya koymaktadır. Bu kapsamda; sosyal ve ekonomik anlamda çok büyük öneme sahip girişimcilik konusunda öğrencilere yol gösterilmesi, onların desteklenmesi ve motive edilmesi gerekmektedir. Lisansüstü seviyesinde de girişimcilik konusunda eğitim verilmesinin uygun olacağı söylenebilir.

Araştırma sonuçları ve literatürde yer alan diğer çalışmaların bulguları incelendiğinde; girişimciliğin üzerinde hassasiyetle durulması gereken bir konu olduğu söylenebilmektedir. Buna göre, ülke ekonomisi ve toplumsal refahın iyileştirilmesi, işsizliğin önlenmesi gibi konularda girişimcilik anahtar konumundadır. Entelektüel bireyler olarak üniversite öğrencilerinin işgören olma hayalinden işveren olma potansiyeline ulaştırılması gerekmektedir. Bu süreçte eğitim ve öğretim faaliyetleri yadsınamaz derecede önemlidir.

Yükseköğretim kurumlarının girişimcilik ve yönetim konulu dersleri tüm bölüm ve programlarda müfredatlarına eklemeleri, özel sektör iş birliklerine öncülük etmeleri, üniversite-sanayi birlikteliğini sağlamaları gerekmektedir. Özellikle işletme bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerin iş kurma düşüncesi ile mezun olmaları nitelikli üretim ve hizmet kapasitesinin de önünü açacaktır. Bu kapsamda, Türkiye'de finansman ödemeli/geri ödemesiz destek ve fiziki mekân desteği sunan T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, KOSGEB, TÜBİTAK, TOBB Girişimciler Kurulu gibi pek çok kurum/kuruluş bulunmaktadır. Girişimcilikte karşılaşılan sorunlardan birinin iş fikrinin hayata geçirilmesinde karşılaşılan finansman desteği olduğu düşünülürse, girişimcilere verilen kamu desteklerinin ve teşviklerinin artırılmasının ve

bürokratik süreçlerin kolaylaştırılmasının yeni ve yenilikçi girişimcilerin önünü açacağı rahatlıkla söylenebilir. Çünkü finansman kaynağı olarak; kişisel birikim, dost ve akrabalarından alınan borç, banka kredileri sürdürülebilir değildir.

Bu araştırmanın bazı kısıtları da bulunmaktadır. Araştırmanın boylamsal olmaması ve belirli bir coğrafi bölgede (Mersin) ve yalnızca biri vakıf, diğeri devlet olmak üzere iki üniversitede yapılmış olması önemli bir kısıttır. Belirli aralıklarla ve farklı bölgelerde, hatta tüm üniversitelerde yapılacak bir araştırma ile elde edilecek araştırma sonuçlarının daha açıklayıcı olacağı söylenebilir. İleriki çalışmalarda daha geniş katılımlı ve farklı bölgeleri ele alan araştırmaların farklı veri toplama yöntemleri ile gerçekleştirilmesi önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akdemir, A. (2014). Kariyer Alternatifi Olarak Girişimcilik, İçinde Karadal, H. (Ed). Girişimcilik, 3.b., Beta, İstanbul, pp. 141-142.
- Akdoğan, A.A. (2019). Girişimciliğin Önemi ve Başarılı Girişimcilik için Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar, İçinde Saygın, M. (Ed). İşletmelere ve Girişimciliğe Güncel Bakış. Eğitim, Konya, pp. 19-23.
- Aktepe, E. (2006). Genel İşletme. Nobel, Ankara.
- Başar, M. (2015). Girişimcilik ve Girişimcilik Süreçleri, İçinde Ürper, Y. (Ed). Girişimcilik, 4.b., Anadolu Üniversitesi Yay., Eskişehir, pp. 3-19.
- Bilge, H., ve Bal, V. (2012). Girişimcilik eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (16), 131-148.
- Blank, S. ve Dorf, B. (2017). Girişimcinin El Kitabı. 3.b., Boyut, İstanbul.
- Can, A. (2013). SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi. Pegem Akademi, Ankara.
- Çelik, A. (2018). Uygulamalı Girişimcilik. Eğitim, Konya.
- Erbaşlar, G. (2017). Girişimcilik, Nobel, Ankara.
- Güney, S. (2015). Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, 4.b., Siyasal, Ankara.
- Hisarcıklıoğlu, R. (2019). Önsöz, İçinde Saygın, M. (Ed). İşletmelere ve Girişimciliğe Güncel Bakış, Eğitim Yayınevi, Konya.
- Hisrich, R. and Peters, M.P. (2002). Entrepreneurship, 5th ed., McGraw Hill, USA.

- İnce, F. (2019). Girişimciliğin Yaygınlaşmasındaki Engeller, İçinde Özkara, B. ve Özafşarlıoğlu Sakallı, S. (Eds). Girişimcilik Temel ve Yeni Yaklaşımlar, Nobel, Ankara, pp. 157-176.
- İşcan, Ö. F. ve Kaygın, E. (2011). Potansiyel Girişimciler Olarak Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Organizasyon ve yönetim bilimleri dergisi, 3(2), 275-286.
- Mucuk, İ. (2000). Modern İşletmecilik. Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Keleş, H.N., Özkan, T.K., Doğaner, M., ve Altunoğlu, A.E. (2012). Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 9, 107-118.
- Oosterbeek, H., van Praag, M. ve Ijsselstein, A. (2010). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation. European Economic Review, 54(3), 442-454.
- Roberts, E.B. (1991). Entrepreneurs in High Technology: Lessons from MIT and beyond. Oxford University Press.
- Saygın, M. (2019). Girişimciliğin Geleceği, İçinde Saygın, M. (Ed.). İşletmelere ve Girişimciliğe Güncel Bakış. Eğitim, Konya, pp. 287-288.
- Saygın, M. (2019). Girişimcilik Eğitimleri, İçinde Özkara, B. ve Özafşarlıoğlu Sakallı, S. (Eds). Girişimcilik Temel ve Yeni Yaklaşımlar, Nobel, Ankara, pp. 177-197.
- Scarborough, N.M. and Cornwall, J.R. (2016). Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management, 8th ed., Pearson, USA.
- Schultz, T.W. (1961). Investment in Human Capital. The American Economic Review, 51(1), 1-17.
- Shane, S. (2000). Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities. Organization Science, 11(4), 448-469.
- Ülgen Aydınlik, A. (2017). Girişimcilik, 2.b., Beta, İstanbul.
- Uluyol, O. (2013). Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Gölbaşı Meslek Yüksekokulu Örneği. Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2013(15), 349-372.
- Ürper, Y. (2015). Girişimcilik Kavramı, Çeşitleri ve Girişimcilikte Etik, İçinde Ürper, Y. (Ed). Girişimcilik ve İş Kurma, 3.b., Anadolu Üniversitesi Yay., Eskişehir, pp. 2-21.
- Yılmaz, E. ve Sünbül, A.M. (2009). Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21, 195-203.
- <https://www.tosyov.org.tr/turkiyenin-2014-kuresel-girisimcilik-endeksi-sonuclari-aciklandi.html> (Erişim Tarihi: 16.11.2019).
- [https://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/289/gyue\\_ilk50.pdf](https://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/289/gyue_ilk50.pdf)