



iibf

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

ESKİŞEHİR OSMANGAZI UNIVERSITY
JOURNAL OF ECONOMICS AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES

CİLT / VOL: 5 SAYI / NO: 2
EKİM / OCTOBER 2010
ISSN 1306-6730

ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
ESKİŞEHİR OSMANGAZİ UNIVERSITY
JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

Sahibi

Üniversite Adına
Prof. Dr. Fazıl Tekin (Rektör)

Editör

Prof. Dr. Ömer Torlak

Editör Yardımcıları

Prof. Dr. A. Mesud Küçükcalay
Doç. Dr. Erdal Gümüş

Danışma Kurulu

Prof. Dr. Beyhan Ataç (Anadolu Üniversitesi)	Prof. Dr. Ömür Özmen (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Ömer Faruk Batirel (İstanbul Ticaret Üniversitesi)	Prof. Dr. Mahmut Paksoy (İstanbul Kültür Üniversitesi)
Prof. Dr. Ömer Çaha (Fatih Üniversitesi)	Prof. Dr. Şevket Pamuk (Boğaziçi Üniversitesi)
Prof. Dr. Ferruh Çömlekçi (Anadolu Üniversitesi)	Prof. Dr. İlker Parasız (Uludağ Üniversitesi)
Prof. Dr. Güliz Ger (Bilkent Üniversitesi)	Prof. Dr. Necla Pur (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Erdener Kaynak (Pennsylvania State Üniversitesi)	Prof. Dr. Cevat Sarıkamış (İstanbul Üniversitesi)
Prof. Dr. Tamer Koçel (İstanbul Kültür Üniversitesi)	Prof. Dr. Selahattin Turan (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi)
Prof. Dr. Yavuz Odabaşı (Anadolu Üniversitesi)	Prof. Dr. Rona Turanlı (Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Ersin Onulduran (Ankara Üniversitesi)	Prof. Dr. İşaya Üşür (Gazi Üniversitesi)
Prof. Dr. Akar Öcal (Anadolu Üniversitesi)	Prof. Dr. Erinç Yeldan (Bilkent Üniversitesi)
Prof. Dr. İzzettin Önder (İstanbul Üniversitesi)	

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Fazıl Tekin	Doç. Dr. Erdal Gümüş
Prof. Dr. Ömer Adil Atasoy	Doç. Dr. Murat Taşdemir
Prof. Dr. Münevver Yılandı	Yrd. Doç. Dr. Ahmet Öztürk
Prof. Dr. Ömer Torlak	Yrd. Doç. Dr. Emrah Ferhatoğlu
Prof. Dr. A. Mesud Küçükcalay	Yrd. Doç. Dr. Cengiz Dinç
Doç. Dr. Özcan Dağdemir	Yrd. Doç. Dr. Erkan Erdemir

Dergi Sekreteryası

Yrd. Doç. Dr. Etem Hakan Ergeç
Yrd. Doç. Dr. Umut Koç
Yrd. Doç. Dr. Abdullah Yalama
Arş. Gör. Zeliha Kaygısız
Arş. Gör. Muhammet Ali TİLTAY

iibfdergi@ogu.edu.tr
<http://iibf.ogu.edu.tr/dergi/index.htm>
ESOGU İİBF Meşelik Kampüsü 26480 ESKİŞEHİR
Tel: 0 222 2292523-2393750/1732-1734 Faks: 0 222 2292527

Kapak ve Sayfa Tasarımı

Öğr. Gör. Cemalettin Yıldız

Dizgi

Yrd. Doç. Dr. Erkan ERDEMİR
Arş. Gör. Muhammet Ali TİLTAY

Basım Yeri

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Basımevi

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi yılda iki kez Nisan ve Ekim aylarında yayınlanan hakemli bir dergidir. Dergide yer alan yazılar kaynak gösterilmeksizin kısmen ya da tamamen iktibas edilemez. Dergide yer alan yazıların sorumluluğu yazarlarına aittir. Derginin elektronik versiyonuna <http://iibf.ogu.edu.tr/dergi> adresinden ulaşılabilir.

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi EconLit ile Akademia Sosyal Bilimler İndeks (ASOS Index)'leri tarafından indekslenmekte ve TÜBİTAK ULAKBİM Sosyal Bilimler Veri Tabanı tarafından taranmaktadır.

ISSN 1306-6730

Editörden

Değerli akademisyen ve araştırmacılar,

Elinizdeki sayı ile beşinci yılını tamamlamış olmanın mutluluğunu yaşarken, bir yandan da ilk günlerin heyecanı ile sürdürmeye çalıştığımız çabalarımızın sonucu olarak daha nitelikli çalışmalarla karşınızda olmaya çalışıyoruz. Dergimizde yer alan çalışmaların nitelik ve nicelik olarak artması yanında, bu sayımızla birlikte EconLit ile Akademia Sosyal Bilimler İndeksi (ASOS Index) tarafından indekslenmeye başlanmıştır. Bu sevindirici haberi siz değerli okuyucularla paylaşmaktan da ayrıca mutlu olduğumuzu belirtmek isteriz. Böylece, TÜBİTAK ULAKBİM Sosyal Bilimler Veri Tabanı tarafından taranmakta olan dergimizdeki çalışmaların bundan böyle daha geniş kitlelere ulaşması mümkün hale gelmiş olmaktadır.

Bu sayımızda da, kavramsal ve kuramsal çalışmalar yanında uygulamalı toplam on iki adet çalışmayı siz değerli okuyucularımızla paylaşıyoruz. Bu çalışmaları bizlerle paylaşan ve siz değerli okuyuculara ulaşmasını sağlayan sayın yazarlara teşekkür ediyoruz. Çok değerli öneri, eleştiri ve katkıları ile çalışmaların daha nitelikli hale gelmesini sağlayan sayın hakemlere de şükranlarımızı sunuyoruz.

Dergimizle ilgili gelişmeler, akademisyen, araştırmacı ve okuyucuların artan ilgisi, bizlerin çaba ve azminin de artarak devam etmesini sağlamaktadır.

Dergimizin bugünlere ulaşmasında emeği geçenlere ve özellikle yayın kurulu ile sekreteryasında içtenlikle görev yapan genç çalışma arkadaşlarıma özel olarak teşekkür etmek istiyorum.

Bu sayımızın da akademik camia ile araştırmacılara yararlı olması temennisi, gelecek sayılarda tekrar buluşmak ümidi ve nice güzel haberleri paylaşmak umuduyla...

Prof. Dr. Ömer TORLAK
Editör

Mesleki Tükenmişlik ve Duygusal Zeka Arasındaki İlişki **7**
Ali Çağlar GÜLLÜCE
Ömer Faruk İŞCAN

İnternet Ekonomisi ve Kurumsal Sürdürülebilirlik **31**
Muammer SARIKAYA
Meltem ERDOĞAN
F. Zişan KARA

Web Sitelerinin Globalizasyonu Üzerine Büyük Global Amerikan Markalarına Yönelik Bir İçerik Analizi Uygulaması **51**
H. Dilara KESKİN
Zuhal ÇİLİNGİR

Avrupa Birliği ve Türkiye’de Tehlikeli Atık Yönetiminin Yasal Gelişimi **67**
Atıl TAŞER
B. Zafer ERDOĞAN

Sürdürülebilir Kalkınma Gelişmekte Olan Ülkelerde Uygulanabilir mi? **85**
Serkan GÜRLÜK

İkili Gelir Vergilemesi Modeli ve İskandinav Ülkelerindeki Uygulaması **101**
Ali ÇELİKKAYA

**Türkiye’de Kamu Harcamaları ve Gelirleri:
Nedensellik İlişkisi Üzerine Bir Araştırma** **129**
*Anıl AKÇAĞLAYAN
Meltem KAYIRAN*

**Yaklaşık İdeal Talep Analizi Yöntemi ile
Harcama ve Fiyat Esnekliklerinin Tahmini** **147**
Mehmet Arif ŞAHİNLİ

**Yerel Seçimlerde Seçmen Tercihi
(29 Mart Yerel Seçimleri Elazığ Seçmeni Örneği)** **159**
*Adem DOĞAN
Göksel GÖKER*

**Türkiye’de Konaklama İşletmelerinin
Web Sitelerinde Yer Verilen Faktörlerin Başarımı** **189**
*Kurtuluş KARAMUSTAFA
Mustafa ÖZ*

**Stratejik Performans Yönetiminin Unsuru Olarak Örgüt
Kültürünü Ölçümleme Üzerine Kavramsal Bir Çalışma** **219**
Köksal BÜYÜK

**Örgütsel Bağlılık ve Ekstra Rol Davranışı Arasındaki İlişkiler:
İmalat Sektöründe Bir Araştırma** **236**
Aydın YILMAZER

Mesleki Tükenmişlik ve Duygusal Zeka Arasındaki İlişki

Ali Çağlar GÜLLÜCE

Atatürk Üniversitesi, SBE
achaglar@atauni.edu.tr

Ömer Faruk İŞCAN

Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, İİBF
İşletme Bölümü
oiscan@atauni.edu.tr

Mesleki Tükenmişlik ve Duygusal Zeka Arasındaki İlişki

Özet

Bu çalışmanın temel amacı, mesleki tükenmişlik ve duygusal zeka arasındaki ilişkiyi incelemek ve bu ilişkiden uygulamaya yönelik bir takım çıkarımlarda bulunmaktır. Bu amaca yönelik olarak öncelikle mesleki tükenmişlik ve duygusal zeka değişkenlerine ilişkin teorik çerçeve çizilmiştir. Çalışmanın 68 işletmedeki 122 yönetici üzerinde yapılan uygulama sonuçları mesleki tükenmişlik ile duygusal zeka arasında ters yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Tükenmişlik, mesleki tükenmişlik, duygusal zeka.

The Relationship between Occupational Burnout and Emotional Intelligence

Abstract

The purpose of this study is to draw applicable conclusions based upon the analysis of data informing an understanding of the relationship between the variables from the theory of emotional intelligence and the variables known from occupational or professional burnout. For this aim, first theoretical framework about occupational burnout and emotional intelligence is drawn. Results of the application, which was held on 122 managers of 68 organizations, showed that there exists a negative correlation between occupational burnout and emotional intelligence.

Keywords: Burnout, professional burnout, emotional intelligence.

1. Giriş

Mesleki tükenmişlik, bugün işletmelerin ve çalışanların karşı karşıya olduğu önemli sorunlardan biridir. Dijital çağda yaşanan köklü değişim ve dönüşümler, hem çalışanları hem de örgütleri hızla değişime zorlamakta bu da bir gerilim ortaya çıkarmaktadır. Çalışanlardan beklentilerin artması, zaman baskısına ve strese yol açmakta bu da tükenmişliği ortaya çıkarmaktadır. Daha çok işi gereği insanlarla yoğun bir ilişki içerisinde olanlarda görülen bir tür stres olan tükenmişlik, erken teş-

his edilip, mücadele teknikleri uygulamaya konulmadığı takdirde, kişinin sosyal-psikolojik ve fiziksel hayatına zararlı hatta yıkıcı etkiler yapabilen bir sendromdur. İnsanı yakın duygusal ilişkilerden uzaklaştıran, verimliliğini düşüren ve en önemlisi hayattan aldığı zevki azaltan bu olgu, aynı zamanda örgütleri de olumsuz yönde etkilemektedir.

Modern yönetim anlayışı içerisinde akılcılık, örgütleri başarıya götüren temel faktör olarak görülmekteydi. Oysa dünyada hızla meydana gelen değişimler, insanların sadece akılcılık yaklaşımıyla başa çıkamayacakları bir örgütsel ortam yaratmıştır. Bu ortamda duygusal zeka, insanların ve örgütlerin başarısını etkileyen temel bir unsur olarak ortaya çıkmıştır. Rekabetin en üst seviyelere ulaştığı bir dönemde, işletmelerde duyguların rolü kalitede iyileşme ve gelişmenin temel koşulu olarak görülmeye başlanmıştır. Artık iş yerlerinde duyguların algılanması, değerlendirilmesi, anlaşılması ve duyguların yönetimi; işletmelerin yoğun rekabet ortamında hayatta kalabilmesi ve pazar paylarını artırabilmesi için önemli bir gereklilik haline gelmiştir.

Mesleki tükenmişlik ve duygusal zeka olgularının önemlerine atfen bu çalışmanın temel amacı, bu iki olgu arasındaki ilişkiyi teorik ve uygulamalı olarak incelemektir.

2.Kavramsal Çerçeve

2.1.Tükenmişlik Kavramı

Tükenmişlik, "başarısızlık, yıpranma veya enerji, güç ve potansiyel üzerindeki aşırı zorlanma sonucunda ortaya çıkan bir tükenme durumu" olarak tanımlanmaktadır (Freudenberger, 1974: 159). Bir başka deyişle, tükenmişlik, stresli durumlarla başa çıkmada başarısız olma halidir (Farber, 1984: 12, Cherniss, 1980: 17-18).

Tükenmişlik duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve düşük kişisel başarı hissi olarak kavramlaştırılabilir (Jackson, Schwab ve Schulaer, 1986: 234). Tükenmişlik, kişinin enerji kaynaklarının bitmesi durumudur (Kim, Shin ve Swanger, 2009: 97; Garden, 1991: 963). Özellikle sorunlu veya problemlili insanlarla yoğun bir şekilde ilgilenme durumunda kronik duygusal gerginlik yaşanmakta ve tükenmişlik de bu duygusal gerginliğe bir tepki olarak ortaya çıkmaktadır. Strese benzer belirti ve etkileri olması sebebiyle tükenmişlik, bir tür stres olarak kabul edilebilir. Fakat tükenmişliği stresten ayıran özellik, tükenmişliğin çalışan ile karşısındaki kişi arasında olan sosyal ilişki kaynaklı aşırı bir stres durumu olmasıdır. Ayrıca belli seviyede olan stresin insanlar için olumlu olduğu ve kişiyi motive ettiği belirtilmiştir. Tükenmişlikte ise böyle bir durum söz konusu değildir.

Günümüzde tükenmişliğin en çok kullanılan ve kabul gören tanımını ortaya koyan Maslach (1982: 3) tükenmişliği; "iş gereği insanlarla yoğun bir ilişki içerisinde olanlarda görülen duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve düşük kişisel başarı sendromu"

şeklinde tanımlanmaktadır. Duygusal tükenme, daha çok insanlarla yüz yüze ilişkinin yoğun olduğu sektörlerde çalışanlar üzerinde görülür; kişideki aşırı psikolojik ve duygusal yüklenmeden kaynaklanır. Duygusal tükenme, tükenmişlik sendromunun merkezidir. Duygusal yönden yoğun bir çalışma temposu içerisinde bulunan kişi, kendisini zorlar ve diğer insanların duygusal talepleri altında ezilir.

İkinci boyut olarak ifade edilen duyarsızlaşma ise çalışanların, hizmet verdikleri kişilere yönelik küçültücü sözler sarf etmesi, umursamaz, alaycı bir tutum sergilemeleridir. Bu tutumun altında bir yabancılaşma duygusu ve savunma mekanizması yatmaktadır. İşte bu noktada tükenmişliğin üçüncü aşaması olan düşük kişisel başarı hissi ortaya çıkar. Diğer insanlar hakkında sahip olduğu olumsuz düşünceler kişiyi kendisi hakkında da olumsuz düşünmeye iter. Kişi işle ilgili çeşitli olaylarda kendini yetersiz algılar ve işyerinde karşılaşılan kişilerle olan ilişkilerde de başarısızlık duygusu baş gösterir. Böylece harcadığı çabanın boşa gitmesi ve suçluluk duygusu çalışanın iş motivasyonunu düşürerek başarı için gerekli davranışları gerçekleştirmesini engeller (Seligman, 1990: 10).

2.2. Tükenmişliğin Sebepleri ve Sonuçları

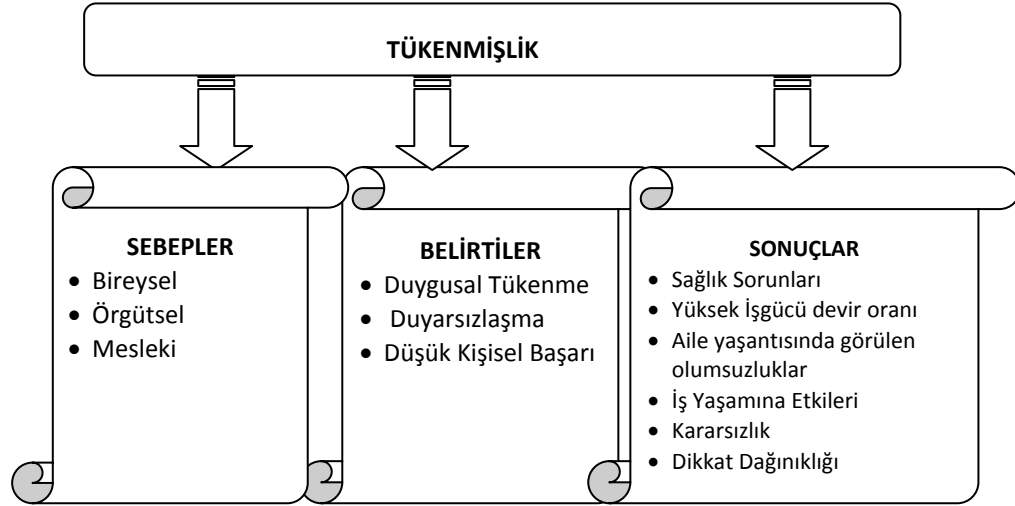
Tükenmişliğe ilişkin pek çok sebep bulunmakla birlikte bunlar en genel biçimde bireysel, örgütsel ve mesleki sebepler başlıkları altında toplanabilir. Bunlar dışında çevresel faktörler de tükenmişliğe sebep olabilir. Bu doğrultuda tükenmişliğin muhtemelen en genel sebebi teknolojik ilerleme ve gelişme ile bunun sonucunda ortaya çıkan yeni eğilimlerdir (Maslach ve Leiter, 1997: 21). Örneğin yaygın bir uygulama olarak görülen küçülme, çalışanların ruh sağlığını olumsuz yönde etkilemekte ve bu durum da tükenmişliğe önemli bir kaynak teşkil etmektedir (Quinlan, 2007: 386).

Yaş, medeni durum, çocuk sayısı, işe aşırı bağlılık, kişisel beklentiler ve algılamadaki farklılıklar, motivasyon, kişilik, performans, kişisel yaşamdaki stres, mesleki doyum, enformel destek, üstlerinden gördüğü destek gibi birçok kişisel özellik tükenmişlikle ilgili araştırmalarda karşılaşılan ve tükenmişlik ile ilgili görülen özelliklerin başında gelmektedir (Gardner, Fischer ve Hunt, 2009 ; Hyvönen, Feltd, Salmela-Aro, Kinnunen ve Makikangas, 2009; Kim v.d., 2009; Brummelhuis, Lippe, Kluwer ve Flap, 2008; Farber, 1991; McIntyre, 1984; Lazarus, 1982; Van Horn, Schaufeli ve Enzmann,1999).

İşin niteliği, çalışılan kurumun tipi, haftalık çalışma süresi, kurumun özellikleri, iş yükü, iş gerilimi, rol belirsizliği, rol çatışması, yönetimle ilgili işlerde geçirilen zaman miktarı, önemli kararlara katılmama, örgütsel işleyişteki aksaklıklar, adalet yokluğu, kontrol eksikliği, işin yüksek performans gerektirmesi, hizmet verilen insanlarla ilişkiler, yetersiz personel, örgütün havası, örgüt ortamı gibi birçok etken ise tükenmenin örgütsel nedenleri olarak kabul edilmiş ve araştırmalara konu ol-

muştur (Brummelhuis v.d., 2008; Byrne,1999; Rahim ve Psenicka,1996; Maslach ve Schaufeli, 1993; Jayaratne ve Chess, 1984; Pines ve Kafry, 1978).

Tükenmişliğin sonuçlarına ilişkin olarak ise işi savaçklama, aksatma, hastalık nedeniyle işe gelmemede artış, işe geç gelmedeki artış, işi bırakma eğilimi ya da niyetindeki artış, insan ilişkilerinde uyumsuzluk, eş ve aile bireylerinden uzaklaşma şeklindeki sonuçlardan söz edildiği görülmüştür (Salmela-Aro, Tolvanen ve Nurmi, 2009; Kim v.d., 2009; Lewin ve Sager, 2007).



Kaynak: Maslach, C. (1982)

Şekil 1. Tükenmişliğin Sebepleri, Belirtileri ve Sonuçları

2.3. Duygusal Zeka

Duygusal Zeka; doğru algılayabilme, değerlendirme ve duyguları ifade edebilme yeteneği; duyguyu ve duygusal bilgiyi anlama yeteneği ve duygusal ve entelektüel büyümenin geliştirilmesi için duyguları düzenleme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Mayer ve Salovey, 1997: 10). Duygusal zekanın temel özelliği; bilişsel ve duygusal sistemlerin üretici bir bileşimi olmasıdır (Mayer ve Salovey, 1990:185). İnsan beyni üzerinde yapılan son araştırmalar, insan zekâsının gerçek ölçütünün yalnızca bilişsel zeka olmadığını, hayat başarısı konusunda asıl belirleyici olanın kişilerin sahip oldukları duygusal zeka olduğunu göstermektedir (Goleman, 1995: 25). Duygusal zeka, kişinin görünen bütün davranışlarını yönlendiren ihtiyaç, dürtü ve gerçek değerlerini temsil etmekte ve insanlarla olan ilişkilerin ve iş yaşamındaki başarının belirleyicisi olmaktadır.

Duygusal zekanın kurumların etkinlik ve verimliliği üzerindeki etkileri dikkate alındığında önümüzdeki yıllarda organizasyonların başta insan kaynakları uygulamaları

olmak üzere çeşitli uygulamalarda duygusal zeka temelli yaklaşımlar geliştirmeleri kaçınılmazdır. Aksi halde yapılarını duygusal zeka ekseninde yenilemeyen firmaların küresel rekabet ortamında ayakta kalabilmesi mümkün olmayacaktır. Araştırmacılar arasında halen duygusal zeka çalışmalarının geliştirilmeye ihtiyacı olduğu ve bu kavramın doğru olarak ölçülmesinin örgütlerinin lehine bir gelişme olacağı yönünde söz birliği vardır (Dulewicz ve Higgs, 2000: 92; George, 2000:1027). Duygusal zekanın artan önemi, girişimcilikle ve üstün performansla doğrudan ilişkisi işletmeleri, var olan çalışanlarının duygusal zekalarını artırmaya; yeni alacakları elamanları da duygusal zekası yüksek kişilerden seçmeye yöneltmektedir (Zampetakis, Beldekos ve Moustakis, 2009: 168). Buna göre işletmeler özellikle insan kaynakları fonksiyonlarında duygusal zekaya dayalı uygulamalara ağırlık vermeye başlamaktadır. Eleman alımlarında duygusal yetkinlikleri ölçen envanterlerin ve kişinin duygusal yetkinliklerini değerlemeye yönelik mülakat tekniklerin kullanılması; çalışanların istenen duygusal yetkinlikler doğrultusunda geliştirilmesi amacıyla eğitimlerin düzenlenmesi; ödüllendirme sisteminin duygusal yetkinlikleri temel olarak yapılandırılması bu tür uygulamalara örnek olarak verilebilir.

İşletmelerde duyguların rolü eski zamanlardan beri ihmal edilen bir araştırma alanıdır. Duygusal zekanın bileşenleri ve etkin yöneticilik kavramsal olarak alakalı unsurlardır. Yöneticiler, iyi plan yapmalı ve duygularının etkisi altında kalmadan rasyonel olarak düşünebilmelidirler (George, 2000: 1027). Araştırmalar; başarılı yöneticilerin, çalışanları motive etmek, örgütün hedef ve değerlerini benimsetmek için duygularını kullandığını göstermektedir (Ashforth ve Humphrey, 1995; Bass, 1998; Bass ve Avolio, 1994; Conger ve Kanungo, 1998; Shamir, House ve Arthur, 1993).

2.4. Duygusal Zeka ve Tükenmişlik İlişkisi

Kendi duygularını ve çalışanlarının duygularını algılayabilen yöneticiler, işyerlerinde daha başarılı olurlar. Çalışanlarından daha çok saygı görürler. Bu da yöneticilerde, duygusal tükenme halini asgari seviyeye indirir (Barling, Slater ve Kelloway, 2000: 158; George, 2000: 1035). Özelde kişisel başarılarında, genelde de işletmenin başarısında ve verimliliğinde bir artış görülür (Shamir vd., 1993: 14). Kendi duygularını ve çalışanların duygularını doğru olarak algılayabilen, değerlendirebilen ve ifade edebilen yöneticilerin daha başarılı oldukları ve çalışanları örgütsel misyona ve vizyona sahip çıkmalarını için daha iyi bir şekilde yönlendirip, motive ettikleri görülmüştür (George, 2000: 1025–1027; Wasielewski, 1985: 207). Duygularını çok iyi anlatan yöneticiler; çalışanlara inançlarını ve değerlerini daha doğru olarak ifade ederler. Duygusal zekalı insanlar, kendi duygularının ve ruh hallerinin farkındadırlar (Mayer ve Salovey, 1997: 33). Yüksek düzeyde öz-algılama düzeyine sahip yöneticiler, daha etkin ve verimli olmaktadır. Yöneticiler, çalışanlarının duygularını doğru olarak algılar ve uygun tepkiler gösterirlerse, çalışanlarda göreve

bağlılık ve iyimserlik artar; çalışanlar, işbirliği ve ekip çalışmalarına daha yatkın hale gelirler. Bunun neticesinde de kişisel başarılarında artış olur ve daha az duygusal tükenmeye maruz kalırlar (George, 2000: 1030).

Duygularını doğru olarak ifade etme yetisine sahip bireyler, daha iyi ve anlamlı iletişim kurarlar (Mayer, Salovey ve Caruso, 2000a: 396). Örgütsel vizyonun, teknikten ziyade daha duygusal olması, çalışanlara daha cazip gelir (Megerian ve Sosik, 1996: 31). Örgütün misyon ve vizyonuna çalışanları inandırmak isteyen yönetici, çalışanlarda duygusal tepkiyi uyarmaya çalışır (Bass, 1985: 14-21).

Çalışanlarının ihtiyaçlarına duyarlı olanlar ve onların duygularını doğru olarak okuyabilenler, çalışanlarının hangi alanlarda gelişime ihtiyaçlarını olduğunu anlarlar, bu suretle grubun ve örgütün verimliliğini artırır (George, 2000: 1011). Duygusal zekalı insanlar, kendi duygularının ve bu duyguların diğer insanlar üzerinde olan etkilerinin farkındadırlar (Mayer ve Salovey, 1997: 31). Yüksek öz-farkındalık ve yüksek düzeyde kişilerarası kontrole sahip yöneticiler, çalışanların ihtiyaçlarına karşı daha empatik davranışlar sergilerler (Mayer ve Geher, 1996: 89). Diğer insanların duygularını doğru olarak okuyabilen insanlar, iş arkadaşlarıyla olan kişilerarası etkileşimlerinde daha etkin olurlar (Mayer, Salovey ve Caruso, 2000b: 68-71). Yöneticiler, üzgünlük gibi pasif duygu sergilemek yerine sinirlilik gibi aktif olumsuz duygu sergilediklerinde, çalışanlar da daha yüksek düzeyde sinirlilik ve düşük düzeylerde rahatlama olmakta, bu da çalışan tükenmişlik seviyesinin artmasına olumsuz katkıda bulunmaktadır (Lewis, 2000: 221).

Duygusal zekası yüksek olan yöneticiler, duygularını kullanmak suretiyle eleştirel düşünmeyi geliştirirler. Kişisel başarı hissinde artış olan yöneticilerin, depresyon ve tükenmişliğe yakalanma riskleri azalır (Mayer, Salovey ve Caruso, 2000c: 320). Duygularını kullanmada becerili yöneticiler, hem kendilerini geliştirmeye gayret ederler hem de çalışanların sürekli gelişim çabası içerisinde olmalarına çaba gösterirler. Bu sayede çalışanların göreve bağlı olmalarını sağlarlar (George, 2000: 1011).

Göreve bağlılık düzeyleri yüksek olan çalışanlarda, değer çatışmaları asgari düzeyde olduğu için duygusal tükenme seviyeleri de düşük olur (Barling vd., 2000:160). Buna ilaveten, duygularını kullanarak dikkatlerini çalışanların üzerine yönlendiren yöneticiler, çözülmesi gereken sorunlara öncelik vererek, örgütün verimlilik artışına katkı sağlarlar. Kaynakları rasyonel bir şekilde dağıtma çabasında olan duygusal zekalı yönetici, çalışanlar arasındaki dengeyi korumaya gayret eder. Bunu, aşırı iş yükünü en uygun seviyelere çekerek, çalışanların tükenme seviyelerini en alt seviyelerde tutarak başarmak için çaba gösterir (Bass ve Avolio, 1994: 235).

Duygusal zekanın psikolojik sağlık üzerinde özellikle mesleki tükenmişlik üzerinde etkisinin olduğu çoğu araştırmacı tarafından vurgulanmıştır (Ciarrochi v.d., 2001:

541). Araştırmalar; duygusal zekanın insanları tükendişlikten koruduğunu ve daha iyi bir adaptasyon sağladığını göstermiştir. Araştırmacılar; duyguları yönetme becerisinin, tükendişliği önleme ile çok yakından alakalı olduğunu ileri sürmektedirler. Yine, duygusal ve sosyal zeka ve psikolojik sağlık arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır (Bar-On, 2003:5). Duygusal ve sosyal zeka yetkinliklerinin, psikolojik zeka üzerindeki etkileri, a) duyguyu yönetme becerisi ve tükendişlikle baş etme b) kişinin iç potansiyelini gerçekleştirmek ve daha manalı bir hayat için kişisel hedefleri gerçekleştirme güdüsü c) hisleri ve düşünceyi doğrulama becerisi olarak bildirilmiştir (Ashforth ve Humphrey, 1993: 88).

3. Yöntem

Bu çalışma ile işletme yöneticilerinin yaşadıkları tükendişlik ile duygusal zeka olgusu arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlanmıştır. Bunun yanı sıra, tükendişlik ve duygusal zeka arasındaki ilişki bazı demografik değişkenler açısından da incelenmiştir.



şekil 2. Araştırma Değişkenleri

Araştırmamızda temel veri toplama aracı olarak, geçerlilikleri ve güvenilirlikleri kanıtlanmış Bar-On Duygusal Zeka Ölçeği ve Maslach Tükendişlik Ölçeği (MBI)'nden yararlanılmıştır. MBI, tükendişlik araştırmalarında yaygın olarak kullanılan ve en geniş kabul gören bir ölçek formudur. Bir diğer özelliği de tükendişlik düzeyini tespit etmeye yönelik ilk ölçek olmasıdır. Maslach tarafından geliştirilen ölçeğin Türkçeye uyarlanması sırasında, özgün formunda yedi basamaklı olan ce-

vap seçeneklerinin Türk kültürüne uygun olmadığı görülmüş, basamak sayısı beşe indirilmiş ve geçerlik güvenirlik çalışması yapılmıştır (Çam, 1991: 157; Ergin, 1993: 143-154). Maslach Tükenmişlik Envanteri Likert tipi bir ölçektir ve 22 maddeden oluşmaktadır. Bu envanter, Duygusal Tükenme (9 madde), Duyarsızlaşma (5 madde) ve Kişisel Başarı (8 madde) olmak üzere 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Duygusal tükenme ve duyarsızlaşma alt ölçeklerinden yüksek, kişisel başarı alt ölçeğinden ise düşük puanlar tükenmişliği göstermektedir.

Bar-On' un Duygusal Katsayı Envanteri geçerliği ve güvenilirliği altı ülkede (Kanada, ABD, Arjantin, Almanya, Güney Afrika ve İsrail) 12 yıllık bir süreç (1985–1997) boyunca denenmiş karma bir duygusal zeka envanteridir. Bar-On'un geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarını yaptığı Bar-On Duygusal Zeka ölçeği, şimdiye kadar bir çok akademik çalışmada kullanılmıştır. Çalışmamızda, bu ölçeğin Acar'ın daha önce doktora çalışmasında kullanmış olduğu, kısaltılmış ve dönüştürülmüş hali esas alınmıştır (Acar, 2001: 98). Acar, çalışmasında 5 temel, 15 alt boyut ve toplam 87 ifadeden oluşan bir ölçek kullanmıştır. Çalışmamızda ise bu ölçek kullanılarak, öncelikle 20 kişilik bir uzman grubu ile pilot bir çalışma gerçekleştirilmiştir. İyi açıklanmayan, tartışmalı ya da benzer ifadeleri belirlemek ve oldukça uzun olan ölçeği kısaltmak amacıyla gerçekleştirilen bu pilot çalışma sonucunda yapılan analizlerle uzmanlarca birbirine fazlasıyla benzer bulunan ya da faktörler içerisindeki güvenirlik katsayıları düşük ifadeler anketten çıkarılmış ve nihai ölçekte 5 temel, 15 alt boyuta ilişkin toplam 39 ifadeye yer verilmiştir.

Araştırmada ayrıca örnekleme oluşturan bireylerin demografik özellikleri ile ilgili bilgi toplamak amacıyla araştırmacılar tarafından hazırlanan ve cinsiyet, yaş, medeni durum v.b. soruları içeren "Bilgi Formu" kullanılmıştır.

Bu çalışmada İş-Kur'un ve Devlet İstatistik Enstitüsü'nün verilerine göre, sigortalı işgören sayısının 10 kişiden fazla olduğu, Erzurum'da faaliyet gösteren 309 özel işletme ana kütle olarak kullanılmıştır. Bu ana kütlede örnek büyüklüğü % 95 güven sınırlarında ve % 5 hata payı ile 68 işletme ve bu 68 işletmede çalışan 139 yönetici olarak belirlenmiştir (İdil, 1980: 132, Kurtuluş, 1998: 235). Dağıtılan toplam 139 anketten 129'u geri dönmüş, 7 anket de eksik ya da hatalı doldurulduğundan analize dahil edilmemiştir (geri dönüş oranı %87,8).

Ölçeğimizde yer alan değişkenlerin güvenirliği Cronbach Alpha katsayıları göz önüne alınarak değerlendirilmiştir. Tablo 1'de tükenmişliğin alt boyutlarına ilişkin güvenirlik analizi sonuçları verilmiştir. Buna ilaveten duygusal zeka ölçeğinin temel boyutlarının altında yer alan 15 boyuta ilişkin güvenirlik katsayılarının tamamı da 0,65'den yüksektir.

Tablo 1. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

<i>Değişkenler</i>	<i>Cronbach Alpha</i>
Duygusal Tükenme	0,84
Duyarsızlaşma	0,81
Kişisel Başarı	0,79
Tükenmişlik (Genel)	0,89
Kişisel Yetenekler	0,84
Kişilerarası Yetenekler	0,78
Uyumluluk	0,66
Stresle Başa Çıkma	0,73
Genel Ruh Durumu	0,75
Duygusal Zeka (Genel)	0,92

4. Bulgular

4.1. Demografik Faktörlere İlişkin Bulgular

Araştırmamıza katılan yöneticilerin 111'i (%91) erkek, 11'i (%9) kadındır. Erkek ve kadın katılımcı sayısındaki orantısızlık hem uygulama yapılan işletmelerdeki kadın yönetici sayısının yetersiz olduğunu göstermekte hem de cinsiyete ilişkin bulguları değerlendirme açısından bir kısıt oluşturmaktadır. Araştırmamıza katılanların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 2'de özetlenmektedir.

Tablo 2. Demografik Faktörlere İlişkin Bulgular

<i>Değişkenler</i>	<i>F</i>	<i>%</i>	<i>Değişkenler</i>	<i>F</i>	<i>%</i>		
Cinsiyet	Kadın	111	91	Örgütsel Düzey	Alt	18	15
	Erkek	11	9		Orta	66	54
Medeni Durum	Evli	98	80,3	Örgütsel Kıdem	Üst	38	31
	Bekar	24	19,7		1-5yıl	41	34
Eğitim	İlköğretim	19	15,6	6-10 yıl	51	41	
	Lise	45	36,9	11-20 yıl	19	16	
	Üniversite	58	47,5	20-+	11	9	
Yaş	-30	19	15,6	Mesleki Kıdem	1-5yıl	17	14
	31-40	49	40,1		6-10 yıl	43	35
	41-50	41	33,6		11-20 yıl	43	35
	51-+	13	10,7		20-+	19	16

Deneklerin 98'i (%80,3) evli, 24'ü (%19,7) ise bekaardır. Katılımcıların 19'u (%15,6) ortaokul, 45'i (%36,9) lise, 58'i (%47,5) ise üniversite mezunudur. Araştırmamızda yer alan yöneticilerin 19'u (15,6) 30 yaşın altında, 49'u (%40,2) 31-40, 41'i (% 33,6) 41-50, 13'ü (%10,7) ise 51 ve üzeri yaş grupları arasındadır. Yöneticilerin 18'i (%15) alt, 66'sı (%54) orta, 38'i (%31) ise üst düzey yönetici konumundadır. Toplam çalışma süresi açısından 17 yönetici (%14) 5 yıl daha az, 43 yönetici (%35) 6-10 yıl arası, yine 43 yönetici (%35) 11-20 yıl arası ve 19 yönetici de (%16) 20 yıldan daha fazla süredir çalışma hayatı içerisinde bulunmaktadır. Mevcut işletmedeki kıdem açısından ise 41 yönetici (%34) 5 yıl ya da daha az süredir, 51 yönetici (%41) 6-10 yıl arası, 19 yönetici (%16) 11-20 yıl arası ve 11 yönetici de (%9) 20 yıldan daha fazla süredir aynı işletmede görev yapmaktadır.

4.2. Değişkenler Arasındaki İlişki

Duygusal zeka ve tükenmişlik arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiş, bu analizin sonuçları Tablo 1'de özetlenmiştir. Gerçekleştirilen analiz, Tükenmişlik ölçeğinin "Duygusal tükenmişlik" boyutu ile Duygusal zeka ölçeğinin, "Mutluluk", "Esneklik", "Gerçekçilik", "Problem çözme", "Sosyal Sorumluluk", "Empati", "Bağımsızlık" ve "Kendini gerçekleştirme" boyutları arasındaki ilişkilerin ters yönde ve anlamlı olduğu sonucunu vermiştir. Bu bulgular doğrultusunda, yöneticilerin "Mutluluk", "Esneklik", "Gerçekçilik", "Problem çözme", "Sosyal Sorumluluk", "Empati", "Bağımsızlık" ve "Kendini gerçekleştirme" durumlarındaki artış/azalışın yöneticilerin duygusal tükenmişliğini azaltıp/artırdığı söylenebilir. İlişkinin gücü açısından olgu değerlendirildiğinde ise en yüksek ters yönlü ilişkinin problem çözme ($r=-,458$) ve sosyal sorumluluk ($r=-,330$) boyutunda olduğu gözlenmektedir. Bu durumda, problem çözme becerisine sahip olmayan ve sosyal sorumluluğu düşük yöneticilerin yüksek ölçüde duyarsızlaşma yaşadığı söylenebilir. Bulgular genel olarak değerlendirildiğinde ise duygusal zeka ile tükenmişlik arasında ters yönde ve anlamlı ilişki olduğu görülmektedir ($r= -,274$). Bu ise yöneticilerin duygusal zeka seviyelerindeki artışın yaşadıkları tükenmişliği azalttığı, duygusal zeka seviyesindeki azalışın ise yaşadıkları tükenmişliği artırdığı anlamına gelmektedir.

Tablo 3. Duygusal Zeka ve Tükenmişlik Arasındaki İlişkiler ile İlgili Bulgular

DUYGUSAL ZEKA	Tükenmişlik		
	Duygusal Tükenmişlik	Duyarsızlaşma	Kişisel Başarısızlık
İyimserlik	,075	,085	,127
Mutluluk	-,255*	-,324*	-,503*
Dürtü kontrolü	-,109	-,082	-,180*
Strese dayanıklılık	,177	,140	,119
Esneklik	-,264*	-,200*	-,011
Gerçekçilik	-,200*	-,317*	,112
Problem çözme	-,458*	-,504*	-,352*
Sosyal sorumluluk	-,330*	-,352*	,038
Kişilerarası ilişkiler	,050	,050	-,209*
Empati	-,250*	-,319	,072
Bağımsızlık	,278*	,294*	,173
Kendini gerçekleştirme	-,201*	-,088	,122
Kendine saygı	,138	-,280*	,011
Kararlılık	-,171	-,086	,118
Duygusal benlik bilinci	,074	-,214*	,095
Genel Duygusal Zeka		-,274*	

* $p < 0.05$

Tükenmişlik ölçeğinin “Duyarsızlaşma” boyutu ile Duygusal zeka ölçeğinin boyutları arasındaki ilişkiye bakıldığında ise, “Duyarsızlaşma” ile “Mutluluk”, “Esneklik”, “Gerçekçilik”, “Problem çözme”, “Sosyal Sorumluluk”, “Empati”, “Bağımsızlık”, “Kendine saygı” ve “Duygusal benlik bilinci” boyutları arasındaki ilişkiler ters yönde ve $p < 0.005$ önem düzeyinde anlamlı olarak bulunmuştur. Bu bulgular, yöneticilerin “Mutluluk”, “Esneklik”, “Gerçekçilik”, “Problem çözme”, “Sosyal Sorumluluk”, “Empati”, “Bağımsızlık” ve “Kendine saygı” ve “Duygusal benlik bilinci” durumlarındaki artış/azalışın onların duyarsızlaşma durumlarını azaltıp/artırdığını göstermektedir. İlişkinin gücü dikkate alınarak olgu değerlendirildiğinde ise duyarsızlaşma ile en güçlü negatif ilişkinin problem çözme ($r = -,504$), sosyal sorumluluk ($r = -,352$) ve mutluluk ($r = -,324$) boyutları arasında olduğu anlaşılmaktadır. Bu ise problem çözme yetisi, sosyal sorumluluk durumu ve mutluluk algısı düşük yöneticilerin daha yüksek ölçüde duyarsızlaşma yaşadığı anlamına gelmektedir.

Korelasyon analizi sonuçları ayrıca tükenmişlik ölçeğinin “Kişisel başarısızlık” boyutu ile Duygusal zeka ölçeğinin, “Mutluluk”, “Dürtü kontrolü” ve “Kişilerarası ilişkiler” boyutları arasındaki ilişkilerin ters yönde ve $p < 0.05$ önem düzeyinde anlamlı olduğu sonucunu ortaya koymuştur. Bu ise, yöneticilerin “Mutluluk”, “Dürtü kontrolü” ve “Kişilerarası ilişkiler” durumundaki artış/azalışın kişisel başarısızlık algılarını azaltıp/artırdığını ortaya koymaktadır. İlişkinin gücü dikkate alındığında ise “kişisel başarısızlık” ile en güçlü ters yönlü ilişkiye mutluluk ($r = -,503$) ve problem çözme ($r = -,352$) boyutlarının sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bir başka deyişle,

mutluluk algısı ve problem çözme yetisi düşük yöneticilerin kişisel başarısızlık algısının daha yüksek olduğu görülmektedir.

4.3. Demografik Değişkenler Açısından Duygusal Zeka ve Tükenmişlik

Yöneticilerin demografik faktörleri ile duygusal zeka ve tükenmişlik olguları arasında anlamlı ilişki bulunup bulunmadığını açıklığa kavuşturmak amacıyla cinsiyet ve medeni durum değişkenleri için t testi, diğer değişkenler için ise tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır.

Yapılan t testi sonuçları, yöneticilerin cinsiyetlerine göre duygusal zeka ölçeğinin “Kişilerarası ilişkiler”, “Bağımsızlık”, “Kendini gerçekleştirme”, “Kararlılık” ve “Duygusal benlik bilinci” boyutları açısından bayan ve erkek yöneticiler arasında $p < 0.005$ önem düzeyinde anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir. Tablo 2’de özetlenen bulgular bu olgular açısından bayan yöneticilerin erkek yöneticilere kıyasla daha yüksek ortalamalara sahip olduğunu göstermektedir. Gençdoğan ve Uzun (2003) Çevik Kuvvet polisleri üzerinde yaptıkları çalışmada ve Gökçakan ve Özer (1999) rehber öğretmenler üzerinde yaptıkları çalışmada benzer bulgulara ulaşılmıştır. Duygusal zekanın tabloda yer almayan diğer 10 alt boyutu ve tükenmişlik ölçeği boyutlarına ilişkin olarak ise cinsler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Daha önce de belirtildiği gibi araştırmamıza katılan erkek ve bayan yönetici sayısı arasındaki orantısızlık araştırma açısından bir kısıt teşkil etmektedir.

Tablo 4. Cinsiyete İlişkin T Testi Sonuçları

Değişkenler	Cinsiyet	N	\bar{X}	S.S.	t
Kişilerarası ilişkiler	Bayan	11	12,73	1,90	2,895*
	Erkek	111	11,36	1,45	
Bağımsızlık	Bayan	11	9,64	,67	2,099*
	Erkek	111	8,99	1,00	
Kendini gerçekleştirme	Bayan	11	12,82	1,47	4,426*
	Erkek	111	11,01	1,28	
Kararlılık	Bayan	11	4,36	,92	3,958*
	Erkek	111	3,00	1,10	
Duygusal benlik bilinci	Bayan	11	16,36	1,50	2,160*
	Erkek	111	15,33	1,51	

* $p < 0,05$

Yöneticilerin medeni durumlarına göre duygusal zeka ve tükenmişlik olgusu açısından gruplar arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını ortaya çıkarmak amacıyla gerçekleştirilen t testi sonuçlarından anlamlı bulunanlar, Tablo 5’de özetlenmektedir. Buna göre duygusal zeka boyutları açısından evli yöneticilerin bekar yöneticilere kıyasla sosyal sorumluluğunun daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bekar yöneticiler ise evlilere kıyasla daha esnek, kendini gerçekleştirme ve kararlı-

lıkları daha yüksektir. İlaveten evli yöneticilerin hem duygusal tükenmişlik hem de duyarsızlaşma ortalamaları bekar yöneticilere kıyasla anlamlı ölçüde daha yüksektir. Bu durumun evlilik kurumunun getirdiği bireysel ve sosyal yüklerin bir sonucu olduğu düşünülebilir. Duygusal zeka ölçeğinin diğer alt boyutları ve tükenmişlik ölçeğinin “Kişisel başarısızlık” boyutunda evli ve bekar yöneticilere ilişkin farklar $p<0.05$ önem düzeyinde anlamsız bulunmuştur.

Tablo 5. Medeni Duruma İlişkin T Testi Sonuçları

<i>Değişkenler</i>	<i>Medeni Durum</i>	<i>N</i>	\bar{X}	<i>S.S.</i>	<i>t</i>
Esneklik	Evli	98	6,26	1,60	2,313*
	Bekar	24	7,04	,91	
Sosyal sorumluluk	Evli	98	13,79	1,03	3,122*
	Bekar	24	13,00	1,38	
Kendini gerçekleştirme	Evli	98	11,00	1,32	2,846*
	Bekar	24	11,88	1,48	
Kararlılık	Evli	98	3,01	1,11	2,215*
	Bekar	24	3,58	1,25	
Duygusal tükenmişlik	Evli	98	33,13	4,73	3,417*
	Bekar	24	29,13	6,64	
Duyarsızlaşma	Evli	98	19,87	3,50	2,538*
	Bekar	24	17,58	5,46	

* $p<0,05$

Yöneticilerin öğrenim durumlarına göre duygusal zeka ve tükenmişlik durumları arasındaki farklılığı ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi, duygusal zeka ölçeğinin “İyimserlik”, “Esneklik”, “Kişilerarası ilişkiler” ve “Kararlılık” boyutları ve tükenmişlik ölçeğinin “Kişisel başarısızlık” boyutu açısından gruplar arasındaki farklılığın $p<0.05$ önem düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir. Anlamlı ilişki gösteren bulguları Tablo 6’da yer alan analiz sonuçlarına göre yöneticilerin öğrenim durumlarına göre duygusal zeka ölçeğinin diğer alt boyutları ve tükenmişlik ölçeğinin alt boyutları açısından farklar $p<0.05$ önem düzeyinde anlamsızdır. Anlamlı bulunan farkların hangi öğrenim seviyesindeki yöneticilerden kaynaklandığını belirlemek amacıyla LSD Post Hoc testi uygulanmıştır. Test sonuçlarına göre tüm boyutlar açısından en büyük ortalama farklılığı ortaokul mezunu yöneticilerle üniversite mezunu yöneticiler arasındadır (İyimserlik için I-J=0,86, Esneklik için I-J=1,74, Kişiler arası ilişkiler için I-J= 1,37, Kararlılık için I-J= 0,78 ve kişisel başarısızlık için I-J=1,87). Bu ise öğrenim seviyesi arttıkça “İyimserlik”, “Esneklik”, “Kişilerarası ilişkiler” ve “Kararlılık” durumunun arttığını göstermektedir. Bununla birlikte öğrenim durumu arttıkça kişisel başarısızlık algısının arttığı da ilginç bir bulgu olarak gözlenmektedir. Bu durum kısmen öğrenim seviyesi düşük yöneticilerin daha düşük başarı beklentilerine sahip olmaları ile açıklanabilir.

nabilir. Bunun sonucunda kişisel başarısızlık algısının bu yöneticilerde daha düşük olması normal karşılanabilir.

Tablo 6. Öğrenim Durumuna Göre Duygusal Zeka ve Tükenmişlik

<i>Değişkenler</i>	<i>Öğrenim Durumu</i>			<i>F</i>
	\bar{X}			
	<i>Ortaokul</i>	<i>Lise</i>	<i>Üniv.</i>	
İyimserlik	11,00	11,22	11,86	4,265*
Esneklik	5,16	6,31	6,90	11,104*
Kişilerarası ilişkiler	10,42	11,53	11,79	6,222*
Kararlılık	2,58	3,04	3,36	3,609*
Kişisel Başarısızlık	30,63	30,93	32,50	4,077*

* $p<0,05$

Yaş faktörünün duygusal zeka ve tükenmişlik açısından gruplar arasında farklılık ortaya koyup koymadığını gerçekleştirmek üzere gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi, duygusal zeka ölçeğinin “Mutluluk”, “Esneklik”, “Problem çözme”, “Sosyal Sorumluluk”, “Bağımsızlık” ve “Kararlılık” ile tükenmişlik ölçeğinin her üç boyutunda da $p<0.05$ önem düzeyinde anlamlı fark olduğunu ortaya koymaktadır. Tablo 5’te özetlenen sonuçlara göre yaş artışı ile birlikte yöneticilerin mutluluk, problem çözme, sosyal sorumluluk, bağımsızlık, duygusal tükenmişlik, duyarsızlaşma ve kişisel başarısızlık algılarında anlamlı ölçüde bir artış vardır. Duygusal zeka ölçeğinin esneklik ve kararlılık boyutlarında ise ileri yaşlarda anlamlı ölçüde bir azalma gözlenmektedir. Anlamlı bulunan farkların hangi yaş gruplarındaki yöneticiler arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD sonuçlarına göre farklılık hemen tüm boyutlarda 30 yaş ve altı grubu ile 51 yaş ve üzeri grubundan kaynaklanmaktadır. Örneğin mutluluk boyutu açısından 30 yaş ve altı grubu ile 51 yaş ve üzeri grubu arasındaki ortalama farkı $I-J= -1,20$ ’dir. En yüksek ortalama farkı ise yine bu iki grup arasında duygusal tükenmişlik boyutunda gözlenmektedir ($I-J= -8,69$). Tüm bu veriler, yaşla birlikte genel olarak duygusal zeka faktörlerinde bir artış ortaya çıktığını, ancak duygusal zeka ölçeğinin esneklik ve kararlılık boyutlarını buna dahil edilemeyeceğini göstermektedir. Bir başka deyişle ileri yaşlardaki yöneticiler esneklik ve kararlılık kaybına uğramaktadır. Tükenmişlik açısından ise yaşla birlikte tüm boyutlardaki tükenmişlik algılamasında bir artış olduğu şüphesizdir.

Tablo 7. Yaşa Göre Duygusal Zeka ve Tükenmişlik

<i>Değişkenler</i>	<i>Yaş</i>				<i>F</i>
	<i>30 /-</i>	<i>31-40</i>	<i>41-50</i>	<i>51/+</i>	
Mutluluk	11,21	12,10	12,41	12,00	3,227*
Esneklik	7,58	6,82	5,95	4,62	17,058*
Problem çözme	12,26	12,78	13,34	13,77	3,602*
Sosyal sorumluluk	12,89	13,65	13,83	14,00	3,726*
Bağımsızlık	8,47	8,96	9,22	9,69	4,992*
Kararlılık	3,32	3,55	2,85	2,08	7,875*
Duygusal tükenmişlik	28,00	31,31	34,22	36,69	11,716*
Duyarsızlaşma	16,37	19,12	20,63	21,15	6,524*
Kişisel Başarısızlık	29,68	31,59	32,39	32,23	3,237*

* $p<0,05$

Yöneticilerin çalıştıkları işletmelerde görev yaptıkları basamak durumlarına göre duygusal zeka ölçeğinin “İyimserlik”, “Mutluluk”, “Esneklik”, “Gerçekçilik”, “Problem çözme”, “Empati” ve “Bağımsızlık” boyutları ve tükenmişlik ölçeğinin “Kişisel başarısızlık” boyutu açısından aralarındaki farklar $p<0.05$ önem düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Yönetimsel kademe açısından duygusal zeka ve tükenmişlik ölçeğinin diğer alt boyutları açısından farklar $p<0.05$ önem düzeyinde anlamsız bulunmuştur. Tablo 8’de özetlenen verilere göre, örgütsel kademede yukarı doğru çıkıldıkça, esneklik dışındaki tüm duygusal zeka boyutlarında bir artış gözlenmektedir. Anlamlı bulunan farkların hangi basamaklardaki yöneticiler arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan LSD testi, ortalamalar arasında farklılığın alt ve üst düzey yöneticiler olduğunu göstermektedir. Alt ve üst düzey yöneticiler arasında en büyük ortalama farkının bulunduğu boyutlar ise iyimserlik (I-J= -1,63) , problem çözme (I-J=-1,59) ve mutluluk (I-J=-1,42) boyutlarıdır. Tüm bu bulgular, üst düzey yöneticilerin duygusal zekalarının daha yüksek olduğu anlamını taşımaktadır. Tükenmişlik açısından ise anlamlı tek farklılığın gözlemlendiği boyut olan kişisel başarısızlık algısında kademe açısından yukarı doğru ilerlendikçe bir artış gözlenmektedir. LSD testi sonuçlarına göre alt düzey yöneticilerin, hem orta düzey yöneticilerle (I-J=-1,94) hem de üst düzey yöneticilerle (I-J=-2,75) anlamlı ölçüde ortalama farklılığı mevcuttur. Bu bulgu, üst düzey yöneticilerin daha yüksek bir kişisel başarısızlık algısına sahip olduğunu göstermektedir. İlginç bir bulgu olan bu durum kısmen, üst düzey yöneticilerin başarı standartlarının daha yüksek olması ile açıklanabilir. Alt

düzy yöneticiler başarıyı daha düşük standartta tanımladıklarından, daha düşük seviyede bir kişisel başarısızlık algılıyor olabilirler.

Tablo 8. Kademeye Göre Duygusal Zeka ve Tükenmişlik

<i>Değişkenler</i>	<i>Örgütsel Kademe</i>			<i>F</i>
	<i>Alt</i>	<i>Orta</i>	<i>Üst</i>	
İyimserlik	10,56	11,35	12,18	10,458*
Mutluluk	11,00	12,14	12,42	6,759*
Esneklik	7,06	6,47	6,00	3,167*
Gerçekçilik	7,78	7,79	8,45	5,702*
Problem çözme	11,83	13,06	13,42	6,948*
Empati	8,11	7,71	8,24	3,286*
Bağımsızlık	8,33	9,02	9,45	8,907*
Kişisel başarısızlık	29,72	31,67	32,47	4,490*

* $p < 0,05$

Yöneticilerin çalışma hayatı toplam süresine göre duygusal zeka ölçeğinin “Esneklik”, “Sosyal Sorumluluk”, “Bağımsızlık” ve “Kendine saygı” boyutları ve tükenmişlik ölçeğinin “Duygusal tükenmişlik” ve “Duyarsızlaşma” boyutları açısından arasındaki farklar $p < 0,05$ önem düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Yöneticilerin çalışma hayatı toplam süresine göre duygusal zeka ve tükenmişlik ölçeğinin diğer alt boyutu açısından farklar $p < 0,05$ önem düzeyinde anlamsız bulunmuştur. Tablo 7’de özetlenen bulgulara göre, çalışma süresi arttıkça duygusal zekada esneklik boyutu dışında bir artış gözlenmektedir. Anlamlı bulunan farkların çalışma hayatı süresi açısından hangi yöneticilerden kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan LSD testi farklılığın çoğu kez 5 yıl ya da daha az çalışan yöneticilerle 20 yıldan daha fazla süredir çalışan yöneticiler olduğunu göstermektedir. Bu bulgular çalışma hayatı ilerledikçe duygusal zeka yetilerinde de genel anlamda bir artış olduğu anlamını taşımaktadır. Esneklik boyutu açısından ise tam tersi bir durum söz konusudur. Bir başka deyişle çalışma hayatı ilerledikçe yöneticiler esneklik kaybına uğramaktadır. Olgü tükenmişlik açısından değerlendirildiğinde ise çalışma hayatının duygusal tükenmişliği ve duyarsızlaşmayı artırdığı anlaşılmaktadır. Şöyle ki LSD testi sonuçlarına göre duygusal tükenmişlik boyutu açısından 5 yıldan daha az çalışan yöneticilerle 20 yıldan daha fazla süredir çalışan yöneticiler arasındaki ortalama farkının I-J= -6,60 olduğunu göstermektedir. Duyarsızlaşma boyutu açısından ise bu farklılık yine anlamlıdır (I-J= -4,25). Bir başka deyişle, çalışma hayatı içerisinde ilerledikçe tükenmişlik algısının da önemli ölçüde arttığı söylenebilir.

Tablo 9. Toplam Çalışma Hayatı İle Duygusal Zeka ve Tükenmişlik

<i>Değişkenler</i>	<i>Toplam çalışma süresi</i>				<i>F</i>
	<i>5/-</i>	<i>6-10</i>	<i>11-20</i>	<i>21/+</i>	
Esneklik	7,35	6,67	6,21	5,42	6,271*
Sosyal sorumluluk	12,76	13,70	13,77	13,95	4,313*
Bağımsızlık	8,24	9,12	9,12	9,47	5,776*
Kendine saygı	15,24	16,00	15,93	16,74	2,757*
Duygusal tükenmişlik	28,76	31,84	32,93	35,37	5,341*
Duyarsızlaşma	16,65	19,63	19,65	20,89	3,856*

* $p < 0,05$

Yöneticilerin şu anda çalıştıkları işyerlerindeki çalışma sürelerine göre duygusal zeka ölçeğinin “Esneklik”, “Sosyal Sorumluluk”, “Bağımsızlık”, “Kararlılık” ve “Duygusal benlik bilinci” boyutları ve tükenmişlik ölçeğinin “Duygusal tükenmişlik” boyutu açısından aralarındaki farklar $p < 0.05$ önem düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Duygusal zeka ve tükenmişlik ölçeğinin diğer alt boyutu açısından farklar $p > 0.005$ önem düzeyinde anlamsız bulunmuştur. Tablo 10’da verilen bulgulara göre, mevcut işyerindeki çalışma süresi arttıkça duygusal zeka ölçeğinin sosyal sorumluluk ve bağımsızlık boyutları açısından bir artış, esneklik, kararlılık ve duygusal benlik bilinci açısından ise bir azalma söz konusudur. LSD testi sonuçlarına göre ortalama farklılığını kaynağı 5 yıl ve daha az çalışanlar ile 20 yıldan daha fazla çalışanlar gruplarıdır. Bu iki grup arasında ortalama farklılığının en yüksek olduğu boyutlar ise esneklik ($I-J = -2,98$) ve duygusal benlik ($I-J = -1,42$) boyutlarıdır. Bu durum, aynı işyerinde uzun süre çalışmanın yöneticilerde esneklik kaybına ve duygusal benlik algısında bir azalmaya yol açtığını göstermektedir. Tükenmişlik ölçeği açısından ise gruplar arasında yalnızca duygusal tükenmişlik boyutu açısından anlamlı farklılık gözlenmektedir. LSD testi sonuçlarına göre aynı işyerinde 5 yıl ve daha az çalışan yöneticilerle 20 yıldan daha fazla süredir çalışanlar arasındaki ortalama farkı $I-J = -5,63$ ’tür. Bu durum işyerinde çalışma süresindeki artışın beraberinde duygusal tükenmişliği getirdiği anlamını taşımaktadır.

Tablo 10. Mevcut İşyerindeki Çalışma Süresi İle Duygusal Zeka ve Tükenmişlik

Değişkenler	Mevcut işyerindeki çalışma süresi				F
	5/-	6-10	11-20	21/+	
Esneklik	7,34	6,14	6,32	4,36	17,365*
Sosyal sorumluluk	13,27	13,90	13,37	14,18	3,749*
Bağımsızlık	8,54	9,29	9,21	9,55	6,656*
Kararlılık	3,46	2,98	3,37	2,09	5,148*
Duygusal Benlik Bilinci	15,51	15,61	15,53	14,09	3,271*
Duygusal tükenmişlik	30,37	32,92	32,95	36,00	4,125*

* $p < 0,05$

5. Sonuç

Tükenmişlik ve duygusal zeka arasındaki ilişkinin incelendiği bu araştırma duygusal zeka ortalaması yüksek yöneticilerin daha düşük düzeyde tükenmişlik yaşadığını göstermektedir. Gerçekleştirilen korelasyon analizi sonuçları özellikle problem çözme yetisi ve sosyal sorumluluğu düşük yöneticilerin tükenmişliğin bir boyutu olan duyarsızlaşmayı fazlasıyla yaşadığını, mutluluk algısı ve problem çözme yetisi düşük yöneticilerin ise kişisel başarısızlık algısının daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Duygusal zeka ve tükenmişlik değişkenleri cinsiyet farklılığı açısından değerlendirildiğinde duygusal zeka ölçeğinin kişilerarası ilişkiler, bağımsızlık, kendini gerçekleştirme, kararlılık ve duygusal benlik bilinci boyutları açısından kadın yöneticilerin erkek yöneticilere kıyasla daha yüksek ortalamalara sahip olduğu dolayısıyla duygusal zekalarının daha yüksek olduğu gözlenmektedir. Tükenmişlik açısından ise cinsiyet farklılığının önemli olmadığı sonucuna varılmıştır.

Araştırmamızda ele alınan duygusal zeka ve tükenmişlik, medeni durum kontrol değişkeni açısından değerlendirildiğinde ise duygusal zeka boyutları açısından evli yöneticilerin bekar yöneticilere kıyasla sosyal sorumluluğunun daha yüksek olduğu, bekar yöneticilerin ise evlilere kıyasla daha esnek, kendini gerçekleştirme olguları ve kararlılıklarının daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca evli yöneticilerin hem duygusal tükenmişlik hem de duyarsızlaşma ortalamaları bekar yöneticilere kıyasla anlamlı ölçüde daha yüksektir. Bu da evlilik kurumunun, muhtemelen beraberinde getirdiği bir takım önemli sorumluluklar nedeniyle tükenmişliği artırdığı anlamını taşımaktadır. Öğrenim seviyesi açısından ise öğrenim seviyesi

yüksek yöneticilerin daha yüksek duygusal zeka ortalamasına sahip olduğu görülmektedir.

Duygusal zeka ve tükenmişlik açısından yaş, örgütsel kademe, toplam çalışma süresi ve örgütteki çalışma süresi değişkenleri için ise benzer sonuçlar bulunmuştur. Genel bir değerlendirme yapılacak olursa bu değişkenlerdeki bir artışın hem duygusal zekayı hem de yaşanan tükenmişliği artırdığı söylenebilir. Duygusal zekanın kararlılık ve esneklik boyutları açısından ise tam tersi bir durum söz konusudur. Bir başka ifade ile bu değişkenlerdeki artışın yöneticilerde kararlılık ve esneklik kaybına yol açtığı anlaşılmaktadır.

Tüm bu bulgular insanın duygusal yetilerinin farkına varması ve bunları iş ortamında kullanabilmesi olarak tanımlanan duygusal zekanın, insanın verimliliğini ve iş yaşam kalitesini düşüren, hayattan aldığı zevki azaltan bir olgu olan tükenmişlikle mücadelede önemli bir etken olduğunu göstermektedir. Bu nedenle yöneticiler başarılı olabilmek için öncelikle kendi duygularını okuyabilme, anlayabilme ve duygularının başarımlarına ve ilişkilerine etkilerini tanımlayabilmekle işe başlamalı, daha sonra da başkalarının duygularını hissedebilme, onların bakış açısı ile düşünebilme yeteneklerini geliştirmeli ve bu yolla hem kendileri hem de diğer çalışanlar açısından yaşanan tükenmişliği asgariye indirmeye çalışmalıdırlar.

Bu araştırmanın bulguları taşıdığı sınırlılıklar çerçevesinde değerlendirilmelidir. Araştırmanın bulguları yalnızca seçilen örnekle sınırlı olduğundan, sonuçların genellenebilmesi ancak aynı konuda, farklı ve daha büyük örnekler üzerinde yapılacak araştırmalarla mümkün olacaktır. Bu kısıt göz önüne alınarak işletmeler ve yöneticiler için ise çeşitli öneriler sunulabilir. Öncelikle yöneticilerin kendi duygularını okuyabilme, anlayabilme, kendi öz değerlendirmelerini yapma yetilerini geliştirerek başkalarının duygularını hissetmeye, onların bakış açısı ile düşünebilme ve ilgi göstermeleri gerekmektedir. Bunun yanı sıra tükenmişlikle başa çıkabilmek için örgütsel anlamda çeşitli programlar düzenlenerek çalışanların farkındalık bilinçlerinin geliştirilmesi, etkili iletişim, zaman yönetimi, çatışma yönetimi ve stresle başa çıkma gibi konularda personelin eğitilmesi faydalı olacaktır.

Kaynakça

- Ashforth, B. E. ve R. H. Humphrey (1993), "Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity", *Academy Of Management Review*, 18 (1), 88-115.
- Ashforth, B. E. ve R. H. Humphrey (1995), "Emotion in the Workplace: A Reappraisal", *Human Relations*, 48 (2), 97-125.
- Barling, J., F. Slater ve E. K. Kelloway (2000), "Transformational Leadership and Emotional Intelligence: An Exploratory Study", *The Leadership and Organizational Development Journal*, 21, 157-161.
- Bar-On, R (2003), "How Important is It to Educate People to Be Emotionally and Socially Intelligent, and Can It Be Done?", *Perspectives in Education*, 21(4), 3-13.
- Bass, B. M. (1985), *Leadership and Performance Beyond Expectations*, New York: Free Press.
- Bass, B. M. (1998), *Transformational Leadership: Industry, Military and Educational Impact*, Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Bass, B. M. ve B. J. Avolio (1994), *Improving Organizational Effectiveness Through Transformational Leadership*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Brummelhuis, L. L., T. Lippe, E.S. Kluwer ve H. Flap (2008), "Positive and Negative Effects of Family Involvement on Work-Related Burnout", *Journal of Vocational Behavior*, 73, 387-396.
- Byrne, B. (1999), *The Nomological Network of Teacher Burnout: A Literature Review and Empirically Validated Model*, Ed. R. Vandenberghe ve A. M. Huberman, *Understanding and Preventing Teacher Burnout*, New York: Cambridge University Press, 15-37.
- Cherniss, C. (1980), *Professional Burnout in Human Service Organizations*, New York: Praeger.
- Ciarrochi, J., A. Chan, J. Bajgar (2001), "Measuring Emotional Intelligence in Adolescents", *Personality and Individual Differences*, 28, 539-561.
- Conger, J. A. ve R. N. Kanungo (1998), *Charismatic Leadership in Organizations*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Çam, O. (1991), *Hemşirelerde Tükenmişlik ve Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Dulewicz, V. ve M. Higgs (2000), *Making Sense of Emotional Intelligence*, London: Ase.

- Ergin, C. (1993), "Doktor ve Hemşirelerde Tükenmişlik ve Maslach Tükenmişlik Ölçeğinin Uyarlanması", Ed. R. Bayraktar ve İ. Dağ, VII. Ulusal Psikoloji Kongresi Bilimsel Çalışmaları, Ankara, Türk Psikologlar Derneği Yayını, 143-154.
- Farber, B. (1984), "Teacher Burnout: Assumptions, Myths, and Issues", Teachers College Record, 86(2), 321-338.
- Farber, B. (1991), Crisis in Education: Stres and Burnout in The American Teacher, San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Freudenberger, H. J. (1974), "Staff Burn-out", Journal of Social Issues, 30(I),159-165.
- Garden, M. (1991), "Relationship Between Burnout and Performance", Psychological Reports, 68, 963-977.
- Gardner, W. L., D. Fischer ve J.G. Hunt (2009), "Emotional Labor and Leadership: A Threat to Authenticity, The Leadership Quarterly, 20, 466-482.
- George, J. (2000), "Emotions and Leadership: The Role of Emotional Intelligence", Human Relations, 53, 1027-1055.
- Goleman, D. (1995), Emotional Intelligence, New York: Bantam.
- Hyvönen, K., T. Feldt, K. Salmela-Aro, U. Kinnunen ve A. Makikangas (2009), "Young Managers' Drive to Thrive: A Personal Work Goal Approach to Burnout and Work Engagement", Journal of Vocational Behavior, 75, 183-196.
- İdil, O. (1980), Örneklem Teorisi ve İşletme Yönetiminde Uygulanması, İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Jackson, S., R. Schwab, ve R. Schulaer (1986), "Toward an Understanding of The Burnout Phenomenon", Journal of Applied Psychology, 71(4), 630-640.
- Jayarathne, S. ve W. A. Chess, (1984), "The Effects of Emotional Support on Perceived Stress and Strain", The Journal of Applied Behavioral Science, 20, 141-153.
- Kim, H.J., K.H. Shin ve N. Swanger (2009), "Burnout and Engagement: A Comparative Analysis Using The Big Five Personality Dimensions", International Journal of Hospitality Management, 28, 96-104.
- Kurtuluş, K. (1998), Pazarlama Araştırmaları, İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Lazarus, R. (1982), "Thoughts on The Relations Between Emotion and Cognition", American Psychologist, 37, 1019-1024.
- Lewin, J. E. ve J. K. Sager (2007), "A Process Model of Burnout Among Salespeople: Some New Thoughts", Journal of Business Research, 60, 1216-1224.

Lewis, K. M. (2000), "When Leaders Display Emotion: How Followers Respond to Negative Emotional Expression of Male and Female Leaders", *Journal of Organizational Behavior*, 21, 221-234.

McIntyre, T. C. (1984), "The Relationship Between Locus of Control and Teacher Burnout", *British Journal of Education Psychology*, 54, 235-238.

Maslach, C. (1982), *The Cost of Caring*, Englewood Cliffs, NY: Prentice Hall.

Maslach C. ve M. P. Leiter, (1997), *The Truth About Burnout*, California: Jossey-Bass.

Maslach, C. ve W. Schaufeli (1993), "Historical and Conceptual Development of Burnout", Ed. W. B. Schaufeli, C. Maslach, T. Marek, *Professional Burnout: Recent Developments in Theory and Research*, Washington D.C.: Taylor & Francis, 1-16.

Mayer, J. D. ve G. Geher (1996), "Emotional Intelligence and The Identification of Emotion", *Intelligence*, 22, 89-113.

Mayer, P. ve J. D. Salovey (1990), "Emotional Intelligence", *Imagination, Cognition and Personality*, 9(3), 185-211.

Mayer, P. ve J. D. Salovey (1997), "What is Emotional Intelligence?", Ed. P. Salovey ve D. Sluyter, *Emotional Development and Emotional Intelligence: Implications for Educations*, New York: Basic Books, 3-31.

Mayer, J., P. Salovey ve D. Caruso (2000a), *Test Manuel for MSCEIT v.2.*, Multi-Health Systems, Canada.

Mayer, J., P. Salovey ve D. Caruso (2000b), "Models of Emotional Intelligence", Ed. R. J. Sternberg, *Handbook of Intelligence*, Cambridge: Cambridge University Press, 396-420.

Mayer, J., P. Salovey ve D. Caruso (2000c), "Selecting A Measure of Emotional Intelligence: The Case For Ability Scales", Ed. R. Bar-On and J. Parker, *The Handbook of Emotional Intelligence: Theory, Development, Assessment, and Application at Home, School, and in the Workplace*, California: Jossey-Bass, 320-342.

Megerian, L. E. ve J. Sosik (1996), "An Affair of The Heart: Emotional Intelligence and Transformational Leadership", *Journal of Leadership Studies*, 3 (4):31-48.

Pines, A. ve D. Kafry (1978), "Occupational Tedium in Social Service Professionals", *Social Work*, 23(6), 499-507.

Quinlan, M. (2007), "Organisational Restructuring/Downsizing, OHS Regulation and Worker Health and Well-being", *International Journal of Law and Psychiatry*, 30, 385-399.

Rahim, A. M. ve C. Psenicka (1996), "A Structural Equations Model of Stress, Locus of Control, Social Support, Psychiatric Symptoms, and Propensity to Leave A Job", *The Journal of Social Psychology*, 136 (1), 69-84.

Salmela-Aro, K., A. Tolvanen ve J. E. Nurmi (2009), "Achievement Strategies During University Studies Predict Early Career Burnout and Engagement", *Journal of Vocational Behavior*, 75, ss.162-175.

Seligman, M. (1990), *Learned Optimism*, New York: Simon LE Schuster.

Shamir, B., R. House, M. Arthur (1993), "The Motivational Effects of Charismatic Leadership: A Self-Concept Based Theory", *Organizational Science*, 4, 1-17.

Van Horn, J., W. Schaufeli ve D. Enzmann (1999), "Teacher Burnout and Lack of Reciprocity", *Journal of Applied Social Psychology*, 29(1),91-108.

Wasielewski, P. L. (1985), "The Emotional Basis of Charisma" *Symbolic Interaction*, 8, 207-222.

Zampetakis, L. A., P. Beldekos ve V. S. Moustakis, (2009), "Day-today Entrepreneurship Within Organizations: The Role of Trait Emotional Intelligence and Perceived Organizational Support", *European Management Journal*, 27, 165-175.

İnternet Ekonomisi ve Kurumsal Sürdürülebilirlik

Muammer SARIKAYA

Yrd. Doç. Dr., Yalova Üniversitesi, İİBF
Sosyal Hizmet Bölümü
msarikaya@yalova.edu.tr

Meltem ERDOĞAN

Yrd. Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, İİBF
İktisat Bölümü
melteme@anadolu.edu.tr

F. Zişan KARA

Yrd. Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, İİBF
İktisat Bölümü
fzkara@anadolu.edu.tr

İnternet Ekonomisi ve Kurumsal Sürdürülebilirlik

Özet

İnternet, toplumun her alanında etkisini gösteren ve yaşamın sınırlarını ve işleyişini yeniden biçimlendiren bir unsur olarak ekonomi ve iş dünyasında da önemli bir yer teşkil etmektedir. İnternet'in yarattığı yeni ekonomi modeli ve yeni yönetim yaklaşımlarını zorunlu hale getirmesi, konunun kapsamını ve önemini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda ele aldığımız çalışmada, İnternet ekonomisi ve etkileri ele alınarak, son yıllarda giderek daha fazla önem kazanan kurumsal sürdürülebilirliğin işletmeler açısından böylesi bir ekonomideki yeri ve önemi üzerinde durulacaktır.

Anahtar Kelimeler: İnternet, internet ekonomisi, güven, kurumsal sürdürülebilirlik.

Internet Economics and Corporate Sustainability

Abstract

Internet is an important factor which represents its effects in every area in society. It is a shaping element of life's borders and operation both in business and economics. The Internet based new economics model created understanding of a new management and introduced the scope and importance of the subject. In this context, by discussing Internet Economics and its effects, the role and the importance of corporate sustainability for enterprises in such an economics will be emphasized.

Keywords: Internet, internet economics, trust, corporate sustainability.

1. Giriş

Günümüzde yaygın bir şekilde kullanılmaya başlayan İnternet, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle ortaya çıkan ve ekonominin eski ve yeni ekonomi olarak tanımlanmasına neden olan önemli bir keşif olarak değerlendirilmektedir. İnternet'in ekonominin tümü üzerinde yarattığı etkiler özellikle mikro temelde değerlendirildiğinde işletmelerin katma değer yaratma işlevlerine önemli derecede katkı sağlamaktadır. İnternet ekonomisi ile bilinen klasik ekonomik yöntem ve araçların duvarları yok olmuş, fiziki sınırlar ortadan kalkmış, insanların ekonomik faaliyetleri ve ekonominin tüm sektörleri artık büyük ölçüde "www" ile şekillenmeye başlamıştır (Uzer, 2009: 1). Her bireyin, ihtiyacı olan ürüne/hizmete dünyanın her yerinden ulaşabilmesi, mesafelerin kısılması, paranın birkaç saniye içinde dünyanın bir ucundan diğer ucuna transfer edilebilmesi, küreselleşmenin önüne geçilmez bir boyuta ulaşmasını sağlamıştır (Parmak, 2009: 1). İşletmelerin yeni ekonomiye geçişinden ötürü iş gücünün, verimliliğinin, rekabetinin, sorumluluklarının yeni bir boyut kazandığı bilinen gerçeklerdir. Bununla birlikte İnternet'in, işletmenin itibarını ve satışlarını zedeleyecek haberlerin e-posta aracılığıyla dolaşması gibi unsurların neden olduğu olumsuz etkileri de söz konusudur.

Geleneksel ya da eski olarak nitelenen ekonomi içinde var olan güven ya da piyasa güveni unsuru İnternet ekonomisi olarak değerlendirilen bu yeni ekonomi içinde de önem taşımaktadır. Kuşkusuz gerek bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla gerekse geleneksel yollarla yapılan ticari faaliyetlerde güven, işletmeler açısından tüm paydaşlarıyla var oldukları piyasa içinde sürdürülebilirliklerini korumak açısından önemli bir role sahiptir.

İş dünyasındaki oyunun kurallarının değişmesi ve sanallığın artması toplumsal duyarlılığı yüksek ve güven veren bir yönetim yaklaşımını gerekli kılmaktadır. Bu nedenle kurumsal sürdürülebilirlik günümüzde giderek önem kazanan konular arasında yer almaktadır. İnternetin yarattığı yeni ekonomi modelinde böylesi bir yönetim anlayışı, toplumsal gelişimin yanı sıra işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri açısından da büyük önem taşımaktadır. Bunun bilincinde olmayan işletmeler yıllardır faaliyet gösterecekleri dahi, böylesi bir ekonomi içinde kısa sürede iş sahnesinden silinip gidebilmektedir. Bu noktada işletmelere düşen görev, ekonomik olduğu kadar sosyal sürdürülebilirliğin de, var olabilmelerinin bir gereği olduğunu kabul etmek ve faaliyetlerini bu anlayış çerçevesinde gerçekleştirmektir.

2. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinden İnternet Ekonomisine

Dönüşüm

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde 1980'li yıllardan itibaren ortaya çıkan gelişmeler küreselleşme eğilimlerinin artmasıyla birlikte toplumların siyasal, sosyal ve eko-

nomik yapılarında köklü değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. 1980'li yıllarda bilgisayar kullanımının artması ve bu sürecin etkileri mikro ve makro düzeyde ekonomik faaliyetlerin değişmesine ve gelişmesine yol açmıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, yazılı metinlerin, ses ve video görüntülerinin hızlı bir biçimde işlenmesi, depolanması ve iletilmesi sürecinin bilgisayar ağları vasıtasıyla daha geniş coğrafyalara ulaşmasını sağlamaktadır. Bilimsel araştırma sürecinde verilerin elde edilmesi, analizi ve yayılması iletişim teknolojileri aracılığıyla etkin olarak ve eşzamanlı biçimde dünyaya açılmaktadır.

1990'lı yıllardan itibaren işletmeler bilgi teknolojilerini İnternet ve web tabanlı uygulamalarda kullanmaya başlamışlardır. Dolayısıyla özellikle İnternet'in gelişmesi işletmelerin faaliyetlerini yaymalarına ve rekabet edebilirliklerini artırmak için bilgi ve iletişim teknolojilerini stratejik bir güç olarak kullanmaya başlamalarına neden olmuştur. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin iş alanı içinde kullanılmaya başlanmasıyla ve özellikle e-ticaretin getirdiği avantajlarla İnternet ekonomisi olarak adlandırılan yeni bir ekonomi alanının oluştuğu gözlenmektedir. İnsanoğlunun geliştirdiği dünyadaki en gelişmiş sistem olan ve kullanıcı sayısı hızla yayılmaya devam eden İnternet, günümüzde hemen hemen dünyadaki her ülkede mevcuttur. Oldukça yaygın olan e-mailin yanı sıra World Wide Web (www) uygulaması ile alışveriş yapmak, banka işlemlerini halletmek, seçime veya tartışmalara katılmak, doktora, öğretmene, din adamına danışmak ve lisans/yüksek lisans derecesi alabilmek mümkündür. İnternetin yayılım hızı oldukça yüksektir. On yıl kadar önce üniversitelerde çalışan küçük bir grup haricinde kimsenin adını bilmediği İnternet, bugün reklamcılıkta farklı bir biçim, seçim kampanyalarında önemli bir araç ve sayısı her geçen gün büyüyen insanlar içinse sağlıkları, tatilleri ve çocuklarının okulları hakkında bilgi alabilmek için başvurdukları ilk yerdir (Graham, 2001: 152).

Küreselleşme ve bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeye paralel olarak ortaya çıkan İnternet ekonomisi, İnternet servisi ve ticareti için piyasanın arz ve talep özelliklerinin çalışılmasıdır. İnternet ekonomisi hakkındaki araştırmalar İnternet'in, ekonominin bir parçası olarak anlaşılmasının arttırılması üzerinedir. Televizyon, yayıncılık, telefonculuk ve bilgisayar gibi dijital teknolojinin birbirleriyle kesişmesi global ekonomi yardımı ile İnternet yeniliklerinin yayılmasına ve İnternet ekonomisi anlayışının öneminin artmasına neden olmaktadır (McKnight ve Bailey, 1997: 31). İnternet ekonomisi İnternet hizmetlerini pazarlama çalışması olarak değerlendirilmektedir. Televizyon, yayın, telefon ve bilgisayar gibi dijital teknolojilerindeki gelişmeler, İnternet'teki yeniliklerin doğrudan global ekonomiye dahil olmasını sağlamakta ve İnternet ekonomisinin anlaşılmasının önemini arttırmaktadır. Bunun yanında İnternet ekonomisi küreseldir ve küresel olmasının sebebi sadece iletişim ağının dünyayı yönetiyor olmasından kaynaklanmamaktadır. Bu özellik İnternet'in yayılımı konusunda gerekli ve güçlü bir dinamik sağlamakla beraber yeterli de değildir (Kogut, 2003: 33).

3. İnternet Ekonomisinin Etkileri

İnternet, finansal küreselleşme, kurumsal yönetim ve ticareti birbirine bağlaması nedeniyle ekonomi tarihinde önemli bir kavşak noktası konumuna ulaşmıştır. İnternetin ve küreselleşmenin bu kesişimi teknolojinin kullanımına ve gelişmesine ve uluslar bünyesindeki yeniliklere hükmeden tarihi kurumsal modeller için derin sorunlar yaratmaktadır.

İnternet ekonomisi yeni bir ekonomi vaat etmekte ve emek piyasasında, kültürel beklentide bir takım değişim yaratmakla beraber yeni ürün ve hizmetlerin yaratılmasına da ön ayak olmuştur. Bu yeni ekonomik alanlara yeni firmaların girişi, endüstriyel ve finansal devlerin kaderlerini ve stratejilerini sarsmıştır. Bu durumla ilgili olarak İnternet, geleneksel iş tanımlarıyla ve işgücü piyasa katılımcılarının amaçlarıyla hareket eden iş ve girişimciliği bilişsel olarak tekrar tanımlamıştır (Kogut, 2003: 3).

İnternet ekonomisinin bir temeli vardır. Dijital devrimin birçok yönü sifıra yakın marjinal maliyet (MC) ile kombine edilmiş yüksek sabit maliyet (FC) ifade eder. İlk kurulduğunda fiber optik kablolar sonsuz kapasiteye ve yüksek maliyete sahiptir, tam olarak da kullanılacak bir şey yoktur. Bir kitabın dijital bir kopyasını almak ya da müzik indirmek farenin bir tıklamasından fazla bir şeyi gerektirmez. Sonuç olarak, ortalama maliyet sürekli olarak düşer ve talep artar, maliyet ve fiyatlar düşer böylelikle talep yine artar (Graham, 2001: 147).

İnternet'in gelişmesinin önemli bir etkisi online ortamdaki açık arttırmalar sayesinde ikinci el pazarının yaratılması ve genişletilmesidir. Temelde iyi düzenlenmiş sitelere güvenerek satıcılar Web üzerinden daha geniş bir kitleye ulaşacağından, bu durum satılan mallar için daha iyi fiyat almayı mümkün kılar. Bazı durumlarda, geleneksel firmalar yeni rekabetçi firmalara göre web ortamında bulunma konusunda fırsat yaratma anlamında web'e geçişte yavaşlırlar. Bunun haricinde, İnternet yardımıyla devlet hizmetleri, özel sektör hizmetlerinin ikamesi durumuna gelmiştir. İnternet'in ilk yayılmaya başladığı dönemlerde, uzak bölgelerde yaşayan insanlar sağlık bilgileri gibi bazı hizmetleri özel firmalardan, aynı hizmetlerin hükümetin bedava ya da daha ucuza sağladığından habersiz satın alıyorlardı. İnternet bu gibi durumlarda rekabeti aşmıştır. Hava yolu şirketleri yolcularını, kendi İnternet sitelerinden bilet almaya teşvik etmekte ve bazı firmalar İnternet üzerinden satılan biletlerden elde edilen maliyet avantajlarını sadece kendi web sitelerinde var olan özel indirimlerle yolculara yansıtmaktadır. Bunun ışığında, geleneksel seyahat acenteleri daha düşük komisyonu kabul etmek zorunda kalmış ve daha iyi hizmet sunmuşlardır. Bu durum bize web'in rekabetteki gelişim potansiyelini göstermektedir. İnternet diğer birçok piyasada da rekabeti teşvik etmektedir. Örnekler geleneksel aracı kurumlar ve hisse senedi ticareti başına alınan komisyonu oldukça düşüren on-line hizmet rekabeti, sadece maliyetleri düşürmekle kalmayıp,

online bankalara coğrafi olarak da erişimi yükselten online bankanın geleneksel banka ile rekabeti, müzayede evleri ve online açık arttırma piyasası, gazete ve online haber alma servisleri, telefon şirketleri ve web telefonu servisleri şeklindedir. İnternet'in rekabeti arttırıcı potansiyeli ilerideki teknolojik avantajların ve telekomünikasyon teknolojilerinin uyumunun sağlanması ile artacaktır (Goel, 2002: 221).

Temel olarak, İnternet'in ekonomi üzerinde özellikle vurgulanan iki etkisinden bahsedebiliriz. Bunlardan biri İnternet rekabeti arttıracaktır. Diğeri ise İnternet'in yapısal bir dönüşüme yol açabileceği ve bununla alakalı olarak yatırımların artmasını beraberinde getireceğidir. Öyleyse ve eğer bu etki toplamda anlamlı derecede büyükse, ya üretkenlikteki kademe değişimiyle ya da verimlilikteki artışla kendini gösterecektir. Bunların yanında rekabet ve verimlilik üzerine olan etkiler kanalıyla İnternet'in işgücü piyasasına ve uluslar arası ticaret üzerindeki etkileri de aşağıda incelenmektedir.

3.1. Rekabet Üzerindeki Etkisi

İnternet'in rekabetteki etkisi, ister menkul kıymet işlemlerinde olduğu gibi çok kesin ve net kuralları olan, ister plastik bardak ve kağıt peçete gibi oldukça basit bir alanda olsun çok kuvvetlidir ve bu etkiler özellikle B2B pazarlarında hissedilir. Potansiyel rekabet kazancının olduğu diğer alanlar ise dayanıklı tüketim malları ve on-line iş ilanlarının artmış olduğu emek piyasası gibi alıcı ve satıcı arasında bilginin daha önceden kusurlu eşleştirildiği alanlardır (Graham, 2001: 152).

Son yıllarda e-ticaretin ve İnternet pazarının hızlı bir şekilde büyümesi, geleneksel perakende piyasasına hem alternatif hem de ek olmuştur. Tüketiciler bu sayede on-line olarak alışverişlerini yapabilir ve normalde harcayacaklarından daha az bir çaba ile yüzlerce satıcı arasında karşılaştırma yapabilirler. Geleneksel ekonomik görüş, sonuç olarak, İnternet'in tüketiciler açısından araştırma maliyetlerini düşüreceğini ve bunun da fiyatların düşmesine ve piyasanın daha rekabetçi olmasına neden olacağını öne sürer (Brown ve Golsbee, 2002: 482).

İnternet rekabetçiliğinin, kanıtlanmış bir ekonomi teorisi bünyesinde daha iyi anlaşılabilceğini söyleyebiliriz. İnternet pazarları İnternet siteleri ile ilişkilendirilmiş önemli batık maliyetlerin eksiliği nedeniyle İnternet piyasaları giriş çıkışlı piyasa özelliklerine sahip gözükürler. Burada İnternet'in piyasaya kolay giriş ve çıkışını sağlayan ve rekabeti teşvik eden büyük bir özelliği ortaya çıkmaktadır. Günümüzde firmalar uzak bölgelerde kurulurlar ve bu yabancı topraklardan dünyanın her yerindeki müşterilerine İnternete bağlanarak ulaşırlar. Firmalar site için ya kendi yazılım birimlerini kullanabilir ya da İnternet sitesinin tasarımı ve bakımı hakkında diğer firmalarla anlaşabilirler. Dahası, İnternet firmaları sundukları ürünlerin üretiminden çekilebilir ve depolama giderlerini en aza indirmek için "tam zamanında"

teslim ilkesini önerebilirler. Sanal ortam aynı zamanda faaliyet ölçeğini daraltmış ve nispeten küçük firmalar web sayesinde büyük firmalarla etkili olarak rekabet edebilir konuma gelmiştir. İnternet siteleri aynı zamanda düşük batık maliyetlere sahip olup, sitenin kendisi satılabilir ve diğer işletmelere kolaylıkla uygulanabilir yani İnternet uygulamaları biçimlendirilebilir. Başarısızlık durumunda firmanın yazılım bölümleri ayrı ayrı satılabilir. İnternet siteleri benzer siteler tarafından satın alınabilir ya da girdiler bozulabilir ve diğer yazılım şirketlerine satılabilir. Böylelikle “vur-kaç girişi” için bir ölçek olmuş olur. Bu rekabeti arttırır ve fiyatı aşağıda tutar. Yatırımcı İnternet’teki işletmesini kısa bir hazırlık evresinden sonra piyasaya sokabilir ve işlerin iyi gitmemesi durumunda piyasadan çıkmak için karşılaşacağı sadece bir kaç engel vardır. İşletmenin bulunduğu yerin büyük ya da kirasının yüksek bir semtte olması gerekmez. Dolayısıyla potansiyel bir girişimci eğer işler doğru yürümese yatırımının çoğunu kurtarabilir. Bu durum, girişimcinin yeni maceralara katılmak için daha az tereddüt etmesine, sitelerin sayısının artmasına neden olur ve rekabet artar (Goel, 2002: 221).

3.2. Verimlilik Üzerindeki Etkisi

İnternet’e gösterilen ilgi ve İnternet’in ve dijital devrimin ekonomiyi yeniden şekillendireceğine dair iddialar ve İnternet’in verimlilik üzerindeki etkileri son bir kaç yıl zarfında hukuksal incelemelere tabi tutulmuştur. Buna rağmen, özellikle yeni teknolojinin çıktığı ve verimlilikteki etkilerini tayin ederken karşılaşılan ölçüm problemlerinde olduğu gibi bu etkileri ortaya koymak oldukça zordur. Bu problemlerden biri ürünün kalitesi yükselip, fiyatları düşerken ortaya çıkan çıktının ölçüm problemi. Kalite gelişimini gösteren göstergelerin yapısı sadece sorunlu değil, aynı zamanda bilgi, iletişim ve teknoloji sektöründeki çıktılar üzerinde ve dolayısıyla bir bütün olarak ekonominin öz sermayesinin gelişimi konusunda net bir etki sahibidir. Bir başka durum da yazılım harcamaları şimdilerde cari girdiden ziyade yatırım olarak sayılmakta ve bu değişim hem GSYİH’yı hem de öz sermayeyi artırmaktadır (Graham, 2001: 152).

İnternet’in verimlilik üzerindeki etkisini stok kontrolünde gelişme yaratması olarak açıklayan Blinder (2000: 6) stoklarını daha sıkı kontrol edebilen işletmelerin hem faiz hem de stoklama maliyetinden tasarruf edeceklerini, bununla beraber stoklardaki azalmalarında önüne geçebileceklerini savunmuştur. Litan ve Rivlin (2001) GSYH’nın %70 ini oluşturan, otomobil üretimi ve satışı, otomobil dışındaki sektörler, yüksek öğretim, özel sektör eğitimi, finansal servisler, devlet, sağlık sektörü, taşımacılık sektörü ve perakende sektörü olmak üzere sekiz sektör üzerinde yaptıkları incelemelerle İnternet’in ekonomi üzerindeki etkisini ortaya koymaya çalışmışlardır. Genel anlamda bakıldığında mal ve hizmetlerin üretimi için gerekli işlem maliyetlerinin önemli ölçüde düşürülmesi, özellikle firmaların tedarik zincirlerini daha etkin yönetebilmelerini ve firmanın müşterileri, ortakları ve firma içi iletişimi-

min daha kolay olması gibi yollarla, yönetimin etkinliğinin arttırılması, fiyatların daha şeffaf olması ve tedarikçilerin maliyetleri düşürmesine yol açan yeni tekniklerin uygulaması ile piyasanın alıcı ve satıcılar için daha da genişletilmesi ile rekabetin arttırılması İnternet'in verimlilik üzerindeki etkilerine örnek olarak gösterilebilir. Araştırma sonuçları da adı geçen sektörlerde bu etkilerin gözlemlendiğini desteklemiştir.

Blinder (2000: 6) İnternet'in en büyük üretim verimliliğinin B2B ticareti konusunda gerçekleştiğini ileri sürmüştür. Blinder'a göre B2B ticareti içerisinde olan firmaların arz zincirlerini on-line yapmaları büyük maliyet tasarrufuna sebep olmuştur veya olacaktır. IBM, Ford, GM tarafından öne sürülen bu savlar doğru ise elde edilen tasarruflar verimlilik istatistiğine yansımaya yarayacaktır. Örneğin, eğer İnternet teknolojisi firmaların aynı miktarda çıktığı daha az satın alım şirketi ve orta kademe yönetici ile üretmesini sağlayabiliyorsa verimlilik artacaktır.

3.3. İşgücü Piyasasına Etkisi

Author (2001) İnternet'in üç işgücü piyasası özelliği üzerinde etkili olacağını öne sürmüştür. Birincisi İnternet, işveren ve işgören arasındaki eşleştirme şeklini değiştirecektir. İkincisi işgörenler hizmetlerini İnternet üzerinden sunacaklardır. Üçüncüsü, işgücü için talep yerel piyasa şartlarına daha az bağımlı hale gelecektir (Kuhn, 2000: 42).

30 Eylül 2009 tarihi itibarıyla 1.733.993.741 kişi bir başka deyişle dünya nüfusunun %25,6'sı İnternet erişimine sahiptir. Kuzey Amerika dünya nüfusunun %5'ini barındırmaktadır ve nüfusunun %74,2'sinin, Avrupa'nın %52'sinin, Orta Asya'nın %28,3'ünün, Asya'nın %19,4'ünün, Afrika'nın da %6,8'inin İnternet erişimi söz konusudur (<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, 24.02.2010). İnternet erişiminin her geçen gün arttığı bilinen günümüzde Amerikalı ve diğer gelişmiş ülke vatandaşlarının iş aramak için İnternet'e yöneldikleri de bilinmektedir. Günümüzde Monster.com gibi 6 milyon kayıtlı kullanıcısı ve 330 bin iş listesinin bulunduğu siteler yanında Black Collegian, Meat and Poultry Online ve Nevada-jobs.com gibi daha da uzmanlaşmış 2000'den fazla iş arama sitesi mevcuttur. Amerikan firmaları on-line işçi alma konusunda da büyük paralar harcamaktadır. Online iş arama siteleri hacim olarak büyüdükleri gibi kapsam anlamında da her geçen gün büyümektedirler. İnternet'in ikinci en çok ziyaret edilen işçi bulma sitesi career-path.comda 90 gazetenin online iş ilanlarına ulaşmak mümkünken, gene bu sitelerde iş verenlerin iş arayanları ilgili alanlara göre ayırmaları ve gereksiz başvuruları elimine etmeleri mümkündür (Kuhn, 2000: 42). Bu tür iş arama sitelerinin gazetelerin insan kaynaklarına göre çeşitli avantajları vardır. Her şeyden önce daha fazla iş için daha fazla bilgiyi yer kısıtlaması olmadan sunabilirler. Araştırması daha kolaydır. İş ilanlarını hemen yayınlanması ve sıklıkla değiştirilebilmesi nedeniyle daha günceldirler. Bunun yanında bu tür siteler işverenlerle işçileri bir

araya getirmede de uygun koşulların sağlanması durumunda her iki tarafı haberdar etme konusunda aktif rol oynar. Bu siteler aracılığı ile iş arayanlar başvuru esnasında İnternet'i kişisel veya genel yetenek testlerine katılmada kullanabilirler. Bu siteler daha dikkatli bireylere daha düşük maliyetlerle ulaşabilmektedir.

İnternet'in işçilerin işleri sunuş şeklini değiştireceği de kesindir. Örneğin, telekomünikasyon maliyetlerinin düşmesi, arama merkezi çalışanlarının telekomünikasyon trafiğini bulunduğu yere bakmaksızın düzenlemelerini sağlamaktadır. E-maillere ve işletme dokümanlarına uzaktan erişim birçok çalışanın işlerinin bir kısmını veya tamamını ev veya farklı bir yerden gerçekleştirebilmelerini sağlamaktadır.

Yapılan işin bilgiye dayanıyor olması bilgi ve iletişim teknolojilerinin geliştirilmesi ile firmaların işleri çalışanlara aktarmasına neden olmuştur. Örneğin, çeklerin ABD bankalarında işleme konulması bundan birkaç sene öncesine kadar federal düzenlemelerden dolayı en yakın banka şubesinde aynı eyalette iki gün içinde gerçekleşmek zorunda idi. Dijital görüntünün gelişimi ile beraber bankalar çeklerin görüntülerini elektronik ortamda gönderebileceklerinin farkına varmışlar ve bu sayede bilgi ile kağıt işleme sürecini birbirinden network bilgisayarlar yardımı ile ayırt etmişlerdir. Dolayısıyla İnternet sayesinde gerçekleşmesi gereken iş, parçalara ayrılmakta ve bu parçalar elektronik ortamda çalışanlara ulaştırılmakta ve coğrafik olarak dağılmış üretim süreci koordine edilmektedir (Autor, 2001: 26).

3.4. Uluslararası Ticarete Etkisi

İnternet'in uluslararası ticareti etkilediği bir gerçektir. Guyana'nın uzak köşesindeki kadınlar dokudukları hamakları İnternet aracılığı ile dünyanın dört bir yanındaki insanlara satmaktalar (NYT 28/3/2000). Dominik Cumhuriyetindeki bir ihracatçı, ticaret yapmak için İnternet'te Bolivyalı soya yağı üreticisi ile Çinli dikiş makinesi üreticisi bulabilmektedir. Hicksville Long Island'dan perde ve diğer mallar üreten bir üretici, yıllarca sadece yurt içi piyasada satış yaparken şimdi Türkiye, Suudi Arabistan ve Güney Afrika ile İnternet üzerinden anlaşmalar yoluyla ilgili pazarlıkları yapabilmektedir (Long Island Business News, 21/8/2000).

İnternet hem mal hem de hizmet ticaretinde etkili olmakla beraber, bu ikisi üzerindeki etkinin birbirinden çok farklı olması olasıdır. Yukarıda da değinildiği gibi İnternet'ten dolayı mal ticareti etkilenecektir çünkü İnternet teknolojisi yabancı piyasalar hakkındaki bilgileri artırır, böylelikle pazara giriş maliyetini düşürür. İnternet hizmet ticaretini etkilemektedir çünkü İnternet üzerinden dağıtabilen yeni hizmetlerin ticareti neredeyse maliyetsiz bir şekilde ve bölgeye bağımlı kalmadan yapılabilecektir. Bu nedenle İnternet hizmet ticareti hacminde ve uzaklıktan etkilenen hizmetlerde nispeten büyük bir etkiye sahip olmalıdır (Freund ve Weinhold, 2004: 173).

Yine Freund ve Weinhold'un (2002) yapmış olduğu bir çalışmada İnternet'in uluslararası hizmet ticareti üzerine etkisinin belirlenebilmesi için ülkeler arasındaki hizmet ticaretine ilişkin genel bir model tahmin edilmiş ve İnternet yaygınlığına ilişkin verilerin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığına bakılmıştır. Elde edilen sonuçlar, İnternet'in hizmet ticaretinin artışı ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Freund ve Weinhold (2002) GSYH ve döviz kuru hareketlerinin kontrol edilmesinden sonra, yabancı bir ülkeye İnternet girişindeki %10'luk bir artışın, ihraç gücünde %1,7'lik, ithalat gücünde de %1,1'lik bir artışa neden olacağını saptamışlardır.

Hizmet ticaretindeki artış dünya ekonomisindeki büyümeye ilişkin önemli göstergelere sahiptir. Kaynakların en üretken kullanım için yeniden dağılması ve refahın artması gibi artan ticaretin beklenen kazançlarının yanında bu etkilerin büyük çarpan etkileri söz konusudur. Hizmetlerin neredeyse tüm sektörler için önemli girdi sağladığını gösteren çalışmalar da (Park ve Chan, 1989) vardır. Bu durum, İnternet'in verimlilik üzerindeki etkisinden dolayı büyümeyi doğrudan etkileyeceği gibi açıklık konusundaki etkisinden dolayı büyümeyi dolaylı olarak da etkileyecektir (Freund ve Weinhold, 2002: 240).

İnternet genellikle satış ve pazarlama kanalı olarak görülse de, İnternet'in yeni fırsatlar ve işler yaratan, hızla gelişen ve hali hazırda büyük bir genişliğe ulaşan elektronik ekonomiyi yaratan yönü de mevcuttur (Barua vd. 2000: 1).

Günümüzde oldukça büyük sayıda firma İnternet/IP tabanlı işle İnternet ekonomisi iş piyasasını yeniden şekillendirmektedir. Birçok meslek (örneğin, web tasarımı ve geliştirme, İnternet danışmanlığı) 1994/1995 yıllarından önce mevcut değildi. Şirketler İnternet ekonomisinin fırsat ve zorluklarıyla başa çıkabilmek için zaman içinde var olan meslekleri dahi tekrar tasarımılamışlardır. Tahminen 5.9 milyon Amerikalı geniş tanımlı yüksek teknoloji alanında çalışmaktadır ki bunun %20'si 1998'de İnternet ekonomisi ile ilişkilendirilmiştir. Sadece İnternet'te yer alan paydaşlar çoğaldığı, geleneksel olarak adlandırılan işletmeler günlük işletme operasyonlarında İnternet ile ilgili teknolojilere daha bağımlı hale geldikleri sürece yeni meslekler ortaya çıkmaya devam edecek ve var olan meslek dalları ise yeni ekonomi düzenine göre yeniden şekillendirileceklerdir (Barua vd., 2000: 11).

Yukarıda gördüğümüz üzere, eski ekonomide firmalar daha önceden belirlenmiş ürünleri, daha önceden belirlenmiş fiyatlarla, daha önceden var olan kanalları kullanarak önceden seçilmiş hedef müşterilere tanıtmak için hedeflenmiş kitle haberleşme araçlarını kullanmışlardır (Wathieu vd. 2002: 298). İnternet çağında ise bu piyasa yapısı müşteriler lehine temelinden değişmiştir. Yeni on-line işletme modelleri ışığında, müşteriler fiyatın ve ürün özelliklerinin belirlenmesinde etkileme gücüne sahip olmuşlardır. Geleneksel perakendecilikte, uygulanan fiyatlar dominant strateji olmuş, alıcıları sadece satın al ya da terk et seçeneğiyle karşı karşıya bırakmıştır (Kaufmann ve Wang, 2001: 158). İnternet'in etkileşimliği kendi

fiyatını kendin belirle (priceline.com, best.web.tr, motosiklet.net) ve grup satın alma siteleri gibi (letsbuyit.com) dinamik fiyatlandırma modellerinin doğmasına neden olmuştur. Ayrıca geleneksel piyasalardan bilinen etkileşimli fiyatlandırma modelleri on-line dünyada tekrar gündeme gelmiş (eBay.com'daki veya ucuzacik.com on-line açık arttırma yöntemi gibi) ve hala önem kazanmaya devam etmektedir. Online açık arttırma ve kendi fiyatını kendin belirle sitelerinde nihai fiyatı belirleyen tek bir müşteri iken grup satın alma sitelerinde (topluluk alışveriş siteleri de denmektedir) nihai satış fiyatı belirli bir mal için sipariş veren müşteri sayısının ters fonksiyonudur. Online grup satın almaya merkez olan fikir, coğrafi olarak dağınık müşterilerin satın alma güçlerini bir araya getirmektir. Belirli bir üründe ortak ilgi alanına sahip tüm ülkelerden müşteriler, bir grup alıcı sitesinde bir araya gelmişler, satın alım güçlerini birleştirmişler ve böylelikle toptan indirimden yararlanmışlardır. Bu tedarik davranışı satın alım topluluklarında organize edilen üretici ve tedarikçilere benzer, izole tedarikçi kıyasla daha iyi piyasa koşulları düzenlemeye yardımcı olur (Pitt ve diğ. 2002). Rha ve Widdows (2002) bu nedenle tüketici grup satın alımlarını tüketici telafi edici gücünün bir beyanı olarak görür. Uygun koşulların pazarlığı konusunda yetki ve hakka sahip olan ve toplu alıcı gibi davranan izole tüketici faktöründen dolayı müşterilerin meşru gücü çoğalır. Özetle, birçok tüketici için İnternet, fiyat alıcısından daha çok geçmiştekinin aksine fiyat yapıcıya özgürlük getirecektir. (Pitt, Berthon, Watson, & Ewing, 2001: 45).

4. İnternet Ekonomisi ve Güven

Günümüzde bilgiye dayalı küresel bir ekonomi çağının yaşanıyor olması *güvene* olan ilginin de artmasına neden olmaktadır. İnternet ekonomisinin başarılı olabilmesinin ardında öncelikli olarak İnternet aracılığı ile yaratılan ticarete güvenlik sorunlarının ortadan kalkmış olması gerekmektedir. Geleneksel ticari faaliyet içinde taraflar karşı karşıya olmanın verdiği rahatlıkla birbirlerine karşı daha çabuk güven duyabilirler. Alıcı ve satıcıların ya da faaliyette bulunan tarafların, yüz yüze ticaretin verdiği güveni (faaliyette bulunulan mekânı, karşı tarafı, ürünü yakından tanımak gibi) İnternet üzerindeki işlemlerinde de hissedebilmesi ticaret hacmini etkileyen bir unsur olmaktadır. Çünkü hiçbir ortamda karşılaşamayan bireyler geleneksel ticarettenden çok daha yüksek oranda güvene ihtiyaç duymaktadırlar. Bu amaçla işletmelerin öncelikle güvenlik açığını ortadan kaldırarak taraflar için güvenilir bir ortam yaratmaları gerekmektedir. Ancak bu durum sadece İnternet için değil bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanıldığı her türlü işlem için geçerli olmaktadır.

İletişim teknolojilerinin ilerlemesi, bilginin güvenliği konusundaki hassasiyeti arttırmıştır. Günlük yaşamın tüm alanlarındaki iletişimin kısmen ve tamamen elektronik ortamlar üzerinden yapılmaya başlandığı günümüzde, aktarılan bilgiler arasında, işletmelere, kamuya ve kişiye özel bilgilerin bulunması, bilginin güvenliği

konusundaki çalışmaların artmasına neden olmuştur. Açık ağlarda iletilen bilginin güvenliği, başkası tarafından dinlenme, değiştirilme veya taklit edilme tehdidi altındadır. Bilgi güvenliğini sağlamak bu tehditleri tamamen ortadan kaldırmakla mümkün olabilir. Bilgiyi korumak ise dijital şifreleme ve kilitleme yöntemleri ile gerçekleştirilmektedir (<http://www.elektronikticaretrehberi.com>).

Tedarik zincirinden müşteri ilişkilerine kadar tüm süreçlerin İnternet ve bilgisayar teknolojilerinin desteğiyle yeniden yapılandırılması ve ilgili tüm taraflara değer katması olarak değerlendirildiğinde İnternet üzerinden yapılan ticaretin sadece e-ticaret ya da sanal bir alışveriş olarak değerlendirilemeyeceği ortaya çıkmaktadır (Özmen, 2003: 15). Dolayısıyla bahsedilen süreçlerin her birinde somut ve ölçülebilir bir değişken olarak güvene ihtiyaç duyulmaktadır.

Güvenin yüksek olduğu kurumlarda yüksek işbirliği ve ortaklık, çaba gerektirmeyen iletişim, çalışanlar ve diğer tüm paydaşlarla pozitif ve şeffaf ilişkiler, sağlam yenilikler, bağlılık, inanç ve sadakat ile tamamen uyumlu sistem ve yapıların oluştuğu gözlenmektedir (Covey, 2009: 44). Ekonomideki tüm tarafların bu tür özellikler gösteren yapılar içinde daha etkin faaliyette bulunacakları göz ardı edilemez. İnternet ekonomisinin maliyetleri azaltarak işlemlerin hızlanmasına imkân sağlaması gibi, ekonomik faaliyetlerde yüksek güven düzeyinin varlığı da işlemlerin hızlı ve düşük maliyetle gerçekleşmesi için fırsat yaratmaktadır. Örneğin ABD de, halka açık ve piyasanın ve düzenleyici kurumların denetimine tabi olan Berkshire Hathaway yatırım şirketi ve dev perakende firması Wall-Mart (McLane Distribution) birleşmesinde, her iki tarafında yüksek güven duyguları ile hareket etmesi, bu büyüklükteki şirketler için aylarca sürmesi gereken ve her türlü bilginin doğrulanıp değerlendirilmesi için yapılacak olan tüm masrafları ortadan kaldırmış ve birleşme kararı iki saatlik bir toplantı sonucu ortaya çıkmıştır. Yüksek güvenin yarattığı yüksek hız ve maliyetle gerçekleşen bu birleşme güven ekonomisinin yarattığı örneklerden biri olarak değerlendirilmektedir (Covey, 2009: 31).

İnternet ekonomisinin bir önceki bölümde bahsedilen etkilerinin gerçekleşebilmesi için piyasada güvenin varlığı önemli bir koşuldur. Herhangi bir güven krizinin yine aynı bilgi ve iletişim kanallarıyla dünyanın birçok bölgesine anında ulaşacak olması İnternet ekonomisinin yarattığı bir dezavantaj olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla işletmelerin bu dezavantajları en aza indirmek ve avantajlı yönlerinden yararlanabilmeleri için kurumsal sürdürülebilirlik üzerinde hassasiyetle durmaları gerekmektedir.

İşletmelerle ilgili İnternette gezen ve kaynağı belirlenemeyen bir takım haberlerin işletmeleri olumsuz etkilemesi günümüzde karşımıza çıkan problemler arasında yer almaktadır. İşletmeler, İnternette kendilerine yönelik olumsuz iddialar içeren mesajlardan dolayı satışlarının etkilendiğinden söz etmekte ve karşı karşıya kaldıkları iddialardan ötürü etkilenen imajlarını düzeltebilmek için gerek var olan İnter-

net sitelerinde gerekse medyanın diğer araçlarından yararlanarak çeşitli açıklamalar yapmaya ve doğru bilgiyi müşterilerine sunmaya çalışmaktadırlar. Türkiye’de son yıllarda bu bağlamda gerçekleşen vakalara rastlamak mümkündür. Buna örnek olabilecek bir olay Danone’nin Mayıs 2005’te İnternet ortamında bir forum sitesinde yer alan ve süt ürünü Danino'nun içeriğine eklenen özel bir madde nedeniyle çocukların zihinsel ve bedensel gelişimini olumsuz etkileyeceğini, zeka gerileğine sebebiyet vereceğini iddia eden cümlelere yer vermesiyle göze çarpmıştır. Danino gibi 2–12 yaş arasındaki çocukların tükettiği ürünlere konulan maddeyle gelecek nesillerimizin zeki olmasını engelleme çabası içinde olduklarını aktaran yazının sanal ortamda e-postalar aracılığıyla yayılmasından dolayı Danone firması güç duruma düşmüştür. İnternette değişik zincirler üzerinden dolaşan mailde, "Danone’nin çocuklara yönelik söz konusu ürünlerinin fiyatını özellikte düşük tuttuğu" iddiası da yer almıştır. Ayrıca bu iddiaların Rize ve İstanbul’da bazı ilköğretim okullarına da fakslanarak öğrencilerin Danone ürünlerini tüketmesinin engellenmesi çağrısında bulunulduğu da belirtilmiştir.

Bu süreçte Danone Türkiye'nin yapmış olduğu araştırmada, mesajın yaklaşık olarak 6,3 milyon kişiye ulaştığı, içlerinden 1 milyon kişiye mailler aracılığıyla, geri kalanına kulaktan kulağa yayıldığı belirlenmiştir. 25–45 yaş arası kadınlar arasında yapılan bir araştırmada, mesajın bilinirlik oranının yüzde 30'lara vardığı ve mesaja inananların yüzdesinin yaklaşık 1/4 oranında olduğu belirtilmiştir. Özellikle sütlü çocuk ürünleri kategorisinde faaliyet gösteren Danino ürününe yönelik olumsuz kampanya sonrasında, kategori satışlarında yüzde 26'lara varan gerileme kaydedildiği ve bu gerilemenin, çiğ süt alımlarında tüm kategori genelinde yaklaşık 15 milyon litre daralmaya neden olduğu vurgulanmıştır (<http://www.memurlar.net>).

Tüm bu gelişmeler, işletmeleri çevresel değişkenlere karşı daha duyarlı olmaya ve gerçek iş dünyasında olduğu kadar sanal alemde de sürdürülebilir olmanın önemini ortaya koymakta ve işletmelerin yeni iş stratejileri geliştirmelerine yol açmaktadır.

5. Kurumsal Sürdürülebilirlik

Gelişen iletişim ve bilgi teknolojileri her alanda olduğu gibi işletmelere de birçok avantajlar sağlamakla birlikte bazı yükümlülükleri de beraberinde getirmektedir. Artık işletmeler, geniş bir paydaş yelpazesine ve sorumluluk ağına sahiptir. Dünün girdi-çıkı modeliyle çalışan ve birkaç paydaş grubuyla ilişkiden öteye geçmeyen yönetim biçimleri, çağın ihtiyaçlarına cevap veremez hale gelmektedir. Bu bağlamda özellikle İnternet ve İnternet medyası önemli bir baskı grubu olmanın yanı sıra etkin bir toplumsal aktör olarak da kitleleri yönlendirebilmektedir. Zaman ve mekan kavramlarının yeni bir boyut kazandığı günümüzde işletmelerin etkilediği ve etkilendiği paydaşları ve bunların toplumdaki rollerini iyi analiz etmesi ve daha

duyarlı bir yaklaşım benimsemesi gerekmektedir (Sarıkaya ve Özdemir, 2009: 348).

Kurumsal sürdürülebilirlik, işletmelerin ekonomik, sosyal ve çevresel sorumluluklarını bir bütünlük içerisinde gerçekleştirmesi ve bu sorumluluk alanları arasında denge kurabilmesi ve bu boyutlarda sürdürülebilir olmasını ifade etmektedir. Bu bağlamda kurumsal sürdürülebilirlik; ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlardaki başarının bir ürünü niteliğindedir.

Kurumsal sürdürülebilirlik, günümüzün dinamik iş çevresinde yeni bir yönetim yaklaşımı olarak ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşım, işletmelerin finansal başarılarının yanı sıra toplumsal ihtiyaçları da karşılayabilme ve çevresel duyarlılığın sürdürülebilirlik açısından önemi ve gerekliliğini savunmakta ve bir yükümlülük olarak görmektedir (Sarıkaya ve Kara, 2007: 225–226). Artık işletmelerin sosyal konulara eğilmesi bir lütuf değil, varlığını sürdürebilmenin başlıca unsurlarından biridir.

Toplumsal bilincin giderek arttığı günümüzde işletmelerden ortaya çıkan sorunlara yaratıcı ve köklü çözümler getirmesi beklenmektedir. Kurumsal sürdürülebilirlik kavramının önem kazanmasına yola açan bu beklentiler, işletmeleri ekonomik, çevresel ve sosyal boyutlarda sürdürülebilir bir yaklaşım benimsemelerini zorunlu kılmaktadır (Hardjono ve Klein, 2004: 100). İşletmelerin temel amacı kârlarını maksimum kılmak ve ekonomik performanslarını artırarak hissedarlarına en yüksek getiri sağlamaktır. Ancak açık ve sosyal bir kuruluş olarak işletmeler hissedarların dışında birçok paydaş grubuna karşı da sorumludur. Dolayısıyla kurumsal sürdürülebilirlik ekonomik performansın yanı sıra çevresel ve sosyal performansın da sürdürülebilir olmasını gerektirmektedir (Hui, 2008: 452).

İşletmeler sürdürülebilir olmak için şu faktörleri oluşturmalı veya örgüt yapısına taşımalıdır (Benn ve diğ., 2006: 13):

- Kârlarını artırmaya ve çevresel kirliliği önleyerek riski azaltmaya yönelik beceri ve kapasiteye sahip olmak,
- Temiz teknoloji yoluyla yeni bir konum elde etmeye yönelik yaratıcı kapasiteye sahip olmak,
- Gelecek için paylaşılan bir yol haritası geliştirmeye yönelik vizyona sahip olmak,
- Çoklu paydaşlarıyla diyalog halinde olmak.

Bu unsurlar işletmeleri sürdürülebilirliklerini başarılı bir şekilde gerçekleştirebilmesi için oldukça önemlidir. Kurumsal sürdürülebilirlik kavramı bu unsurları daha da genişletmekte ve ekonomik, çevresel ve sosyal olmak üzere üç boyutta ele alarak daha etkin ve uygulanabilir bir yönetim anlayışına imkân sağlamaktadır.

5.1. Ekonomik Sürdürülebilirlik

İşletmelerin sürdürülebilir olmasındaki başlıca unsur ekonomik performansdır. Her işletmenin ekonomik performansı faaliyet konusuna, ölçeğine, pazardaki konumuna ve diğer birçok faktöre bağlı olarak değişmektedir. İşletmeler bu dinamikler çerçevesinde ekonomik yol haritalarını çizmeleri ve ilgili paydaşlarının beklentilerine cevap verebilmelidir (Besler, 2009: 11). Ancak burada işletmelerin özellikle dikkat etmesi gereken nokta ikincil paydaşların da finansal başarı da önemli rollerinin olabileceğidir. İnternet ile birlikte etkileşimin her geçen gün arttığı günümüzde sürdürülebilir bir ekonomik başarı için paydaşlara karşı oldukça duyarlı ve sorumlu olmak gerekmektedir (Sarıkaya, 2009: 159).

İşletmeler, ekonomik sürdürülebilirlikleri açısından finansal performanslarını, bu performansların yaratacağı uzun dönemli rekabet ve işletmelerin paydaşları üzerindeki ekonomik etkilerini belirleme ihtiyacı duymaktadır. Çünkü yalnızca yeterli miktarda kazanç sağlamak değil, bunu sürdürülebilir kılmak da oldukça önemlidir. Bu bağlamda Dow Jones Sürdürülebilirlik İndeksi'nin "Kurumsal Sürdürülebilirlik Değerlendirme Kriteri" nakit akışı, hissedar değeri, kârlar, borç oranı, likidite gibi göstergelerle işletmelerin ekonomik sürdürülebilirlik değerlendirmesini yapmaktadır. Bununla birlikte bir işletmenin ekonomik sürdürülebilirliğinin en önemli göstergeleri bazı kalemlere yaptığı ödemelerdir. Bunlar; kamu otoritelerine ödediği vergiler, tedarikçiler sunduğu yeterli düzeydeki fiyatlar, çalışanlarına ödediği ücretler, kreditorlere ödediği faizler ve hissedarlarına ödediği paylardır (Steurer ve diğ., 2005: 271).

Bu bağlamda işletmelerin ekonomik sorumluluklarının günümüzde daha kapsamlı hale geldiğini ve işletmelerin ekonomik performansları üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkileri iyi analiz etmelerinin gerekliliğini vurgulamak gerekmektedir. Çünkü İnternet, geniş bir iş sahası yarattığı gibi aynı zamanda işletmelerin ekonomik yapılarını büyük oranlarda etkileyebilecek bir kırılma zemini oluşturmaktadır. Bu ise, işletmelere birçok kolaylıklar sağlayabildiği gibi sürdürülebilirliklerini zorlaştırmakta ve daha temkinli bir anlayışı gerekli kılmaktadır.

5.2. Sosyal Sürdürülebilirlik

Özellikle 1950'lerden sonra başta ABD olmak üzere tüm dünyada işletmelerin sosyal sorumluluklarının önemi ortaya çıkmış ve faaliyetlerin toplumsal kabulü için bir yükümlülük haline gelmiştir. Bu bağlamda kurumsal sürdürülebilirlik için işletmelerin sosyal sürdürülebilirliğine ve bu kapsamda paydaşlarıyla ilişkilerine önem vermesi gerekmektedir. Çünkü artık ekonomik anlamdaki başarılar sürdürülebilirlik için yeterli gelmemektedir. İşletmelerin toplumdaki rolleri artmakta ve paydaşlar işletmelerden toplumsal dönüşüm ve değişim yaratmasını beklemektedir. Bu nedenle işletmelerin iç paydaşlarından dış paydaşlarına kadar tüm paydaşlarını bir

değer zinciri olarak görmeli ve toplumsal katma değer yaratmalıdır.

Sosyal sürdürülebilirlikte temel nokta, işletmelerin faaliyetlerini gerçekleştirirken mevcut ve gelecek nesilleri bir arada düşünerek ve söz konusu nesillerin fırsat eşitliğini göz önüne alarak hareket etmektir. Sosyal boyut, ulusal ve uluslararası bağlamda ele alınabileceği gibi içsel ve dışsal bağlamda da ele alınabilmektedir. Sosyal ihtiyaçlar toplumlara göre değişiklik gösterir. Dolayısıyla gelişmiş, gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerin, işletmelerden bu anlamdaki beklentileri farklı olacaktır. Ayrıca çalışanlar gibi işletmenin iç paydaşlarına yönelik eğitim, insan hakları gibi konularda duyarlı olunabileceği gibi diğer yerel toplum grupları, tedarikçiler, müşterilerle de bu boyut çerçevesinde sürdürülebilir yaklaşım sergilenmelidir (Steurer ve diğ., 2005: 271).

İnternet, işletmenin sosyal paydaşlarıyla ilişkisini yeniden tanımlamasını ve yeni stratejiler geliştirmesini sağlamaktadır. Paydaşlar arasındaki ve paydaşların işletmeyle olan etkileşimini de arttıran İnternet, böylece işletmelerin sorumluluk alanlarının daha da genişlemesine yol açmaktadır. Ayrıca işletmeler, sanal alemdeki kurumsal itibarlarını korumak için bu platformlardaki sosyal paylaşım sitelerinde temsilciler bulundurmakta ve İnternet ortamında kurumsal iletişim gerçekleştirmektedir. Yine işletmeler, web sitelerinin tasarım ve güncelliğine önem vererek, 24 saat açık kurumlar haline gelmektedir. Bir anlamda İnternet ve İnternet ekonomisi, işletmelerin sosyal alandaki yükümlülüklerini artırırken diğer yandan sosyal kavramını yeniden şekillendirmektedir. Bu ise, işletmelerin böylesi bir ekonomide sürdürülebilir olabilmeleri için sosyal alanda etkin olmalarını zorunlu kılmaktadır.

5.3. Çevresel Sürdürülebilirlik

Çevresel sürdürülebilirlik konusunda yapılan çalışmalarda, çevre doğal sermaye olarak kabul edilmektedir. Doğal sermaye; yenilenebilir kaynaklar, yenilenemeyen kaynaklar ve çevre işlemleri olarak üç grupta toplanmaktadır. Yenilenebilir kaynaklar sebze, meyve gibi ekonomik süreç içinde tüketilen ve yenilenebilen kaynaklardır. Yenilenemeyen kaynaklar ise toprak, fosil yakıtlar gibi örnekler vermek mümkündür. Öte yandan su arıtma, toprağın iyileştirilmesi, iklim dengeleme gibi çevresel işlemler de doğal sermaye kapsamında değerlendirilmektedir (Besler, 2009: 11). Dolayısıyla çevresel sürdürülebilirlik işletmelerin faaliyetlerini gerçekleştirirken bu doğal sermayeleri korumaya ve sürdürülebilirliğini sağlamaya yönelik çabaları içermektedir.

Günümüzde işletmeler, iş stratejilerine çevresel konuları da eklemekte veya çevresel motifler örmekte ve proaktif stratejiler geliştirmektedir. Doğal çevrenin kirlenmesi, artan zararlı atıklar, çevreye zarar veren enerji kullanımı gibi işletmelerin yarattığı sorunlar bu stratejilerle azaltılmaya çalışılmakta ve bu konularda yeni

çözüm arayışlarına gidilmektedir (Sharma ve Henriques, 2005: 160).

Kaynakların kötüye kullanılması, emisyonlar ve çevresel zarar ve riskler sürdürülebilirliğin çevresel boyutunda yer alan başlıca konulardır. Bu konulara olan duyarlılık giderek artmaktadır. Bu ise, kaynakların duyarlı bir şekilde kullanımını ve işletmeleri, üretim tasarımı, üretim, dağıtım ve tüketim gibi noktalarda çevresel sürdürülebilirliği öne çıkarmaya yönelmektedir. Dolayısıyla çevresel sürdürülebilirlik yenilenebilir ve yenilenemez kaynakları daha sorumlu kullanmayı ve çevresel zarar ve risklerden mümkün olduğu kadar kaçınmayı gerektirmektedir (Steurer ve diğ., 2005: 271).

Ekolojik sürdürülebilirlik, son dönemlerde üzerinde hassasiyetle durulan konuların başında gelmekte ve toplum, işletmelerden mal ve hizmet üretimlerinde daha temiz ve yeşil bir üretim ve yönetim yaklaşımını benimsemelerini istemektedir. Hatta bu yaklaşım bir rekabet aracı haline gelmektedir. Örneğin Toyota'nın ürettiği hibrid otomobillerin piyasadaki başarısı rakipleri tarafından dikkatle izlenmiş ve bu da diğer işletmelerin de çevresel duyarlılıkları yüksek bir yönetim yaklaşımı taşımalarına yol açmıştır (Kolk ve Pinkse, 2008: 24).

Dolayısıyla çevresel sorumluluklar, toplumsal gelişmişlik düzeyine bağlı olarak her geçen gün daha da önem kazanırken aynı zamanda rekabet üstünlüğü de sağlayabilmektedir. Artık kalın duvarların her alanda yıkıldığı günümüzde, çevresel sorumluluklar işletmelerin önemli kayıplar yaşamasına yol açmaktadır. Bu bağlamda sanal alemde oluşturulan ortak platformlar söz konusu tepkileri uluslararası alana taşımakla birlikte etki alanını da artırmaktadır. Bu nedenle çevre konusu ilgili olsun veya olmasın tüm sektördeki işletmelerin üzerinde durduğu başlıca konular arasında yer almaktadır.

Sonuç olarak, kurumsal sürdürülebilirlik, ekonomik, çevresel ve sosyal sorumluluk faaliyetlerinin de ötesinde kurumsal kültürde sistematik bir değişimi gerektirmektedir. Kültürel değişim, işletmelerin yalnızca finansal sürdürülebilirliğini değil, bir parçası olduğu toplumun sürdürülebilirliğini sağlayan ve tüm paydaşlarını dikkate alan uzun dönemli yatırımlar yapmasını gerektirmektedir (Gao ve Zhang, 2006: 724). İşletmelerin toplumların sürdürülebilirliği için yaptıkları yatırımlar, kendilerinin de sürdürülebilirliğine imkân sağlamaktadır.

6. Sonuç

İnternet, toplumun her alanında olduğu gibi ekonomi ve iş dünyasında da birçok değişim ve yeniliği beraberinde getirmekte ve adeta yeni bir boyut kazandırmaktadır. Geleneksel anlamdaki ekonomi ve yönetim anlayışı günümüzün ihtiyaçlarına cevap veremez hale gelmekte ve yeni arayışları zorunlu kılmaktadır. Sanallık giderek artmakta ve güven konusu gerek makro gerekse mikro alanda ihtiyaç duyulan

temel faktör haline gelmektedir. Tüm bu gelişmeler iş dünyasında var olabilmeyi ve varlığını sürdürebilmeyi daha güçleştirmektedir. Çünkü genişleyen paydaş yelpazesi, İnternetle birlikte etki alanını artırmakta ve işletmelere yeni sorumluluklar yüklemektedir. Dolayısıyla kurumsal sürdürülebilirlik, İnternet ekonomisi içinde yol alabilmek için işletmelere bir rehber niteliği taşımaktadır.

Toplumun en önemli aktörlerinden biri olan işletmelerin, yalnızca ekonomik sorumlulukları gerçekleştirerek varlıklarını sürdürebilmeleri İnternet ekonomisi içinde yeterli görülmemektedir. Sosyal ve çevresel sorumluluk vurgusu yapmak artık günümüz iş dünyasında bir yükümlülük biçimine dönüşmektedir. Ayrıca İnternet ekonomisi içinde en çok ifade edilen etkileşim kavramı, işletmeler için kurumsal sürdürülebilirliği ve bu kapsamda bir yönetim yaklaşımını benimsemeyi gerektirmektedir. Sonuç olarak, her an gözetim altında olan işletmelerin tüm paydaşlarının beklenti ve ihtiyaçlarını dikkate alarak ekonomik, çevresel ve sosyal sürdürülebilirliklerini eş zamanlı olarak gerçekleştirmeleri, İnternet ekonomisinde başarılı bir şekilde yol alabilmeye imkân sağlamaktadır.

Kaynakça

- Barua, A., A. B. Whinston, ve F. Ying, (2000), "Value and Productivity in the Internet Economy",
<http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=841787&isnumber=18198>, (Erişim: 19.02.2009).
- Barua, A., J. Pinnell, J. Shutter ve A. B. Whinston, "Measuring the Internet Economy: An Explanatory Study",
<http://www.singstat.gov.sg/statsres/conferences/ecommerce/f109.pdf>, (Erişim: 09.12.2009).
- Benn, S., D. Dunphy ve A. Griffiths (2006), "Enabling Change for Corporate Sustainability: An Integrated Perspective", *Australasian Journal of Environmental Management*, 13: 156-165.
- Beran, U. (2009), <http://beranuzer.blogspot.com/2009/05/internet-ekonomisi-ve-milliyet.html>, (Erişim: 29.12.2009).
- Besler, S. (2009), "Kurumsal Sürdürülebilirlik", içinde; *Yönetim Yaklaşımlarıyla Kurumsal Sürdürülebilirlik*, Ed: S. Besler, İstanbul: Beta Basım, s. 1-18 .
- Blinder, A. S. (2000), *Internet and the New Economy*, The Brookings Institution, No. 60.
- Brown, J. F. ve A. Golsbee, (2002), "Does the Internet Make Markets More Competitive? Evidence from the Life Insurance Industry", *The Journal of Political Economy*, 110(3), 481-507.
- Covey, S. M. R., R. Merrill, (2009), *Güvenin Hızı*, Çev: Ç. Erhan, İstanbul: Varlık Yayınları.
- Freund, C. L. ve D. Weinhold, (2002), "The Internet and International Trade in Services", *The American Economic Review*, 92(2), 236-240.
- Freund, C. L. and D. Weinhold, (2004), "The Effect of the Internet on International Trade", *Journal of International Economics*, 62: 171-189.
- Gao, S. S. ve J. J. Zhang (2006), "Stakeholder Engagement, Social Auditing and Corporate Sustainability", *Business Process Management*, 12(6), 722-740.
- Goel, R. K. ve E. W. T. Hsieh, (2002), "Internet Growth and Economic Theory", *Netnomics*, 4(2), 221-225.
- Graham, A. (2001), "The Assessment: Economics of The Internet", *Oxford Review of Economic Policy*, 17(2), 145-158.
- Hardjono, T., P. de Klein (2004), "Introduction on the European Corporate

- Sustainability Framework (ECSF)", *Journal of Business Ethics*, 55: 99-113.
- Hui, L. T. (2008), "Combining Faith and CSR: A Paradigm of Corporate Sustainability", *International Journal of Social Economics*, 35(6), 449-465.
- Kauffman, R. J., ve B. Wang, (2001), "New Buyers' Arrival Under Dynamic Pricing Market Microstructure: The Case of Group-buying Discounts on the Internet", *Journal of Management Information Systems*, 18: 157-188.
- Kolk, A., J. Pinkse (2008), "Corporate Sustainability", *Strategic Direction*, 24(6), 22-24.
- Kuhn, P. (2000), "Policies for an Internet Labour Market", <http://irpp.org/po/archive/oct00/Kuhn.pdf>, (Erişim: 5.11.2009).
- Litan, R. E. ve Rivlin, A. M. (2001), "Projecting the Economic Impact of the Internet", *The American Economic Review*, 91(2), 313-317.
- McKnight, L. W. ve J.P. Bailey, (1997), *Internet Economics*, Cambridge, MA, USA: MIT Press.
- McKnight, L. W. ve J. P. Bailey, (Nov 1997), *Internet Economics: When Constituencies Collide in Cyberspace*, *IEEE Internet Computing*, 1(6), 30-37.
- Özmen, ř. (2003), "e-ticaret", İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Park, S. H ve K. S. Chan, (1989), "A Cross-Country Input-Output Analysis of Intersectoral Relationships between Manufacturing and Services", *World Development*, 17(2), 199-212.
- Parmak, U. (2009), <http://www.ugurparmak.com/index.php/egitim/Internet-ve-ekonomi/>, (Erişim: 29.12.2009).
- Pitt, L. F., P. Berthon, R. T. Watson ve M. Ewing (2001), "Pricing Strategy and the Net", *Business Horizons*, 44(2), 45-54.
- Pitt, L. F., P. Berthon, R. T. Watson ve G. M. Zinkhan (2002), "The Internet and the Birth of Real Consumer Power", *Business Horizons*, 45(4), 7-14.
- Porter, M. (2001), "Strategy and the Internet", *Harvard Business Review*, Power Revisited. Prometheus, 79(3), 62-78.
- Rha, J. Y. ve R. Widdows, (2002), "The Internet and the Consumer: Countervailing" Power Revisited. Prometheus, 20(2), 107-118.
- Sarıkaya, M. (2009), "İşletmelerin Sürdürülebilirliğinde İkincil Paydaşlarla İlişkilerin Önemi", içinde; *Kamunun Aydınlatılmasında Yatırımcı İlişkileri*, Ed: N. Aydın, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, s. 151-174.
- Sarıkaya, M. ve F. Z. Kara (2007), "Sürdürülebilir Kalkınmada İşletmenin Rolü: Ku-

rumsal Vatandaşlık”, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 14(2), 221-233.

Sarıkaya, M. ve S. Özdemir (2009), “The Changing Business Environment and the Internet Media as a Stakeholder Group”, The Third International Scientific Conference on Changes in Social and Business Environment, Panevezys, Lithuania, 345-348.

Sharma, S. ve I. Henriques (2005), “Stakeholder Influences on Sustainability Practices in the Canadian Forest Products Industry”, Strategic Management Journal, 26: 159-180.

Steurer, R., M. E. Langer, A. Konrad ve A. Martinuzzi (2005), “Corporations, Stakeholders and Sustainable Development I: A Theoretical Exploration of Business-Society Relations”, Journal of Business Ethics, 61: 263-281.

Uzer, B., “İnternet Ekonomisi ve Milliyet”,
<http://beranuzer.blogspot.com/2009/05/internet-ekonomisi-ve-milliyet.html>,
(Erişim: 10.10.2009).

Wathieu, L., L. Brenner, Z. Carmon, A. Chattopadhyay, K. Wertebroch, A. Drolet, J. Gourville, A. V. Muthukrishnan, N. Novemsky, R. K. Ratner, ve G. Wu (2002), “Consumer Control and Empowerment: A primer”, Marketing Letters, 13(3), 297-305.

<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, (Erişim: 24.02.2010).

<http://www.memurlar.net/haber/70429/>, (Erişim: 24.02.2010).

http://www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaret_guvenlik.php,
(Erişim: 14.01.2010).

Web Sitelerinin Globalizasyonu Üzerine Büyük Global Amerikan Markalarına Yönelik Bir İçerik Analizi Uygulaması

H. Dilara KESKİN

Yrd. Doç. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, İİBF
İşletme Bölümü
dilarakeskin@yahoo.com

Zuhal ÇİLİNGİR

Arş. Gör., Karadeniz Teknik Üniversitesi, İİBF
İşletme Bölümü
onlyzuhal@hotmail.com

**Web Sitelerinin Globalizasyonu Üzerine Büyük
Global Amerikan Markalarına Yönelik Bir İçerik
Analizi Uygulaması**

Özet

Bu çalışmada, 100 büyük global markanın Türkçe web sitelerinin globalizasyon düzeyleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda, araştırmacıların dil kısıtı nedeniyle araştırmada 100 büyük global marka arasından 36 Amerikan markasının Okazaki'nin (2005) benzerlik ölçeğinden yararlanılarak, globalizasyon düzeyleri İçerik Analizi yoluyla ortaya koyulmuştur. Kodlayıcılar arası güvenilirliğin hesaplanmasında Cohen's Kappa formülü kullanılarak % 88 ve kodlayıcılar arası uyumun hesaplanmasında Perreault ve Leigh'in (1989) güvenilirlik indeksi formülü kullanılarak sırasıyla ortalama seviye % 95-97 bulunmuştur. Kodlayıcılar içi güvenilirliği kontrol etmek için kodlamalar bir ay sonra tekrarlanmış ve katılma yüzdesi formülüyle % 93-95 bulunmuştur. 21 benzerlik ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler ortaya koyularak, özellikle şirket logosu, şirket logosunun yeri değişkenlerinin Türk ve Amerikan web sitelerinde oldukça benzer olduğu (standardize edildiği) görülürken; pop-up, banner ve

**A Content Analysis Application on the
Globalization of Websites Towards Big Global
American Brands**

Abstract

The purpose of this study is to examine the level of globalization of Turkish websites of 100 big global brands. In this sense, because of researchers' limitations in language, this study was focused on globalization levels of 36 American brands of 100 big global brands, which were tested by content analysis proposed by Okazaki's (2005) similarity scale. The calculation of inter coder reliability has been found to be 88 % by using the Cohen's Cappa formula and inter coder agreement has been calculated by Perreault and Leigh's (1989) reliability index formula and median levels range from 95-97 %. The intra-coder reliability was calculated by using per item agreement formula and items were coded again after one month. By putting forward descriptive statistics about 21 similarities coding categories while especially company logo, company logo placement variables of Turkish and American websites seemed to be very similar (standardized), pop-ups, banners and sound/animation properties in websites of both

ses/animasyon özelliklerinin ise her iki ülkenin web sitesinde çok az sayıda olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

countries were found to be very few.

Anahtar Kelimeler: Web sitesi, globalizasyon, içerik analizi, kodlayıcılar içi ve kodlayıcılar arası güvenilirlik.

Keywords: Website, globalization, content analysis, inter-coder and intra-coder reliability.

1. Giriş

İnternet, geniş coğrafi alanlara kolayca ulaşılmasını sağlayan globalizasyon için ideal ve çok önemli bir iletişim aracıdır (Tian, 2006: 13). İşletmelerin internet teknolojilerini kullanmalarının gün geçtikçe artması, özellikle ihracat yapan girişimciler için global pazarlara düşük maliyetle giriş yolunu açmaktadır. Bu yüzden online iletişimler, ev sahibi ülke dışında artan düzeyde çekici hale gelen büyük global markalar için de önemli hale gelmiştir (Okazaki, 2005: 86). Söz konusu bu gelişmelerle birlikte, web sitelerinin dizaynında global yazılım ve hizmet veren işletmeler globalizasyon ve lokalizasyonun önemini kavramışlardır (Rau ve Liang, 2003: 255). E-ticaret'te global olarak genişlemek isteyen işletmeler için en önemli engel, global müşterileri anlamak ve web'deki dil farklılıkları ve kültürel engellerin üstesinden gelebilmektedir (Singh ve diğerleri, 2005: 129). İşletmelerin online iletişim stratejileri üzerinde, ülke menşei kadar ziyaretçilerin web sitesini kullanma ve algılamaları da etkili olmaktadır (Murphy ve Scharl, 2007: 298). Örneğin, E-ticaret'te kullanıcılar kendi dillerinde olan sitelere daha fazla ilgi duymakta ve ürün ya da hizmeti satın almaya üç kat daha fazla hevesli olmaktadır (Gibb ve Matthaikakis, 2007: 667; Singh ve Boughton, 2005: 5).

Globalizasyon (uluslararasılaşma); dilbilimsel ve kültürel eğilimlerden bağımsız olarak genel bir ürünün dizayn edilmesi ve geliştirilmesidir. Lokalizasyon ise; spesifik bir alana bir ürünün adapte edilmesi veya uyarlanmasıdır. Global bir arayüz tercüme edilerek (dil lokalizasyonu), uygun donanım desteği sağlanarak (teknik lokalizasyon) ülkenin gelenek göreneklere ve görsel dizayn objeleri eklenerek (kültürel lokalizasyon) lokalize edilebilir (Rau ve Liang, 2003: 255). Globalizasyon eğiliminin alternatifi olan Robertson (1995) tarafından ileri sürülen glocalizasyon kavramı ise; kültürel değişim ve oluşumda globalizasyon ve lokalizasyonun bir arada kullanılmasıdır (Wu, 2008: 69).

Literatürde web sitelerinin globalizasyon düzeylerine ilişkin çok sayıda sınıflandırmaya rastlanmaktadır. Global Sight Şirketi tarafından yayınlanan bir raporda E-ticaret'te globalizasyon merkezileşmiş, merkezden bağımsız ve dağıtılmış veya melez olmak üzere 3 boyutta sınıflandırılmıştır. *Merkezileşmiş* model olarak ad-

landırılan birinci seviyede; web faaliyetleri lokal ofislerden az sayıda girdi ile merkezi olarak planlanmakta ve yürütülmektedir. Web sitelerinin globalleştirilmesinde rapora ilişkin *merkezden bağımsız* olarak adlandırılan ikinci seviyede; e-işletmeler ayrıdır ve her bir lokal ofis tarafından geliştirilmekte ve sürdürülmektedir. *Dağıtılmış veya melezi* model olarak isimlendirilen üçüncü seviyede ise; web sitesi farklı olan bölgelere ilişkin temel bir dizayn belirlenirken; lokal gereksinimlere de karşılık verebilecek esnekliğe sahiptir (Singh ve Boughton, 2005: 8).

Tixier (2005: 25), global, glokal ve lokal olmak üzere web sitelerinin globalizasyon düzeylerini 3 boyutta sınıflandırmıştır. Park ve diğerleri (2008) ise, web sitelerinin globalizasyonunu içerik lokalizasyonu, ürün/hizmet lokalizasyonu ve kültürel uyarlama olmak üzere 3 kategoride sınıflandırmışlardır. Singh ve Boughton (2005: 9) ise, web sitelerinin globalizasyon düzeylerini standardize edilmiş, proaktif, global, lokalize edilmiş ve yüksek düzeyde lokalize edilmiş olarak sınıflandırmıştır. Standardize edilmiş web siteleri en yüksek seviyede globalizasyonu ifade ederken; yüksek düzeyde lokalleşmiş web siteleri ise, en yüksek düzeyde lokalizasyon sergileyenlerdir.

Web sitelerinin globalizasyonuna ilişkin IDC Şirketi'nin gerçekleştirdiği diğer bir araştırmada web sitelerini Teneke, Bronz, Gümüş ve Altın olmak üzere 4 kategoride sınıflandırılmıştır: *Teneke* seviyesinde, işletmeler herhangi bir lokalizasyon durumuna gitmek yerine lokal ve uluslararası ziyaretçilerinin her ikisine de standardize edilmiş bir web sitesi sunmaktadırlar. Web sitelerinin *Bronz* seviyesinde, farklı ülkeler için temel düzeyde yabancı faaliyetler hakkında bilgi verilerek lokalizasyon çabaları sadece dil çevirisi ile sınırlıdır. *Gümüş* seviyesinde, işletme her şubenin kendi web sitesini geliştirmesinde izin verirken; *Altın* seviyesinde ise, işletme düz bir global modüler dizayn veya global platform sergilemekte ve şube global örneği kullanarak web sitesini lokalize edebilmektedir (Park ve diğerleri, 2008: 7).

Murphy ve Scharl'a göre (2007: 299), araştırmacılar online iletişimlerde genel olarak web sitesine olan ziyaret sayısını nasıl arttıracaklarına odaklanmışlar, uluslararası markalama ve yoğun web sitesi trafiğinin sağlanmasında önemli bir yapı taşı olan global/lokal yaklaşımın rolünü ise ihmal etmişlerdir. Bu bağlamda, Türkiye'de web sitelerinin globalizasyon düzeyinin belirlenmesine yönelik bir çalışma yapılması gerekliliğinden söz edilebilir. Bu amaçla, öncelikle ilgili literatür ayrıntılı olarak açıklanarak, 100 büyük global işletmenin web sitelerinin İçerik Analizi yoluyla incelendiği bir pazarlama araştırmasının metodolojisine kapsamlı şekilde yer verilecektir.

2. Literatür Taraması

Okazaki ve Rivas (2002) çalışmalarında, Japon çok uluslu işletmelerin spesifik bir ürünün web reklamlarını 20 site ve 3 farklı ülkede (Japonya, İspanya ve Amerika) 3 boyut için (bilgi içeriği, kültürel değerler, yaratıcı stratejiler) toplam 60 web sitesini inceleyerek söz konusu web reklamlarının hedef ülkeler itibarıyla lokalize edildiğini ifade etmişlerdir.

Okazaki ve Alonso (2003) çalışmalarında, Japon çok uluslu işletmelerin web sitelerinde yaratıcı stratejiler açısından kendi orijinal web sayfası ve 2 farklı ülkedeki (İspanya ve Amerika) sayfalarını baz alarak standardizasyon/lokalizasyon düzeylerini araştırmışlardır. Okazaki ve Alonso (2003), 8 ürün kategorisiyle ilgili 50 web sitesine İçerik Analizi'ni uygulayarak, Japon çok uluslu işletmelerin hedef pazarlardaki web sitelerinde lokalize olduklarını, tüketicileri zorlamayan soft satış stratejileri uyguladıklarını ve Amerika'da ise daha çok hard satış stratejisi uygulandığını belirtmişlerdir. Çapraz kültür açısından bakıldığında, Japon web siteleri söz konusu satış stratejileri açısından diğer ülkelere farklılık göstermezken; Amerikan web siteleri hard satış stratejisini daha yoğun kullanma açısından diğer ülkelerin web sitelerinden farklılaşmaktadır.

Okazaki (2004) ise, 50 marka ve 9 ürün kategorisi için Japon çok uluslu işletmelerin iç ve dış pazarlardaki web sitelerini 3 farklı ülke (Japonya, İspanya ve Amerika) açısından ele alarak bilgi içeriği, kültürel değerler ve yaratıcı stratejiler açısından İçerik Analizi ile inceleyerek söz konusu ülkeler ve boyutlar açısından farklılıklarını ele almıştır. Okazaki (2004) çalışmasında, Japon çok uluslu işletmelerin, hedef ülkelerin web sitelerinde bilgi içeriği ve yaratıcı stratejiler açısından lokalizasyona yöneldiğini ancak online ürün sunumunun hedef pazarın değerlerini yansıtmadığını ileri sürmüştür. Okazaki (2005) bir başka çalışmasında, Amerikan markalarının Avrupa'daki standardizasyon düzeyini ele alarak İngiliz, Alman, İspanyol ve Fransız web sitelerinde standardizasyonu 4 boyutta (iş, iletişim, ilişki ve interaktiflik) inceleyerek orijinal Amerikan web sitelerinden farklılıklarını ortaya koymuştur. Söz konusu ülkelere genel olarak lokalizasyona gidildiğini iddia eden Okazaki (2005) logo, renk ve sayfa düzeninin yabancı sitelerden farklılık göstermediğini ancak tekst bilgisi ve görsel imajlar açısından ise farklılık gösterdiğini ifade etmiştir. Ayrıca, imaj destekleme, direkt satış opsiyonu sunulması ve seçim şansı olması kriterlerinin web site standardizasyonunda en önemli özellikler olduğunu da ortaya koyarak, dayanıklı tüketim mallarında standardizasyon düzeyinin daha yüksek olduğunu da belirtmiştir.

Rau ve Liang'ın (2003) kullanılabilirliği uluslararasılaşma ve lokalizasyonla kombine ettikleri çalışmalarında, Asyalı kullanıcıların web sitelerini belirledikleri bir web sitesi için ele almışlar ve kullanıcılar açısından web sitelerinin kullanılabilir olması için sitelerin lokalizasyona gitmesi gerektiğini önermişlerdir. Cry ve Smith (2004) ise,

web sitelerinin lokalizasyonunu 3 ülkeden (Almanya, Japonya ve Amerika) 30'ar web sitesi için 8 kriterde ele alarak (dil, ana menü, semboller, içerik ve yapı, navigasyon, multi medya ve renk) İçerik Analizi'ni uygulamışlardır. Söz konusu üç ülke için Hofstede'nin (1980) kültürel boyutlarının farklılaştığını gösteren 8 boyuttun, ülkeler itibarıyla farklılaştığını dolayısıyla değerlendirilen web sitelerinin lokalize edildiğini iddia etmişlerdir.

Singh ve diğerleri (2005) çalışmalarında, Singh ve Matsuo (2002)'nin 7 boyut (kollektivizm, bireysellik, belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi, eril/dişil yaklaşım, yüksek ve düşük kontekst kültürü) ve 35 değişkenli kültürel kodlama sisteminden yararlanarak 4 ülkede (Çin, Hindistan, Japonya ve Amerika) 2 farklı sektörde (elektronik ve otomobil) toplam 93 lokal web sitesine İçerik Analizi uygulamışlardır. Singh ve diğerleri (2005) işletmelerin standardizasyona gitmek yerine, web sitelerine mevcut ülkenin kültürünün adapte edilmesiyle lokalizasyon çabasında olduklarını iddia etmekte ve bu eğilimin en baskın olarak Japon web sitelerinde görüldüğünü ileri sürmektedirler. Singh ve Boughton (2005) çalışmalarında, 870 işletme web sitesi içinden yabancı ülkelerde hizmet veren 598 web sitesini Amerika, Avrupa ve Asya-Pasifik siteleri olarak gruplayarak söz konusu sitelerin lokalizasyon düzeylerini 5 kategoride ele almışlardır. Singh ve Boughton (2005) söz konusu siteleri standardize, proaktif, global, lokalize ve yüksek düzeyde lokalize şeklinde 5'li skala ile ortalama görüşlerle 3 kodlayıcı tarafından kodlamışlar ve söz konusu 598 web sitesinin lokalizasyon ve yüksek düzeyde lokalizasyon seviyesinde olduklarını gözlemlemişlerdir.

Tixier (2005) ise, Amerikan ve Fransız web sitelerini incelediği çalışmada sektörler itibarıyla bir İçerik Analizi çalışması yaparak, sektörleri lokal, global ve global olmak üzere 3'e ayırmıştır. Buna göre, Amerika'daki bankaların, havayolu işletmelerinin ve otellerin global; oto kiralama, e-ticaret ve şebeke ekipmanlarının global; reklam, araba, eğlence, B2C ve danışmanlık hizmetlerinin ise lokal sektörler olduklarını; spor malzemeleri, hazır yiyecekler ve bilgisayarların ise, hem lokal hem de global olduklarını ileri sürmüşlerdir. Tian (2006) ise, uluslararası halkla ilişkiler faaliyetlerinde etnik kökenci ve çok merkezli iki yaklaşım olduğunu, etnik kökenci yaklaşımın standardizasyonu baz alırken çok merkezli yaklaşımın ise lokalizasyonu baz aldığını ileri sürmektedir. Tian (2006) çalışmada, Coca-Cola'nın Çin web sitesini inceleyerek, global bir marka olan Coca-Cola'nın globalizasyon/lokalizasyon eğilimini ölçerek, Çin'de siyasi gelişim sürecini ele alması, yeni yıl kutlamasında Çinli bebek figürünü kullanması gibi sebeplerle global strateji yaklaşımını benimsediğini ileri sürmüştür. Singh ve diğerleri (2006), bilgi teknolojisi literatüründe genel kabul görmüş bir model olan teknolojiyi kabullenme modelinden yararlanarak, Japon ve Amerikan çok uluslu işletmelerin Brezilyalı, Alman ve Tayvanlı tüketiciler için dil seçeneği bulunan web sitelerinde; algılanan yararlılık, algılanan kullanım kolaylığı ve kültürel adaptasyonun kullanıma yönelik

tutumun aracı etkisiyle davranışsal kullanma niyeti üzerindeki etkisini yapısal eşitlik modelinden yararlanarak ölçmüşlerdir. Singh ve diğerleri (2006), 3 ülke kullanıcıları için açıklayıcı olan değişkenin kültürel adaptasyon olduğunu ileri sürmüşlerdir. Gibb ve Matthaiakis (2007), Yunan ihracat sektöründe ele alınan 10 web sitesinin lokalizasyon eğilimlerini değerlendirdikleri çalışmalarında, web sitelerini lokalizasyon kriterlerini dil ve dil dışındaki değişkenler olarak ikiye ayırmışlar ve söz konusu siteleri İçerik Analizi'ne tabi tutmuşlardır. Elde edilen kodlamaları, dil sayısı ve kültürel kriterlerin boyutlarını göstermek üzere Boston Danışma Grubu matrisinde yerine yerleştirdiklerinde web sitelerden altısının "bocalayanlar" hücresinde yani az sayıda dil seçeneğine ve kültürel adaptasyon kriterlerine sahip olduğunu; yüksek düzeyde dil seçeneği ve kültürel adaptasyona sahip hiçbir web sitenin olmadığını ve dolayısıyla lokalizasyon eğiliminin düşük olduğunu belirtmişlerdir.

Singer ve diğerleri (2007), Hofstede'nin (2007) 74 ülke için yapmış olduğu kültürel boyutların ağırlıklandırılmamış dünya değeri ortalamalarından yararlanarak, 53 ülkeden internet bankacılığına ilişkin 234 bankanın web sitesinde belirlenen banka özelliklerinin mevcut olup olmadığını kodlamışlardır. Singer ve diğerleri (2007) web sitelerine ilişkin kriterleri Hofstede'nin (2007) güç mesafesi, bireysellik, eril/dişil yaklaşım, belirsizlikten kaçınma indeksleri adları altında toplayarak Korelasyon ve Regresyon Analizi'ne tabi tutmuşlardır. Sonuçlar değerlendirildiğinde, kültürel farklılığı açıklayan bankaların web sitelerine ilişkin en önemli özelliklerin web sitelerindeki insan imajının varlığı/yokluğu ve web sitelerinin profesyonel, teknik ve doğa manzaralı çevre tipine sahip oldukları görülmüştür.

Murphy ve Scharl (2007) çalışmalarında, 500 en değerli global işletmenin web sitesinde organizasyonel faktörler (gelir ve sahip olduğu teknolojik yapı) ile Hofstede'nin (2007) 4 kültürel boyutunun web sitesinin global/lokal uzantı (tr, com vb.) kullanımına ve söz konusu uzantı seçiminin Google'daki sayfa sırasına olan etkisini araştırmışlardır. Global uzantılara sahip olan web sitelerinin daha yüksek gelir ve teknolojiye sahip olduklarını ve Google'da daha üst sıralarda olduğunu ileri süren Murphy ve Scharl (2007), lokal uzantı seçiminin ise Hofstede'nin (2007) kültürel boyutlarından kolektivizm ve erillikten etkilendiğini ileri sürmüşlerdir. Wu (2008) ise, Çin otomobil endüstrisindeki lokal, ortak girişim ve yabancı girişimlerden 110 web reklamını değerler, dil ve görseller açısından global/lokal yönden değerlendirerek belirlemiş olduğu 3 senaryoya uygunluğunu ortaya koymuştur. 110 web otomobil reklamında, daha çok global değerlerin kullanıldığını, dil açısından lokalizasyona gidildiğini, görsellerde ise daha çok lokal unsurlar kullanılmakla birlikte hem global hem de lokal unsurları içinde barındırdığını ileri sürerek belirlediği 3 senaryoyu boyutlar itibarıyla doğrulamıştır. Ele aldığı üç girişim açısından bir değerlendirme yaptığında ise, lokal ve ortak girişimlerin lokalizasyon yaklaşımını, yabancı girişimlerin ise globalizasyon yaklaşımını benimsediğini ifade etmiştir.

Yalçın ve diğerleri (2008) çalışmalarında, en değerli 500 global işletmenin Türkçe olan 115 web sitesini Amerika, Avrupa ve Asya Pasifik bölgeleri olarak sınıflandırmış, Singh ve Matsuo (2002)'nin 7 boyut ve 37 kalemli kültürel değer skalasından yararlanarak söz konusu web sitelerinin ne tamamen uluslararası ne de tamamen lokal kültürel değerler taşıdığını ifade etmişlerdir. Kodlayıcılar içi güvenilirliği Kassarian'ın (1977) yöntemi ile hesaplayan Yalçın ve diğerleri (2008), ayrıca her bir boyut için 3 bölgenin kültürel farklılıklarını da Varyans Analizi (Anova) ile ortaya koymuşlardır. Chao ve Muddyman (2008), 100 Amerikan çok uluslu işletmenin web sitelerinde web lokalizasyonunu içerik lokalizasyonu, kültürel uyarlama, yerel ağ geçidi ve çeviri kalitesi olmak üzere 4 boyutta ele alarak 12 değişkenin sözü edilen ilk 3 boyutu açıkladığı sonucuna ulaşmışlardır. Chao ve Muddyman (2008), çoğu Amerikan işletmesinin web sitelerinde lokalizasyon algısının dil çevirisinden öteye gitmediğini de ileri sürmüşlerdir.

Park ve diğerleri (2008), global web sitelerinden Güney Kore'de ayrı sayfası olan 40'ı Amerikan, 40'ı Japon toplam 80 web sitesini içerik lokalizasyonu, ürün/hizmet lokalizasyonu ve kültürel uyarlama başlıkları altında ele almışlar; Japon çok uluslu işletmelerin Amerikan çok uluslu işletmelerine göre daha fazla lokalleştğini ifade etmişler ve ele aldıkları üç boyuttan içerik lokalizasyonu skorlarının diğer ikisinden daha fazla olduğu sonucuna varmışlardır. Okazaki ve Skapa (2008) Polonya ve Çek Cumhuriyeti'nde Amerikan çok uluslu işletmelerin web sitelerinin standardizasyon düzeyini araştırmışlardır. 100 büyük global işletmeden sadece 34'ünün Lehçe ve Çekçe web sayfalarına ulaşan 23 web site fonksiyonu kriterinin yanı sıra benzerlik oranlarını da inceleyen Okazaki ve Skapa (2008), özellikle tekst içeriklerinde standardizasyon seviyesinin oldukça düşük olduğunu, Leh sitelerdeki görsel değerlerin Alman sitelerinkine benzemesine rağmen yüksek düzeyde lokalize edildiğini iddia etmişlerdir. Ayrıca, Leh web sitesinin fonksiyonlarının Amerikan sitelerinkine benzediğini, Çeklerin web sitelerinin ise söz konusu fonksiyonlar itibarıyla daha az benzerlik gösterdiğini ifade etmişlerdir.

3. Araştırmanın Metodolojisi

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, 100 büyük global markanın Türk ve Amerikan web sitelerinde belirlenen benzerlik kriterlerinden yola çıkılarak, söz konusu markaların web sitelerinin globalizasyon/lokalizasyon düzeylerini ortaya koymak suretiyle marka yöneticilerine özellikle global pazarlarda izlemeleri gereken stratejiler hakkında önerilerde bulunmak ve konuyla ilgilenen akademisyenlere katkı sağlamaktır. Diğer bir ifadeyle çalışma, büyük global markaların izledikleri stratejilerden hareketle markalar web sitelerini globalize mi yoksa lokalize mi etmeli sorusuna cevap aramayı

amaçlamaktadır. Kısacası çalışma, “Global markaların Türk web siteleri lokalizasyon eğilimindedir” şeklinde geliştirilen araştırma hipotezini test etmektedir.

3.2.Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları

Araştırmanın ana kütesini Türkçe web sayfası olan tüm yabancı markalar oluşturmaktadır. Ancak kaynak, zaman ve dil kısıtları nedeniyle araştırmanın örneklemini en değerli 100 global marka ile sınırlandırılmıştır. Çalışmacıların dil kısıtı nedeniyle söz konusu 100 global marka içinden de sadece Amerikan markalarına odaklanılmıştır. 52 Amerikan markası içinden 16’sının Türkçe web sayfası olmaması, inceleme konusu olan ana sayfanın mevcut olmaması veya kurumdan ayrı olarak spesifik bir web sitesine sahip olmaması gibi nedenlerle sadece 36 Amerikan web sayfası değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmanın bir diğer kısıtı ise, geniş bir çerçeveye sahip web sitesi ortamında çalışmanın amacına odaklanılabilmesi açısından incelemenin sadece web sitelerinin ana sayfa ile sınırlı olmasıdır. Giyimden kozmetiğe, kargo hizmetlerinden bilgisayara kadar çok farklı sektörlerde yer alan çalışmanın kapsamında ele alınan markalar, Tablo 1’de dayanıklı mallar, dayanıksız mallar ve hizmetler olmak üzere üç boyutta sınıflandırılmıştır. Çalışmada incelenen 36 global Amerikan markasından 15 tanesi dayanıklı mallar, 7 tanesi dayanıksız mallar grubunda yer alırken, 14 marka ise hizmet grubunda yer almıştır.

Tablo 1. Araştırmanın Kapsamında Yer Alan Markalar

Sınıflandırma	Ürün Sınıfı	Şirketler (n= 36)	Yüzdellik
Dayanıklı Mallar	Bilgisayar donanımı, otomotiv, tüketici elektroniği, çeşitlendirilmiş ürünler.	Apple, Dell, Duracell, Ford, GE, Harley-Davidson, Hawlett-Packard, Intel, Motorola, Xerox.	0.28
Dayanıksız Mallar	Meşrubat, kişisel bakım, spor malzemeleri, lüks ürünler.	Avon, Coco-Cola, Colgate, Gillette, Nike, Pepsi, Tiffany.	0.19
Hizmet	Kredi kartı, bilgisayar hizmeti, bilgisayar yazılımı, finans, medya, internet, ulaştırma, restoran.	Accenture, AIG, American Express, Cisco, Citibank, Disney, Fedex, Google, IBM, KFC, McDonald’s, Microsoft, MTV, Oracle, PizzaHut, Starbucks, UPS, Visa, Yahoo.	0.53

Kaynak: http://www.interbrand.com/best_global_brands.aspx, (2008).

Belirlenen 36 Amerikan ve Türk web sitesinin globalizasyon/lokalizasyon düzeylerinin belirlenmesinde Okazaki’nin (2005: 97) 19 kriterli benzerlik ölçeğine 2 kriter daha eklenerek 21 kriterden yararlanılmıştır. Dolayısıyla araştırmanın kapsamında İçerik Analizi’ne tabi tutulan kodlama kriterleri; şirket logosu, şirket logosunun

yerleştirilmesi, ana menü, ana menünün yerleştirilmesi, ana manşet, ana manşetin yerleştirilmesi, ana metin, sayfa düzeni (üst orta/sağ orta), sayfa düzeni (alt orta/ sol orta), renk (üst orta/sağ orta), renk (alt orta/ sol orta), ürünün fotoğrafı, insan figürünün fotoğrafı, arka plan dekoru, asıl açıklama örnek resimleri, tablo ve grafikler, sayfanın açılış hızı, pop-up'lar, bannerlar, ses/animasyonlar ile punto ve yazı tipidir. Söz konusu kodlama kriterleri, çalışmanın yazarları tarafından "5: Çok Benzer, 4: Benzer, 3: Benzer olup olmaması eşit, 2: Farklı ve 1: Çok Farklı" olmak üzere 5'li Aralıklı ölçek ile kodlayıcıların aynı ana sayfayı görmesi gerektiğinden belirlenen bir haftalık periyotta kodlanmıştır. Söz konusu kodlama, kodlayıcılar içi güvenilirliğin de ortaya koyulması için bir ay sonra tekrarlanmıştır.

3.3.Araştırmanın Yöntemi: İçerik Analizi

Berelson (1952), İçerik Analizi'ni herhangi bir iletişimin gözlemlenen içeriğinin nesnel, sistematik veya nicel olarak incelenmesini sağlayan bir teknik olarak tanımlamaktadır (Bilgin, 2006: 2). İçerik Analizi web iletişimlerini de kapsayan sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalarda yaygın kullanıma sahip yararlı bir ölçüm tekniğidir (Okazaki ve Alonso, 2003: 226). Dolayısıyla web sitelerinin globalizasyon/lokalizasyon düzeyini belirlemeye yönelik mevcut çalışmada İçerik Analizi'nin kullanımı yerinde bir karardır. Tablo 2'de web iletişimlerinde İçerik Analizi'nin aşamalar itibarıyla metodolojisi ifade edilmektedir. Çalışmada Tablo 2'deki bu aşamalar sırasıyla uygulanmaktadır.

Tablo 2. Web İletişimlerinde İçerik Analizinin Araştırma Planı

Aşama	Yöntem	Temel Faktörler
1	Hipotezlerin Kurulması	Kuramsal geçmiş ve literatür taraması Hipotezlerin geliştirilmesi Araştırma sorularının belirlenmesi
2	Örnekleme	Kullanılan veri tabanının türü Örnekleme yöntemi
3	Analiz Birimleri	Web sitelerin boyutları ve aşama sırası Neyin ölçülüp neyin ölçülmeyeceği Teknik bakış açısı
4	Ölçüm	Temel açıklayıcı değişkenler Kategorilerin oluşturulması Belirli gözlemlerden sonra kategorilerin tanımlanması Açıklayıcı örnekler
5	Kodlayıcıların Eğitimi	İki dil bilme veya ana dil Araçların tercüme edilmesi Pilot kodlama ve geribildirim prosedürü Güvenilirlik ölçümleri (Kodlayıcılar arası ve içi güvenilirlik)
6	Kodlama	Problem çözme yöntemleri

		Final arbitrajı Sonuçların raporlanması ve sunulması
7	İstatistiksel İşlemler	İstatistiksel yöntem türü Güven düzeyi Kuramsal kısıtlamalar
8	Analiz	Sonuçların yorumlanması Yönetsel çıkarımlar ve öneriler Grafikler, tablolar, şekiller vs.

Kaynak: Okazaki ve Rivas, (2002: 389).

3.4. Bulgular

Kodlayıcılar arasında gözlenen uyumun ne kadarının tesadüfi olduğunu diğer bir ifade ile kodlayıcılar arası güvenilirliğin hesaplanmasında İçerik Analizi'nde yaygın bir kullanım alanına sahip aşağıda yer alan Cohen's Kappa formülünden yararlanılmıştır.

$K = (F_0 - F_C) / (N - F_C)$ olarak formüle edilen Cohen's Kappa güvenilirlik indeksi;

F_0 : Kodlayıcıların fikir birliğine vardıkları yargıların sayısını,

F_C : Şansa bağlı olarak fikir birliğine varılan yargıların sayısını,

N : Toplam kodlama kriterlerinin sayısını ifade etmektedir.

Cohen's Kappa'nın hesaplanmasında SPSS paket programı kullanılarak kodlayıcılar arası güvenilirlik 0,88 olarak bulunmuştur.

Tablo 3. Cohen's Kappa İndeksinin Değerlendirilmesi

Kappa Değeri	Güvenilirlik Düzeyi
< 0	Anlaşmama
0-0.2	Anlamsız
0.4-0.6	Düşük
0.4-0.6	İlımlı
0.6-0.8	İyi
0.8-1	Çok İyi

Kaynak: Leiva vd., (2006: 523).

Tablo 3'de görüldüğü üzere Kappa değerinin 0,8-1 aralığında oldukça güvenilir olduğu bilindiğinden (Leiva ve diğerleri, 2006: 523) kodlayıcılar arası güvenilirliğin oldukça yüksek olduğu ileri sürülebilir.

Kodlayıcıların kodlamalarının birbirleri ile ne kadar uyumlu olduğunu ifade etmek için ise Perreault ve Leigh'ın (1989) güvenilirlik indeksi formülü kullanılmıştır.

$$I_r = [(P_a - 1/c)(c/c - 1)]^{0.5} \text{ formülünde;}$$

P_a : Değerlendirmeler üzerindeki fikir birliğine varma katılma oranını,

c : Önceden tanımlanmış kodlama kategorilerinin sayısını ifade etmektedir (Grayson ve Rust, 2001: 72).

Veriler formülde yerine konduğunda kodlayıcılar arası uyumun 0,95-0,97 aralığında olduğunu ve güvenilirlik indeksinin 0,9-1 aralığında yüksek düzeyde güvenilir olduğu bilindiğinden (Leiva ve diğerleri, 2006: 524) kodlayıcılar arası uyumun da güvenilirliğe benzer şekilde yüksek olduğu görülmektedir. Kodlayıcıların kendi içindeki güvenilirliğinin hesaplanmasında ise, katılma yüzdesi formülünden 0,93 ve 0,95 sonuçları elde edilmiştir.

36 Global Amerikan markasının Amerikan ve Türk web sitelerine ilişkin belirlenen 21 benzerlik kriterinin kodlanması yoluyla gerçekleştirilen İçerik Analizi'ne ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 4'de görülmektedir.

Tablo 4. Kodlama Kriterlerine Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Kodlama Kriterleri	Ortalama	Standart Hata	Standart Sapma
Şirket Logosu	4,64	0,14	,867
Şirket Logosunun Yerleştirilmesi	4,31	0,19	1,142
Ana Menü	3,47	0,23	1,383
Ana Menü'nün Yerleştirilmesi	3,47	0,24	1,424
Ana Manşet	2,00	0,18	1,069
Ana Manşetin Yerleştirilmesi	2,67	0,24	1,454
Ana Metin	1,03	0,29	1,715
Sayfa Düzeni (Üst orta/Sağ orta)	2,89	0,24	1,450
Sayfa Düzeni (Alt orta/Sol orta)	3,03	0,23	1,362
Renk (Üst orta/Sağ orta)	3,42	0,26	1,538
Renk (Alt orta/Sol orta)	3,64	0,23	1,397
Ürünün Fotoğrafı	2,64	0,34	2,031
İnsan Modelinin Fotoğrafı	2,50	0,27	1,630
Örnek Resimler	3,67	0,27	1,621
Arka Plan Dekor	2,25	0,26	1,556
Tablo ve Grafikler	3,11	0,24	1,450
Açılma Hızı	2,56	0,15	0,909
Pop-uplar	0,11	0,11	0,667
Bannerlar	0,06	0,04	0,232
Ses/Animasyon	0,50	0,21	1,254
Punto	3,28	0,26	1,560
Tüm Kodlama Kriterleri	2,63	0,27	1,274

Tablo 4'e bakıldığında şirket logosu, şirket logosunun yerleştirilmesinin Türk ve Amerikan web sitelerinde oldukça benzer olduğu görülmektedir. Şirket logosunun, şirket logosunun yerleştirilmesinin ve ürünün fotoğrafının her iki ülkenin sitesinde

oldukça benzer olması bu kriterler açısından sitelerin standardizasyon eğiliminde olduklarını göstermektedir. Karşılaştırılan 36 Türk ve Amerikan web sitesinde pop-uplar, bannerlar ve ses/animasyon benzerlik kriterleri ise yok denecek kadar az sayıdadır. Ancak yine de bu kriterlerin her iki ülkenin web sitesinde de olmayışı standardizasyonun göstergesidir. Benzer şekilde, çok az sayıda web sitesinde ana metine yer verilmekte, verilmek istenen mesajlar genellikle resim ve sembollerle ifade edilmektedir. Ana menü, ana menünün yerleştirilmesi, ana manşetin yerleştirilmesi, renk, ürünün fotoğrafı, insan modelinin fotoğrafı, örnek resimler, tablo ve grafikler, açılma hızı ile yazı tipinin ise her iki ülkenin web sitesinde orta düzeyde benzer olduğu görülmektedir. Dolayısıyla adı geçen kriterler için global Amerikan işletmelerinin Türk web sitelerinde global bir strateji izlediği ileri sürülebilir. Ana manşet ve arka plan ise, incelenen web sitelerinde büyük ölçüde farklılaşmaktadır. Bu kriterler için ise söz konusu Amerikan markalarının Türk uzantılı web sitelerinde lokalizasyon eğiliminde olduğu anlaşılmaktadır. Tüm kriterlerin ortalamaları dikkate alındığında ise, Amerikan markalarının Türk web sitelerinde lokalizasyon yaklaşımını benimsediği ileri sürülebilir.

4. Sonuç ve Öneriler

Ülkeler ve bölgeler arasındaki talep özelliklerinin benzeşmesi, araştırma geliştirme maliyetlerindeki artış, artan ölçek ekonomisi ve maliyet baskısı, hükümet politikaları, dünya genelindeki faktör maliyetlerinin değişimi, yeni dağıtım kanallarının ortaya çıkışı ile taşıma, iletişim ve depolama maliyetlerindeki azalma globalizasyon olgusunu gündeme getiren en önemli çevresel faktörlerdir (Tağraf, 2002: 39-45).

Günümüzde pazarlama stratejileri de globalizasyon olgusu ile birlikte hızlı bir değişim süreci içerisine girmiştir. Bu bağlamda, küresel pazarlarda rekabet etmek isteyen çok uluslu işletmeler için bilişim teknolojilerinin kullanımı oldukça büyük bir önem arz etmektedir. Söz konusu işletmelerin, pazarlarına girdikleri ülkelerde standardizasyona mı gideceği yoksa ülkenin sosyo-ekonomik ve kültürel özelliklerine göre uyarlamaya mı gideceği diğer bir ifadeyle global mi lokal mi hareket edeceği önemli bir sorunsaldır.

Globalizasyonun etkisiyle istek ve ihtiyaçları birbirine daha fazla benzeyen tüketiciler, lokal pazarda bulabileceklerinden daha fazla ürün çeşidini daha kaliteli ve daha ucuza ürün bulabilmekte, özellikle işletmelerin bilişim teknolojilerini kullanmaları tüketicilere bilgi edinme ve satın alımlarda zaman ve kaynak kazancı yaratmaktadır. Dolayısıyla global markaların web iletişimlerini kullanımlarında globalizasyonun etkilerinin incelenmesi bir diğer ifadeyle Türk web sitelerinin globalizasyon düzeylerinin incelenmesi gerekliliği araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Çalışmada, 100 büyük global markanın Türk ve Amerikan web siteleri Okazaki'nin (2005) 19 benzerlik kriterine 2 kriter daha eklenerek İçerik Analizi yoluyla incelenmiştir. Araştırmacıların dil kısıtı ve bazı markaların Türkçe web sayfalarının olmaması nedeniyle 100 büyük global markadan 36'sı araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Araştırmanın diğer bir kısıtı ise, araştırmada ele alınan web sitesi tanımında sadece söz konusu sitelerin sadece ana sayfasından yararlanılmaktadır. Okazaki ve Rivas (2002: 383) ile Okazaki (2005: 96) web iletişimlerini İçerik Analizi ile değerlendirdikleri çalışmalarında, linklerle bazen site dışına bile çıkılabildiğinden araştırmalarını ana sayfa ile kısıtlamışlardır. Kodlama birimleri de ana sayfada bulunan yazı, resim, ses/animasyon ve sembolleri vb. kapsamaktadır. Belirlenen kodlama kriterleri kodlama birimleri göz önünde bulundurularak, araştırmanın yazarları tarafından kodlanarak uygulamada genel kabul görmüş güvenilirlik formüllerinden yararlanılmıştır. Kodlayıcılar arası güvenilirliğin tespitinde Cohen's Kappa formülü kullanılarak % 88; kodlayıcılar arası uyumun hesaplanmasında ise literatürde ele alınan çalışmaların çoğunda kullanılan (Okazaki ve Rivas, 2002: 384; Okazaki ve Alonso, 2003: 230; Okazaki, 2004: 87; Okazaki, 2005: 98; Okazaki ve Skapa, 2008: 1234) Perreault ve Leigh'in (1989) güvenilirlik indeksi formülünden yararlanılarak ortalama değer % 96 bulunmuştur. Kodlayıcıların kendi içlerindeki güvenilirliği tespit etmek için ise tüm markalara ilişkin İçerik Analizi kodlamaları 1 ay sonra tekrarlanarak kodlayıcıların kendi içlerinde ortalama % 94 düzeyinde güvenilir olduğu ifade edilmiştir. Test edilen her bir güvenilirlik indeksinin oldukça yüksek düzeyde olduğu bilinmektedir. Kodlama değerlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler hesaplanarak, şirket logosu ve şirket logosunun yerleştirilmesi kriterlerinin karşılaştırılan Türk ve Amerikan web sitelerinde oldukça benzer olduğu görülmüştür. Ölçeği geliştiren Okazaki (2005) ile Okazaki ve Skapa'de (2008), bu iki kriterin Amerikan sitelerine karşı İngiliz, Fransız, Alman, İspanyol, Çek ve Hollanda sitelerinde de yüksek düzeyde benzer olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Dolayısıyla bulguların literatürü desteklediği iddia edilebilir. Şirket logosu ve şirket logosunun yerleştirilmesi markaların tüketici zihnindeki yerinin oluşturulmasında oldukça önemli semboller olduklarından, bu benzerlik kriterlerinde standardizasyona gidilmesi olağandır. Ortalamalar incelendiğinde bir diğer göze çarpan sonuç da, pop-up, banner ve ses/animasyonlara sadece birkaç sitede rastlanmasıdır. Okazaki (2005) de çalışmasında, bu kriterlerin oldukça az sayıda olduğunu ifade etmekle birlikte bir sonraki çalışmasında bu kriterleri değerlendirmeye almamaktadır. Ancak bu çalışmalarda özellikle renk, incelenen sitelerde oldukça benzer olarak kullanılmışken; mevcut çalışmada orta düzeyde benzer bir özellik taşımaktadır. Açılma hızı ise, Türk web sitelerinde literatürde değerlendirilen sitelerden daha iyidir. Bu durum, bilişim teknolojilerinin gün geçtikçe iyileşmesinden kaynaklanabilir.

Sonuç olarak, en belirgin 2 özellik dışında araştırılan global Amerikan markalarının Türkiye pazarındaki web sitelerinde globalizasyon eğiliminde olmadıkları ileri sürü-

lebilir. Türkiye pazarına girerek web iletişimi kullanacak olan global işletmeler için bu iki kriter konusunda standardizasyona giderek, tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen kültürel diğer web özelliklerinde (renk, insan figürü, ses ve animasyon vb.) lokalizasyona gitmeleri tavsiye edilebilir.

Gelecek çalışmalarda;

- 36 Global Amerikan markasına odaklanılan araştırma örneklemi genişletilebilir.
- Dil kısıtı ortadan kaldırılarak, aynı markaların farklı ülke ve dillerdeki web sitelerindeki benzerlik ve farklılıklarda incelenebilir.
- Açık uçlu sorulardan yararlanarak daha nesnel bir değerlendirme yapılabilir.
- 5'li Aralıklı ölçek yerine nominal ölçekten yararlanılarak, daha kesin global-lokal ayrımı yapılabilir.
- İçerik Analizi'ne tabi tutulan kodlama kriterleri artırılabilir.
- Web siteleri ana sayfa ile sınırlandırmadan tüm link ve hiperlinkler ele alınarak da kapsamlı bir değerlendirme yapılabilir.

Kaynakça

- Bilgin, N. (2006), "Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi: Teknikler ve Örnek Çalışmalar", 2. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Chao, M. C. H. ve G. Muddyman (2008), "The Localization of MNEs' Web Sites for Chinese Online Consumers: Content Analysis", Academy of International Business Annual Conference, June 30-July 3, Milan, Italy.
- Cry, D. ve H. Trevor-Smith (2004), "Localization of Web Design: An Empirical Comparison of German, Japanese, and United States Web Site Characteristics", Journal of The American Society for Information Science and Technology, 55(13), 1199-1208.
- Gibb, F. ve I. Matthaikis (2007), "A Framework For Assessing Web Site Localisation", The Electronic Library, 25(6), 664-678.
- Grayson, K. ve R. Rust (2001), "Interrater Reliability", Journal of Consumer Psychology, 10(½), 71-73.
- Leiva, F. M., R. Montoro ve T. L. Martinez (2006), "Assesment of Interjudge Reliability in the Open-Ended Questions Coding Process", Quality & Quantity, 40, 519-537.
- Murphy, J. ve A. Scharl (2007), "An Investigation of Global Versus Local Online Branding", International Marketing Review, 24(3), 297-312.
- Okazaki, S. ve J. A. Rivas (2002), "A Content Analysis of Multinationals' Web Communication Strategies: Cross-Cultural Research Framework and Pre-Testing", Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy, 12(5), 380-390.
- Okazaki, S. ve J. Alonso (2003), "Right Messages for The Right Site: On-Line Creative Strategies by Japanese Multinational Corporations", Journal of Marketing Communications, 9, 221-239.
- Okazaki, S. (2004), "Do Multinationals Standardise or Localise? The Cross-Cultural Dimensionality of Product-Based Web Sites", Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy, 14(1), 81-94.
- Okazaki, S. (2005), "Searching the Web for Global Brands: How American Brands Standardise Their Web Sites in Europe", European Journal of Marketing, 39(1/2), 87-109.
- Okazaki, S. ve R. Skapa (2008), "Global Web Site Standardization in The New EU Member States: Initial Observations from Poland and The Czech Republic", European Journal of Marketing, 42(11/12), 1224-1245.

Park, J. E., N. Singh ve S. H. Kim (2008), "A Conceptual Framework and Its Empirical Investigation: Web Sites Localization by Japanese and U.S. Multinationals for Korean B-C Markets", Academy of International Business Annual Conference, June 30-July 3, Milan, Italy.

Rau, P. P. ve S. M. Liang (2003), "Internationalization and Localization: Evaluating and Testing a Website for Asian Users", *Ergonomics*, 46(1), 255-270.

Singer, D. D., B. Baradwaj ve A. E. Avery, (2007), "Web Localization in International Online Banking", *Journal of Internet Business*, (4), 1-23.

Singh, N. ve P. D. Boughton (2005), "Measuring Website Globalization: A Cross-Sectional Country and Level Analysis", *Journal of Website Promotion*, 1(3), 3-19.

Singh, N., H. Zhao ve X. Hu (2005), "Analyzing The Cultural Content of Web Sites: A Cross-National Comparison of China, India, Japan, and US", *International Marketing Review*, 22(2), 129-146.

Singh, N., G. Fassot, M. C. H. Chao ve J. A. Hoffmann (2006), "Understanding International Web Site Usage: A Cross-National Study of German, Brazilian, and Taiwanese Online Consumers", *International Marketing Review*, 23(1), 83-97.

Tagraf, H. (2002), "Küreselleşme Süreci ve Çok Uluslu İşletmelerin Küreselleşme Sürecine Etkisi", *Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 3(2), 33-47.

Tian, Y. (2006), "Communicating with Local Publics: A Case Study of Coca-Cola's Chinese Web Site", *Corporate Communications: An International Journal*, 11(1), 13-22.

Tixier, M. (2005), "Globalization and Localization of Contents: Evolution of Major Internet Sites, Across Sectors of Industry", *Thunderbird International Business Review*, 47(1), 15-48.

Wu, D.D. (2008), "Between Global and Local: Hybridized Appeals in China Web Auto Ads", *Corporate Communications: An International Journal*, 13(1), 68-79.

Yalçın, S., A. R. Apil ve S. Seyfullin (2008), "Do Multinationals Care About Culture on The Web? Evidence from Multinationals in Turkey", Academy of International Business Annual Conference, June 30-July 3, Milan, Italy.

http://www.interbrand.com/best_global_brands.aspx, (Erişim: 2009).

Avrupa Birliği ve Türkiye’de Tehlikeli Atık Yönetiminin Yasal Gelişimi

Atıl TAŞER

Yrd. Doç. Dr., Bilecik Üniversitesi, İİBF
İşletme Bölümü
taseratil@yahoo.com

B. Zafer ERDOĞAN

Prof. Dr., Bilecik Üniversitesi, İİBF
İşletme Bölümü
bzerdogan@yahoo.co.uk

Avrupa Birliği ve Türkiye’de Tehlikeli Atık Yönetiminin Yasal Gelişimi

Development of Hazardous Waste Management Law in EU and Turkey

Özet

Abstract

Endüstriyellemeye bağlı olarak ortaya çıkan tehlikeli atık üretiminde büyük artış yaşanmaktadır. Bu artışa bağlı olarak sürdürülebilir kaynakların kirlenmesi ve tükenmesi ile karşı karşıya kalan ülkeler sorunun sadece kendi sınırları içerisinde değil uluslar arası bir mutabakatla çözümlenmesi gerektiği konusunda anlaşmışlar ve Basel Sözleşmesi ile bunu Avrupa Birliğine üye ülkeler ve aday ülkelerin katılımıyla yasal bir yapıya kavuşturmuşlardır. Çalışmanın amacı BASEL Sözleşmesi ile ortaya çıkan yapının Türkiye özelinde ne gibi yasal yapıyı ortaya çıkardığının belirlenmesi ve bu sözleşmenin diğer paydaşları olan Avrupa Birliği üye ülkelerinin BASEL Sözleşmesine ulaşıncaya değin oluşturdukları yapının ortaya konarak karşılaştırılması yapılacaktır.

With the growth of industrialization all sustainable resources are becoming exhausted and spoiled. Most of the countries noticed that to solve this problem international laws must be in charge. European Union member countries and candidate countries signed BASEL Agreement to develop such a legitimate environment. The purpose of this study is to understand how BASEL agreement has been legally developed at European Union and explore the differences between Turkish legal statements about the subject.

Anahtar kelimeler: Tehlikeli atık, BASEL sözleşmesi, çevre kanunu.

Keywords: Hazardous waste, BASEL agreement, environment law.

1. Giriş

Tüm dünyada hızla büyük bir sorun haline gelen tehlikeli atık üretimine bağlı olarak yaşanan çevre kirliliği, sürdürülebilir kaynakların hızla tükenmesine ve onarılması mümkün olmayan hasarlara sebep olmaktadır. Konunun ne denli önemli ve güncel olduğunun anlaşılabilmesi için özellikle son dönem içerisinde gelişmiş ülkeler tarafından yürürlüğe konan yasa ve yönetmeliklere bakmak konunun anlaşılabilmesi ve uygulamaların sorunun çözümünde ne derece etkili olduklarının anlaşılabilmesi için uygun yollardan birisi olacaktır.

Bu çalışmada ortaya konmak istenen, tüm dünya genelinde en önemli sorunlardan birisi olarak kabul edilen tehlikeli atık üretimi ve sonrasında ihtiyaç duyulan tehlikeli atık yönetimi faaliyetlerinin BASEL sözleşmesi kapsamında Avrupa Birliği Üye Ülkeleri ve Türkiye özelinde yasal çerçevede ne şekilde düzenlendiğinin karşılaştırılmasıdır. Bu sayede Türkiye'nin sözleşmeyi imzalayan ülkelerden birisi olması da göz önüne alınarak konuya gösterdiği hassasiyet ve ihtiyaç duyulan yaklaşımın durumu daha sonraki çalışmalara referans olması amacıyla ortaya konabilecektir.

Yapılan literatür taramasında ulusal literatürde tehlikeli atık kavramı ve yönetimi ile ilişkili az sayıda çalışmaya rastlanmakla birlikte bu çalışmada hedeflenen karşılaştırmanın yapılmadığı görülmüştür. Çevre ve Orman Bakanlığı bünyesinde faaliyetlerine devam eden Tehlikeli Atık Yönetimi Dairesi tarafından hazırlanan seminerlerde konuya değinilmiş ise de bu konuda karşılaştırılma yapılmadığı sadece bilgilendirme amaçlı yasal yapının oluşma kronolojisinin ana başlıklar içinde verildiği tespit edilmiştir. Ancak çalışmanın tamamlanması sürecinde tehlikeli atık yönetimi kavramının sadece basit kanun maddeleri ile açıklanmasının mümkün olmadığı özellikle Türkiye özelinde sürecin farklılaştığı ve bu farklılaşmanın temelinde yatan sorunların halen çözümlenemediği görülmüştür.

Bu çalışmada öncelikle Avrupa Birliği Üye Ülkelerindeki tehlikeli atık yönetimi anlayışı yasal mevzuata dayandırılarak ortaya konacak olup, kronolojik yapısı belirtilecektir. Sürecin ne şekilde ortaya çıktığı ve sonuç olarak BASEL sözleşmesi olarak adlandırılan yapının ortaya çıkışını getiren düzenlemelerin zaman içinde oluşturdukları birikim anlaşılacaktır. İkinci aşamada Türkiye'de uygulanan tehlikeli atık yönetimi faaliyetlerinin yasal yapılanması ortaya konacak olup, Avrupa Birliğinde çalışmanın başında da vurgulanan yapının oluşması anlayışı yaklaşımında kronolojik sıralama yapılacaktır. Son aşamada iki farklı yapının karşılaştırılması yapılacak, farklılıklar tespit edilecek ve buna bağlı olarak söz konusu tehlikeli atık yönetimi farklılıklarının ortaya çıkardığı durum tartışılacaktır.

1.1. Avrupa Birliği Üye Ülkelerinde Tehlikeli Atık Yönetiminin Yasal Kronolojisi

Avrupa Birliğinin bugüne kadar atık yönetimi ile ilişkili olan tüm uygulamalarında çevreyi korumacı bir yaklaşıma sahip olduğu açıktır. Özellikle kısıtlı kaynakların varlığı ve Çin ve Hindistan gibi gelişen ülkelerin olduğu bir dünyada elde kalan kaynakların korunması ve sürdürülebilir şekilde ekonomiye katılması için geri dönüşüme ve geri kazanıma ciddi önem verilmektedir.

Sınırlı sayıda kaynağı ile özellikle gelecekte sıkıntı yaşaması muhtemel görünen Avrupa Birliği, kaynaklarının sürdürülebilir olması ve eldeki kaynakların en az zararlı korunabilmesi amaçlı çıkardığı tüm yönetmelik ve düzenlemelerde başlangıç noktası olarak atık üretimini önleme, oluşmuş atığında en üst düzeyde geri kazanım ile ya da geri dönüşüm ile kullanımını sağlamayı seçmiştir. Bu anlayış dâhilinde atık üreticileri tüm sorumluluğu taşımakta ve mümkün olan en üst seviyede işletmeleri bünyesinde gerekli olan yatırımları tamamlayarak riski en aza indirmeye mecbur kalmaktadırlar (Tabasaran, 2007).

Avrupa Birliği'ne üye ülkelerde tehlikeli atık yönetimi konusunda yapılan çalışmalar temel atık yönetimi içerisinde ele alınmakla birlikte daha sonradan kaynağa göre ya da kimyasal özelliklere göre atıkların tehlikeli olup olmadığın tespitine gidilmiş ve gerekli olan yönetmelikler buna bağlı olarak ortaya konmuştur. Üye ülkelerde bertaraf tesislerinin yeterli olması ve üretim sırasında tehlikeli atık üretimini en aza indirmeye çalışmaları sonucu ülkelerin kendi sınırlarında büyük sorunlar olduğunun söylenmesi mümkün değildir. Ancak yine de kanun dışı yollarla belirtilenden daha fazla tehlikeli atık üretimi yapan işletmelerin ellerinde birikmiş olan atıkları yurt dışına yollama istekleri Avrupa Birliğinin bu konuda da tedbir almasını gerektirmiştir. Tüm üye ve aday ülkeler tarafından kabul edilen BASEL sözleşmesi ile mevcut tehlikeli atık trafiğine engel olunmaya çalışılmış, mümkün olan en alt seviyede sınırlar ötesi taşımacılığına imkân verilmiştir. Bunun yanında BASEL sözleşmesi tehlikeli atıkların oluştuğu noktada bertaraf edilmesi içinde çaba sarf edilmesini istemektedir. Günün teknolojisi ile bertaraf edilmesi sürdürülebilir kaynak kullanımı ile ilişkilendirilmekte ve mümkün olan en üst seviyede geri kazanım ve geri dönüşüm tercih edilmektedir. Geri dönüş olarak literatürde kast edilen, kullanılan kaynağın aynı amaç için tekrar kullanılabilir şekle sokulması ve aynı amaçla kullanılmasıdır. Geri kazanım ise kullanılmış olan kaynağın şekil ve amaç değiştirerek yine üretim sürecine dâhil edilmesi ya da başka bir üretim süreci için kaynak ya da yarı mamul olarak değerlendirilmesi anlamına gelmektedir. Tehlikeli atıkların bu noktada genel çerçevede geri dönüşümleri sıklıkla söz konusu olabilmekte, bertaraf edilmesi için ayrılan kısımlarının da yakılması sırasında elde edilen yüksek oranda enerji ile de geri kazanımın sağlanabilmesi mümkün olabilmektedir. Bertaraf edilmesi gereken sadece yakılma sonrası ortaya çıkan kül ve gazlar olmak-

tadır. Tüm bu faaliyetlerin her anlamda ekonomik bir yük getireceği unutulmamalı ve mümkün olduğunca bu yükten kurtulmak için kaynağında tehlikeli atık üretimini minimize etmek gerekmektedir. BASEL sözleşmesi bu üç noktaya parmak basmaktadır.

BASEL sözleşmesinin ortaya çıkmasından önce Avrupa Birliğine üye ülkeler tarafından pratikte oluşturulan yapılanmanın anlaşılabilmesi gerekmektedir. Bunun için genel bir çerçeve çizilmesi gerekeceği için uygulamanın başlangıç noktasını oluşturan atık yağlar (75/442/EEC) başlıklı kanunla Avrupa Birliğinde konu ile ilişkili yasal dayanakları sırayla açıklamakta fayda vardır.

Avrupa Birliği ülkelerinin aldıkları konu ile ilgili ilk ortak karar atık yağlar ile ilgili olan 75/442/EEC başlıklı kanundur. Bu kanunun üye ülkelere duyurulma tarihi 15 Haziran 1975 olması sebebiyle Avrupa Birliği ülkelerindeki top yekûn tehlikeli atık yönetimi çalışmalarının da miladı sayılmaktadır. Bu kanuna göre ortak bir atık tanımı oluşturulmuş ve gelecekte bir çatı halini alacak olan BASEL sözleşmesinde kullanılan atık tanımı şekillendirilmiştir. Bunun yanı sıra atıkla ilk halka içerisinde ilişki içinde olan tüm taraflar tanımlanmış ve gerekli olan tüm terimler kavram karmaşası oluşmaması adına belirtilmiştir (Framework Directive on Waste). Atık konusunda hangi ülke tarafından uygulamaya konulduğuna bakılmaksızın en önemli adım olan atık oluşumunun engellenmesi konusu ile ilgili çalışmalara önem verilen kanunda, radyoaktivite içeren atıklar, klinik atıkları, atık sular ve kimyasal atıklar kanun kapsamının dışında tutulmuştur. Buna sebep olarak da adı geçen atıkların geri dönüşümü ya da bertarafı için gerekli olan işlemlerin farklılık arz etmesi gösterilmiş ve karakteristik özelliklerine göre ayrı kanunlarca denetlenmelerine imkân verilmiştir (<http://www.wasteonline.org.uk/resources/Wasteguide/html>).

Son olarak da gelişime açık olan bir konu olması sebebiyle uygun ve pratikte de faal olabilecek bir haberleşme ağı kurulmasına, gerekli olan yapılanmaların bu ağı ile duyurulmasına karar verilmiştir (Framework Directive on Waste). Günün şartları ve teknolojik imkânları göz önüne alındığında ve ilk olması sebebiyle üye ülkelerde atık yönetimi uygulamalarını bir çatı altına toplayabilecek bir kanun olarak karşımıza çıkmaktadır. 1975 yılında üye ülkelerin onayı ile yürürlüğe giren bu kanun ile tehlikeli atık yönetiminin Avrupa Birliği kararlarında yer almaya başlamıştır (Council Directive of 15 July 1975). Bu tarihten bir ay sonra yine Avrupa Birliği üye ülkeleri tarafından yürürlüğe konulan başka bir kanunla tüm işlem görmüş ve aynı amaçla tekrar kullanılması mümkün olmayan atık yağların tek bir elden toplanarak uygun şekilde geri dönüşüme tabii tutulması gerektiği, bunun mümkün olmadığı durumlarda ise uygun şekilde bertaraf edilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken detay atık yağların sadece geri dönüşüme tabii tutulmalarına imkân tanınmasıdır (Council Directive of 16 June 1975). Çalışmaların

devamlılığının sağlanabilmesi ve üye ülkelerde uygulanmakta olan kanunların bir çatı altında toplanabilmesi için ortaya konan atık çerçeve kanunu özel atıklar olarak gruplandırılan ve özel işlem gerektiren atıkları kanuna dâhil etmemesi sebebiyle atık yağlar için ek bir kanun yürürlüğe konmuştur. Aynı şekilde titanyum dioksit endüstrisi atıkları içinde 20 Şubat 1978 yılında bir ek kanun daha Avrupa Birliği üyeleri tarafından yürürlüğe konmuştur. Bu kanunda da bahsi geçen endüstri grubuna ait işletmeler tarafından ortaya çıkartılan atıkların uygun şartlarda ve en az zararlı geri kullanımı ve bertarafı istenmekte olup gerekli olan teknolojinin üye ülkeler tarafından kullanılması istenmektedir. Konu da bahsi geçen atıkların yüksek derecede zararlı olması sebebiyle yasal boşlukların kalmaması için detaylı bir liste verilmiş ve atıkların her ne sebeple olursa olsun listelenen çevresel yapılara boşaltılmaması veya sızdırılmaması istenmiştir (Council Directive 78/176/EEC). Tehlikeli atıklar ile birebir ilişkili olarak adlandırılacak ilk kanun olan titanyum dioksit endüstrisi atıkları (78/176/EEC) kanunu bu anlamda özel bir ilgiyi hak etmektedir.

Özel atıklar ile ilişkili kanunlar takip eden yıllarda da yürürlüğe konmaya devam etmiştir. 12 Haziran 1986 yılında üye ülkelerin ortak kararı ile yürürlüğe giren arıtma çamurları ve kullanımlarını denetleyen ve sınırlayan kanun ile elde bulunan kanunlar arasındaki boşluklardan yararlanarak çevreye zarar verilmesine mani olunmaya çalışılmıştır. Bu kanunda (86/278/EEC) da kısaca arıtma çamuru olarak kullanılan sulu toprağın tarım arazilerine terk edilmemesi ve atık olarak değerlendirilmesi gerekliliği üzerinde durulmuştur (Council Directive 86/278/EEC).

Kanunların ana temasının ortaya çıkan atıkların çevreye karışmamasının olması ve yeterli geri dönüşüm oranlarının yakalanamaması sebebiyle ortaya çıkan depolanamaz boyuta varan atıklardan kurtulmak için gerekli olan bertaraf tesislerinin oluşturulması gerekmektedir. Bu sebeple üye ülkeler öncelikle evsel katı atıkların bertarafını yapabilmek amaçlı olarak atık yakma tesislerinin kurulmasına izin veren ancak kanuni olarak sınırlarını ve kısıtlarını ortaya koyan kanunları yürürlüğe koymuşlardır. Öncelikle kurulabilecek olan ya da halen faaliyetlerini sürdüren atık yakma tesislerinin hava kirliliğine yol açmayacak teknolojiye sahip olmaları ve gerekli denetimleri yaparak hassasiyet göstermeleri gerektiği 8 Haziran 1989 tarihli kanun ile yürürlüğe konmuştur (Council Directive 89/369/EEC). Bu kanuna (89/369/EEC) göre bertaraf tesislerinin çevreye bırakacakları maksimum toz miktarı belirtilerek gaz halindeki atıkların tanımları yapılmaktadır. Bu kanunda sadece emisyon oranların toz miktarına bağlanmasının eksikliği görülmüş ve 21 Haziran 1989 yılında yeni bir kanun (89/429/EEC) ile atmosfere salınan gazların kimyasal değerleri de sınırlandırılmıştır (Council Directive 89/429/EEC).

Akü ve pillerin içeriklerinin çevreye olan zararı bilinmekle birlikte konunun bu denli önemli olabileceği ve gerekli tedbirlerin alınmaması durumunda tamiri imkânsız

hasarlara sebep olacağı geç fark edildiği için 18 Mart 1991 yılında pil ve aküler ile bu maddelerin uygun şartlarda toplanması, geri dönüşümün yapılması ve bertarafının sağlanması için kanun uygulanmaya başlamıştır (Council Directive 91/157/EEC).

Gelişen teknoloji ve artan nüfusa bağlı olarak Avrupa Birliği üye ülkeleri atık ana başlığı altında toplanan bu sorunun daha anlamlı ve kolay çözümlenebilmesinin sağlanması adına 12 Aralık 1991 tarihli tehlikeli atık direktifini (91/689/EEC) yürürlüğe koymuştur. Bu sayede ilk kez resmi kaynaklarda atık yönetimi alt dallara ayrılmış ve tehlikeli atık yönetimi kavramı ortaya çıkmıştır. İlk kez birlik genelinde ortak bir tehlikeli atık tanımı yapılmış ve konuya ilişkin atıklar listelenerek diğer evsel katı atıklardan ayrılmıştır (Council Directive 91/689/EEC). Bu sayede tehlikeli atık ya da özel atık olarak adlandırılan atıkların sınıflandırılmasına imkân verilmiş yapısı ve ortaya çıktığı üretim süreçlerine göre de olsa farklılıkları ortaya konmuştur.

Tüm alt yapı çalışmaları tamamlandıktan ve gerekli olan atık sınıflandırılmaları yapıldıktan sonra sorunun sadece belirli bir grubun ya da coğrafyanın sorunu olmaması sebebiyle Avrupa Birliğine üye ülkeler, aday ülkeler ve ilişki içinde olan tüm ülkeleri de kapsayan ve karşılıklı imzalarla güvenli hale getirilen BASEL sözleşmesi 5 Mayıs 1992 tarihinde yürürlüğe girmiştir (<http://www.basel.int>).

Bu süreci tamamlayacak olan ve BASEL sözleşmesi sonrası Avrupa Birliği ülkeleri sınırları içerisinde standardın yakalanması için gerekli olan son düzenleme de atıkların taşınması ve sınırlar arası atık ticaretini düzenlemek için yürürlüğe girmiştir (Council regulation EEC no 259/93).

Tehlikeli atıkların ne olduğu ve ne tür özellikler taşıdıkları netleştirildikten sonra gerekli olan bertaraf işlemlerinin yapılması için ihtiyaç duyulan yasal süreç başlatılmış ve konuyla ilişkili kanun 16 Aralık 1994 yılında yürürlüğe konmuştur (Council Directive 94/67/EEC). Bu kanun ile tehlikeli atık yakma tesislerinin uyması gereken kurallar standart hale taşınmış ve çevresel zararların minimize edilebilmesi için kısıtlar belirlenmiştir. Bu kısıtlar ve tesis oluşturma standartları tehlikeli atık bertaraf işlemlerini düzene sokmakta ve gerekli olan özel ilgiyi ve teknolojiyi tehlikeli atıklar üzerine çekmektedir.

Özel atıklara olan ilgi devam etmekte olup 20 Aralık 1994 yılında üye ülkeler tarafından kabul edilen bir kanunla ambalaj atıkları ve ambalaj malzemesi atıkları için yeni bir yapılanmaya gidilmiştir (European Parliament and Council Directive 94/62/EEC). Bu kanun ile ambalaj malzemeleri ve ambalaj atıkları arasında bir sınıflandırma yapılmakta ve tehlikeli atık kapsamına girenler ile evsel katı atık olarak adlandırılacak olanlar farklı metotlar ile geri dönüşüme tabii tutulmakta ya da bertaraf edilmektedirler. Aynı şekilde 16 Eylül 1996 tarihinde alınan başka bir

kararla PCB/PCT ihtiva eden atıkların bertarafına ilişkin kanun yürürlüğe konmuştur (Council Directive 96/59/EEC). Konuda bahsi geçen kimyasal yapının ilk atık çerçeve kanununda yer alan özellikler ile zararsız hale getirilmesi yayın tarihine kadar mümkün gözükse de uygulamalarda ortaya çıkan boşluklar atık üreticileri tarafından suiistimal edilmekte ve yeni bir kanuna ihtiyaç doğmaktadır. Bu kanun ile PCB ve PCT içeren her türlü atık aynı kategoriye sokulacak ve aynı işlemlere uğrayacaktır. Avrupa Birliğine üye ülkelerin konuya olan hassasiyetlerinin gelişmesi sonucu 24 Eylül 1996 yılında yayınlanan kanun (96/61/EEC) ile kimyasal elementler tanımlanmış ve bütünleşmiş kirlilik adı altında yeni bir kavramla tanışılmıştır. Bu kavramda yüklenilmek istenilen anlam kirliliğe sebep olan elementlerin tespit edilmesi gerekliliği ve uygun bertaraf yollarının seçilmesi ihtiyacıdır. Ancak bu kanunda asıl dikkat çekici olan nokta ilk kez “kirleten öder” anlayışının ortaya çıkmasıdır. Devlet sorumluluğu taşımaya devam ederken aynı sorumluluğun tamir kısmında soruna sebep olan tarafları da faaliyetlere katılmaya davet etmektedir. Bu sayede maddi risk almamak için atık üreticileri ürettikleri atık miktarını en aza indirmek için daha dikkatli ve hevesli olmak zorunda kalmışlardır (Council Directive 96/61/EEC).

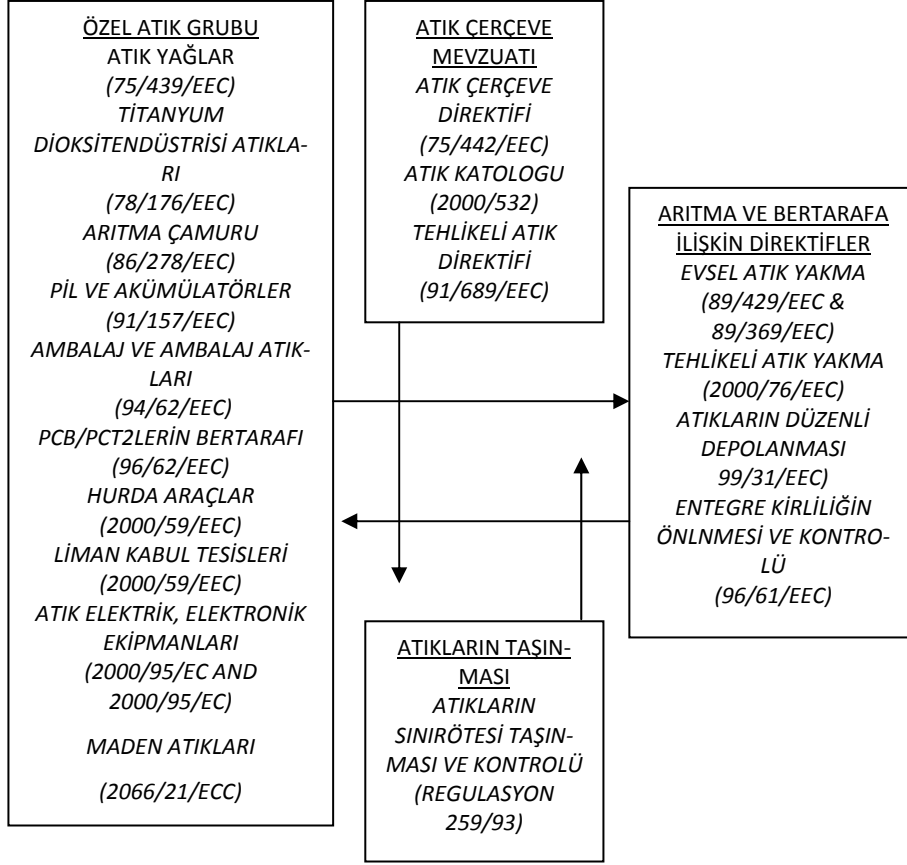
18 Eylül 2000 tarihli hurda araçların atık kapsamında değerlendirilmesi kanunu (Directive 2000/53/EEC), 27 Kasım 2000 tarihli liman kullanımı ve liman atıklarının denetimi ve yönetimi kanunu (Directive 2000/59/EEC) özel atık statüsünde olan atıkların daha net bilinmesi ve incelenebilmesini sağlamak amacıyla yürürlüğe konmuştur.

Bu arada tehlikeli atıkların listesindeki detay azlığının suiistimallere sebep olması için 3 Mayıs 2000 tarihinde atık kataloğu komisyon kararı ile yayınlanmıştır. Bu katalogda yer alan kimyasal maddeler ve bileşikler net bir şekilde tarif edilmiş ve gerekli uyarılar ve beklenen zararları ortaya konmuştur (<http://europa.eu.int>).

4 Aralık 2000 tarihli atıkların yakılması ile ilişkili kanunun (2000/76/EEC) çıkması ile de her tür atık bertarafı işleminin sonucunda ortaya çıkabilecek muhtelif gazların denetlenmesi ve gerekli tesisi yapılanmalarının tüm atıklara uygun şekilde oluşturulması kararına varılmıştır (Directive 2000/76/ECC).

Konunun temelini oluşturması ve özellikle Türkiye’de oluşturulan tehlikeli atık yönetiminin altyapısını oluşturması sebebiyle BASEL sözleşmesinin detaylı olarak incelenmesinde fayda görülmüştür. İhtiyaç duyulmasının ve taraflar tarafından algılanması ve kabul edilmesinin sebeplerinin anlaşılması tehlikeli atık yönetimine duyulan ihtiyacın sebeplerini de netleştirecektir. Avrupa Birliğine bağlı ülkeler tarafından ortaya konan atık yönetiminin tarihsel gelişimi Şekil 1. de verilmiştir.

Şekil 1: Avrupa Birliği Atık Yönetimi Politikası



Kaynak: Erdem, (2006).

1.2. Türkiye’de Tehlikeli Atık Yönetiminin Yasal Kronolojisi

1980’li yılların sonlarına doğru devletlerin çevreye karşı hassasiyetlerinin artması ve bunu kanuni yaptırımlar ile atık üreticilerine hissettirmesi sonucu tehlikeli atık depolaması ya da bertarafı için yüksek maliyetler ortaya çıkmıştır. Bu maliyetlerden kurtulmak için atık üreticileri alternatif yollar aramaya başlamışlar ve gelişmekte olan ülkelere bu atıkları transfer etmenin maliyet açısından avantaj sağlayacağını fark etmişlerdir. Bu transferlerin başlaması ile özellikle bu ülkelere komşu olan ülkeler BASEL sözleşmesine ve uygulamalarına ihtiyaç duymaya başlamıştır.

Gelişen ve yaygınlaşan bu anlayış ile öncelikle Avrupa Birliğine üye ülkelerde bu bir sorun olarak algılanmış, daha sonra aday ülkelerde de bu atıkların birikimi söz konusu olmuştur. Bu sebeple öncelikle bu ülkelerin sözleşmeye ve kanuni uygulamalara ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Diğer taraftan transferler sırasında oluşabilecek kazaların büyük tehdit oluşturması ve kazanın olduğu bölgedeki tüm canlı hayatını etkileyecek olması sebebiyle sözleşmeye tüm ülkelerin katılımının sağlanması ihtiyacı ortaya çıkmış ve söz konusu sözleşme dar bir alandan küresel boyuta taşınmıştır.

Türkiye ise bu 22 Mart 1989 tarihinde imzaya açılan bu sözleşmeye 28 Aralık 1993 yılında imza atmış ve 15 Mayıs 1994 tarihli Resmi Gazetede yayınlanan bakanlar kurulu kararı ile de hayata geçirmiştir (21935 Sayılı Resmi Gazete).

BASEL sözleşmesinde önce Türkiye’de bahsi geçen tehlikeli atık mevzuatının varlığından söz etmek çok mümkün olamamaktadır. Konuyla ilgili yapılan çalışmalar belediyecilik anlayışından öteye geçememiş ve kanunsal dayanak olarak daha sonra yetersiz görülecek olan Çevre Kanunu ve buna bağlı olan Katı Atıkların Kontrolü Yönetmeliği uygulamada kullanılmıştır.

Bu yönetmelikte evsel atıklar ile endüstriyel atıklar ayrıştırılmamış ve sadece verdikleri tepkiler bazında farklılaştırılmışlardır. Atık kavramının bile tanımlanmasında yetersizlikler söz konusu olmuştur. Özellikle bertaraf işlemlerinde kullanılan yolun yakma olması durumunda ne gibi standartlara sahip olunması gerektiği gibi konular da çok geniş yorum alanı bırakılmıştır. Kanunun yürürlüğe girdiği tarihte Avrupa Birliği ülkelerindeki uygulamalar Türkiye’nin bu çerçevede ne denli yavaş hareket ettiğini gözler önüne sermektedir. Özellikle tehlikeli atık kavramındaki esnek tanım “Patlayıcı, parlayıcı, kendiliğinden yanmaya müsait, suyla temas halinde parlayıcı gazlar çıkaran, oksitleyici, organik peroksit içerikli, zehirli korozif, hava ve su ile temasında toksik gaz bırakan, toksik ve ekotoksik özellik taşıyan ve Bakanlıkça tehlikeli ve zararlı atık olduğu onaylanan atıklar” (Katı Atıkların Kontrolü Yönetmeliği 14.03.1991 tarihli 20814 Sayılı Resmi Gazete) konunun uygulamada denetiminin yetersiz kalacağına sinyallerini vermektedir. Ancak söz konusu olan yönetmeliğin 1991 yılında yürürlüğe çıkmış olması ve 1994 yılında BASEL sözleşmesine değin tek yönetmelik olarak yasal platformu oluşturması sebebiyle incelenmesi gerekmektedir.

20 Mayıs 1993 tarihli tıbbi atıkların kontrolü yönetmeliğinin çıkması ile Türkiye’de konuyla ilişkili 3. kanuni uygulama hayata geçmiştir. Ancak burada dikkat çeken bir husus bu yönetmeliğin 22 Temmuz 2005 gün ve 25883 sayılı Resmî Gazete de yayınlanan aynı adlı yönetmelikle yürürlükten kaldırılmasıdır. Söz konusu olan ilk yönetmelik içerik anlamında incelenememekle birlikte kronolojik anlamda bu sorunun varlığından haberdar olduğunun bir göstergesi olarak kabul edilmelidir.

1994 yılında yayınlanarak yürürlüğe giren BASEL sözleşmesi ile Türkiye’de atık yönetiminin oluşmaya başladığı hatta tehlikeli atık yönetimine ağırlık verilmeye başlandığı görülmektedir. BASEL sözleşmesini takip eden Türkiye’de tehlikeli atıkların kontrolü yönetmeliği 27 Ağustos 1995’de, yürürlüğe girmiştir. Bu tarihe kadar tehlikeli atıkların bertarafı için diğer mevcut yönetmeliklerin bazı özel maddelerindeki özel hükümler uygulanmaktaydı. Belediyelerce inşa edilmekte olan düzenli çöp depolama alanları, 14 Mart 1991 tarihinde yürürlüğe girmiş olan ve de tehlikeli atıklar dışındaki evsel ve endüstri atıkları için düzenlenmiş olan, katı atıkların kontrolü yönetmeliği esaslarınca projelendirilmekte ve inşa edilmekteydi. 11 Temmuz 1993 yılında yayınlanan tehlikeli kimyasal madde ve ürünlerin kontrolü yönetmeliği kimyasalların tehlike kategorilerine göre tanımlamanın yanı sıra atıkları üründen ayıran bir tanımlamayı da getirmiştir. Bu yönetmelik, kimyasal maddelerin etiketlenmesi, taşınması ve depolanmaları ile ilgili düzenlemeleri getirmiştir. 22 Mart 1989 tarihinde ortaya konan "Tehlikeli Atıkların Sınırlar Ötesi Taşınım ve Bertarafının Kontrolü" konusundaki BASEL sözleşmesi, 15 Mayıs 1994 tarihinde Türkiye’de de yürürlüğe girmiştir. 27 Ağustos 1995’de yürürlüğe konan tehlikeli atıkların kontrolü yönetmeliği BASEL sözleşmesindeki esaslara dayalıdır (Zanbak, Tugal,1997:11).

Burada bir parantez açılması gerekmektedir. Bu noktada Avrupa Birliğine üye ülkelerin konu ile ilişkili alt yapı çalışmalarını ne şekilde yaptıkları ortaya konmuş olup Türkiye’deki uygulamanın tündengelim mantığı ile ana sözleşme ile ilişkili yönetmelikler oluşturmak olduğu kronolojik listeleme sırasında kendini göstermektedir.

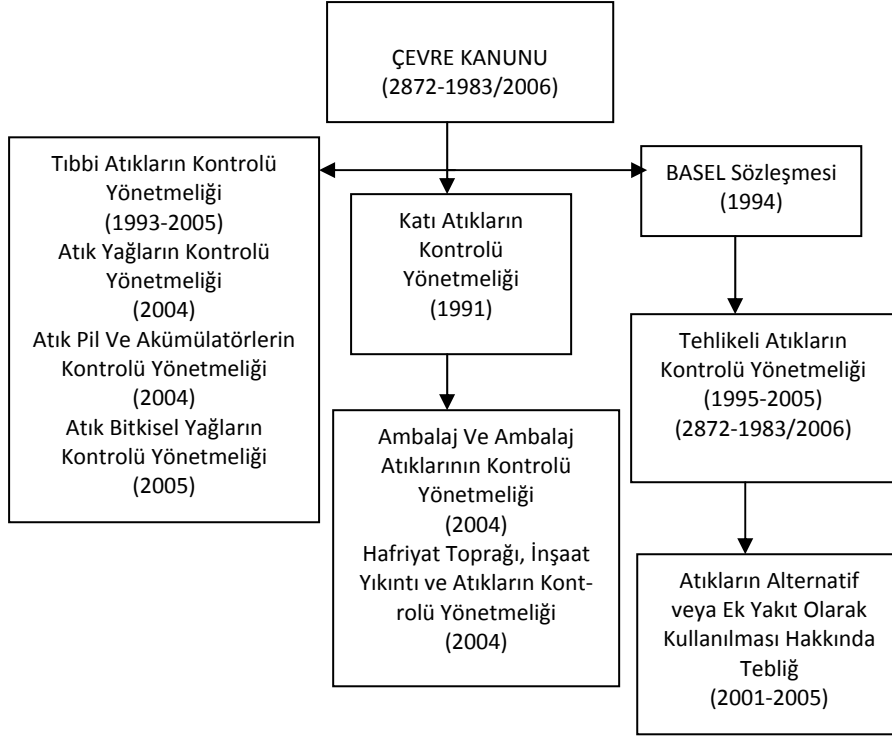
Tehlikeli atıkların kontrolüne ilişkin yönetmeliği takip eden yönetmelikte ise geri kazanım anlayışının devamı sayılabilecek olan çimento fabrikalarında atıkların alternatif veya ek yakıt olarak kullanılmalarında uyulacak genel kurallar hakkında tebliğ 8 Aralık 2001 tarihli ve sayılı 24607 Resmi Gazete de yayınlanmıştır. Bu yönetmelikte 2005 yılında tekrar düzenlenerek yayınlanmış ise de ilk yönetmelikte sadece çimento fabrikalarına tehlikeli atık kapsamına giren atık yağların alternatif yakıt olarak kullanılabilme hakkı verilmektedir. Bu yönetmeliğin düzenlenmesi sonucu çimento fabrikalarından istenen standart ve güvenlik kısıtlarını temin edebilen tüm işletmelere bu hakkın verilmesi söz konusu olmuştur.

Bu yönetmelikte kullanılan atık yağlarla ilgili düzenleme ise 21 Ocak 2004 yılında 25353 sayılı Resmi Gazete de yayınlanan atık yağların kontrolü yönetmeliği ile yasal bir zemine oturtulmuştur. Bu yönetmelikte söz konusu olan atık yağların özellikle çevreye bırakılmamaları ve uygun şartlar sağlanarak taşınması, depolanması ve bertaraf edilmesi amaçlanmıştır. Söz konusu yönetmelikte kullanılan tanımların BASEL sözleşmesinde kullanılan tanımlarla birebir aynı olduğu unutulmamalıdır. 18 Mart 2004 tarihli ve 25406 sayılı Resmi Gazete de yayınlanan hafriyat toprağı, inşaat ve yıkıntı atıklarının kontrolü yönetmeliği, inşaat alanlarında ve

yıkıntılarda bulunması muhtemel boya kalıntıları, asbest vb. tehlikeli atık kapsamına giren kimyasal yapıların bertarafını ve depolanmasını denetlemek ve düzenlemek için yürürlüğe girmiştir. Bu sayede fark edilmesi çok da mümkün olmayan bir tehdit ile ilişkili kanuni zemin kurulmuş ve gerekli tedbirlerin alınmasına çalışılmıştır. Aynı sene içerisinde 30 Temmuz 2004 tarihli ve 25538 sayılı Resmi Gazete de yayınlanan Ambalaj ve Ambalaj Atıklarının Kontrolü Yönetmeliği ile öncelikle çevreye uyumlu ambalaj üretiminin yapılmasının sağlanması, daha sonrada uygun olmayan ambalajların çevreye verilmesinin önlenmesi ve gelecekte uygun teknolojilerin tercih edilerek ambalaj ve ambalaj atıklarının tehdit edici yapısının sona erdirilmesi amaçlanmıştır. 31 Ağustos 2004 tarihli ve 25569 sayılı Resmi Gazete de yayınlanan Atık Pil ve Akümülatörlerin Kontrolü Yönetmeliği ile de ilk adım olarak çevreye zararlı üretimlerin engellenmesinin sağlanması, daha sonra da kullanımda olan mamullerin uygun şart ve teknoloji ile bakım ve onarımının yapılarak kabul edilebilir standartlara çekilmesinin sağlanması söz konusu olmuştur. Özellikle mamülün farklı yapılar içermesi sebebiyle içindeki zararlı madde miktarlarının denetlenmesi kanuni bir yapıya kavuşturulmuştur. Özel atık kapsamında sayılabilecek olan son yönetmelikte ise bitkisel yağların kontrolü sağlanmıştır. 19 Nisan 2005 tarihli, 25791 sayılı Resmi Gazete de yayınlanan yönetmeliğe göre bitkisel yağ atıklarının da kontrolü bio-enerji kapsamında değerlendirilmesi, taşınması, bertaraf edilmesi ve en fazla önem arz eden üretilmesinin engellenmesi bu yönetmelikle kanuni bir yapıya kavuşturulmuştur.

2005 yılı sonu itibariyle tehlikeli atık yönetimi anlayışı içerisinde BASEL sözleşmesine dayanarak oluşturulan özel atık kapsamına sokulması mümkün atıklar için yönetmelikler hazırlanmış olup, bu yönetmelikler katı atıkların kontrolü yönetmeliğine bağlı olarak yasalaştırılmışlardır. Tümdengelim anlayışı ile oluşturulduğu söylenen bu kanuni zemin yeterli gücü sağlamakta sorunlar yaşamış ve 2005 yılında konuyla ilişkili tüm yönetmeliklerde değişiklikler yapılmış hatta bazı yönetmeliklerin ilk halleri yürürlükten kaldırılmıştır. Yapılan 2005 yılı düzenlemelerinin ardından tüm yönetmelikleri kapsayacak, dolayısıyla tehlikeli atık yönetimini de içine alacak olan Çevre Kanunu 13 Mayıs 2006 tarihinde 26167 sayılı Resmi Gazete de yayınlanmıştır. Böylelikle yönetmeliklerin kanunlaştırılması ve daha emin bir şekilde sürdürülebilir çevrenin korunması için çalışmalar tamamlanmıştır. Ancak burada tehlikeli atıkların yönetimi için kullanılan ve özel ilgiye sahip olan tehlikeli atıkların kontrolü yönetmeliğine biraz daha değinmek gerekmektedir.

Şekil 2: Türkiye’de Katı Atık Mevzuatı



Kaynak: Erdem, (2006)

Tehlikeli atıkların kontrolü noktasında yönetmelik bu konuda zincirin birer halkası olarak kabul ettiği birimlere sorumluluklar ve görevler vermiş ve bunların uygulanmasının denetimini Bakanlığa devretmiştir (Monz, McDonough, 2007:13). Bu sistem içerisinde mahallin en büyük amirinden başlayan zincir belediyelere, belediyelerden atık üreticilerine, atık üreticilerinden de bertaraf hizmeti veren işletmelere kadar devam etmektedir. Zinciri tamamlayan halkaların görev ve sorumluluklarına değinmeden önce prensipte yönetmeliğin ulaşmak istediği noktayı açıklamakta fayda vardır.

Tehlikeli atık yönetmeliğinin dayanağı olan Çevre Kanunu ve BASEL sözleşmesinin uygulamada ilk planda çıkan ortak kararı, her türlü atığın ithali ve taşınması bahsi geçen yönetmeliğin 41. maddesinde belirtilen hükümler saklı kalmak kaydıyla yasaklanmaktadır. Bu yasaklamanın getirisi olarak atıkların kaynağında en aza indirilmesi ilk hedef olarak algılanmakta, riskleri en aza indirmek adına atık yönetiminin her safhasında sorumlu kişiler, çevre ve insan sağlığına zarar vermeyecek tedbirleri almakla mükellef tutulmaktadır. Atıkların yarattığı çevresel kirlenme ve

bozulmadan doğan zararlardan dolayı atık üreticileri, taşıyıcıları, bertaraf edicileri kusur şartı aranmaksızın sorumlu tutulacaklardır ve bu sebepten dolayı doğacak hasarları tazmin etmek ve verilecek cezaları kabul etmek zorundadırlar. Sistem içerisinde en fazla hatanın oluşmasına sebep olan faaliyetlerin düzenlenmesi için yürütülecek olan çalışmalarda gerekli olan kaynakların ayrılmaması sebebiyle yönetmelik "Atıkların yönetiminden kaynaklanan her türlü çevresel zararın giderilmesi için yapılan harcamalar kirleten öder prensibine göre atıkların yönetiminden sorumlu olan gerçek ve tüzel kişiler tarafından karşılanır. Atıkların yönetiminden sorumlu kişilerin çevresel zararı durdurmak, gidermek ve azaltmak için gerekli önlemleri almaması veya bu önlemlerin yetkili makamlarca doğrudan alınması nedeniyle kamu kurum ve kuruluşlarınca yapılan gerekli harcamalar 21.7.1953 tarihli ve 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun hükümlerine göre atıkların yönetiminden sorumlu olanlardan tahsil edilir" ilkesini ortaya koymuştur (Tehlikeli Atıkların Kontrolü Yönetmeliği). Bu sayede işletmelerin herhangi bir mali yükten kaçınma adına yaratacağı ihmalden çevrenin zarar görmesinin engel olunması mümkün olabilecektir.

Bertaraf tesislerinin planlanması ve desteklenmesi anlamında büyük destek veren Bakanlık ehil kişilere ve gerekli teknolojiye sahip olmayan işletmelere lisans vermemekte atıkların, Bakanlıktan lisans almış bertaraf tesisleri dışında üçüncü kişiler tarafından ticari amaçlar ile toplanmasını, satışı ve bertaraf edilmesini, diğer yakıtlara karıştırılarak yakılmasını yasaklamaktadır.

Mahallin en büyük amiri olarak adlandırılan görevli her ne kadar valilik makamı ise de konuyla direk ilgili olan birim il çevre müdürlüğüdür. Bu müdürlük bünyesinde il sınırları genelinde planlanan atık yönetimi çalışmalarının uygulamalarının denetiminin yapılması, sürekli ya da geçici depolanma alanlarının tespit edilmesi ve şartlara uygunluğu ile karşılaştırılarak gerekli izinlerin verilmesi, üreticilerden alınacak olan ve envanterin ve bilânçonun tespitinde önemli veriler sağlayan atık beyannamelelerinin toplanması, üretilmiş olan ve depolanamayan ya da transfer edilmesi gereken atıkların transferlerini sağlayacak olan ara lojistik hizmetlerinin denetlenmesi ve belgelendirilmesi çevre il müdürlüğünün zincirdeki görevleridir.

Belediyeler ise özellikle evlerden kaynaklanan tehlikeli atıkların toplanması depolanması geri kazanım ve son olarak da bertarafına ilişkin planlamalar yapmak ve projeleri il müdürlüğüne sunmakla yükümlüdürler. Aynı zamanda gerek belediye bünyesinde gerekse atık üreticileri ya da bertarafçılarla oluşturulacak ortaklıklarla bertaraf tesisleri kurmak veya kurdurmak ve bu tesislerin kuruluş ve işletim süreçlerinde ihtiyaç duyulan desteği de sağlamak zorundadırlar.

Bu konuda en fazla yükümlülük taşıyan halka ise elbette üreticilerdir. Sorunun temelinde üretim sırasında ortaya çıkan atıkların olması ve bu atıkların yönetilmesinde söz konusu olan mali yük üreticilerin sorumluluğunda olmaktadır. Bu sebep-

ten dolaydır ki söz konusu olan atıkların en aza indirgenmesi için yapılacak olan çalışmalar ve süreç sonrası ortaya çıkan tehlikeli atıkların tekrar ekonomiye kazandırılması işlemleri gerek başlangıç noktasında azaltılması gerekse geri kazanılmasıyla üreticilere maddi avantaj sağlanması şansına sahiptir. Diğer taraftan özellikle bertaraf işlemleri için yüklenilmesi gereken mali ve sosyal yükler yine üretim süreci içerisinde değer katıcı bir işlem olarak değer kazanabilecek olan bertaraf tesislerinin kurulması ile hafifletilebilecektir. Bu tesislerin kurulması ve işletilmesi ekonomik değer kazandıracığı gibi, atık üreticileri için yeni bir iş imkânı da olacaktır. Söz konusu yatırımların yapılmasında zincirin tüm halkaları işletmelere destek sağlamakla yükümlüdür.

Bu zincirin son halkası olan ve maalesef Türkiye’de en fazla ihmale uğrayan bertaraf tesislerinin yükümlülükleri ise çok daha basit ve sonuç vericidir. Her ne şekilde oluşmuş olursa olsun bu noktaya taşınmış olan atıkların çevreye ve insana hiçbir şekilde zarar vermesine imkân vermeyecek şekilde bertaraf edilmesi gerekmektedir. Bertaraf tesislerine ulaşılmış olan atıkların geri kazanım imkânı ekonomik anlamda söz konusu olabilirken geri dönüşümü söz konusu olmamalıdır. Herhangi bir geri dönüşüm söz konusu ise diğer halkalardan en az birisinde sorun olduğu ve sürecin doğru çalıştırılmadığı söylenebilir. Bu adıma taşınmış olan atıkların bertaraf öncesi ve sonrası zararlarının en az indirilmesi çevre ve insan için taşıdığı risklerin ortadan kaldırılmış olması gerekmektedir. Ekonomik anlamda bertaraf tesislerinin gelir kaynağı verdikleri hizmet olarak algılanmalı ve bu hizmetin maliyetleri atık üreticilerine yüklenilmelidir. Verilen hizmet sonrası elde edilecek ekonomik kazanımlar ise bertaraf tesisleri için büyük bir ekonomik avantaj olacaktır. Bu tesislerin nerede ve kimler tarafından kurulacağı ciddi çalışmalar gerektirmektedir ve gerekli olan yatırım ve altyapı çalışmaları için destekler sağlanmalıdır (Tehlikeli Atıkların Kontrolü Yönetmeliği).

2. Sonuç

Atık yönetiminin kapsamında ortaya çıkan atıkların öncelikle kaynakta en aza indirilmesi, insanlara ve çevreye zarar vermeyecek şekilde toplanması, depolanması, taşınması ve bertaraf edilmesi esastır. Söz konusu yönetimin pratikte de uygulanabilir olmasının sağlanabilmesi adına yapılan tüm yasal çalışmaların detaylandırılması ülkelerin konuya karşı gösterdikleri hassasiyetin de göstergesi olmaktadır. Özellikle Avrupa birliğine girmeyi amaçlayan aday ülkelerden birisi olan Türkiye’nin bu konuda ortaya koyduğu çabaların dikkatle incelenmesi gerekmektedir. Avrupa birliğinin kurucu üyeleri ile başlayan daha sonra yeni katılımlar ile birlikte halka halka yayılan çevre hassasiyeti özellikle atık yönetimi noktasında yasal yapıların çok erken dönemde kurulmasına sebep olmuştur. Sadece atık yönetiminin ilerleyen dönemlerde endüstriyel üretimin artması sebebiyle yetersiz kalması, tehlikeli atık yönetiminin başlı başına bir konu olarak ele alınmasına sebep olmuş-

tur. Günün ihtiyaçlarına göre, ilk etapta farklı üye ülkelerin önceliklerine bağlı olarak yasal mevzuatlar şekillendirilmiştir. Uygun yapının tüm üye ülkeler tarafından benimsenmesi gerektiği özellikle ekonomik sınırların kalktığı süreçte önemli bir unsur olarak karşılına çıkmış ve buna bağlı olarak üye ülke farklılığı gözetmeksinin daha geniş bir yapının oluşturulması ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Çalışmanın başında konu edilen Avrupa Birliği Üye Ülkeleri tarafından oluşturulan ortak yasal mevzuatla uygulamaya geçilmiş, zaman içerisinde eksiklikleri duyulan noktalar yeni düzenlemeler yapılarak sistem güncellenmeye devam etmiştir. Burada bahis konusu olan geniş yapı ile amaçlanan durum, daha esnek bir hareket alanı için düzenlemelerin yapılması olmayıp tam tersine bir çatı altında çok daha kesin sınırları çizilmiş tehlikeli atık yönetimi mevzuatının hazırlanmasıdır. Yıllar süren çalışmalar ve yasal zeminli uygulamalar BASEL sözleşmesi ile birlikte bir araya getirilmiş ve tüm üye ülkeler hatta aday ülkeler tarafından uygulanır hale gelmiştir.

Avrupa birliğine üye ülkeler tarafından daha sonraki dönemde BASEL sözleşmesi olarak adlandırılacak yapının temelleri atıldığı dönemde Türkiye’de varlığından bahsedilebilecek bir tehlikeli atık yönetiminden söz etmek ne yazık ki mümkün olamamıştır. Atık genel anlamda ele alınmış ve Çevre Kanunu ile desteklenerek genel bir atık yönetimi ortaya konmaya çalışılmıştır. Zamanla anlaşılacağı üzere bu yapının da sağlıklı çalışmadığı ortaya çıkmıştır. Geçen zaman süresince Avrupa Birliğine üye ülkeler kendi ülke sınırları içerisinde tehlikeli atık ve yönetimi konusunda çalışmaları sürdürürken Türkiye’de tehlikeli atık kavramı yeni yeni oluşmaya başlamış ancak halen genel atık sınıflandırılması içerisinde çıkartılarak özel bir statüye kavuşturulmamıştır. Çalışmanın geneline bakıldığında Avrupa Birliği Üye Ülkeleri tarafından kabul edilen BASEL sözleşmesinin taraflarından biri olan Türkiye, temel anlayış içerisinde bakıldığında aynı sistemi kabul eden diğer ülkeler ile sistemini bütünleştirmiş ve farklılıkları ortadan kaldırmış gibi görünse de gerçekte durum sürecin sonundan başlayarak başa doğru gidilmesi sebebiyle sorunlara gebe dir. Avrupa Birliği Üye Ülkeleri teknik ve yasal altyapılarını oluşturmaya başladıkları süreçte, öncelikle tehlikeli atıklar ve tehlikeli atık yönetimi üzerine adım adım gitmişler, anlık sorunları çözerken bile uzun vadeli ve kapsayıcı yasalar yaparak çözüme ulaşmışlardır. Bu sebeple uzun zamanın birikimi olan bir yasal mevzuat ortaya çıkmış daha sonra tekrar eden konular ayıklanmış, uygulaması daha kolay daha kapsayıcı bir hale dönüştürülmüştür. Oysaki Türkiye’de en alt seviyede bile ihtiyaç duyulan yasal yapının kurulmasında geç kalınmış, sorunu anlık çözmek için ortaya konan yasal yapı ise kapsayıcılıktan çok uzak kalarak pek çok kanuni boşluğun ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

Çalışmanın tamamı incelendiğinde ortaya konan atık yönetim piramidinde temelden yükselen yapı sağlamlaştırılarak zirvenin tüm piramidi toplaması mümkün olurken, zirveden aşağı doğru kurulan piramitte ise temele yaklaşıldıkça boşluklar ortaya çıkmakta buna bağlı olarak tüm piramidin varlığı tehdit edilmektedir.

İki farklı yapı karşılaştırıldığında birbirlerine benzer, amaç birliği içinde gibi görünseler de birbirini karşılayan yasal yapıların zamanlamaları farklılık göstermektedir. Bu farklılık sorunların temelini oluşturmakta olup, yasal yapı olarak anlaşılammış ve sindirilememiş yaklaşımların sadece Avrupa Birliğine yapılan üyelik müracaatın bekası için kullanılması ve yeterli görülmesi günümüzde yaşanan sorunların temelini oluşturmaktadır.

BASEL sözleşmesi ile Avrupa birliği ülkeleri çatı yapıya kavuşmuş ve ülkeler arasındaki farklılıkları törpülenerek tehlikeli atık konusundaki hassasiyetlerin ön plana taşınmasını sağlamıştır. Türkiye ise aday ülke olması sebebiyle BASEL sözleşmesine imza atmış olmasına rağmen herhangi bir alt yapısı olmaması sebebiyle BASEL sözleşmesine uyum amaçlı yasal düzenlemelere ihtiyaç duymuştur. Sözleşme sonrası farklı alanlarda yapılan uyumlaştırma çalışmaları tehlikeli atık yönetimini de kapsamış ve farklı sektörlerden ortaya çıkan tehlikeli atıkların farklı başlıklar altında işleme tabi tutulması sebebiyle gerekli olan yasal yapılanmalar ortaya konmuştur. Ancak yeterli altyapı oluşturulmadığı ve yeni düzenlemelerin de öncelikle BASEL sözleşmesine bağımlı kalarak yapılması sebebiyle arzu edilen yapının uygulamaya konması mümkün olamamıştır. Özellikle tehlikeli atık yönetimi kapsamında yer alan ve olmazsa olmaz kabul edilebilecek olan bertaraf işlemleri noktasında çok ciddi sorunların olduğu açıktır. Pek çok ülke için bir sonuç hatta bir bildirme niteliği taşıyan BASEL sözleşmesi Türkiye için zorlama bir başlangıç olmaktan öteye halen geçememiştir. Yıllar önce yapılması gereken düzenlemeler halen tamamlanmaya çalışılmakta, özellikle üreticiler tarafından suiistimal edilebilecek yasal boşluklar doldurulmaya çalışılmaktadır. Tüm yapının yeterli bir şekilde faaliyete geçebilmesi bu yaklaşımların devam ettiği sürece çok mümkün gözükmemektedir.

Kaynakça

11.08.1983 Tarihli 2872 Sayılı Çevre Kanunu.

15 Mayıs 1994 Tarihli 21935 Sayılı Resmi Gazete.

Council Directive 78/176/EEC of 20 February 1978 on Waste from the Titanium Dioxide Industry.

Council Directive 86/278/EEC of 12 June 1986 on the Protection of the Environment, and in Particular of the Soil, When Sewage Sludge is Used in Agriculture.

Council Directive 89/369/EEC of 8 June 1989 on the Prevention of Air Pollution from New Municipal Waste Incineration Plants.

Council Directive 89/429/EEC of 21 June 1989 on the Reduction of Air Pollution From Existing Municipal Waste-Incineration Plants.

Council Directive 91/157/EEC of 18 March 1991 on Batteries and Accumulators Containing Certain Dangerous Substances.

Council Directive 91/689/EEC of 12 December 1991 on Hazardous Waste.

Council Directive 94/67/ec of 16 December 1994 on the Incineration of Hazardous Waste.

Council Directive 96/59/ec of 16 September 1996 on the Disposal of (Pcb/Pct).

Council Directive 96/61/ec of 24 September 1996 Concerning Integrated Pollution Prevention and Control.

Council Directive of 15 July 1975 on Waste, (75/442/EEC).

Council Directive of 16 June 1975 on the Disposal of Waste Oils, (75/439/EEC).

Council Regulation (EEC) No 259/93 of 1 February 1993 on the Supervision and Control of Shipments of Waste Within, Into and Out of the European Community.

Directive 2000/53/ec of the European Parliament and of the Council of 18 September 2000 On End-Of Life Vehicles - Commission Statements.

Directive 2000/59/ec of the European Parliament and of the Council of 27 November 2000 on Port Reception Facilities For Ship-Generated Waste and Cargo Residues.

Directive 2000/76/ec of the European Parliament and the Council of 4 December 2000 on the Incineration of Waste.

Erdem, M. (2006), Tehlikeli Atık Yönetimi Semineri, Çevre ve Orman Bakanlığı Atık Yönetimi Daire Başkanlığı.

European Parliament and Council Directive 94/62/EC of 20 December 1994 on Packaging.

Framework Directive on Waste, (75/442/EEC).

<http://europa.eu.int/eurlex/lex/lexuriserv/lexuriserv.do?uri=celex:32000d0532:en:html>, (Erişim: 12.10.2008).

<http://www.basel.int/convention/about.html>, (Erişim:10.10.2008).

http://www.wasteonline.org.uk/resources/wasteguide/mn_legislation_european_eu_affect.html, (Erişim: 12.10.2008).

Katı Atıkların Kontrolü Yönetmeliği 14.03.1991 Tarihli 20814 Sayılı Resmi Gazete.

Monz D. J., F. M. McDonough, "Epa's Proposed Academic Laboratories Rule: A More Flexible Approach to the Management Of Hazardous Waste" Science Direct 12.10.2007.

Tabasaran, O., Avrupa Birliğinde Katı Atık Uygulamalarında Almanya Örneği, Stuttgart Üniversitesi, (Erişim: 30.11.2007).

Tehlikeli Atıkların Kontrolü Yönetmeliği.

Zanbak, C. ve I. B. Tugal (1997), "Ulusal Çevre Eylem Planı Tehlikeli Atıkların Yönetimi".

Sürdürülebilir Kalkınma Gelişmekte Olan Ülkelerde Uygulanabilir Mi?

Serkan GÜRLÜK

Yrd. Doç. Dr., Uludağ Üniversitesi
Ziraat Fakültesi
Tarım Ekonomisi Bölümü
serkan@uludag.edu.tr

Sürdürülebilir Kalkınma Gelişmekte Olan Ülkelerde Uygulanabilir Mi?

Özet

Sürdürülebilir kalkınma, son yıllarda oldukça tartışılan konuların başında gelmektedir. Özellikle 1970'li yıllardan sonra görülen çevresel felaketler, dünya ülkelerini çevrenin de korunmasını mümkün kılacak kalkınma stratejilerini uygulamaya zorlamıştır. Sürdürülebilir kalkınma bu çerçevede ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir kalkınmayı algılama ve uygulama şekilleri gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde farklı olmaktadır. Sürdürülebilir kalkınmaya ulaşmada gerekli stratejiler kesin çizgilerle belirli olsa da bu stratejilerin uygulanmasında ne gibi sorunlarla karşılaşacağı belirsizdir. Ülkelerin sürdürülebilir kalkınmayı uygulamadaki finansman sorunları, altyapı yetersizlikleri, çevresel bilinç düzeyi ve kurumsal yapıdaki farklılıklar sürdürülebilir kalkınmanın dünyanın değişik bölgelerinde değişik düzeylerde uygulanabileceğini göstermektedir. Gelişmiş ülkeler üretim ve tüketim alışkanlıklarını değiştirirlerse ve gelişmekte olan ülkelere yönelik finansman kaynakları arttırılırsa küresel anlamda sürdürülebilir kalkınmaya ulaşılabilir.

Anahtar kelimeler: Sürdürülebilir kalkınma, gelişmekte olan ülkeler, çevre.

Is Sustainable Development Applicable in Developing Countries?

Abstract

Sustainable development is one of the most controversial issues in recent years. Environmental disasters that appear after 1970's, forced the world to apply development strategies that will enable to protect the environment. Sustainable development resulted in this framework. Recognizing and application styles of the sustainable development are different in developing and developed countries although necessary strategies in achieving sustainable development are clearly defined, it is not clear that which problems could be faced in putting the strategies into practice. Financing issues, inadequate infrastructure, different environmental awareness and institutional structure show that the sustainable development can be followed by different levels in different regions of the world. Global sustainable development can be achieved if finance sources are increased and developed countries change their production and consumption patterns.

Keywords: Sustainable development, developing countries, environment.

1. Giriş

Sürdürülebilir kalkınma kavramı dünya gündemini sıkça meşgul eden konuların başında gelmektedir. İlk bakışta basit bir kavram gibi görünse de, tüm boyutlarıyla incelendiğinde oldukça derin bir kavram olduğu anlaşılacaktır.

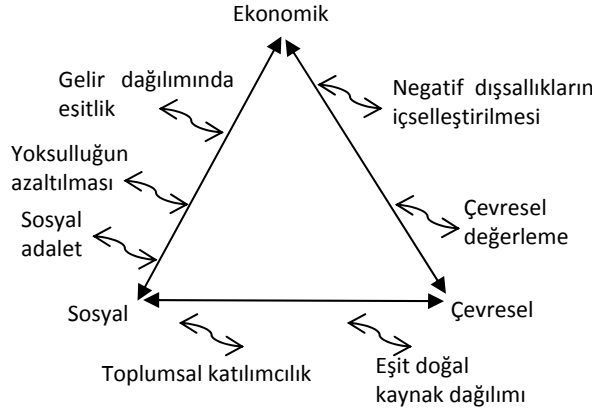
Sürdürülebilir kalkınmanın bir strateji olarak ortaya çıkışı, birkaç kalkınma denemesinde görülen başarısızlıklar neticesinde olmuştur. Dünya ülkeleri 1950-60'lı yıllar arasında, daha fazla üretmeye odaklanmıştı. Daha fazla ekonomik aktivitenin ön planda tutulduğu ve sürekli büyümeye odaklanan sistemler dünya ülkeleri arasında çok yaygındı. Ancak 1970'li yıllarda özellikle gelişmekte olan ülkelerde artan yoksulluk, dünya ülkelerini gelir dağılımını dikkate alan politikalar üretmeye yöneltmiştir. Diğer bir ifadeyle, önceki yıllarda hedeflenen üretim ve ekonomik etkinliğe odaklı kalkınma çabaları, yerini gelir dağılımı ve yoksulluğun azaltılması gibi sosyal amaçları da kapsayan daha dengeli kalkınma modeline bırakmıştır. Yine 1970'li yıllardan sonra etkisini hissettirmeye başlayan çevre felaketleri, çevreyi korumanın kalkınmanın önemli bir aracı olduğu görüşünü dünya gündemine getirmiştir. Sürdürülebilir kalkınma kavramı 1970'li yıllardan günümüze ekonomi, toplum ve çevre arasında kurulmak istenen dengenin bir anlatımı olarak ortaya çıkmıştır (Evin, 2005).

Sürdürülebilir kalkınmayla ilgili söylemler günümüzde artarken bu konuda akademik çalışma sayısı oldukça sınırlıdır. Bu çalışmanın amacı, sürdürülebilir kalkınma kavramını temel hatlarıyla ortaya koyarak, gelişmekte olan ülkeler için uygulanabilirliğini incelemektir. Makalenin bundan sonraki bölümü şu şekilde devam edecektir: 2. Bölümde sürdürülebilir kalkınmanın teorik çerçevesi çizilerek, kapsamlı bir tanımı yapılacaktır. 3. Bölüm sürdürülebilir kalkınmanın ölçüsü ile ilgilidir. 4. Bölümde gelişmekte olan ülkelerde sürdürülebilir kalkınma uygulamalarında yaşanabilecek güçlükler, gelişmiş ülkelerle karşılaştırmalı olarak verilecektir. Son bölümde ise makalenin sonuçlarına yer verilerek öneriler sunulacaktır.

2. Sürdürülebilir Kalkınmanın Teorik Çerçevesi ve Tanımı

Toplumun ekonomik, sosyal ve çevresel açılardan dengesini anlatan sürdürülebilir kalkınma, Munasinghe (2001) tarafından Şekil 1'deki gibi şematize edilmiştir. Sürdürülebilir kalkınmanın üç farklı boyutundan, ekonomik boyut, kıt olan kaynakların kullanımıyla ilgilidir (Esty vd., 2008; Goodland, 1999). Ekonomik yaşamda sermaye stoğu, doğal kaynaklar ve ihtiyaçlar iç içedir. Sınırlı kaynakların en uygun şekilde dağılımı (optimum kaynak dağılımı), ekonomik sistem içerisindeki alıcılar, satıcılar ve tüketiciler için oldukça önemlidir. Ayrıca uygulanacak/uygulanan ekonomi politikalarının çevreye etkileri araştırılmadan çevresel kalite kaybı ya da bozulmalarla

ilgili sorunların çözümü olanaksızdır. Bu noktada çevresel değerlendirme çalışmaları oldukça önem kazanmaktadır.



Kaynak: Munasinghe, (2001)

Şekil 1. Sürdürülebilir Kalkınmanın Boyutları

Sosyal boyut, insan odaklıdır; sosyal ve kültürel sistemlerin devamlılığının sağlanmasında önemlidir. Toplumlararası eşitliğin sağlanması (yoksulluğun azaltılması), çoğulculuk, kültürel çeşitliliğin korunması sosyal boyutun önemli gerekleridir (Moffat, 1996). Sürdürülebilir kalkınmanın çevresel boyutu, biyolojik ve fiziksel sistemlerin (ekosistemler) dengeli olmasını öngörür. Burada amaç ekosistemlerin değişen koşullara adapte olmasının sağlanmasıdır. Biyolojik çeşitliliğin korunması bu noktada büyük önem taşır. Zira geri dönülemeyecek kadar önemli hasar yaratan çevre kirlilikleri, biyolojik çeşitlilik kaybına neden olurken, gelecek kuşaklar bizim sahip olduğumuz miktarda biyolojik çeşitliliğe sahip olamayacaktır.

Sürdürülebilir kalkınma, kalkınmada bu üç faktörün dengeli bir biçimde dikkate alınmasını gerektirir. Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında ekonomik, sosyal ve çevresel boyutların kendi aralarında bağlantıları da önemlidir. Ekonomik ve sosyal boyutlar gelir dağılımı, yoksulluğun azaltılması, işsizlik sorunlarının çözümü gibi konularda etkileşim halindedir. Toplumun bu sosyo-ekonomi koşulları istikrarlı hale geldiğinde, çevreye yaklaşımı da sürdürülebilir bir hal alacaktır. Zira gelişmekte olan toplumlar, doğal kaynaklara bağlı bir şekilde yaşamlarını devam ettirmektedirler. Daha iyi sosyo-ekonomik koşullara sahip toplumların, doğa sermayesinden talepleri daha düzenli olacaktır. Sosyal ve çevresel boyut, gelir dağılımındaki eşitlik yanında, doğal kaynakların da eşit bir şekilde kullanılmasını öngörür. Gelecek kuşaklar da en az günümüzdeki kadar doğal kaynağa sahip olabilmelidirler. Ayrıca çevresel kaynakların yönetiminde halkın katılımının tam olması gerekmektedir.

tedir. Ekonomik ve çevresel boyut, çevresel değerlendirme ile ekonomik aktivitelerin yarattığı olumsuzlukların içselleştirilmesini öngörür. Şüphesiz tüm ekonomik aktiviteler toplumun refah düzeyinin yükseltilmesini sağlarken, çevresel kalite üzerine olumsuz etkileri de olacaktır. Ekonomik aktivitelerin gerçekleşmesinde belirli miktarlarda doğal kaynaklardan mal talep edilirken, doğaya da belirli miktarlarda atık madde salınır. Tüm bu aktivitelerin yarattığı olumsuzlukların (dışsallıklar) açıkça ortaya konulması da sürdürülebilir kalkınmanın gereğidir. Sürdürülebilir kalkınma, insan refahında uzun dönemde elde edilmesi gereken gelişmeler için bir dizi eylem setinin benimsenmesini gerektirir. Çevreye zararlı kısa dönem kârları hedefleyen ekonomik aktiviteler sürdürülebilir kalkınma stratejilerinin dışında kalır.

Sürdürülebilir kalkınmanın genel bir çerçevesi bu şekilde çizildikten sonra pek çok detaylı tanımları yapılabilir. Çeşitli ekonomistler sürdürülebilir kalkınmanın özüne bağlı kalarak pek çok tanım geliştirmişlerdir. Bunlardan bazıları şu şekilde sıralanabilir:

- Sürdürülebilir kalkınma, bütün kaynakların gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde kullanıldığı kalkınma şeklidir (Tietenberg, 1992).
- Sürdürülebilir kalkınma, doğal kaynakları, insan kaynağını, fiziksel ve finansal servetimizi, uzun dönem refahı ve insanlık için yöneten bir kalkınma stratejisidir (Repetto, 1992).
- Sürdürülebilir kalkınma, gelecek kuşakların ve kurumların yaşama haklarına cevap verecek politik ve etik eylemler bütünüdür (O'Riordan, 1988).

Farklı yazarlar farklı noktalarla sürdürülebilir kalkınma yaklaşımlarını dile getirirler de, günümüzde en çok bilinen tanımı Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun 1987 yılında yayınladığı "Ortak Geleceğimiz" başlıklı rapordaki tanımdır (TÇV, 1991). Söz konusu raporda, bu bölümün başında anlatılan çerçeveye uygun olarak şu tanım yapılmıştır:

- Sürdürülebilir kalkınma bugünün ihtiyaçlarını karşılarken gelecek kuşakların kendi ihtiyaçlarını karşılamasını engellemeyen kalkınma şeklidir.

Sürdürülebilir kalkınma tanımı, Şekil 1'de açıklanan tüm boyutları da dikkate alınarak genişletilebilir. O halde sürdürülebilir kalkınma; insanoğlunun birim aileden geniş toplumlara kadar refah düzeyinin arttırılabilmesi için gerekli kalkınma çabalarını, ekonomik sosyal ve çevresel boyutlarıyla dikkate alıp, gerekli kalkınma stratejilerini takip etmektir. Bunu yaparken gelecek kuşakların da en az bugünkü toplumlarla eşit kaynaklara sahip bir şekilde kalkınmasının sağlanabileceği koşulların yaratılmasına çalışmaktır.

3. Sürdürülebilirliğin Ölçüsü

Sürdürülebilir kalkınmanın bir ülke için gerçekten gerçekleşip gerçekleşmediğini bilmek, söz konusu ülkenin kendisi için olduğu kadar diğer tüm ülkeleri de ilgilendirmektedir. Çevresel kirliliğin artık sınır ötesi taşınabildiğinin bilinmesi, küresel ticaretin eskisinden çok daha hızlı ve yoğun şekilde gerçekleşmesi, ülkeleri sürdürülebilir kalkınma ile ilgili bazı göstergeleri bilmenin önemini anlamaya yöneltmiştir. Çevre ekonomisi yazınında (literatüründe) sürdürülebilir kalkınmanın ölçümü ile ilgili pek çok araştırma gerçekleştirilmiştir (Ahmad vd., 1989; Hartwick, 1990b; Solow, 1992; Pearce ve Atkinson, 1993). Bu araştırmalar genel olarak dört yaklaşım altında toplanabilir:

- Doğal kaynak muhasebesi (yeşil muhasebe) yaklaşımı
- Pearce-Atkinson ölçümü
- En düşük çevre kalitesi standardı yaklaşımı
- Çevresel performans endeksi

Doğal kaynak muhasebesi yaklaşımı; Gayri Safi Milli Hâsıla (GSMH) hesaplarında çevresel mal ve hizmetlerin değerinin dikkate alınmasını öngörür. Sözelimi bir orman kaynağı, bir ülkenin GSMH hesaplarına sadece kereste değeri ile girmektedir. Ormanların toplum refahına katkıları (rekreasyonel kullanımlar) biyolojik çeşitliliğe, bölge ikliminin düzenlenmesine ve benzeri katkıları ulusal hesaplarda yer almamaktadır. Benzer şekilde bir ülkenin balık stokları, fosil yakıt rezervleri, doğal ormanları ve tarımsal verimliliği azalırken ekonomisi büyüme gösteriyorsa, o ülkenin GSMH rakamları politik karar vericilerin yanlış politikalar üretmesine neden olabilecektir (Chadwick, 1997). Yapılan araştırmalarda, çevresel yıpranmaları da dikkate alan milli hesaplarda bulunan değerlerin, geleneksel yöntemle hesaplanan değerden daha düşük olduğu belirtilmektedir (Repetto, 1992). Çevresel mal ve hizmetlerdeki değer kayıplarını dikkate alan yöntemlerle hesaplanmış GSMH değerlerinin sürdürülebilir kalkınma göstergesi olarak kullanımı, gelecek yıllarda uluslararası ticarete önem kazanabilir. Ülkeler, çevreyi daha az kirleten, ancak daha fazla büyüme gösteren ülkelerle ticaret yapmayı tercih edebilirler. Yatırımlar da bu tür ülkelerde daha fazla gerçekleşebilir. Ancak ülkelerin ikili üçlü ya da bölgesel anlaşmaları, uluslararası ticaret tercihlerini değiştirmeyebilir. Zira gelişmiş ülkeler pek çok tüketim malını, gelişmekte olan ülkelerde kurdukları fabrikalardan sağlamaktadır.

Pearce-Atkinson'ın (P-A) sürdürülebilir kalkınma ölçümü; insan yapımı sermaye mallarına ve doğa sermayesine (çevresel mallar) bağlı bir yaklaşımdır. P-A sürdürülebilir kalkınma göstergesine göre, bir ülke, insan yapımı ve doğa sermayesi malla-

rın, yıpranma paylarının toplam değeri kadar tasarruf ederse sürdürülebilir bir şekilde kalkınacaktır (Pearce ve Atkinson, 1992). Bunu Pearce ve Atkinson şu şekilde formüle etmiştir:

$$Z \geq \frac{S}{Y} - \frac{d_M}{Y} - \frac{d_N}{Y}$$

Eşitlikte 'Y' değeri GSMH'nin belirli bir yüzdesi olarak ifade edilen değerleri gösterir. O halde S/Y değeri GSMH'nin hangi oranda tasarruflara ayrıldığını gösterir. d_M/Y ifadesi insan yapımı sermayenin yıpranma payının GSMH'deki payını gösterirken; d_N/Y ifadesi doğa sermayesindeki yıpranmaların GSMH'deki payını gösterir. Tablo 1'de bazı ülkeler için hesaplanmış P-A ölçümü değerleri yer almaktadır.

Tablo 1. Seçilmiş Ülkelerde Pearce-Atkinson Sürdürülebilir Kalkınma Ölçümleri

Ülke	Toplam tasarruf oranı (S/Y)*	İnsan yapımı sermayedeki yıpranma (d_M/Y)**	Doğa sermayesindeki yıpranma (d_N/Y)**	Sürdürülebilirlik göstergesi (Z)
Finlandiya	28	15	2	+11
Japonya	33	14	2	+17
ABD	18	12	4	+2
Hollanda	25	10	1	+14
Kostarika	26	3	8	+15
Brezilya	20	7	10	+3
Polonya	17	11	3	+3
Meksika	24	12	12	0
Filipinler	15	11	4	0
İngiltere	18	12	6	0
Endonezya	20	5	17	-2
Madagaskar	8	1	16	-9
Nijerya	15	3	17	-5
Mali	-4	4	6	-14
Ethiyopya	3	1	9	-7

* Dünya Bankası Kalkınma Raporları

** Birleşmiş Milletler Ulusal Hesaplar Sistemi (UNSO, 1993)

Kaynak: Turner vd., (1994)

Tabloya göre tasarruf düzeyi yüksek ülkeler (Japonya) ve Kuzey Avrupa ülkeleri sürdürülebilirlik bakımından oldukça iyi bir konumdadırlar ($Z > 0$). Hanley vd. (1997), Meksika ve Filipinler gibi ülkeleri marjinal ülkeler olarak sınıflandırırken ($Z \approx 0$); Endonezya, Madagaskar, Mali ve Nijerya gibi ülkeleri sürdürülebilirlik bakımından zayıf ülkeler olarak ($Z < 0$) sınıflandırmıştır. Dünyanın sürdürülebilirlik endeksine göre ise, tasarruf etme miktarı daha yüksek ülkeler (Japonya gibi), dünya sürdürülebilirliğine daha fazla katkıda bulunmaktadır. Yoğun tüketici durumun-

daki ülkeler ise (ABD ve İngiltere gibi) dünya sürdürülebilirlik endeksine olumsuz yönde etkide bulunmaktadır. P-A ölçümü ile sürdürülebilirlik endeksinde, ülkelerin sürdürülebilir bakımdan daha iyi duruma gelebilmeleri için insan yapımı sermaye mallarının kullanımının efektif olması gerekmektedir. Birim işletme düzeyinden genel ekonomi düzeyine kadar üretilen tüm mallar ekonomik ömürleri boyunca etkin biçimde kullanılmalıdırlar. Ancak başta gelişmiş ülkeler üzere, ekonomik büyüme potansiyeli yüksek olan ülkelerde (Çin, Hindistan) tüketim alışkanlıklarının değişmesi ve israfa yönelik alışkanlıkların artması söz konusu ülkelerin sürdürülebilirliğini zayıflatmaktadır.

En düşük çevre kalitesi standardı (EÇKS) yaklaşımı; doğa sermayesi stoğundaki yıpranmaları, belirli bir düzeye kadar kabul eden bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımda, toplumsal çıkarların söz konusu olduğu durumlarda, belirlenen EÇKS'ye kadar doğa sermayesi tüketilebilir. Söz konusu EÇKS, ancak sosyal fırsat maliyetinin aşırı yüksek olduğu durumlarda aşılabilir (Bishop, 1978). EÇKS yaklaşımı sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesi için bir yöntem ya da bir gösterge olarak kabul edilse de tartışmalara açık bir yaklaşımdır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde çevresel kalite standartlarının belirlenmesinde tercih öncelikleri ön planda olacaktır. İstihdam yaratıcı yatırımların gerçekleşmesi için doğa sermayesinden verilecek ödümler, geri dönüşü olmayan çevre felaketlerine yol açabilir.

Sürdürülebilir kalkınmanın ölçüsü ya da ona ulaşma hedefiyle kullanılacak yukarıdaki göstergelerin yanında, daha çok çevresel göstergelerle ilgili olan bir başka yaklaşım, Yale Üniversitesi Çevre Hukuku ve Politikası Merkezi ve Columbia Üniversitesi Yerbilimi Enformasyon Merkezi'nin ortak çalışmalarıyla hazırlanmaktadır. Çevresel Performans Endeksi (ÇPE)olarak adlandırılan bu endeks; 142 dünya ülkesi için 2002 yılında geliştirilen ve çevresel sürdürülebilirlik alanındaki ilerlemeleri ölçmeyi hedefleyen bir araçtır. 2008 yılı kapsamına 149 ülke dâhil edilmiştir (Esty vd., 2008). Birleşmiş Milletler Kalkınma Endeksine benzer bir yapıdadır. Her yıl yeniden hesaplanan göstergeler, ülkeler arasında çevresel sürdürülebilirlik bakımından kıyaslamalar yapmaya olanak sağlamaktadır.

ÇPE oluşturulurken halk sağlığının korunması ve ekosistemlerin yaşatılabilirliği gibi iki temel araç gözetilmiştir. Bu amaçla 25 çevre göstergesi endeksin hesaplanmasında kullanılmıştır. Bu 25 çevresel kalite göstergesi, ekosistem ve halk sağlığını ilgilendiren 10 kategori ile ilişkilendirilmiştir.

2007 yılına ait göstergeleri kapsayan 2008 raporunda, ÇPE değeri en yüksek beş ülke İsviçre, İsveç, Norveç, Finlandiya ve Kostarika olarak gerçekleşmiştir. Beklenildiği gibi gelir düzeyi yüksek ülkeler, çevre yönetimlerine daha fazla sermaye ayırbilmelerinden dolayı daha yüksek ÇPE değerine sahip olmuşlardır. Orta gelirli ülkeler kategorisindeki Kostarika ülkesi istisna olarak kabul edilebilir. Listenin en altındaki beş ülke ise Nijer, Angola, Sierra Leone, Moritanya ve Mali'dir. Bu beş Sahra-

altı Afrika ülkesi dünyanın en yoksul ülkeleri arasındadır. Rapordaki bir diğer sonuç, bazı büyük ekonomilerin ÇPE bakımından orta sıralarda yer almasıdır. ABD 39, Rusya 28, Brezilya 35, Meksika 47, Güney Afrika Cumhuriyeti 97, Hindistan 120 ve Çin 105. sırada yer almaktadır (Tablo 2).

Tablo 2. Seçilmiş Ülkelerin ÇPE Değerleri ve Ülke Sıralamaları

Ülkeler	ÇPE değeri	Ülke sıralaması
Fransa	87.8	10
Almanya	86.3	13
Slovakya	86.0	17
Japonya	84.5	21
İtalya	84.2	24
Rusya	83.9	28
Lüksemburg	83.1	31
Brezilya	82.7	35
ABD	81.0	39
Yunanistan	80.2	44
Meksika	79.8	47
Güney Kore	79.4	51
Hollanda	78.7	55
Belçika	78.4	57
Türkiye	75.9	72
Fas	72.1	82
Güney Afrika Cumhuriyeti	69.0	97
Çin	65.1	105
Hindistan	60.3	120

Kaynak: Yale Üniversitesi (ABD) Çevre Hukuku Politikası Merkezi internet sayfası (<http://epi.yale.edu/>)

4. Gelişmekte Olan Ülkeler ve Sürdürülebilir Kalkınma

Sürdürülebilir kalkınmayı algılama ve uygulama şekilleri gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde farklı olmaktadır. Günümüzde gelişmiş toplumlar daha fazla sermaye stoğuna sahiptirler. Daha fazla sermaye demek doğal olarak daha fazla mal üretip daha fazla dağıtmak demektir. Bu durum, gelişmiş ülke ekonomilerinde yaşayanlar için daha yüksek yaşam standardını işaret eder. Gelişmiş ülkeler bu düzeye gelene kadar doğa sermayesini göz ardı etmişler; onu yoğun şekilde kullanarak doğa sermayesini ekonomik sermayeye dönüştürmüşler ve kalkınmışlardır. Gerçekten de, geniş altyapı olanakları, düzenli otoyollar, fabrikalar, büyük ölçekli işletmeler, büyük inşaat yatırımları, baraj ve sulama sistemleri ve bunun gibi pek çok gelişmişlik göstergeleri modern ekonomik üretim için oldukça önemli fırsatlar sunmaktadır.

Ancak sürdürülebilirliğin çevre boyutunda bazı sorunları da beraberinde getirdiği kaçınılmaz bir gerçektir (Bernardini ve Gali, 1993). Ancak gelişmiş ülke ekonomisi her zaman çevreye negatif dışsallık yaymamaktadır. Gelişmiş ekonomiler ilerlemiş teknolojilere sahiptirler ve çevresel koruma sistemlerine daha ekonomik koşullarda ve daha çabuk ulaşabilirler. Sosyo-ekonomik yapının da daha yüksek olması nedeniyle çevresel korumaya yönelik hukuki yapının oluşturulması daha az maliyetlidir. Davranış ve tutumlar da daha gelişmiş durumdadır.

Gelişmekte olan ülkeler, sürdürülebilir kalkınmaya ulaşmada gelişmiş ekonomilere göre farklı sorunlarla karşı karşıyadır. Çok daha düşük gelir (GSMH) düzeylerine sahip olduklarından, en önemli sosyo-ekonomik hedef, üretim artışını sağlamaktır. Yüksek nüfus artış oranı geliştirmekte olan ekonomiler için oldukça önemli bir kalkınma gücü ya da sorunu olabilmektedir. Eğer kaynaklar tam ve etkin bir şekilde kullanılabilirse, yüksek nüfus, üretilen mal ve hizmetlere talep yaratacağından ekonomik kalkınmanın arkasındaki itici güç olacaktır. Ancak yüksek nüfus artışı, doğa sermayesi üzerinde baskı yaratacak; daha fazla atık üretimine ve kirliliğe yol açacaktır.

Gelişmekte olan ülkeler, aslında önemli bir avantaja da sahiptirler. Adından da anlaşılacağı gibi bu tür ülkeler henüz gelişmektedirler. Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında izleyecekleri stratejileri belirlerken, gelişmiş ekonomilerin çevreyi dikkate almadan gerçekleştirdikleri kalkınma süreçlerini takip etmeme şansına sahiptirler (World Bank, 2003). Gelişmiş ülkeler, doğanın kendini yenilemesine imkân vermeden sürekli olarak ekonomik faaliyetlerini gerçekleştirmişlerdir. Çevre kirliliği konsantrasyonları bu şekilde çok yüksek düzeylere ulaşmıştır. Gelişmekte olan ülkeler ise henüz yüksek kirlenme kapasitelerine sahip endüstrilere sahip değillerdir. Ancak ekonomik kalkınma geliştikçe söz konusu kirlilik konsantrasyonlarına ulaşmak kaçınılmazdır. Gelişmekte olan ülkeler mevcut kirlilik düzeylerini koruyup, endüstride tarımda enerji tüketiminde verimliliği sağlayabilirlerse gelişmiş ülkelerin yaşadıkları tecrübeleri takip etmeden kalkınma sürecini aşabilirler (Fisunoğlu, 1997; Gürlük ve Karaer, 2003). Bugün gelişmiş ülkelerde uygulanan ya da uygulanmaya çalışılan çevre politikaları geliştirmekte olan ülkelere takip edilebilir. Böylece gelecek kuşaklara daha az kirlenmiş çevre ve daha az tüketilmiş doğal kaynak bırakılarak, sürdürülebilirlik ilkesi de yerine getirilmiş olacaktır (Ertürk, 1998). Ancak geliştirmekte olan ülkeler için sürdürülebilir kalkınma stratejilerinin benimsenmesinde en önemli sorun kaynak

yaratma sorunudur. Gelişmekte olan ülkeler sürdürülebilir kalkınmanın stratejilerini belirlemede düşük gelir düzeyleri nedeniyle finansman ihtiyacını karşılamada güçlük çekeceklerdir. Gelişmekte olan ülkelerin çevre kanunlarını gelişmiş ülkeler seviyesine yükseltmesinin maliyetinin 5 Milyar Dolar olduğu tahmin edilmektedir (LeQuesne ve Clarke, 1997). Bu toplam rakamın bugün daha yüksek olduğu kabul edilmektedir. Bir diğer iç dinamik istihdam yaratıcı politikaların çevre korumayı ikinci planda bırakabilecek olmasıdır. Gelişmekte olan ülkelerde istihdam yaratan büyük ölçekli ekonomik aktiviteler her zaman bölgede yaşayanlar tarafından destek görür. Ancak bu tür ekonomik aktivitelerin sürdürülebilirlik stratejilerine bağlı olarak gerçekleştirilmesi mümkündür. Yüksek teknoloji kullanımı ile bu tür pek çok proje çevreyle dost olabilir. Bu bağlamda gelişmekte olan ülkelerin çevreyle dost teknoloji transferleri yabancı kaynaklar tarafından sübvansede edilebilir.

Ancak tüm bunları gerçekleştirirken, doğanın, kendilerine sunduğu sınırlı kaynakları gelişmiş ülke ekonomileri ile rekabet halinde tüketme durumunda olmaları da bir gerçektir. Tablo 3, seçilmiş gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde nüfus, enerji tüketimi, CO₂ emisyonları ve benzin tüketimlerine ilişkin bazı verileri yansıtmaktadır:

Tablo 3. Seçilmiş Ülkelerde Çevre ile İlgili Bazı Göstergeler

Ülkeler	2005 Nüfusu	Benzin tüketimi		CO ₂ emisyonları		Enerji tüketimi	
	(000)	Kişi başı ¹	Toplam ²	Kişi başı ³	Toplam ⁴	Kişi başı ⁵	Toplam ⁶
Bangladeş	153281	2.8	388	0.25	33.47	171	24187
Çin	1312979	44.6	48295	4.23	3958.41	1316	1717153
Fransa	60991	260.4	15627	6.54	384.65	4396	276196
Hindistan	1134403	9.6	10248	1.07	1066.1	491	537309
Meksika	104266	312.5	32601	4.02	382.29	1701	176637
Tayland	63003	110.3	6968	3.81	199.97	1557	100037
Türkiye	72970	48.7	3471	3.18	203.38	1185	85464
İngiltere	60245	436	25848	9.19	540.75	3894	234525
ABD	299846	1635.2	478474	19.84	5720.51	7885	2341883
Japonya	127897	452.1	57746	9.8	1247.14	4135	528384
DÜNYA	6514751	174.4	1101279	4.25	25575	1778	11433918

¹ Otomobil, otobüs ve diğer ulaşım araçlarını kapsayan kişi başına düşen benzin tüketimi (2003).

² Otomobil, otobüs ve diğer ulaşım araçlarını kapsayan toplam benzin tüketimi (2003).

³ Endüstriyel işlemlerde meydana gelen kişi başına düşen kg. cinsinden CO₂ emisyonu, (2003).

⁴ Endüstriyel işlemlerde meydana gelen ton cinsinden toplam CO₂ emisyonu, (2003).

⁵ Ticari enerji tüketimi, kg. cinsinden petrol karşılığı, (2005).

⁶ Ticari enerji tüketimi, milyon ton. cinsinden petrol karşılığı, (2005).

Kaynak: Dünya Kaynak Enstitüsü, www.wri.org, (2009).

Tablo 3'ten de izleneceği gibi gelişmekte olan ülkeler daha fazla nüfusa sahip olmasına karşın; enerji tüketimi, CO₂ salınımları ve benzin tüketimlerinin kişi başına düşen değerleri bakımından gelişmiş ülkelerin oldukça gerisindedirler. Gelişmiş ülke ekonomileri daha fazla doğal kaynak ya da doğal kaynağa bağlı ürün tüketip çevreye daha fazla atık madde bırakırken, zehirli atıkları da doğrudan gelişmekte olan ülkelere ihraç edebilmektedirler. Elliott (1999), gelişmekte olan pek çok ülkenin alıcı ülkeler konumunda olduğunu ifade etmiştir. Gelişmekte olan ülkelerin ekonomik güçlerinin zayıf olması bu tür atıkların ülkeye girişinin izlenmesini zorlaştırmaktadır. Her yıl yaklaşık 20 Milyon ton çevreye zehirli atığın uluslararası ticaretinin gelişmekte olan ülkelere yapıldığı tahmin edilmektedir (Elliott, 1999).

Gelişmekte olan ülkelerin bir diğer önemli sorunu tarımın hâkim sektör olması ve bu ülkelerde kalkınmanın motor gücü olmasıdır. Bilinen bu durum, büyük sermayeli tarımsal kimyasal ticareti ile uğraşan şirketlerin iştahını kabartmaktadır. Bu büyük şirketlerin de buldukları ülkeler gelişmiş ülkelerdir. İlginçtir ki Dünya ticaretinin yaklaşık %1'inin tarımsal kimyasallar ve gübre üretimi oluşturmaktadır. Bu oran ilk bakışta küçük gibi görünse de, dünyada üretimi yapılan tüm malların sayısı dikkate alındığında dünya ticaretinde ne kadar önemli bir paya sahip olduğu ortaya çıkacaktır. Dünya ihracatının %50'sini gelişmiş 7 ülke (G7) ülkeleri gerçekleştirmektedir. Günümüzde dünyada 10 firma toplam tarım kimyasalı ticareti hacminin %90'ına sahiptir. Tarımsal kimyasal üretiminin arkasındaki bu küresel güç, ürettikleri malın kimyasal bileşimini ve çevreye vereceği zararların farkındadır. Politik karar vericiler, çeşitli düzenlemelerle tarımsal kimyasal kullanımını düzenlemeye çalışmaktadırlar. Ancak piyasaya hemen hergün sürülen yeni bileşimleri takip etmek mümkün görünmemektedir. Böyle bir ortamda tarımda kimyasal kullanımının yarattığı dışsallıkları içselleştirmek hemen hemen imkânsızdır. Tarım kimyasallarının yarattığı çevre sorunlarına ilişkin farkındalık 1970'li yıllardan sonra artmış ve bu kapsamda çeşitli uluslararası tavsiye kararları ortaya çıkmıştır. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı'nın (UNEP) gerçekleştirdiği projeler, çalıştaylar, konferanslar bu çabaların bir sonucudur.

Burada en önemli sorun, gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkelerin çevrenin korunması konularında ortak hareket edip edemeyeceğidir. Zira çevresel sorunlar uluslararası boyutları da olan sorunlardır. Küresel ısınma, biyolojik çeşitliliğin yok olması ve benzeri sorunlar, tüm ülkeleri yakından ilgilendirmektedir.

5. Sonuç

Sürdürülebilir kalkınmaya ulaşmada gerekli stratejiler kesin çizgilerle belirlidir: Üretilen mal ve hizmet miktarını arttırmak, ekonomik büyümeyi istikrarlı hâle getirmek, etkin nüfus politikaları uygulamak, gelir dağılımı politikalarını düzenlemek, uygulanacak politikalara toplumsal katılımı sağlamak. Tüm bunları gerçekleştir-

rirken çevresel mal ve hizmet kalitesini düşürmemek ve doğal kaynakları etkin kullanarak sürdürülebilir kalkınmanın üç boyutunu da dengede tutmak, izlenecek stratejiler olarak kabul edilebilir. Ancak bu stratejilerin uygulanmasında ne gibi sorunlarla karşılaşılacağı belirsizdir. Ülkelerin sürdürülebilir kalkınmayı uygulamadaki finansman sorunları, altyapı yetersizlikleri, çevre bilinci düzeyi ve kurumsal yapılardaki farklılıklar sürdürülebilir kalkınmanın dünyanın değişik bölgelerinde değişik düzeylerde uygulanabileceği göstermektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin sürdürülebilir kalkınmayı pratik hayata aktarmaları, zaman gerektiren bir olgudur. Ancak tüm ülkeler bugünkü üretim ve tüketim kalıplarını gözden geçirmelidirler. Bu, sürdürülebilir kalkınmanın küresel ölçekte sağlanabilmesi için gerekli bir koşuldur. Başta gelişmiş ülkeler olmak üzere tüm ülkelerde, özellikle genç nüfusta sürdürülebilir tüketim ve üretim kalıplarının önemi konusunda bilinç ve duyarlılık geliştirilmelidir.

Sürdürülebilir kalkınmanın uygulanması gelişmekte olan ülkeler için oldukça maliyetlidir. Sürdürülebilir kalkınma sistemlerine gelişmiş ülkelerin geçişi çok daha kolay olacaktır. Bu nedenle gelişmekte olan ülkelere mali ve teknik yardımların sağlanması küresel sürdürülebilirlik için gerekli koşuldur. Bölgesel anlaşmalar ile tüm ülkeler, çevre sorunlarının çözümü ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında ortak hareket edebilirler.

Sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleşip gerçekleşmediğini izlemek ülkeler açısından son derece önemlidir. Dış ticarete gelecekte sağlayacağı avantajlar yanında, ülkeler kendi gelişimlerini de izleyebilirler. Sürdürülebilirliğin izlenmesinde kullanılan yaklaşımlara pek çok eleştiri getirilse de, ülkelere bir bakış açısı kazandırması bakımından oldukça önemlidirler. Doğal kaynakların belirli dereceye kadar müdahalesine izin veren yöntemler dışındaki diğer yöntemler gelişmekte olan ülkeler için uygun yöntemlerdir. Kısa dönemde bu yaklaşımların kullanımı ve tahmininde sıkıntılar olsa da, uzun dönemde bu göstergelerin kullanımına geçilmesi temel hedeflerden biri olmalıdır.

Gelişmiş ülkeler hem doğal kaynakları aşırı miktarda tüketmekte hem de daha fazla atık maddeyi doğaya bırakmaktadırlar. Ayrıca geçmişte çevre ve doğal kaynaklara verdikleri zararı temizlemekle sorumludurlar. Gelişmekte olan ülkeler bu noktada bir avantaja sahiptirler. Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında izleyecekleri stratejileri belirlerken, gelişmiş ekonomilerin çevreyi dikkate almadan gerçekleştirdikleri kalkınma süreçlerini takip etmeme şansına sahiptirler. Ancak tüketilebilir fosil yakıtları gelişmiş ülkelerle paylaşmak durumundadırlar. Zira fosil yakıtlarda küresel anlamda oluşabilecek fiyat dalgalanmalarının maliyetine tüm dünya ülkeleri ortak olarak katlanmak durumundadır. Diğer bir ifadeyle, gelişmekte olan ülkelerin sürdürülebilir bir şekilde kalkınmalarında gelişmiş ülkelerin izleyeceği politikaların katkısı büyük olacaktır.

Sürdürülebilir kalkınmaya ulaşmak için, birim aileden ekonomideki tüm sektörler ve devlet yönetimine kadar her kesim aynı kararlılıkta olmalıdır. Kısacası sürdürülebilir kalkınma kavramını, bir zorunluluk olarak görmeyip bir yaşam tarzı haline getirmek gerekir.

Kaynakça

- Ahmad, Y., S. E. Serafy ve E. Lutz, (1989), *Environmental Accounting for Sustainable Development*, World Bank, Washington, DC.
- Bishop, R. C. (1978), "Endangered Species and Uncertainty: The Economics of A Safe Minimum Standard", *American Journal of Agricultural Economics*, 60, 10-18.
- Bernardini, O. ve R. Galli, (1993), "Dematerialization: Long-term Trends in the Intensity of Use of Materials and Energy", *Futures*, 431-448.
- Chadwick, M. J. (1997), "Industrial Ecocycles: Rate Adjustments and Dematerialization" *Journal of Philosophical Transactions of the Royal Society*, 355, 1439-1447.
- Ertürk, H. (1998), *Çevre Bililerine Giriş*, Bursa: Vipaş Yayınları.
- Esty, D. C., M. A. Levy, C. H. Kim, A. Sherbinin de, T. Srebotnyak ve V. Mara (2008), *Environmental Performance Index 2008*. New Haven: Yale Center for Environmental Law and Policy.
- Evin, H. (2005), "Trakya Bölgesi Deri ve Bitkisel Yağ Sanayi'nde Çevre Duyarlılığı", *Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi*.
- Fisunoğlu, H. M. (1997), "Tarımsal Üretim, Nüfus ve Çevre", *Nüfus, Çevre ve Kalkınma Konferansı*, T.Ç.V.
- Goodland, R. (1999), "The Biophysical Basis of Environmental Sustainability", in Jeroen C. J. M. van den Bergh (eds.), *Handbook of Environmental and Resource Economics*, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Gürlük, S. ve F. Karaer (2003), "Gelişmekte Olan Ülkelerde Tarım, Çevre, Ekonomi Etkileşimi", *Doğuş Üniversitesi Dergisi* 4(2) 197-206.
- Hanley, N., J. F. Shogren ve B. White, (1997), *Environmental Economics in Theory and Practice*, UK: Oxford University Press.
- Hartwick, J. M. (1990), "Natural Resource Accounting and Economic Depreciation", *Journal of Public Economics*, 43, 291-304.
- Moffatt, I. (1996), *Sustainable Development: Principles, Analysis and Policies*, UK: The Parthenon Publishing Group Limited.
- Munasinghe, M. (2001), "Implementing Sustainable Development: A Practical Framework", in Cleveland, C. J., Stern, D. I., Costanza, R. (eds), *The Economics of Nature and The Nature of Economics*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- O'Riordan, T. (1988), "The Politics of Sustainability", in *Sustainable Development Management* (ed. R. K. Turner) London, UK: Belhaven Pres.

Pearce, D. W. ve G. D. Atkinson (1993), "Capital Theory and The Measurement of Sustainable Development: An Indicator of Weak Sustainability", *Ecological Economics*, 8, 103-108.

Repetto, R. (1992), "Accounting for Environmental Assets", *Scientific American*, 266(6), 94-100.

Solow, R. (1992), *Almost Practical Step Toward Sustainability, Resources for The Future*, Washington, DC.

TÇV. (1991), *Ortak Geleceğimiz*, Ankara: Türkiye Çevre Sorunları Vakfı Yayınları.

Tietenberg, T. (2006), *Environmental Natural Resource Economics*, US: Pearson Education Inc.

Turner, R. K., D., Pearce ve I. Bateman (1994), *Environmental Economics*, UK: Harvester Wheatsheaf.

World Bank (2003), *The Energy Transition in Developing Countries*, Washington, DC.

Yale Üniversitesi Çevre Hukuku ve Politikası Merkezi, <http://epi.yale.edu> (Erişim: 24.09.2010)

Dünya Kaynak Enstitüsü, www.wri.org (Erişim: 24.09.2010)

İkili Gelir Vergilemesi Modeli ve İskandinav Ülkelerindeki Uygulaması

Ali ÇELİKKAYA

Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İİBF
Maliye Bölümü
acelikka@ogu.edu.tr

İkili Gelir Vergilemesi Modeli ve İskandinav Ülkelerindeki Uygulaması

Dual Income Taxation Model and Its Practice in Nordic Countries

Özet

İkili gelir vergilemesi (DIT) modeli 1980'li yılların başlarından itibaren OECD üyesi ülkeler tarafından gerçekleştirilen gelir vergisi reformlarında gittikçe önem kazanmaya başlamıştır. DIT modeline karşı artan ilginin en önemli nedenlerinden biri de İskandinav ülkelerinin 1990'lı yıllardan itibaren bu modeli fiilen uygulamaya başlamaları ve bundan olumlu sonuç almaları olmuştur. Her ne kadar modelin ilk uygulandığı Danimarka sonradan DIT modelinden biraz sapma gösterse de Norveç, İsveç ve Finlandiya çeşitli ısrar derecelerinde DIT modelini uygulamayı sürdürmektedirler. DIT modelin en önemli özelliği emek ve sermaye gelirlerini ayrı vergi tarifelerine tabi tutması ve sermaye gelirlerini emek gelirlerinden daha düşük oranda vergilendirmesidir. Ancak bu durum zaman zaman vergi arbitrajına neden olmaktadır. İskandinav ülkeleri bu sorunu çözmek için çeşitli alternatif arayışlarına girmiştir.

Anahtar kelimeler: İkili gelir vergilemesi, kapsamlı gelir vergilemesi, İskandinav ülkeleri, vergi arbitrajı, vergi reformu.

Abstract

Dual Income Taxation (DIT) model developed as a part of income taxation reforms in OECD countries gained progressively increased recognition since the early 1980s. One of the most important reasons for the wide recognition of DIT model is its defacto implementations with successive outcomes from the beginning of 1990s in Scandinavian countries. Denmark was the first country to introduce the DIT model in 1987 even though it subsequently moved to a more hybrid system with some post facto modifications. On the other hand, Norway, Sweden, and Finland continue to put into operation the DIT model with varying degrees of persistence. The distinct feature of the DIT model covers the separate taxation of the capital incomes and earned incomes. Moreover, although DIT model taxes capital income uniform low and proportional rates, it continues to tax labor incomes at high and progressive rate schedules. However, the large difference between top marginal tax rate on earned incomes and on capital incomes causes tax arbitrage, a main disadvantage of the DIT model. Therefore, Scandinavian countries have been seeking alternative approaches to reduce this tax arbitrage.

Keywords: Dual income tax, comprehensive income tax, Nordic countries, tax arbitrage, tax reforms.

1. Giriş

İkili Gelir Vergilemesi (DIT) modelini esas alan ilk gelir vergisi reformu 1987 yılında Danimarka'da yapılmıştır. Ardından 1990'ların başlarında diğer İskandinav ülkeleri İsveç, Norveç ve Finlandiya onu takip etmiştir. Ancak modelin geçmişi çok daha eskilere dayanmaktadır. Nitekim King 1977 yılında DIT modelinin en ayırıcı özelliği olarak ifade edilen sermaye gelirlerinin tek oranlı bir vergiye tabi tutulması önerisinde bulunmuştur. Bu modelin teorik yapısı ise ilk olarak Johansson-Samuelson teoremi ile kurulmuş ve bazı koşullar altında, bir yatırımdan elde edilen getirinin bugünkü değerinin bütün sermaye gelirlerine aynı oranda uygulanacak tek tip bir vergiden etkilenmeyeceği ve böylece tarafsızlığın sağlanmış olacağı ifade edilmiştir (Radulescu, 2007: 24; Kanninen vd., 2007: 408).

DIT modeli 1980'li yılların başlarından beri OECD'nin "dolaysız vergiler" ve "har-cama vergileri" arasında uyumlu ve etkin bir karışım geliştirme çabalarının bir neticesidir. Günümüzde Japonya gibi düşük vergili ve Yeni Zelanda gibi kapsamlı gelir vergisi (CIT) modeli uygulayan ülkeler dahil olmak üzere bir çok ülkede İskandinav ülkelerinin fiilen uyguladığı DIT modeli tartışılmaya başlanmıştır. Amerika Birleşik Devletleri de bu modelden kısmen etkilenmiştir (Ganghof, 2006: 361; Ganghof, 2005: 81-82; Bird vd., 2008: 11).

Ülkeleri DIT modeli gelir vergilemesine yönelten temel motivasyon bünyesinde taşıdığı bir takım avantajlardır. DIT modelinin: i) portföy sermaye gelirlerinin vergilendirilmesini rasyonel kılmak, ii) enflasyonist ortamlarda artan oranlı sermaye vergilemesinden kaynaklanan olumsuzlukları ve gelir kayıplarını önlemek, iii) kurumlar vergisi teşviklerini azaltmak, iv) geçici ve nihai stopaj oranlarını artırmak suretiyle gelir ve kurumlar vergisinin idaresini kolaylaştırmak, v) ücretliler üzerindeki vergi yükünün dengeli dağılımını sağlamak şeklinde sıralanabilecek bir takım avantajları söz konusudur. Diğer taraftan bu modelin en önemli dezavantajı ise emek ve sermaye gelirlerinin farklı vergilendirilmesinden kaynaklanan vergi arbitrajıdır. İskandinav ülkeleri bu sorunu çözmek için arayış içerisindeyler (Bird, 2007: 1-3; Radulescu, 2007: 24-25).

Bu çalışmanın amacı son yıllarda OECD tarafından kapsamlı gelir vergisi (CIT) modeline alternatif olarak geliştirilen ve tek vergi (flat tax) ile birlikte iki önemli gelir vergisi reformu seçeneğinden biri olan DIT modelini bütün yönleri ile ortaya koymak ve fiilen uygulandığı İskandinav ülkelerindeki durumu değerlendirmektir. Çalışmanın kapsamı göz önünde bulundurularak CIT modeli ile ilgili açıklamalar sınırlı tutulacaktır¹.

¹ CIT modelinde kişinin bir dönem boyunca "tüketiminde" ve "özel servetinde" meydana gelen net artış ($I = C + \Delta NW$) vergilendirilecek geliri oluşturmaktadır. Model hakkında ayrıntılı bilgi ve tüm yönleri için bkz. (Edizdoğan, Çelikkaya, 2010: 5-13).

2. DIT Modelinin Temel Özellikleri

DIT, emek gelirleri üzerinden alınan artan oranlı ve sermaye gelirleri üzerinden alınan nispi ve düşük oranlı bir verginin bileşiminden oluşan “sedüler” bir vergilendirme modelidir (Thoresen vd., 2008: 3). Gelir vergisi matrahının bu şekilde ikiye bölünmesi CIT modeli için ileri sürülen bir takım problemlerin üstesinden gelme noktasında vergi politikasına ilave özgürlükler tanımaktadır. Buna göre sermaye gelirleri; faiz, kar payı, sermaye kazançları ve işletme gelirlerinden, emek gelirleri ise; maaş ve ücretler, emekli aylıkları, sosyal güvenlik ödemeleri ve bir kısım yan ödemelerden oluşmaktadır (Genser vd., 2007: 5-6).

Tam bir DIT modelinde sermaye gelirlerine uygulanan vergi oranı ve emek gelirlerine uygulanan en düşük marjinal vergi oranı genellikle eşit olmaktadır (Sørensen, 2005: 1-2; Randelovic, 2010: 185; Zee, 2005: 40). Bu düşük gelir diliminde emek gelirlerini sermaye gelirlerine dönüştürmek suretiyle vergi arbitrajından yararlanma teşvikini ortadan kaldırmaktadır (Radulescu, 2007: 24-25).

2.1. Vergilemede Adalet ve Etkinliğin Sağlanması

Vergilemede “adalet” ve “etkinlik” ilkeleri açısından bakıldığında DIT modelinin her iki açıdan da CIT modeline göre üstün olduğu kabul edilmektedir (Radulescu, 2007: 26).

Vergilemede adalet yaklaşımı mükellefin vergi ödeme gücünü esas alır ve bunun iki önemli göstergesi “gelir” ve “harcama”dır. Dolayısıyla tartışma nispi ya da artan oranlı vergilemenin hangisinin adalet amaçlarına ulaşmada daha etkili olacağı noktasına yoğunlaşır. Sermaye gelirleri genellikle yüksek vergi dilimindeki kişilerin elinde bulunduğu için DIT modelinin düşük gelir gruplarının aleyhine sonuçlar doğuracağı ileri sürülmektedir. Ancak klasik gelir vergilemesi modelinde borçla finanse edilen varlıkların getirileri bir taraftan düşük oranlı kurumlar vergisine tabi tutulurken, diğer taraftan faiz giderleri indirilebilmektedir. Dahası sermaye gelirlerinin artan oranlı tarifeye tabi tutulması halinde servetin aile üyeleri arasında bölüştürülmesi suretiyle kaçakçılık teşvik edilmektedir². DIT modelinin önerdiği nispi oranlı bir sermaye geliri vergisi bu gibi vergi arbitrajı olasılıklarını önlemek suretiyle yatay ve dikey adalete hizmet edecektir (Radulescu, 2007: 26-27).

DIT modeli ile ilgili bir iddia da vergilemenin “zamanlararası” görünümüne ilişkindir. Kişilerin yaşam boyu tüketim ve tasarruf kalıpları farklı olduğu için, yüksek tasarruf seviyesindeki kişiler CIT modeline göre daha fazla vergi ödemek zorunda kalacaktır. Böylece gelecekteki tüketim bugünküne göre daha pahalı hale gelmek-

² Bu tür vergiden kaçınmaları önlemek için ABD’de 2006 yılından itibaren 18 yaşından küçük ve 1700 dolardan fazla sermaye geliri olan bir çocuğun gelir ailenin en yüksek marjinal vergi oranında vergilendirilmeye başlanmıştır. Benzer uygulama 2000 yılından itibaren Kanada’da hayata geçirilmiştir (Genser vd., 2007: 4).

tedir. Bu sorunu gidermek için Fisher-Kaldor-Meade “harcama temelli” bir gelir vergilemesi önerisinde dahi bulunmuştur (Genser vd., 2007: 4; Sørensen, 2005: 3). DIT modeli bu tür olumsuzlukların yaşanmasını önlemektedir. Aşağıdaki tablo bu durumu göstermektedir.

Tablo 1. DIT ve CIT Modellerine Göre Tüketim Tercihlerinin Karşılaştırılması

	Erken tüketen		Geç tüketen	
	Kişi 1	Kişi 2	Kişi 1	Kişi 2
Ücret geliri	1000	1000	1000	1000
Ücret vergisi (%50)	500	500	500	500
Tasarruflar	0	0	500	-500
Brüt faiz geliri	0	0	0	50
Gelirin bugünkü değeri ¹	2100		2100	
Kapsamlı Gelir Verisi (CIT)				
Faiz üzerinden alınan vergi	0	0	0	25
Tüketim	500	500	0	1025
Vergi ödemelerinin bugünkü değeri ²	976,2		1000	
İkili Gelir Vergisi (DIT)				
Faiz üzerinden alınan vergi (%20) ³	0	0	0	10
Tüketim	500	500	0	1040
Vergi ödemelerinin bugünkü değeri ²	969		972	
Not 1: Bugünkü değer brüt faiz üzerinden hesaplanmıştır.				
Not 2: Oran %10 olarak alınmıştır. Vergi gelirlerinin bugünkü değeri CIT modelinde %5 net faiz oranı kullanılarak hesaplanmaktadır, çünkü uygulanan vergi oranı %50’dir. Buna karşılık DIT modeli içinse %8 olarak hesaplanmaktadır, çünkü bu durumda vergi oranı %20’dir.				

Kaynak: Radulescu, (2007: 28).

Tabloda görüldüğü gibi aynı dönemde 1000’er lira elde eden ve biri cari dönemde diğeri gelecekte tüketecek olan iki kişi söz konusudur. Sabırlı olan ve tüketimini erteleyen kişi faiz geliri üzerinden vergi ödemek zorunda kalacaktır. Her ne kadar aynı dönemde aynı geliri elde etseler bile ikinci tüketici için verginin bugünkü değeri daha yüksektir. Böylece CIT modelinde sabırlı olmayan tüketici bugünkü değer olarak 976,2 lira vergi öderken, sabırlı olan tüketici 1000 lira vergi ödemek zorunda kalacaktır. DIT modeli bu çarpıklığın azalmasına neden olur. Sermaye gelirini ve düzenli faiz gelirlerini % 20 oranında düz oranlı bir vergiye tabi tutmak suretiyle verginin bugünkü değeri ilk tüketici için 969 ve ikinci içinse 972 lira olacaktır, yani her iki mükellef için de neredeyse eşit olacaktır. Bir başka deyişle DIT modeli tasarrufların getirisi üzerinde ayrımcılık yaratmamaktadır (Radulescu, 2007: 28).

DIT modelinin bir avantajı da sermaye gelirlerinin vergilendirilmesinde enflasyonu hesaba katmasıdır. CIT modelinde sermaye gelirlerinin vergilendirilmesinde genellikle enflasyon ayarlaması yapılamadığı için (vergi reel değil nominal değer üzerinden alındığı için) haddinden fazla bir vergileme söz konusu olabilmektedir. Yüksek

gelirliilerin yasal olarak vergiden kaçınmalarına imkan tanıyan bu durum adalet açısından büyük problem doğurmaktadır (Morinobu, 2004: 4). DIT modeli sermaye gelirlerini düşük vergilendirerek bu problemi azaltmaktadır (Radulescu, 2007: 30).

Vergilemede etkinlik açısından bakıldığında; mobil sermaye üzerinden nispeten yüksek vergi alınması halinde sermaye çok kolay bir şekilde yabancı ülkelere kayacaktır. Sermaye gelirleri uygun bir oranda vergilendirilmediği sürece vergi matrahı emek, tüketim ve arazi gibi daha az mobil gelir kaynaklarına yönelecek ve ekonomi bundan büyük zarar görecektir. Bu açıdan bakıldığında vergi sisteminde etkinlik açısından sermaye geliri önemli bir yere sahiptir. AB ülkelerinde 1980-1985'den 1991-1997'ye kadar ortalama efektif vergi yükü sermaye gelirlerinde % 48,4'ten % 45,3'e gerilemiş, buna karşılık emek gelirlerinde % 33,0'dan % 36,8'e ve tüketim vergilerinde % 16,6'dan % 18,7'ye yükselmiştir. Benzer şekilde G-7 ülkelerinde sermaye gelirlerinin ortalama efektif vergi yükü % 63,6'dan % 59,8'e gerilemiş, emek gelirlerinde % 26,5'ten % 29,8'e ve tüketim vergilerinde ise % 13,0'dan % 13,2'ye yükselmiştir. Bu manzara vergi yükünün mobil sermaye gelirlerinden mobil olmayan emek gelirlerine doğru kaydığının delili niteliğindedir. Bu sürecin devam etmesi çalışma arzusunu olumsuz yönde etkileyeceği gibi daha yüksek işsizlik oranı ile birlikte ekonomik durgunluk ortaya çıkacaktır. Bu gerçeğin farkında olan OECD zararlı vergi rekabetini önleyici projeler gerçekleştirilmektedir. Bunlardan biri olan DIT modelinin çıkış noktası da CIT modelinin adalet ve etkinlik noktasında karşı karşıya kaldığı problemler olmuştur (Morinobu, 2004, 4-5).

Dolayısıyla DIT düşük sermaye geliri vergisi uygulamak suretiyle artan uluslararası rekabette en uygun vergi reformu ölçüsü olarak kabul edilmektedir. Ayrıca DIT modeli firmanın yasal yapısını, sermayenin kaynağını ve kullanımını dikkate almaksızın bütün sermaye gelirlerini nispi bir oranda vergilendirdiği için mevcut vergi sistemindeki çarpıklıkları azaltacak ve vergi sisteminde etkinliği arttıracaktır (Radulescu, 2007, s. 33). Bu noktada sermaye gelirlerinin nispi oranda vergilendirilmesinin yaratacağı adaletsizliği önlemek için; i) emek gelirlerinin vergi oranının makul artan oranlı olması, ii) servet vergisi uygulanması ve iii) emek gelirinin en alt dilimine indirim sağlanması önerilmektedir (Boadway, 2005: 923-924).

2.2. İdari Yönden Basitlik ve Kolaylık

Sermaye gelirlerinin vergilendirilmesi genellikle tasarruf ve yatırımları ve böylece ekonomik büyümeyi olumsuz yönde etkilemektedir. Dahası bazı sermaye gelirlerini (götürü kira gelirleri gibi) vergilendirmek siyasi nedenlerle oldukça güç olmaktadır. Netice olarak sermaye gelirlerinin vergilendirilmesi yüksek idari maliyetlere yol açmaktadır. Bu maliyetlerin bir neticesi olarak büyük bir refah devleti kurmanın ve sürdürmenin önemli bir şartı sermaye gelirlerinin vergilendirilmesinde orta yolunun bulunmasıdır (Ganghof, 2006: 362).

DIT idari yönden uygulaması oldukça basit bir modeldir. Vergi kanunlarının oldukça karmaşık olması sebebiyle bütün vergi reformları vergi kanunlarını basitleştirmeyi ve uzman olmayan kişilerin dahi vergi kanunlarını anlamasını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu anlamda “uyum”, “beyan” ve “tahsil” maliyetleri en az olan ve verginin mevcudiyetinde firmaların kararlarının yeniden gözden geçirmelerini önleyen bir vergi sistemi idari yönden basit olarak algılanabilir. DIT, kurumlar vergisi teşviklerinin azaltılmasına hizmet edecek, daha düşük bir kurumlar vergisi oranı yabancı yatırımları çekmek için sunulan özel vergi ayrıcalıklarının azaltılmasına ya da ortadan kalkmasına neden olacaktır. DIT, kurumlar vergisi ve gelir vergisi rejimlerinde basitlik sağlayacak ve böylece hem idari hem de uyum maliyetlerini azaltacaktır. Zira söz konusu maliyetler, gelişmekte olan ülkelerde çeşitli ekonomik faaliyetlerin şekillenmesinde önemli mali engeller yaratmaktadır. DIT’a geçilmesi özellikle geçici ve nihai stopajın kullanılmasındaki artıştan kaynaklanan önemli idari avantajlar sağlayacak, idari maliyetler azalacaktır. Çünkü sermaye gelirinin hesaplanmasına artık gerek kalmayacaktır. Dahası kurum karları üzerindeki vergi oranı ve sermaye gelirlerinin vergi oranı eşitleneceği için karpayları ve sermaye kazançları ayrı bir vergilendirme kaynağı olarak görülmeyecek ve böylece kar ödemesi firma seviyesinde zaten vergilendirilmiş olacaktır. Ancak düz oranlı bir vergi modeli ile bu maliyet azalışlarının vergi tabanının genişletilmesine bağlı olacağı unutulmamalıdır (Bird vd., 2008: 22-24; Radulescu, 2007, s. 33-34).

2.3. Kamu Gelirlerini Artırmak

Mevcut vergi sistemlerindeki sermaye gelirlerine tanınan istisnalar vergi gelirlerini önemli ölçüde azaltmaktadır. Dolayısıyla bütün sermaye gelirlerini düşük oranlı bir vergiye tabi tutmak, bazı sermaye gelirlerine ayrıcalıklı uygulamadan ve faiz giderlerinin indirilmesinden kaynaklanan gelir kayıplarını karşılamanın en pratik yoludur. Artan uluslararası rekabetin ışığı altında, yurtiçi vergilerin yüksekliği sebebiyle sermaye ihracı ayrıca yurtiçi matrahın daralmasına neden olmaktadır. Böylece sermaye göçünü önlemek için düşük sermaye geliri vergisi gibi ölçüler vergi gelirlerini sürdürmek için önemlidir. Bu bağlamda artan oranlı emek vergisi devletin gelirini artırmanın temel yolu olup, sosyal güvenlik sistemi riskli işlerde çalışanları güvence altına aldığı taktirde yatay eşitlik problemi olmayacaktır (Radulescu, 2007: 34-35).

Özetle DIT a geçilmesi muhtemel bir gelir artışı sağlayacaktır. Bu sermaye gelirlerine uygulanan önceki sistemin etkinliği azaldıkça daha da büyüyecek ve DIT’a geçilmesi zaman içinde kayıt dışı ekonomiyi küçültecektir. Bununla birlikte DIT’a geçiş bazı maliyetleri de beraberinde getirmektedir. İskandinav sisteminde emek gelirlerinin sermaye gelirlerine dönüşmesi için vergi arbitrajı olasılığı söz konusudur. Ancak bir bütün olarak arbitraj sorunu gelişmekte olan ülkelerde daha az

önemli olacaktır. Çünkü özellikle gelişmiş ülkelere göre emek ve sermaye gelirlerinin oranları arasında oldukça az bir farklılık söz konusudur (Bird vd., 2008: 22-24).

3. DIT Modelinin İskandinav Ülkelerindeki Uygulaması

İskandinav ülkelerindeki işsizlik oranları uluslararası standartlara göre düşük olsa bile 1980'lerin sonlarındaki işsizlik oranları ve 1990'ların başlarındaki oranlar tarihi standartların çok üzerinde olup bu seyrini devam ettirmektedir. Bu durum ekonomik faaliyetleri canlandırmak için sermaye geliri üzerindeki vergi yükünü azaltma noktasında büyük politik destek bulunmasına neden olmuştur. Ancak bu süreçte tüketim üzerinden alınan vergiler artırılmıştır ve hala kamu hizmetlerinin finansmanı için gelir vergisine büyük ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla İskandinav ülkelerinin gelir vergisi reformunda iki seçeneği vardır. Bunlardan ilki bütün gelir vergisi oranlarını düşürmektir. Ancak bu sosyal programları desteklemek için yetersiz gelir vergisi hasılatı ile sonuçlanacaktır. İkinci seçenek sermaye gelirlerini vergi oranını düşürecek ancak emek gelirleri üzerindeki vergi oranını arttıracak ikili bir vergileme seçeneği uygulamaktır (Bird vd., 2008: 6). Bu seçeneklerden ikincisi kabul görmüş ve DIT modeli ilk olarak Danimarka'da 1985 vergi reformu ile uygulamaya geçirilmiş, ardından 1991 yılında İsveç, 1992 yılında Norveç ve 1993 yılında Finlandiya değişik şekillerde söz konusu sisteme adapte olmuştur. Böylece İskandinav ülkeleri diğer ülkelerdeki daha önceki reformlardan oldukça farklı bir yön çizmiştir. Ardından Belçika, Fransa, İtalya ve Japonya'da DIT modelinin bir versiyonu olarak emek ve faiz gelirlerinin farklı vergilendirildiği bir model tercih etmişlerdir. Bu gelecekteki vergi reformları için çok daha yakından dikkate alınması gereken doğal bir deneyim olmayı sürdürmektedir (Alstadsaeter, 2003: 1-2).

3.1. DIT Modeline Geçilmesinin Nedenleri

DIT modeline geçilmesinin ilk sebebi yatırımların ülke dışına kaymaya başlamasıdır. 1980'li yılların ortalarında en yüksek marjinal gelir vergisi oranları Norveç'te % 66 ve İsveç'te % 87'ye kadar yükselmiştir. Böylece İskandinav ülkelerindeki yatırımlar off-shore alanlara kaymaya başlamış ve vergiden kaçınma yolları araştırılmaya başlanmıştır. İkinci olarak yüksek enflasyon sermaye gelirlerinin efektif vergi oranını yükseltmiştir. En iyimser tahminle nominal faiz gelirlerinin % 50'nin üzerinde vergiye tabi tutulması gerçek faiz gelirleri üzerindeki efektif vergi oranını yükseltmiştir. Yüksek vergi oranlarının nispeten yüksek efektif vergi oranları ile birleşmesi ve enflasyon ayarlamasının olmaması İskandinav ülkelerinde problemleri daha da büyütüştür. Sermaye gelirlerine düşük ve düz bir oran uygulamak enflasyona karşı genel bir ayarlama sağlayacaktır. Üçüncü olarak, İskandinav ülkeleri bütün sermaye gelirlerini aynı oranda vergilendirmese bile reform öncesi özellikle faiz ve sermaye kazançlarına istisnalar tanımıştır. Götürü kira gelirleri için önemli ayrıcalıklar söz konusu olduğu gibi borç faizlerinin indirilmesinde de cö-

mert davranılmıştır. Bu durum İskandinav ülkelerinin hepsinde önemli gelir kayıplarına yol açmış ve vergi matrahındaki aşınma marjinal emek geliri vergi oranının artmasına neden olmuştur. Nitekim DIT uygulamasına geçmeden birkaç yıl önce faiz ödemelerinin vergilendirilecek gelirden indirilmesi sayesinde Norveç ve İsveç'te yüksek gelir grupları vergi matrahlarını oldukça azaltmış ve tasarruflarını vergi ayrıcalığı tanınan alanlara kaydırmışlardır. Bu sayede kişisel sermaye üzerinden elde edilen net vergi geliri neredeyse negatif olmuştur (Sørensen, 2007: 564; Bird vd., 2008: 1).

Her ne kadar DIT reformu sermaye gelirlerinin vergi oranını azaltacak ise de, emek gelirlerinden elde edilen vergi hasılatındaki artış sermayenin vergilendirilmesinden doğacak vergi hasılatındaki azalmayı telafi edecektir. İsveç'te 1991 yılındaki reformun ardından sermaye gelirlerinden elde edilen hasılatın yaklaşık GSYİH'nın % 2,7'si oranında artacağı tahmin edilmiştir (Bird vd., 2008: 5-6; Radulescu, 2007:36-37).

Tablo 2. İskandinav Ülkelerinde Reform Öncesi ve Sonrası Vergi Oranları

		Sermaye Gelirleri		Kazanılmış Gelir
		Kurum Kazançları	Diğer Sermaye Gelirleri	
Norveç	1992 öncesi	50,8	26,5~40,5	26,5~50
	1992'den itibaren	28	28	28~41,7
Finlandiya	1993 öncesi	37	25~56	25~56
	1993'ten itibaren	25	25	25~56
	1995'ten itibaren	28	28	25~56
İsveç	1991'den önce	52	36~72	36~72
	1991'den itibaren	30	30	31~51
	1994'ten itibaren	28	30	31~56
Danimarka	1987'den önce	40	48~73	48~73
	1987'den itibaren	50	50~56	50~68
	1994'ten itibaren	34	38~44/58*	38~58

* Net sermaye geliri 20,000 (evlilerde 40,000) Danimarka Krona'sından az olduğunda %44 oranı uygulanır.

Kaynak: Morinobu, (2004: 2).

Tabloda görüldüğü gibi reform öncesi sermaye gelirlerinin marjinal vergi oranları oldukça farklı dağılım göstermektedir. Genel olarak sermaye gelirlerinin marjinal vergi oranları CIT modelinin prensiplerine uygun olarak emek gelirin vergi oranlarına çoğunlukla eşdeğerdir. Reform sonrası vergi oranları karşılaştırıldığında reform öncesindeki oranlara kıyasla önemli indirimler söz konusudur. Reform aynı zamanda vergi matrahının genişletilmesini de kapsadığından kamu gelirlerinde bir azalma olmamıştır (Radulescu, 2007, s. 37).

Vergi oranı ve yapısı söz konusu ülkelerde değişik olmakla birlikte aşağıdaki tablo şu anki vergi sisteminin genel özelliklerini ortaya koymaktadır.

Tablo 3. İskandinav Ülkelerinde DIT Uygulaması

	Finlandiya (2008)	Norveç (2008)	İsveç (2008)
Gelir vergisi oranı (%)	28	28	30
-sermaye kazançları	27-50	28-48	31,5-56,5
-emek kazançları			
Negatif sermaye gelirlerinin indirilmesi	Pozitif sermaye gelirinden indirilebilir	İlk dilimdeki diğer gelirlerden indirilebilir	Vergi indirimi
Kurumlar vergisi oranı (%)	26	28	28
Gelir ve kurumlar vergisinin bütünleştirilmesi	Borsaya kayıtlı şirketlerde: Karpaylarının sadece %70'i vergilendirilir (sermaye geliri olarak) Borsaya kayıtlı olmayan şirketlerde: Götürü bir miktar gelir vergisinden muaftır ve bu sınırın üstündeki karpaylarının sadece %70'i vergilendirilir (emek geliri olarak) ¹	Sadece götürü bir miktarı aşan sermaye kazançları ve karpayları vergilendirilir (sermaye geliri olarak)	Borsaya kayıtlı şirketlerde: Bütünleşme yok Borsaya kayıtlı olmayan şirk. Kar payı ve sermaye kazançları indirilmiş oranda vergilendirilir (dipnot 3 ve 5)
Kişisel gelir vergisi (%):	19,6 (=0,7 x 28)	28 ²	30 ³
-karpayları			
-hisselerden elde edilen sermaye kazançları	28	28 ⁴	30 ⁵
Stopaj gelir vergisi ⁶ :	28	28	30
-faiz	19	0	30
-kar payı			
<p>1. 90,000 Euroyu aşan karpaylarında götürü getiri miktarının altındakiler sermaye geliri olarak vergilendirilir.</p> <p>2. Sadece hisselerden elde edilen götürü getiri miktarını aşan karpaylarına uygulanır</p> <p>3. Az sayıda ortaklı şirketlerin aktif ortaklarının belli bir götürü getiri tutarının altındaki karpayları indirilmiş %20 oranında vergilendirilirken, bunun üstündeki karpayları emek geliri olarak vergilendirilir. Borsaya kayıtlı olmayan şirketlerin pasif ortaklarının karpayları</p>			

indirilmiş %25 oranında vergilendirilir.
4. Sadece hisselerden elde edilen götürü getiri miktarını aşan karpaylarına uygulanır
5. Az sayıda ortaklı şirketlerin aktif ortaklarının belli bir götürü getiri tutarın altındaki sermaye kazançları indirilmiş %20 oranında vergilendirilirken, bunun üstündeki kazançlar emek geliri olarak vergilendirilir. Borsaya kayıtlı olmayan şirketlerin pasif ortaklarının kazançları indirilmiş %25 oranında vergilendirilir.
6. Mukimler için.

Kaynak: Sørensen, (2009: 11)

Tabloda görüldüğü gibi, sermaye gelirin nispi vergi oranı % 28 ve % 30 arasındadır. Bu oran yaklaşık olarak hem kurumlar vergisi oranları hem de en düşük emek geliri vergisi oranları ile eşdeğerdir, ancak en yüksek emek geliri vergi oranlarından oldukça aşağıdadır. Dolayısıyla DIT'in bir temel prensibini karşılamaktadır. Sermaye geliri vergisi nispi olması dolayısıyla nihai stopaj yoluyla toplanmaya uygundur. Finlandiya, İsveç ve Norveç'te mukimlerin faiz gelirleri nispeten düşük nihai stopaj vergisi uygulanmak suretiyle kaynağında vergilendirilmektedir. Norveç hariç mukim olmayanlar için herhangi bir kaynağında vergileme (stopaj) söz konusu değildir. Ayrıca uyum ve tarafsızlık açısından negatif net sermaye geliri için bir vergi indirimi ya da ilk gelir diliminin pozitif gelirinden indirme imkanı tanımaktadır. Norveç kar payı ve sermaye kazançları üzerinden ödenen vergiden normal bir getiri miktarını istisna etmek suretiyle çifte vergilemeyi önlemeye en yakın ise de İskandinav ülkelerinde tam anlamıyla kurum kaynaklı gelirlerin çifte vergilendirilmesi önlenmiş değildir (Sørensen, 2009: 11; Radulescu, 2007: 38).

3.2. DIT Modelinin İskandinav Ülkelerindeki Uygulaması

Danimarka DIT modelinin benimseyen ilk İskandinav ülkesidir. Ancak sonrasında CIT ve DIT arasında bir "karışım" uygulamaya başlamıştır. Bir başka deyişle Danimarka 1987 reformunun ardından DIT modelinden oldukça uzaklaşmıştır. Yukarıdaki tabloya da sırf bu nedenden Danimarka dahil edilmemiştir. Buna karşılık İsveç, Norveç ve Finlandiya söz konusu modeli değişik ısrar derecelerinde halen uygulanmaktadır. Dolayısıyla aşağıda daha çok Danimarka dışındaki İskandinav ülkelerinin durumu değerlendirilecektir.

3.2.1. Danimarka'daki Uygulaması

Danimarka, AB üyesi ülkeler içerisinde vergi rasyosu en yüksek ülkelerden biridir. 2007 yılı itibarıyla AB ortalaması % 40 civarında olup Danimarka'da bu rasyo % 48,7'ye çıkmıştır. Buna karşılık Danimarka AB üyesi ülkeler içerisinde sosyal güvenlik vergilerinin toplam vergi geliri içindeki payı en düşük olan ülkelerden biridir. Bunun özel nedeni; refah harcamalarının çoğunluğunun genel vergiler ile karşılanmasıdır. Bu, yüksek dolaysız vergi oranını gerektirmektedir. Bu bakımdan Da-

nimarka AB üyeleri içerisinde dolaysız vergilerin en yüksek olduğu ülkedir (European Commission, 2009: 5-6).

Danimarka DIT modelinin beşiği olarak kabul edilse bile, sonrasında bu modelin temel prensiplerinden oldukça uzaklaşmıştır. 1987 reformunda karpayları ve sermaye gelirleri üzerinden % 50 oranında vergi alınması önerilmiştir. Ancak muhalefetin artan oranlı sermaye vergilemesini terk etme konusundaki isteksizliği nedeniyle % 6 oranında özel bir ek vergi getirilmiştir. Bu sayede sermaye gelirlerinin marjinal vergi oranı % 56'ya çıkartılmıştır. DIT'ın temel prensiplerinden daha da uzaklaşması 1993 yılında olmuş, emek gelirlerinin vergi oranı düşürülmüştür (Ganghof, 2005: 88). Bu, emek maliyetleri üzerinde pozitif etki yaratmış ancak tam tersine toplam emek talebi değişmemiştir. Zira yüksek oranlı sermaye geliri vergilerinden kaynaklanan sermaye stokundaki azalma marjinal emeğin verimliliğinde azalmaya yol açmıştır. Böylece 1994 ve sonrası kişisel gelir ve belli bir sınırın üstündeki pozitif net sermaye geliri aynı marjinal vergi oranına tabi tutulmaya başlanmıştır (Radulescu, 2007: 39).

Danimarka'nın sistemi CIT ve DIT modellerinin bir karışımı şeklindedir. Negatif sermaye geliri elde edenler için DIT özelliği gösterirken, pozitif net sermaye geliri elde edenler için artan oranlı bir CIT özelliği göstermektedir. Hisse senetlerinden elde edilen kar payları düşük oranda vergilendirilirken, kişisel gelirler ve diğer sermaye gelirleri (özellikle de faiz gelirleri) artan oranlı olarak vergilendirilmektedir. Karpayları belli bir sınırın altında ise % 28 oranında stopaja tutulmakta, sınırın aşılması halinde ise oldukça yüksek artan oranlı bir tarifeye tabi tutulmaktadır. Sermaye kazançları ise ayrı bir tarifeye tabi tutulmaktadır (bkz., Tablo 3). Emek ve sermaye gelirleri (kar payı ve sermaye kazançları hariç) ayrıca mahalli idareler tarafından öngörülen nispi vergilere (% 20,14 - % 26,71 aralığında) tabi tutulmaktadır. Netice olarak Danimarka 1987 reformunun ardından emek gelirlerini artan oranlı olarak vergilendirmeye devam etmektedir, ancak düşük ve yüksek gelir gruplarının efektif vergi oranları arasındaki fark % 25,2'den % 18'e gerilemiştir. Aynı zamanda sermaye gelirlerinin yasal vergi oranı önemli ölçüde azalmış; % 48 - % 73,2 aralığından % 52,2 - %58,2 aralığına çekilmiştir (Randelovic, 2010: 191-193; Genser vd., 2007: 11).

3.2.2. Norveç'teki Uygulaması

DIT modelini ısrarlı bir şekilde uygulayan ülkelere en güzel örnek Norveç'tir. Norveç gelir vergisinde 1 Ocak 1992 tarihinden yürürlüğe girmek üzere önemli bir reform gerçekleştirmiş, emek, serbest meslek ve sermaye gelirlerinin vergilendirilmesinde kapsamlı değişiklikler yapmıştır. Reform öncesi vergi sisteminin temel özelliği marjinal vergi oranlarının yüksekliği ve geniş indirim imkanları tanınmasıdır. 1980'li yıllar boyunca Norveç vergi sistemi çok sayıda istisna, bölgesel ve sektörel indirim ve emek ve sermaye gelirleri açısından yüksek yasal vergi oranları

ile şekillenmiştir. Ancak bütün bu istisna ve indirimler vergi sisteminde önemli çarpıklıklara yol açmıştır³.

DIT reformu öncesi ücret gelirleri üzerindeki en yüksek marjinal vergi oranı % 57,8'e, serbest meslek erbabında % 62,7'ye kadar yükselmiştir. Aradaki bu farkın temel sebebi reform öncesinde ve sonrasında serbest meslek erbabının daha yüksek sosyal güvenlik vergisi yüküne sahip olmasıdır. Diğer taraftan sermaye gelirleri üzerindeki en yüksek marjinal vergi oranı % 40,5 ve kurumlar vergisi oranı % 50,8 olmuştur. Ancak vergilendirilecek geliri azaltan birkaç özel istisna sayesinde efektif kurumlar vergisi yükü % 40'ın altına düşmüştür (Aarbu vd., 2001: 321).

DIT reformunun amacı, daha düşük bir vergi oranı ve geniş bir vergi matrahı oluşturmaktır (Alstadsaeter, 2003: 1). Zira bu ölçülerin aksi vergilemede etkinlik kaybına yol açmaktadır. Ayrıca geçmiş yıllardaki gözlemler yüksek vergi oranlarının gelirin yeniden dağılımında arzu edilmeyen sonuçlar yarattığını ortaya koymuştur. Reform ile birlikte kişisel gelirin vergilendirilmesinde iki farklı matrah geliştirilmiştir. Belli bir sınırın altındaki (380.000 NOK'un) emek gelirleri, sermaye gelirleri ve karpayları ile birlikte temel orana (% 28), bu sınırı aşan emek gelirleri ise sosyal güvenlik vergisine ve iki aşamalı ek vergiye tabi tutulmuştur (Onshus vd., 2008: 3). En yüksek marjinal vergi oranı ücret geliri elde edenlerde % 48,8'e, serbest meslek erbabında % 51,7'ye düşürülmüştür. Bununla birlikte vergi oranındaki indirimin düşük ve orta gelir gruplarında oldukça düşük kaldığı gözlenmiştir (bkz., Aarbu vd., 2001: Ek A). Reform ile birlikte kurumlar vergisinin oranı da % 50,8'den % 28'e indirilmiştir. Böylece sermaye gelirleri, belli bir sınırın altındaki emek gelirleri ve kurumlar vergisinin oranı eşitlenmek suretiyle dağıtılan kurum karlarının vergilendirilmesinde çifte vergilendirme ortadan kaldırılmıştır. Geniş tabanlı bir vergi matrahına ulaşmak için ise amortisman oranları daha da düşürülmüş, özel indirimler ve istisnalar kaldırılmıştır (Aarbu, vd., 2001: 321; Sørensen, 2001: 6; Thoresen, 2004: 489).

DIT reformunun ardından temel (%28) ve en yüksek (%51,7) marjinal vergi oranları arasındaki büyük fark nedeniyle emek gelirlerinden sermaye gelirlerine kaçışı önlemek için bir mekanizma geliştirilmesi zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Bunun üzerine mülkiyeti az sayıda kişinin elinde bulunan küçük işletmeler⁴ ve serbest meslek

³ Örneğin hane halkı gayrimenkul için yapılan borçlanmanın faizlerini indirebilme imkanına sahip olduğu için bu durum vergi sonrası negatif gerçek faiz oranları ile sonuçlanmış ve gayrimenkul patlamasına ve borçla finanse edilen tüketimin artmasına neden olmuştur. Her ne kadar reform gayrimenkul sektöründeki aşırı yatırımın çarpıklığının azaltılmasına çalışmış ise de, gerçekte bu amacı ulaşamamıştır. Politik sebeplerle gayrimenkul sahiplerinin vergi oranı düşük oranda tutulmuş ve reform bu yatırım türleri için vergi avantajını azaltma başarısı gösterememiştir (Radulescu, 2007: 41; Onshus vd., 2008: 3).

⁴ **Norveç'te** bu gruba (**Closely Held Corporation-CHC**) hisselerinin en az üçte ikisi aktif ortakların elinde bulunan şirketler girmektedir. Eğer bir kişi şirkette yıllık 300 saatten fazla çalışıyorsa aktif, değilse pasif ortak olarak kabul edilmektedir. Aktif ortaklar genellikle müdür sıfatına sahiptir. Buna karşılık **İsveç'te** en fazla beş kişinin oy hakkı-

erbaplarında⁵ “götürü” bir sistem geliştirilmiştir (OECD, 2006: 6). Genel hatlarıyla bu sistem işletmeden elde edilen gelirleri sermaye gelirleri ve emek gelirleri şeklinde iki gruba ayırmaktadır. Bu nedenle sisteme “bölüştürme modeli” de denmektedir (Thoresen, 2004: 489). Buna göre sermayenin kayıtlı değeri riske göre ayarlanmış sabit bir getiri oranı ile çarpılmak suretiyle götürü bir sermaye geliri hesaplanmaktadır. Sabit getiri oranı her yıl devlet tahvillerinin ortalama getiri oranına bir risk primi eklemek suretiyle belirlenmektedir. 1993 yılında % 16 olan bu oran 2001 yılında % 12’ye düşürülmüştür. Bu şekilde hesaplanan sermaye geliri nispi vergi oranına tabi tutulmaktadır. Artan gelir ise sahibinin gerçekte elde edemediğine bakılmaksızın emek geliri olarak vergilendirilmektedir. Buradaki amaç vergiyi azaltmak için bütün gelirin sermaye geliri olarak nitelendirilmesini önlemektedir (Aarbu vd., 2001: 321-322; Sørensen, 2001: 6; Thoresen vd., 2008: 8; Alstadsaeter, 2003: 6-7). Ancak bu uygulama birçok işletmenin pasif ortak sayısını artırarak (yapı değiştirerek) vergiden kaçınma yollarını aramaya başlamasına neden olmuştur. İşletmeler hisselerin dörtte birini pasif ortaklara devretmek suretiyle aktif ortaklara ödenecek ücret gelirlerini azaltırken, kar payı ödemelerini arttırmışlardır. Yetişkin çocuklar pasif ortak yapılarak karpayları aile içinde içselleştirilmeye ya da sonuçta aktif ortaklara dönecek olan karlar geçici olarak pasif ortaklara ödenmeye başlanmıştır. En nihayetinde benzer firmalar arasında kartelleşme oluşmuştur⁶.

Bunun üzerine 2006 yılında yeni bir vergi reformu yapılarak emek ve sermaye gelirlerinin marjinal vergi oranları arasındaki büyük fark azaltılmış, karpayları üzerindeki vergi oranı yükseltmek suretiyle gelir kayması cazip olmaktan çıkartılmıştır⁷. Nitekim 2006 reformu ile karpaylarının normal getirisini aşan tutar üzerinden % 28 oranında bir vergi alınması öngörülmüş ve aynı zamanda emek gelirin en yüksek marjinal vergi oranı indirilmiştir (Sørensen, 2009: 10). Emek ve sermaye gelirleri üzerindeki vergi oranları eşitlendikçe gelir kayması daha az karlı hale gelecektir (Onshus vd., 2008: 3-4).

nin %50’sinden fazlasına sahip olduğu şirketler bu gruba dahildir. **Finlandiya’da** ise ortak sayısında herhangi bir sınırlama bulunmamaktadır (Lindhe vd., 2004: 471; Thoresen vd., 2008: 8).

⁵ Serbest meslek kazancının tespitinde performansın esas alınması ve buna göre kazanılması muhtemel emek gelirin hesaplanması artı kalan tutarın ise sermaye geliri olarak vergilendirilmesi mümkündür. Ancak kişinin kaç saat çalıştığını ve ne kadar emek harcadığını ölçmek oldukça güçtür. Bu nedenle prensipte tespiti daha kolay olan sermaye kazancını esas alan ikinci bir yöntem kullanılmaktadır. Buna göre öncelikle özel nitelikte olmayan amortisman tabi iktisadi kıymetler, peştamallıklar, fikri mülkiyet hakları gibi işletme varlıklarından götürü bir miktarda sermaye geliri elde edildiği varsayılarak artan miktar emek geliri olduğu kabul edilmektedir (Sørensen, 2005: 8; Sørensen, 2007: 568; Randelovic, 2010: 185-186).

⁶ Thoresen vd., tarafından DIT modelinin yürürlüğe girdiği 1992 ve 2004 yıllarını kapsayan ampirik bir çalışma gelirin bölüştürülmesi modeli nedeniyle küçük işletmelerin yeni organizasyon şekilleri bulmak suretiyle vergiden kaçınmaya çalıştıklarını doğrulamışlardır (Thoresen vd., 2008: 8).

⁷ Kar payı vergisinin yürürlüğe girdiği 2006 yılında kar payı ödemeleri 100 milyar NOK’dan 7 milyar NOK’a gerilemiştir (Onshus vd., 2008: 5).

2006 vergi reformunun toplam etkisinin ne olduğu ile ilgili henüz ampirik bir araştırma yapılmamıştır. Ancak teorik açıdan bakıldığında yüksek gelir gruplarının vergi oranı düşürülmüştür. Bu azalan bir artan oranlılığı ifade etmektedir. Emek gelirlerini sermaye gelirlerine dönüştürme olasılığı azaltıldığı için yatay adaletsizlik azalmıştır. Ayrıca karpayları ve sermaye kazançları üzerine vergi konmasının artan oranlılığı arttıracığı ifade edilmektedir. Servet vergisi (veraset ve intikal vergisi), reform sırasında ve sonrasında gelirin yeniden dağılımı amacına ulaşmak için önemli ölçüde değişime uğramış, en yüksek marjinal vergi oranlarındaki artış sınırlandırılmıştır. Son olarak temel indirimlerin artırılması da artan oranlılığı olumlu yönde etkileyecektir (Onshus vd., 2008: 5).

3.2.3. İsveç'teki Uygulaması

1980'li yıllarda İsveç hükümeti ulusal para biriminde devalüasyona gitmiş (1982), bankacılık sisteminde ve finans sisteminde yeni düzenlemeler getirmiştir. Her ne kadar bu değişiklikler ekonomi üzerinde yaşanan krizlerden çıkış için pozitif etki yaratsa bile her kesimden vergi sisteminin yeniden gözden geçirilmesi ile ilgili eleştiriler artmaya başlamıştır. Marjinal vergi oranlarının yüksek olması, indirim ve istisnaların yüksek gelir gruplarının lehine sonuçlar doğurmasına neden olmuş⁸, yüksek kurumlar vergisi oranlarına rağmen bir takım indirimler sayesinde sermaye tahsisinde etkisizlikler yaşanmıştır. Ayrıca 1970'li yıllarda İsveç iki haneli enflasyon deneyimi yaşamış ve işsizlik artmıştır. İşsizliğin artan düzeyi sosyal güvenlik sisteminde ciddi sıkıntılar yaşanmasına ve vergi matrahının aşınmasına neden olmuştur. Bu yıllarda yaşanan ekonomik ve mali krizler yaşam standartlarını zorlaştırmış ve bunun üzerine yüksek düzeydeki gelir ve kurumlar vergisi oranlarını düşürme eğilimi baş göstermiştir. Bunda dünyada meydana gelen ekonomik gelişmelerin (özellikle İngiltere, Fransa ve ABD vergi reformlarının) ve arz yönlü ekonomik düşüncenin de etkisi olmuştur. Nihayetinde 1991 yılında "yüz yılın reformu sloganıyla" DIT modeline geçilmiş, emek ve sermaye gelirleri ayrı olarak vergilendirilmeye başlanmıştır. Böylece emek geliri elde edenlerin büyük çoğunluğunda marjinal vergi oranları yaklaşık % 24 - % 27 arasında düşürülmüş ve yeni nispi kurumlar vergisi oranı %30 olmuştur (%57'den %30'a düşürülmüştür). Ayrıca önceden her türlü borç faizinin tamamının indirilmesi mümkün iken, sermaye gelirlerinin ayrı vergilendirilmesi felsefesine uygun olarak faiz indirimlerinin değeri azaltılmış ve çeşitli şekillerde gerçekleştirilen vergiden kaçınma eğilimleri sınırlandırılmıştır (Agell vd., 1996: 3-654; Loughlin vd., 2004: 6-8).

Reformun başarısını araştıran bir çalışma, reformun vergisel açıdan teşvik edilen bir kısım ekonomik faaliyetleri (gayrimenkul yatırımları gibi) azalttığı ve böylece

⁸ 1978 yılının başında sol kanadın destekçilerinden Nobel Laureate ve Gunnar Myrdal yüksek marjinal vergi oranlarına rağmen vergiden kaçınmak için sunulan bir takım imkanların İsveç'i bir "kaçakçılar ülkesi" haline getirdiğini ifade etmiştir (Loughlin vd., 2004: 6)

sermaye stokunun dağılımındaki çarpıklıkları minimize ettiğini ortaya koymuştur. Farklı çalışanlar için birim başına verginin aşırı yükü azalmıştır. Ancak reform ayrıca maliyetleri de artırmıştır. Tasarrufların gayrimenkulden finansal varlıklara kayması efektif talebi azaltmıştır. Bunun ötesinde kurumlar vergisinin GSYİH'ya oranı 1990 ve 2000 yılları arasında, vergi oranları düşürülmesine karşılık % 3,7'den % 7,5'e çıkmıştır (Radulescu, 2007: 42-43).

1995 yılında karpaylarının vergilendirilmesinde yeni bir uygulamaya geçilmiş % 30 oranında düz bir sermaye geliri vergisi getirilmiştir. Bu oran borsaya kayıtlı şirketlerden elde edilen bütün sermaye geliri, faiz ve sermaye kazançlarına uygulanmaktadır. Borsaya kayıtlı olmayan şirketlerden elde edilen karpayları belli bir indirimine tabi tutulmaktadır. Bu oranı aşan karpayları pasif ortaklar için nispi orana tabi tutulmaktadır, ancak aktif ortaklar için emek geliri olarak artan oranlı vergilendirilmektedir (Genser vd., 2007: 11; Sørensen, 2005: 25).

Netice olarak İsveç DIT modelini uygulamaya devam etmektedir. Belli bir tutarı (2010 yılı için 372,100 SEK ve 532,700 SEK) aşan emek gelirleri sırasıyla % 20 ve % 25 oranında merkezi gelir vergisine tabi tutulmaktadır. Ayrıca mahalli gelir vergisi uygulaması söz konusudur. 2009 yılında mahalli gelir vergisinin oranı ortalama % 31,52 olmuştur. Sermaye gelirleri % 30 oranında nispi bir vergiye tabi tutulmaktadır. Bu oran en yüksek marjinal gelir vergisi oranından daha yüksektir (Randelovic, 2010: 192, ayrıca bkz., Tablo 3). Sermaye zararlarının tamamının sermaye kazançından indirilmesi mümkündür. Net sermaye gelirin negatif olması halinde 100.000 SEK'e kadar açığın % 30'u oranında bir vergi indirimi hakkı tanınmaktadır. Açığın bu tutarın üzerinde olması halinde indirim miktarı % 21'e düşmektedir. Ayrıca İsveç'te çalışan nitelikli yabancı işçiler elde ettikleri bütün gelirler için (ücret ve diğer faydaların toplamı) ilk üç yıl %75'i üzerinden vergi ödemektedir. Bir başka deyişle % 25'lik özel bir vergi indirimi söz konusudur (Working in Sweden – employee guide, 2010: 1-3).

3.2.4. Finlandiya'daki Uygulaması

Finlandiya 1993 vergi reformu öncesinde mükelleflerin bütün gelirleri için kaynağına bakılmaksızın tek ve artan oranlı bir tarifenin uygulandığı global bir gelir vergisi (GIT) sistemine sahip iken bu yıldan itibaren DIT modeline geçmiştir. DIT modeline geçilmesinin temel nedeni bazı sermaye gelirlerine tanınan indirim ve istisnaların vergi planlamasına yol açması ve GIT modelinin sermaye göçüne neden olacağı düşünülmesidir. Ayrıca diğer İskandinav ülkelerinin de DIT modeline geçmesi uluslararası rekabet bakımından bu modelin benimsenmesini zorunlu kılmıştır. Diğer taraftan 2006 yılında "tek vergi" önerisinde bulunulmuşsa da bu öneri gelecek için rasyonel görülmemiştir (Frande, 2008: 1).

Reform öncesi yasal kurumlar vergisi oranı oldukça yüksek olmasına karşılık ayrıcalıklı hükümler ve indirimlerin çokluğu nedeniyle toplanan vergi oldukça düşük olmuştur. Gelir vergisi açısından bakıldığında marjinal vergi oranları % 50'nin üzerinde olmasına karşılık ağırlıklı olarak vergilendirilmeyen varlıklara yapılan yatırımlardan oluşan sermaye gelirlerine nadir olarak uygulanmıştır. Ayrıca sermaye gelirinin vergi matrahı; mevcut kişisel sermaye geliri istisna tavanı nedeniyle erozyona uğramıştır. Gelir vergisinin matrahını hesaplarken belli seviyedeki faiz harcamalarının indirilme olasılığı negatif ortalama efektif faiz geliri vergisi oranlarına yol açmıştır. Gayrimenkule yapılan kurum yatırımları özellikle banka kredileri ve dağıtılan karlar ile finanse edilmiş ve böylece şirketlerin yüksek borç rasyosuna ve düşük kar dağıtmasına neden olmuştur. Bunun üzerine sistemi uluslararası rekabete uygun hale getirmek ve vergilemede tarafsızlığı sağlamak adına DIT reformu gerçekleştirilmiştir (Radulescu, 2007: 39-40).

DIT reformu ile bütün sermaye gelirleri % 25 oranında düz bir vergiye tabi tutulmaya başlanmıştır. Buna karşılık emek gelirleri üzerindeki en yüksek marjinal vergi oranı yaklaşık % 63 civarında kalmıştır. Dolayısıyla reform sonrası emek ve sermaye gelirlerinin en yüksek marjinal vergi oranları arasında oldukça yüksek bir fark (%38) ortaya çıkarken, düşük gelir gruplarında ise fark azalmıştır. Diğer İskandinav ülkelerinin aksine Finlandiya emek gelirlerinde bir düzenlemeye gitmemiştir. Reformun en önemli sonucu, toplam vergilendirilecek gelir içerisinde sermaye gelirlerinin payının azalmasıdır. Bu bir taraftan tasarruf etmenin cazibesini artırırken diğer taraftan emek gelirlerini sermaye gelirlerine dönüştürme eğilimini de artırmıştır⁹ (Pirtilla vd, 2006: 2).

2005 vergi reformu ile karpaylarının vergilendirilmesinde önemli değişikliklere gidilmiştir. Bu yıldan itibaren karpaylarının vergilendirilmesinde mahsup sisteminin vazgeçmiştir. Bunun temel sebebi mahsup sisteminin yurtiçinde elde edilen karpaylarına yabancı kaynaklıların aleyhine bir ayrıcalık yaratması olmuştur. Mahsup sistemi ortak seviyesinde ödenen kurumlar vergisi için tam bir indirim imkanı sunmak suretiyle yurtiçi karpaylarının çifte vergilendirmesini ortadan kaldırmıştır. Ancak aynı uygulama yabancı kaynaklı karpayları için söz konusu olmamıştır. Böylece sistem açık bir şekilde yurtiçi yatırımların lehine sonuçlar doğurmuştur. 2005 yılından itibaren kısmi çifte vergileme sistemi hayata geçirilmiştir. Buna göre kurum kazancı öncelikle şirket bünyesinde vergilendirilecek ve ardından dağıtılan karpayları ortak seviyesinde vergilendirilecektir. Yurtiçi ve yabancı yatırımlar benzer uygulamaya tabi tutulacaktır (Frande, 2008: 6-7).

⁹ Toplam gelir içinde sermaye gelirinin payı önemli ölçüde yükselmiş, 1992'de % 10 olan oran 1995 yılında % 15'in üzerine çıkmıştır. Bir başka deyişle emek gelirinden sermaye gelirine kaçış Finlandiya'daki gelir vergisi reformunun temel etkisi olmuştur. Mikro ekonomik göstergeler de bunu doğrulamaktadır (Randelovic, 2010: 193-194).

Ancak yeni kar payı vergilemesi modelinin sistemi basitleştirdiğini söylemek güçtür, özellikle borsaya kayıtlı olmayan şirketlerden elde edilen karpaylarının vergilendirilmesi oldukça karmaşıktır. Borsaya kayıtlı şirketlerin dağıttığı karpaylarının % 70'i ortakların sermaye kazancı olarak kabul edilmektedir. Geriye kalan % 30'u ise vergiden istisnadır. Kurumlar vergisi oranı % 26 olduğu için bu şirketlerin dağıttığı karpaylarını toplam vergi yükü yaklaşık % 40.5, şirketlerden kar payı elde eden kişilerin vergi yükü ise % 19.6 olmaktadır (bkz., Tablo 3). Borsaya kayıtlı olmayan şirketlerin dağıttığı karpayları ise bir ölçüde vergiden istisnadır. Kar payı varlığın net defter değerinin matematiksel olarak % 9'dan daha az yıllık getirisini ifade etmektedir¹⁰. Bu getiri miktarını aşmamak koşuluyla ortak bazında yıllık 90.000 Euro'ya kadar kar payı vergiden istisnadır. Ancak net defter değerinin % 9'unu aşan karpaylarının % 70'i emek geliri olarak vergilendirilmekte, kalan miktar vergiden istisna edilmektedir. Varlığın net defter değerinin % 9'unu aşan getiri sağlayan kar payı miktarının 90.000 Euro'yu aşması halinde % 70'i sermaye geliri olarak vergilendirilecek, kalan % 30'luk kısım ise vergiden istisna edilecektir. Mukimler tarafından elde edilen yabancı kaynaklı karpayları ise karı dağıtan şirket ilgili direktifin ikinci maddesinde tanımlanmış ise ya da iki ülke arasında vergi anlaşması var ise yurtiçi kar payı gibi değerlendirilecektir (Frande, 2008: 6-7; Sørensen, 2005: 25).

Bu uygulama özellikle borsaya kayıtlı olmayan işletmelerde ücret ödemelerini sınırlandırmak bunun yerine kar payı ödemelerini artırmak eğilimini teşvik etmiştir. Şirketin net varlık değerindeki artış sayesinde kar payının vergiden istisna miktarı 90.000 Euro'ya çıkartılmaya başlanmıştır (bkz., Tablo 3). Böylece toplam vergi yükü kurum tarafından ödenen kurumlar vergisinden ibaret olacaktır. Benzer şekilde şirket ortakları da ortaklığın net serveti hesaplanmadan önce sermayelerini ortaklığa yatırmaya ve ardından vergisel nedenlerle sermayelerini çekmeye başlamışlardır. Bu durum ortaklığın net servet değerinin artmasına ve ortağın kendi sermaye geliri hissesinin azalmasına neden olmuştur. Dolayısıyla 2005 vergi reformu grup şirketi kurmak yoluyla vergi yükünü minimize etme imkanı getirmiştir. Belli bir sabit varlık miktarından elde edilen sermaye kazancı vergiden istisna olduğu için bağlı şirketler yabancılaştırılmak suretiyle sermaye gelirinin vergiden istisna kurum gelirin dönüşürülmesi ve böylece ortaklara kar payı olarak dağıtılması cazip hale gelmiştir. Bir başka deyişle grup şirket olmak sayesinde vergiden istisna dağıtılabılır kar payı miktarı maksimize edilmek suretiyle asıl şirketin net varlık değeri artırılmaktadır (Frande, 2008: 7-8).

¹⁰ Hissenin matematiksel değeri; şirketin net varlık değerinin toplam hisse sayısına bölünmesi ile bulunmaktadır. Net varlık değeri; bilançodaki işletme varlıklarından borçların çıkartılması ile bulunmaktadır. Net varlık değeri her yıl kar payının dağıtıldığı bir önceki yıldaki defter değerine göre hesaplanmaktadır (Frande, 2008: 7).

4. DIT Modelinin Sorunları ve İskandinav Ülkelerinin Çözüm Yolları

DIT modelinin yumuşak karnı, mülkiyeti az sayıda kişinin elinde bulunan küçük işletmelerden (Closely Held Corporation-CHC) ve serbest meslek faaliyetlerinden elde edilen emek ve sermaye gelirlerinin vergilendirilmesinden kaynaklanmaktadır (Wiegard, 2005: 56; Kanniainen vd., 2007: 408; Zee, 2005: 42).

DIT modeline göre, farklı ekonomik faaliyetlerden elde edilen gelirler emek ve sermaye olarak ayrılmaktadır. Bu ayırım geleneksel bazı gelir gruplarında oldukça basittir. Ancak özellikle mülkiyeti az sayıda kişinin elinde bulunduğu kişisel işletmelerde, işletme sahibi müdür sıfatıyla hem işletmeye mali kaynak koymakta hem de işletme için emek harcamaktadır (Sørensen, 2009: 12). Bu durumda işletme kazancının emek gelirlerine uygulanan yüksek vergi oranlarına tabi tutulması halinde söz konusu işletmeler nispeten cezalandırılmış olacaktır. Kaldı ki böyle bir durumda sermaye gelirlerinin vergisi düşük olduğu için karın büyük kısmını sermaye geliri olarak beyan etme eğilimi artacaktır (Lindhe vd., 2004: 470). Benzer problem serbest meslek erbabında da söz konusudur. Kendi işini yapan serbest çalışanlarda işletme gelirlerinin bir kısmı emek geliri gibi gözükmektedir, bir kısmı da sermayeden elde edilen gelir gibi kabul edilmektedir. Eğer bütün işletme geliri emek geliri olarak kabul edilir ve artan oranlı tarifeye tabi tutulursa, sermaye geliri daha yüksek vergilendirilmiş olacaktır. Diğer yandan sermaye geliri olarak kabul edilir ve düşük oranda vergilendirilirse de serbest çalışan kişi gelirinin bir kısmını çalışması karşılığında elde etmiş olsa bile artan oranlılıktan kaçınacaktır. Bu adaletsizliği önlemek için gelir; emek ve sermaye bileşenleri arasında bölme yoluna gidilmektedir. Bunun en kolay yolu, öz sermaye üzerine götürü bir getiri oranı uygulamak ve bu miktarı sermaye geliri olarak kabul etmek, arta kalan karı ise emek geliri olarak vergilendirmektir. Benzer şekilde serbest meslek erbabının çalışma saati ve harcadığı emek vergi idareleri tarafından kontrol edilemediği için serbest meslek gelirlerinin önce sermaye geliri ve artan kazancın ise emek geliri olarak kabul edilmesi yoluna gidilmektedir (Sørensen, 2009: 12).

Ancak her iki durumda da artan geliri emek olarak vergilendirmek, sermaye gelirleri üzerinden nihai stopaj yapılmasının avantajının ortadan kalkmasına ve genel beyanın yeniden getirilmesine neden olacaktır. Diğer taraftan hem işletmede hem özel amaçla kullanılan varlıklarda bu hesaplama oldukça güçleşmektedir. Ayrıca bir diğer sorun da hangi hesaplama yönteminin kullanılacağıdır. Bunun için varlıkların borçlar düşüldükten sonraki **net değeri** esas alınabileceği gibi götürü getiri oranının varlıkların **brüt değerine** uygulanması da mümkündür. Son olarak özel varlıkları değerlendirme yöntemi (maddi olmayan varlıklar gibi) ve doğru getiri oranının tespit edilmesi de ilave problemler doğurmaktadır (Radulescu, 2007: 45).

Gelir bölüşümü modeli ayrıca düzenli kayıt tutulmasını da beraberinde getirmektedir. Zira gelir bölüşümü tercih edilmezse işletme geliri emek geliri olarak vergilendirilecektir. Buna karşılık düşük oranlı sermaye geliri vergilendirmesinden yararlanabilmesi için işletmenin kayıtlarının düzenli olması gereklidir. Dolayısıyla DIT modeli arzu edilen bir durum olarak işletmelere modern kayıt tutma konusunda teşvik sağlamaktadır (Sørensen, 2005: 13).

Gelirin bölüşürülmesinde yukarıda ifade edilen brüt varlık ya da net varlık metodu uygulanmaktadır. Brüt modelde net mali yükümlülükler matrahtan indirilmez. Böylece emek geliri; firmanın brüt karından (borç faizi öncesindeki kar) brüt varlıklar (bilançoda kayıtlı varlıklar) üzerinden hesaplanan götürü bir getiri miktarının indirilmesi suretiyle vergilendirilecek net sermaye geliri ise; brüt varlıklar üzerinden hesaplanan götürü bir getiri miktarından faiz harcamalarının düşülmesi suretiyle hesaplanır. Tam tersine net modele göre sermaye kazancı; net varlıklara (varlık eksi borç) götürü bir getiri miktarının eklenmesi ile ve emek geliri; net kardan (faiz düşüldükten sonraki kar) bu götürü getirinin indirilmesi suretiyle hesaplanır (Sørensen, 2007: 568-569). Her iki model de aşağıdaki tabloda örneklendirilmektedir.

Tablo 4. Serbest Meslek Erbabında Brüt ve Net Metodun Karşılaştırması

Gelir Durumu	
1. Satış Geliri	500
2. İşle İlgili Harcamalar	200
3. Brüt Kar (Borç faiz öncesindeki kar); (Satır; 2-1)	300
4. Faiz (Satır 8 x %10)	80
5. Net Kar (Brüt kar eksi faiz); (Satır; 3-4)	220
Bilanço	
Varlıklar	Borçlar
6. İşletme Varlıkları 1000	8. İşletme Borçları 800
	9. Net Servet 200
7. Toplam Varlıklar 1000	10. Toplam Borçlar 1000
Brüt Varlık Metoduna Göre Gelirin Bölüşürülmesi	
11. Brüt İşletme Varlıkları (Satır; 7)	1000
12. Götürü Getiri (Satır; 10 x %10)	100
13. Emek Geliri = Brüt Kar – Götürü Getiri = (Satır; 3-12)	200
14. Sermaye Geliri = Brüt Getiri – Faiz = (Satır; 12-4)	20

Net Varlık Metoduna Göre Gelirin Bölüştürülmesi	
15. Net İşletme Varlıkları = Brüt Varlık – Borç = (Satır; 7-8)	200
16. Götürü Getiri (Satır; 15 x %10)	20
17. Emek Geliri = Net Kar – Götürü Getiri = (Satır; 5-16)	200
18. Sermaye Geliri = Götürü Getiri (Satır; 16)	20

Kaynak: Sørensen, (2005: 10); Sørensen, (2007: 569).

Tabloda görüldüğü gibi götürü getiri ve borç faizi oranları eşit olursa her iki modelde eşit olacak, bu iki oran farklılaşırsa eşitlik bozulacaktır. Tabloda getiri miktarı ve faiz oranı eşit (%10) varsayıldığı için sermayeden elde edilen gelir ve emekten elde edilen gelir her iki modelde de tam olarak aynı olmaktadır. Eğer götürü getiri miktarı faiz oranından sapma gösterirse bu durumda iki model arasındaki eşitlik bozulacaktır. Brüt modele göre; götürü getiri miktarı faiz oranını aşarsa gelirin büyük kısmı sermaye geliri, düşük kısmı emek geliri olarak kabul edilecektir. Götürü getiri faiz oranından düşük olursa da tam tersi olacaktır. Dahası brüt metoda göre götürü getiri miktarı ve borç faizi arasındaki önemli sapma işletme yatırımlarını olumsuz yönde etkileyecektir. Örneğin sermayenin getirisinin % 15 ve faiz oranının % 10 olduğu bir ortamda girişimcinin 100 liralık ilave yatırımdan % 10 getiri sağladığını varsayacak olursak, verginin yokluğunda yatırımını borçla finanse etse bile başa başı yakalayacak, ancak verginin varlığında net bir kazanç sağlayacaktır. Çünkü yapılan yatırım sermaye gelirine 15 liralık bir katkı sağlarken, vergilendirilecek kara sadece 10 liralık bir katkı sağlayacaktır. Böylece karın büyük kısmı yüksek oranlı emek vergisi yerine düşük oranlı sermaye vergisine tabi tutulacak ve toplam vergi borcu azalacaktır. Buna karşılık net modelin kullanılması halinde firmanın net varlığı yatırımın ilave borçla finansmanından etkilenmeyeceği gibi yatırım örnekteki net karı da etkilemeyecektir. Dolayısıyla net model DIT'in marjinal yatırım kararları karşısında tarafsız kalmasını sağlamaktadır (Sørensen, 2005: 10-11; Sørensen, 2007: 569-570).

Ancak net varlık metodu da vergi arbitrajına açıktır. Bu yöntemde faiz harcamalarının emek gelirleri üzerindeki yüksek marjinal vergi oranından indirilmesine izin verilmektedir. Çünkü faiz harcamaları emek geliri olarak vergilendirilecek olan artakalan net karın azalmasına neden olmaktadır. Bu da işletmeleri faiz indiriminden yararlanabilmek için özel borçları (dayanıklı tüketim malları ve ev alımında kullanılan borçlar gibi) işletme borcu gibi kaydetme eğilimini artırmaktadır. Negatif varlık beyanı bunun en önemli göstergesidir. Diğer taraftan eğer götürü getiri miktarı net modele göre hesaplanıyorsa firma yıl boyunca işletme dışına fon transferi sayesinde vergilendirilecek emek gelirini azaltabilir. Böylece faiz sonrası net geliri azaltmak suretiyle kayıtlı net karını azaltmış olur, götürü getirisinin matrahını azaltmamak için de gelecek yılın başında fonu yeniden işletmeye geri döndürebilir.

Şüphesiz firma dışındaki fondan elde edilen faiz sermaye geliri olacak ancak götürü emek geliri azalacaktır. Bir başka deyişle emek geliri sermaye gelirine dönüştürülmüş olacaktır. Bu yüzden işletmelerin faiz sonrası net gelirine dikkat edilmesi ve işletmeden fon çıkışı ve ertesi yıl fon girişlerinin kontrol altına alınması gereklidir (Sørensen, 2005: 10-12).

Norveç brüt metodu, Finlandiya ve İsveç ise net metodu tercih etmektedir. Emek ve sermaye gelirleri arasında ayırımın dışında İsveç ayrıca işletmede alıkonan emek gelirini düşük kurumlar vergisi oranına tabi tutmakta ve artan oranlı emek gelir vergisi uygulamasını karın dağıtılmasına kadar ertelemektedir. Danimarka serbest meslek erbabına daha basit olan brüt metot ile daha karmaşık olan net metot arasında bir seçim imkanı tanımıştır. Aynı seçenek Finlandiya için de geçerlidir (Ganghof, 2005: 81; OECD, 2006: 6; Bird and Zolt, 2008: 9-10; Lindhe vd., 2004: 471; Pirtilla vd, 2006: 4-6; Sørensen, 2009: 12-17).

5. Genel Değerlendirme ve Sonuç

1980'lerin sonlarında bir çok ülke öncelikle vergi matrahını genişletmek ve en yüksek marjinal vergi oranlarını indirmek üzerine kurulu vergi reformları gerçekleştirmiştir. Hızlı ekonomik gelişmenin mükellefleri artan oranlı tarifenin üst dilimlerine taşınması üzerine politikacılar sermayeden elde edilen gelirin vergilendirilmesinde ayrıcalıklı uygulama yapma garantisi vermeye başlamışlardır¹¹. Bunun neticesi olarak marjinal vergi oranlarında önemli indirim gidilmeksizin sermaye gelirinin ortalama vergi oranı oldukça düşürülmüştür. Sermayeden elde edilen farklı gelir türlerinin tek tip bir uygulamaya tabi tutulamaması kaçınılmaz bir şekilde etkinsizliği artırmıştır. Bu gerçeğin doğrultusunda emek gelirlerine uygulanan artan oranlı tarifeden ayrılarak bütün sermaye gelirlerinden tek tip nispi bir vergiye tabi tutulması fikri keşfedilmiş ve bunun eski sistemdeki çarpıklıkları ortadan kaldırmanın yanında emek gelirlerinin marjinal vergi oranlarının indirilmesinden kaynaklanan açığı gidermede önemli bir gelir kaynağı olacağı akademik çevrelerde genel kabul görmüştür (Kannianen vd., 2007: 408). Danimarka böyle bir sistemi benimseyen ilk ülke olmasına karşılık sonrasında DIT modelini terk etmiştir. Ardından İskandinav DIT modeli doğmuş ve 1990'ların başlarında Norveç, İsveç ve Finlandiya söz konusu sisteme adapte olmuştur.

DIT modelinin öngördüğü emek ve sermaye gelirlerinin farklı vergilendirilmesinin birkaç haklı gerekçesi vardır. İlk olarak sermaye piyasasının globalleşmesi mobil

¹¹ Son yıllarda gelirin vergilendirilmesi ile ilgili iki alternatif söz konusudur. Bunlardan ilki ve daha radikal olanı sermaye gelirleri üzerindeki vergi yükünü tamamen ortadan kaldıran ve dolayısıyla tüketimi vergilendirmeyi hedefleyen "harcama vergisi" modelidir. İkincisi ise şu an birkaç İskandinav ülkesinde uygulanan ve sermaye gelirlerini emek gelirlerinden daha düşük oranda vergilendirmek suretiyle gelir vergisini sedüler bir yapıya dönüştüren DIT modelidir. OECD üyesi ülkelerdeki genel eğilim DIT modeline doğrudur (Zee, 2005: 35).

sermayenin ulusal vergilendirilme alanını sınırlandırmaktadır. Genellikle emek sermayeden daha az mobil olarak kabul edilir ve vergi matrahının aşınması riski olmaksızın daha yüksek oranda vergilendirilir. İkinci olarak emek geliri gelecekteki emeklilik hakları ve sağlık ayrıcalıkları için bir temel teşkil etmektedir. Üçüncü olarak sermaye vergilendirilecek servete dahildir. Böylece sermaye üzerindeki etkin vergi oranları servet vergisi oranı ile bir bağlantı görünümündedir. Dördüncü olarak sermaye üzerinden düşük oranda bir vergi alınması kişisel tasarrufları olumlu yönde etkiler. Son olarak enflasyon ortamında sermayenin düşük oranda vergilendirilmesi sermayenin gerçek değil normal getirisi üzerine vergi konmasını telafi etmiş olur. Bütün bunlara ilave olarak sermaye gelirlerinin nispi oranda vergilendirilmesini haklı gösterecek bir gerekçe de artan oranlı vergilendirmenin büyük ölçüde vergiden kaçınmayı destekleyecek olmasıdır (Alstadsaeter, 2003: 2-3).

Diğer taraftan DIT'in en zayıf yönü küçük işletmelerde verginin dağılımına ilişkindir. Serbest meslek erbaplarında ve küçük işletmelerde gelirin bir kısmı aktif ortakların emek gelirinden, bir kısmı da firmaya yapılan yatırımdan kaynaklanır. Düşük ve yüksek gelir gruplarında emek ve sermaye gelirlerinin marjinal vergi oranları arasında büyük fark bulunmaktadır. Bu da vergi ödemelerini en aza indirmek için emek gelirlerini sermaye gelirlerine kaydırma eğilimini artırmaktadır. Küçük işletmelerin sahipleri çok kolay bir şekilde kendi ücret gelirlerini azaltarak ve kar payı ödemelerini artırarak net gelirlerini maksimize edebileceği gibi, bir uç örnek olarak bütün kişiler bu vergi arbitrajı olanağından yararlanabilmek için kendi işletmelerini kurabilir ve vergi matrahını aşındırabilirler. Bunu önlemek için DIT modelini uygulayan ülkeler mülkiyet sahipliğine dayalı küçük işletmeler ve serbest meslek erbaplarında DIT modelinin bir versiyonu olan "bölme" modelini uygulamaktadır. Bu sistemde işletmenin karının bir kısmı sermaye kazancı olarak, kalan kar ise emek geliri olarak vergilendirilmektedir. Ancak bu sistem de problemsiz değildir (Sørensen, 2005: 6-7; Randelovic, 2010: 187).

DIT'in yumuşak karnı olan ve emek ve sermaye gelirlerinin marjinal vergi oranları arasındaki yüksek farktan kaynaklanan bu gelir kayması problemini önlemek için İskandinav ülkeleri alternatif arayışlar içerisine girmiştir. Bu amaçla Norveç "ortaklar gelir vergisi" modelini geliştirmiştir. Buna göre ortak seviyesinde elde edilen sermaye kazançları ve karpayları üzerinden vergi alınmaktadır. Ancak çifte vergilendirmeyi azaltmak için hissenin değerine göre vergi sonrası normal getirisi üzerinden bir indirim yapılmasına izin verilmektedir. Yararlanılamayan indirim tutarının gelecek yıldaki ortaklık hissesinden indirilmesi mümkündür. Kurumlar vergisi ve ortaklar gelir vergisinin oranı emek geliri üzerindeki en yüksek marjinal gelir vergisi oranına eşitlenirse, gelir kaymasından bir kazanç sağlanması söz konusu olmayacak ve böylece gelirin bölünmesine de gerek kalmayacaktır. Genel kabul

gören bu model¹² yerli ve yabancı hissedarlardan alınan ikamet temelli bir gelir vergilemesi modelidir. İndirim mekanizması mükelleflerin yabancı kaynaklı hisselelerini beyan etme eğilimlerini güçlendirmektedir. Ayrıca şelale tipi vergilemeyi önlemek için kurumsal ortaklar bu vergiden muaf tutulmuştur (Sørensen, 2009: 1-6).

Diğer taraftan İskandinav ülkelerinin uyguladığı modelin de tam bir DIT modeli olmadığı görülmektedir. Kurumlar vergisi, emek gelirleri üzerindeki en düşük vergi oranı ve sermaye geliri vergisinin oranı tam olarak eşit değildir. DIT modeline geçildikten sonra yatay eşitliği sağlamak için bütün İskandinav ülkeleri yeni bir servet vergisi geliştirmiştir. Bu vergi belli bir sınırın üzerinde serveti olan mukim kişilerin dünya çapındaki toplam net servetleri üzerinden alınmaktadır. Norveç yatay adaleti sağlamak için net serveti artan oranlı bir şekilde (% 0,9-1,1 aralığında) vergilendirmektedir. İsveç 2007 yılına kadar %1,5 oranında, Finlandiya ise 2006 yılına kadar % 0,9 oranında servet vergisi uygulamıştır. Ancak şu an için İskandinav ülkeleri içerisinde Norveç hariç net servet vergisi uygulayan ülke kalmamıştır (Randelovic, 2010: 191-192; Genser vd., 2007:8-9).

DIT modelinin İskandinav ülkelerindeki uygulama sonuçlarını araştıran ampirik çalışmaların bulguları oldukça farklıdır. Lindhe; DIT'ın Finlandiya versiyonunun gelir kayması konusunda büyük bir teşvik sağladığını ortaya koymuştur (Pirtilla vd, 2006: 2). Frande; emek gelirlerinin yüksek vergilendirilmesinin yaratacağı beyin göçünün Finlandiya ekonomisi için ölümcül bir etki yaratacağını ve Finlandiya'ya gelen yabancı işçiler için olumsuz sonuçlar doğuracağını ileri sürmektedir. Frande ayrıca Profesör Tikka tarafından Finlandiya için şiddetle önerilen tek verginin birçok problemi çözeceğini ve uygulamaya geçirilmesinin çok da uzun sürmeyeceğini ifade etmektedir (Frande, 2008: 10). Buna karşılık Sørensen (2005); yeni dizayn edilen Norveç DIT sisteminin zararlı vergi planlamasına karşı güçlü bir sığınak görüntüsü arz ettiğini ortaya koymuştur. Netice itibarıyla DIT modelinin başarısı biraz da ülkenin vergi yapısına ve uygulamasına bağlıdır.

İskandinav ülkelerinde vergilerin GSYİH içindeki oranı % 45-50 civarındadır. Emek gelirleri üzerindeki toplam marjinal vergi oranları sosyal güvenlik vergileri dahil % 50'ye ulaşmıştır. Ayrıca emek arzının uluslararası mobilitesi nispeten düşüktür. Bu yüzden de DIT modeli İskandinav ülkelerinin vergi yapısına uygundur. Tam tersine vergi hasılatının GSYİH içindeki oranının ve en yüksek marjinal gelir vergisi oranının daha düşük olduğu ve işgücünün mobilitesinin nispeten yüksek olduğu ülkelerde DIT modelinin uygulanma şansı zayıflamaktadır. Bunun yerine en yüksek marjinal

¹² Gelir kaymasını önlemek için geliştirilen bir diğer alternatif de yeni sermayenin getirisine "kurum seviyesinde" indirim imkanı tanımadır. İdaresi daha kolay ve yatırımları teşvik edici olmakla birlikte bu model ortaklar gelir vergisi modeli ile kıyaslandığında büyük gelir kayıplarına yol açacağı, gelirin kurum bünyesinde tutulmak suretiyle (ödül etkisi) kişisel sermaye kazancı vergilemesinden kaçınmaya neden olacağı gerekçesi ile eleştirilmektedir (Sørensen, 2009: 1-6).

gelir vergisi ve kurumlar vergisi oranlarının eşitlendiği, sermaye gelir vergisinin matrahının genişletildiği, çifte vergilemeyi azaltmak için dağıtılan karpaylarında tam mahsup sisteminin uygulandığı, dağıtılmayan karpaylarının ise hisse oranında kara ilave edilmesine imkan tanınan global bir gelir vergisi modeli önerilmektedir (Sørensen, 2009: 1-6).

Gelecekteki vergi reformlarında tam bir DIT sistemi ya da tek oranlı kişisel bir gelir vergilemesi (flat tax) birer seçenektir. Ancak her iki sistemde de açık sorular mevcuttur ve cevaplar ülkeden ülkeye oldukça değişmektedir. Devletin gelir ihtiyacı göz önünde bulundurulduğunda emek ve sermaye gelirleri üzerinden tek oranlı bir vergi alınması halinde oldukça yüksek bir orana ihtiyaç duyulacaktır, bu da vergi tabanının uluslararası hareketliliği dolayısıyla problem doğurabilecektir. Diğer yandan oldukça düşük bir oran uygulanması birçok OECD ülkesinde fayda sistemini zayıflatacak ve gelirin yeniden dağılımını olumsuz yönde etkileyecektir (OECD, 2006: 7). DIT’da problemsiz değildir, yukarıda da ifade edildiği gibi emek ve sermaye gelirleri üzerindeki en yüksek marjinal vergi oranlarındaki geniş fark yüzünden mükellefler emek gelirden çok sermaye gelirinine sahip olma eğilimi içindedirler. Norveç hükümeti bu problemi çözmeye teşebbüs etmiştir, ancak vergi reformunun neticesini kestirmek için oldukça erkendir (OECD, 2006: 7).

Bununla birlikte DIT şu an için OECD tarafından en iyi model olarak kabul edilmektedir. Zira DIT bir taraftan adalet ve gelir ihtiyacı arasında bir denge sağlarken, diğer taraftan da etkinlik ve tarafsızlık arasında denge sağlamaktadır. Sermaye geliri yüksek gelir dilimlerinde topladığı için DIT hem yatay hem de dikey adalete uygun düşmektedir. Sermaye gelirlerine emek gelirlerinin aksine düşük vergi oranı uygulanması etkinliğe de katkı sağlayacaktır. Sermayenin uluslararası mobilitesi yüksek olduğu için, arzı daha esnektir ve gerçek getirisi enflasyona karşı daha hassastır. Ayrıca sermayenin nispi bir orana tabi tutulması bugünkü ve gelecekteki tüketim arasındaki seçim ile ilgili çarpıklıkları azaltacaktır (Radulescu, 2007, s. 34-35).

Türkiye tercihini CIT değil DIT modelinden yana yapmıştır¹³. Nitekim sermayenin uluslararası mobilitesini de göz önünde bulundurarak 2006 yılından itibaren faiz ve karpaylarında en yüksek gelir vergisi oranlarının oldukça altında bir oranda nihai stopaj uygulamasına geçilmiş ve sermaye gelirlerinde beyan esası kaldırılmıştır (bkz., 193 Sayılı GVK, Geç.md. 67). Buna karşılık emek gelirlerinin artan oranlı bir tarifeye göre vergilendirilmesi uygulaması devam etmektedir. Diğer taraftan emek

¹³ 4369 sayılı Kanun ile 193 Sayılı Gelir Vergisi Kanununda yapılan ve 01/01/1999 tarihinden itibaren yürürlüğe girmesi amaçlanan “gelirin tanımına” ilişkin düzenleme yürürlüğe girmeden uygulaması ertelenmiş ve nihayetinde yürürlükten kaldırılmıştır. Bunun üzerine gelirin vergilendirilmesinde **eski ve dar kapsamlı** uygulamaya geri dönmüştür.

gelirlerinin en düşük marjinal vergi oranı, sermaye gelirlerinin vergi oranı ve kurumlar vergisi oranı birbirine oldukça yaklaşmıştır.

Kaynakça

- Aarbu, K. O. ve Thor, O. T. (2001), "Income Responses to Tax Changes-Evidence from the Norwegian Tax Reform", *National Tax Journal*, LIV (2), 319-335.
- Agell, J., P. Englund, J. Södersten. (1996), "Tax Reform of the Century—the Swedish Experiment", *National Tax Journal*, 49(4), 643-64.
- Alstadsaeter, A. (2003), "The Dual Income Tax and the Firms'Income Shifting Through the Choice of Organizational Form and Real Capital Investments", *Discussion Paper*, 10/2003, 1-41.
- Bird, R. (2007), "Taxing Capital Income: Problems and Possibilities", <http://www.atax.unsw.edu.au/research/pitr-symposium-07/papers/Bird-Pres-Paper01-PITRS07.ppt>, (Erişim: 08/03/2010).
- Bird, R. M. and E. M. Zolt. (2008), "Dual Income Taxation: A Potentially Promising Approach to Tax Reform in Developing Countries", http://aysps.gsu.edu/ISP_BirdRichard_111108.pdf, (Erişim: 19/02/2010).
- Boadway, R. (2005), "Income Tax Reform for a Globalized World: The Case for a Dual Income Tax", *Journal of Asian Economics*, 16(2005), 910-927.
- Edizdoğan, N. ve A. Çelikkaya. (2010), *Vergilerin Ekonomik Analizi*, Dora Yayıncılık, Bursa.
- European Commission. (2009), "Taxation trends in the European Union, Main results", http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-30-08421/EN/KS-30-08-421-EN.PDF, (Erişim: 02/04/2010).
- Frände, J. (2008), "The Taxation of Capital and Earned Income in Finland", http://www.nsfr.net/seminare/fors07/fin/Fin_jur_nat.doc. (Erişim: 30/03/2010).
- Ganghof, S. (2006), "Tax Mixes and the Size of the Welfare State: Causal Mechanism and Policy Implications", *Journal of European Social Policy*, Sage Publication, 16(4), 360-373.
- Ganghof, S. (2005), "Globalization, Tax Reform Ideals and Social Policy Financing", *Global Social Policy*, 5, 77-95.
- Genser, B. ve Andreas R. (2007), "Moving Towards Dual Income Taxation in Europe", http://www.uni-konstanz.de/fiwi/struktur/Publikationen/2007Dateien/Genser_Reutter_1.pdf, (Erişim: 18/02/2010).
- Kanniainen, V., S. Kari, J. Y. Leidenpohja, (2007). "Nordic Dual Income Taxation of Entrepreneurs", *Int Tax Public Finance*, 14, 407-426.

Lindhe, T., J. Södersten, A. Öberg. (2004), "Economic Effects of Taxing Different Organizational Forms Under the Nordic Dual Income Tax", *International Tax and Public Finance*, 11, 469-485.

Loughlin, J. ve S. Martin. (2004), "Local Income Tax in Sweden: Reform and Continuity", *School of European Studies and the Centre for Local & Regional Government Research, Cardiff University, February Paper BoF (20)*, 1-20, <http://www.local.odpm.gov.uk/finance/balance/bof20.pdf>, (Erişim: 31/03/2010).

Morinobu, S. (2004), "Capital Income Taxation and the Dual Income Tax", *PRI Discussion Paper Series (No.04A-17)*, MOF, 2004.7, 1-27.

OECD. (2006), "Reforming Personal Income Tax", *Policy Brief March 2006*, www.oecd.org, (Erişim: 31/03/2010).

Onshus, M. ve Ø. B. Skeie. (2008), "Non-Fiscal Objectives in the Norwegian Tax Structure", http://www.nsf.net/seminare/stockholm08/norsk_oko_national.doc, (Erişim: 26/03/2010).

Pirtilla, J. ve H. Selin, "How Successful is the Dual Income Tax? Evidence From Finnish Tax Reform of 1993", *Uppsala Universitet Working Paper 2006:26*, 1-40, www.nek.uu.se, (Erişim: 26/03/2010).

Radulescu, D. M. (2007), "CGE Models and Capital Income Tax Reforms The Case of Dual Income Tax for Germany", Chapter 3, *The Dual Income Tax (Lecture Notes Economic and Mathematical System)*, Springer Berlin Heidelberg, DOI, 10.1007/978-3-540-73320-1, August 28, 2007; 23-54.

Randelovic, S. (2010), "Dual Income Tax - An Option for The Reform of Personal Income Tax in Serbia?", DOI:10.2298/EKA0879183R, 183-197, <http://ea.ekof.bg.ac.yu/pdf/178-179/6.Sasa%20Randjelovic.pdf>, (Erişim: 29/03/2010).

Sørensen, P. B. (2009), "Dual Income Taxes: A Nordic Tax System", *Tax Policy Conference 2009 - Papers and Abstracts*, <http://www.victoria.ac.nz/sacl/cagtr/tax-policy-2009-abstracts.aspx>, (Erişim: 23/02/2010).

Sørensen, P. B. (2007), "The Nordic Dual Income Tax: Principles, Practices, and Relevance for Canada", *Canadian Tax Journal*, 55 (3), 557 – 602.

Sørensen, P. B. (2005), "Dual Income Taxation: Why and How?" *CESifo Working Paper*, No. 1551, Category 1: Public Finance, 1-29, www.CESifo-group.de, (Erişim: 26/03/2010).

Sørensen, P. B. (2001), "The Nordic Dual Income Tax- In or Out?", Invited Speech Delivered at the Meeting of Working Party 2 on Fiscal Affairs, OECD, <http://www.econ.ku.dk/pbs/diversefiler/oecddual.pdf>, (Erişim: 31/03/2010).

Thoresen, T. O. (2004), Reduced Tax Progressivity in Norway in the Nineties: The Effect from Tax Changes, *International Tax and Public Finance*, 11, 487–506.

Thoresen, T. O. ve A. Alstadsæter. (2008), "Shifts in Organizational Form Under a Dual Income Tax System", Discussion Papers No. 529, February 2008, Statistics Norway, Research Department, 1-36, <http://www.ssb.no>, (Erişim 26/03/2010).

Wiegard W. (2005), "For a Dual Income Tax", CESifo Forum, 3/2005, <http://www.ifo.de/pls/guestci/download/CESifo%20Forum%202005/CESifo%20Forum%203/2005/forum3-05-pro-contra2.pdf>, (Erişim: 02/04/2010).

Working in Sweden – Employee Guide. (2010), 1-3, http://www.isa.se/Global/Global/Downloads/Fact_Sheets/Working-in-Sweden--employee-guide.pdf, (Erişim: 31/03/2010).

Zee, H. H. (2005), "Personal Income Tax Reform: Concepts, Issues, and Comparative Country Developments", IMF Working Paper, WP/05/87, 1-59.

Türkiye’de Kamu Harcamaları ve Gelirleri: Nedensellik İlişkisi Üzerine Bir Araştırma

Anıl AKÇAĞLAYAN

Dr., Ankara Üniversitesi
Siyasal Bilgiler Fakültesi, İktisat Bölümü
Anil.Akcaglayan@politics.ankara.edu.tr

Meltem KAYIRAN

Yrd. Doç. Dr., Ankara Üniversitesi
Siyasal Bilgiler Fakültesi, Maliye Bölümü
mdikmen@politics.ankara.edu.tr

Türkiye’de Kamu Harcamaları ve Gelirleri:
Nedensellik İlişkisi Üzerine Bir Araştırma

*Public Expenditures and Revenues in Turkey: An
Investigation on Causality*

Özet

Bu çalışma, Türkiye’de kamu harcamaları ve kamu gelirleri arasındaki nedensellik ilişkisini araştırmayı amaçlamaktadır. Hata düzeltme modeli ve Toda-Yamamoto yöntemleri kullanılarak yapılan çalışmada, 1987:1 ve 2005:04 arasındaki dönemde kamu harcamaları ve kamu gelirleri arasında bir eşbütünlük ilişkisi olmasına rağmen, nedensellik olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, kamu harcamalarının kısılması ve/veya vergilerin artırılmasının bütçe açıklarını azaltmada etkili olabileceğini ifade etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bütçe açıkları, kamu harcamaları-kamu gelirleri, Granger nedensellik, eşbütünlük.

Abstract

This paper investigates the evidence for cointegration and causality between government revenue and expenditure for Turkey over the period 1987:01-2005:04. The results from error-correction model and Toda-Yamamoto method suggest that there is no causality between government revenue and government expenditure in either direction. This finding supports the idea that either reducing expenditures or raising taxes can decrease the budget deficit in Turkey.

Keywords: Budget deficits, public expenditures-public revenues, Granger causality, cointegration.

1. Giriş

Maliye politikası açısından kamu harcamaları ve kamu gelirleri arasındaki ilişkinin araştırılması, bir yandan harcama ve vergi kararlarının alınmasına ilişkin politik süreci anlamada, bir yandan da bütçe açıklarının azaltılmasında nasıl bir yöntemin izlenmesi gerektiği konusunda yol gösterici olmaktadır. Kamu harcamaları ve gelir-

leri arasındaki nedenselliğin yönü üzerindeki teorik tartışmalar uzun zamandır sürmektedir. Farklı teorik zeminlerden yola çıkılarak geliştirilen bu tartışmalar¹, bu ilişkiyi araştırmaya elverişli ampirik yöntemlerin geliştirilmesiyle daha da zenginleştirilmiştir. Kısaca “vergi-harcama tartışması” olarak nitelendirilen literatürde dört farklı hipotezden söz edilmektedir: 1) Vergilerin kamu harcamalarına yol açtığı hipotezi (Friedman, 1978), 2) Kamu harcamalarının vergilere yol açtığı hipotezi (Peacock ve Wiseman, 1979; Buchanan ve Wagner, 1978) 3) Kamu harcamaları ve vergileme kararlarının eşzamanlı olarak alındığını ifade eden mali uyum hipotezi (Musgrave, 1966; Meltzer ve Richard, 1981) 4) Gelir ve harcamaların birbirinden bağımsız olduğunu ifade eden kurumsal farklılık hipotezi (Wildavsky, 1988).

Kamu harcamaları ile vergiler arasındaki nedensellik ilişkisini ampirik olarak test eden çalışmalar, özellikle bütçe açıkları konusunda önemli politika önerileri ortaya koyduğu için 1980’lerden sonra iktisat yazınında önemli bir yer işgal etmiştir (Payne, 2003: 302). Önceleri daha çok gelişmiş ülkeler ve özellikle ABD için yapılan bu çalışmalar daha sonra birçok gelişmekte olan ülke için de yapılmış ve farklı bulgular elde edilmiştir². Kamu harcamaları ve kamu gelirleri arasındaki nedensellik ilişkisini araştırmanın önemi, bu ilişkiden çıkarılabilecek politika önerilerinden kaynaklanmaktadır. Kamu harcamaları ve kamu gelirleri birbirlerinin geçmiş değerlerinden etkileniyorsa bu iki değişken arasında nedensel bir sıralama ilişkisinin olduğu düşünülebilir. Bu iki değişkenden birini kontrol etmek üzere bir müdahalede bulunmak, diğer değişken üzerinde de bir değişikliğe yol açar mı? Bu soruya verilecek yanıt, bütçe açıklarının azaltılması konusunda izlenecek yolu belirlemeye de yardımcı olacaktır. Örneğin, eğer vergi artışları kamu harcamalarının artışına yol açıyorsa vergileri artırmanın bütçe açıklarını azaltmak için uygun bir yöntem olmadığı savunulmaktadır. Eğer ilişki tersi yönde yani kamu harcamaları vergi artışlarının nedeniyse bu durumda uygulanacak politika, kamu harcamalarının kısılması olmalıdır.

Türkiye’de de kamu açıkları uzun yıllardır maliye politikasının en önemli sorunlarından birisi olarak görülmüştür. Özellikle 1990’lı yıllardan itibaren hızla artan kamu açıklarını azaltmada ne tür bir politikanın daha etkili olacağını saptamak açısından kamu harcamaları ve kamu gelirleri arasındaki nedensellik ilişkisinin araştırılması

¹ İktisat ve maliye yazınında Kamusal Tercih Okulu, parasalcılık gibi farklı iktisat okullarının kamu harcamalarının artışı, bütçe açıklarını, kamusal karar alma süreçlerini açıklamaya yönelik olarak geliştirdikleri teorilerde, kamu harcamaları ve kamu gelirleri arasındaki nedensellik ilişkisine dair farklı hipotezler mevcuttur.

² Vergi-harcama tartışmasına ilişkin çok geniş bir literatür mevcuttur. Örneğin Payne (2003), ülke düzeyinde ve ABD için bölgesel düzeyde yapılan 56 çalışmaya yer verdiği makalesinde detaylı bir özet sunmaktadır. Buna ek olarak Kollias ve Paleologou (2006)’nın 15 Avrupa Birliği ülkesi için, Narayan ve Narayan (2006)’ın 12 gelişmekte olan ülke için, Narayan (2005)’in 9 Asya ülkesi için yaptıkları ampirik çalışmadan sözedilebilir. Bu çalışmalarda farklı ülkeler için bu dört hipotezi destekleyen sonuçlara ulaşıldığı gibi aynı ülke için daha önce yapılan çalışmalardan farklı sonuçlara ulaşıldığı da görülmektedir. Bunun nedeni, araştırmalarda farklı dönemlerin ele alınması, ekonometrik yöntem farklılıkları ve deneysel toplama derecelerinin farklılığı gibi faktörlerdir.

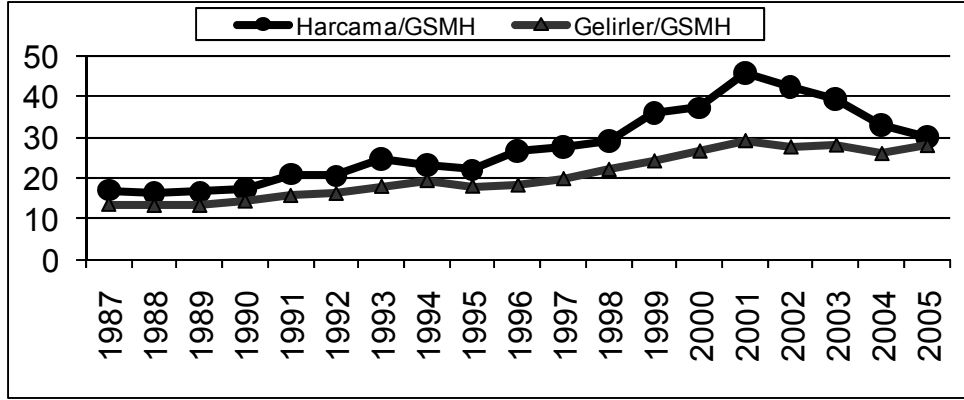
rılması önemlidir. Bu çalışmanın amacı, kamu harcama ve gelirleri arasında bir nedensellik ilişkisi olup olmadığını ve bu ilişkinin yönünü araştırarak Türkiye için vergi-harcama tartışmasına ampirik bir katkı sağlamaktır. Kamu harcama ve gelirlerinin belirleyenlerinin incelenmesi bu çalışmanın sınırlarını aşmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde Türkiye’de 1987-2005 dönemi kamu harcamaları, kamu gelirleri ve bütçe açığına ilişkin kısa bir tartışma yer almaktadır. İkinci bölümde kamu harcamaları ve gelirleri arasındaki ilişkiye dair farklı hipotezleri açıklayan teorik yaklaşımlara ve bu konuda Türkiye için yapılan ampirik çalışmaların bulgularına yer verilmektedir. Üçüncü bölüm, 1987:01-2005:04 arasındaki dönem için kamu gelirleri ve harcamaları arasındaki nedensellik ilişkisinin test edilmesine ayrılmıştır. Bu bölümde, tahminlerde kullanılan verilerle ilgili bilgiye ve bu verilerin durağanlık testlerinin sonuçlarına yer verildikten sonra eşbütünleşme ve nedensellik testleri sonuçları açıklanacaktır. Nedensellik ilişkisi, hata düzeltme modeli (VECM) ve Toda-Yamamoto (1995) tarafından geliştirilen yöntem kullanılarak test edilmiştir. Sonuç bölümünde ise çalışmamızın bulgularıyla ilgili kısa bir değerlendirme yapılacaktır.

2. Türkiye’de Kamu Harcamaları, Kamu Gelirleri ve Bütçe Açığı

Türkiye’de 1980’lerde dış ticaretin serbestleştirilmesiyle başlayan liberalleşme süreci, 1989 yılında sermaye hareketlerinin serbestleştirilmesiyle devam etmiştir. Çoğunluğu kısa vadeli olan sermaye akımlarının hem nedeni hem de sonucu sayılabilecek yüksek reel faizler ve aşırı değerli Türk Lirası kamu açıklarının artmasına neden olmuştur (Boratav, 2003: 188). 1980’ler boyunca azalan vergi oranları ve artan kamu harcamalarının ortaya çıkardığı sürdürülebilir düzeydeki kamu açıkları, bu dönemde hükümetlerin vergiler yerine yüksek faizle borçlanmaya başvurularıyla, katlanarak artmıştır (Oyan, 1998: 10). 1994 ve 2001 yılında yaşanan iki büyük krizin de katkısıyla kamu açıklarının ve kamu kesimi borçlanma gereğinin artması borçlanmayı zorunlu hale getirmiş, ancak bu durum reel faizlerin daha da yükselmesine yol açarak bütçe üzerindeki faiz yükünün artmasına neden olmuş, sonuçta kamu borç yükü artarak kamu açıkları-borç-yüksek faiz şeklinde bir kısır döngü oluşmuştur. Bu süreçte iç borçların döndürülmesi maliye politikasının en önemli sorunu haline gelmiş, 1999’dan sonra ise bu amaçla faiz dışı fazla hedefi katı bir şekilde uygulanmaya başlanmıştır.³

³ Türkiye, 1998’de IMF ile imzaladığı Yakın İzleme Anlaşması’ndan bu yana uyguladığı istikrar ve yapısal uyum programı çerçevesinde mali disipline özel bir önem vermektedir. 1998 sonrası dönemin ayrıntılı bir incelemesi için bkz. Bağımsız Sosyal Bilimciler (2007).

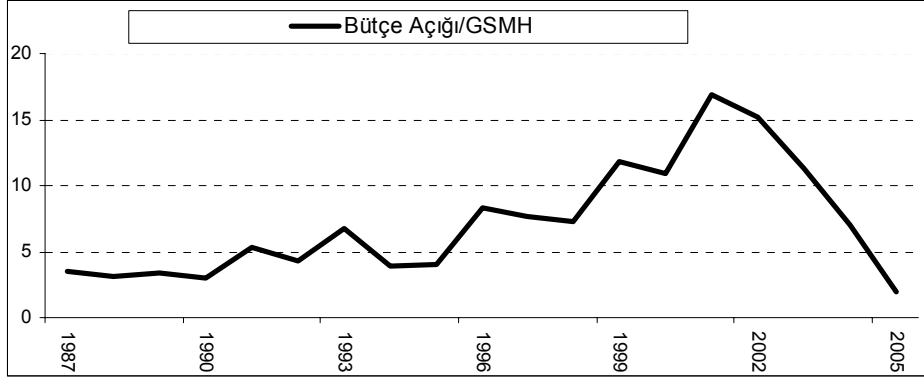


Kaynak: DPT (2007); Maliye Bakanlığı (2007)

Şekil 1. Kamu Harcamalarının ve Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı

Şekil 1'den izlenebileceği gibi kamu harcamaları ve gelirlerinin GSMH içindeki payı, ele aldığımız dönem boyunca artan bir seyir izlemiştir. 1980'lerin sonlarında kamu harcamalarının GSMH içindeki payı %16 civarında iken 2000'li yıllarda bu oran ortalama %40'lar seviyesine ulaşmış, kamu gelirleri ise anılan dönem içinde %13'ten %27'ye çıkmıştır. Her iki değişken de özellikle 1990'lı yılların ortalarından itibaren hızlı bir şekilde artmış, kriz yılı olan 2001 yılında en üst seviyesine ulaşmış ve daha sonra ılımlı bir azalış trendine girmiştir. Kamu harcamalarındaki artışın esas nedeni, bütçedeki faiz harcamalarının hızla artmasıdır⁴. Faiz dışı kamu harcamalarının GSMH'ye oranının dönem içinde tedrici bir artışla %15'ten ancak %20'ler civarına çıkması kamu harcamalarının artışının faiz ödemelerinden kaynaklandığının bir başka göstergesi olarak düşünülebilir. Vergilerin artışı ise daha çok kriz dönemlerinde geçici süreyle konulmuş bazı vergilerin daha sonra kalıcı hale getirilmesi ve özellikle hükümetlerce daha kolay uygulanabilir olan dolaylı vergilerde sürekli artışlar sağlanması yoluyla olmuştur.

⁴ Faiz ödemelerinin toplam bütçe harcamalarına oranı 1987-93 arasında %17.8'den %24'e yükselmiş, 1994-1998 yılları ortalaması olarak %34.6'ya, 2001'de %51'e ulaşmış, 2002-2004 arasında %40'lar seviyesine, 2005'te ise %31'e düşmüştür (DPT, 2007).



Kaynak: DPT (2007); Maliye Bakanlığı (2007)

Şekil 2. Bütçe Açığının Yıllar İçindeki Seyri

Şekil 2, konsolide bütçe açıklarının GSMH'ye oranının yıllar içindeki seyrini göstermektedir. Ele alınan dönemin başında bu oran %3'ler civarında iken 1990'ların ikinci yarısından itibaren %10'lar seviyesine ulaşmış, 2001'de %17'ye kadar çıkmıştır. Uygulanan faiz dışı bütçe hedefi ve sıkı maliye politikası sonucunda 2005'te bütçe açığı %2'lere kadar düşmüştür. Türkiye'de kamu açıklarını azaltmak üzere daha çok kamu harcamalarının kısılmasına yönelik politikalar gündeme gelmiş, özellikle cari harcamalarda ve yatırım harcamalarında kısıntıya gidilmiştir⁵. Bütçe açıklarını azaltmada vergilerin artırılması yöntemi pek tercih edilmemekle birlikte bütçe açığının ve kamu borç yükünün aldığı boyut, vergileri artırmayı zorunlu kılmıştır. Ancak artan kayıt dışılık nedeniyle vergi kayıplarının artması ve yüksek gelirli lilerin vergi yüklerini artırmama yönündeki tercihler, vergi artışlarının dolaylı vergilere dayandırılmasına yol açmıştır. Toplam vergi gelirleri içinde dolaylı vergilerin payı, 1987'de %50 civarında iken 2005'de %70'lere ulaşmıştır.

3. Farklı Hipotezler ve Ampirik Bulgular

Kamu gelirleriyle harcamaları arasındaki ilişki düşünüldüğünde, bu iki değişkenin birbiriyle nedensellik ilişkisi içinde olup olmamasına göre iki farklı durum ayırt edilebilir. Vergilerle harcamaların ilişkili olduğu durum ise, üç temel olasılığı içerir: Vergiler ve harcamaların karşılıklı bir nedensellik ilişkisi içinde bulunması veya birinin diğerinin nedeni olması durumları. Bu bölümde söz konusu dört olasılığı destekleyen teorik yaklaşımlar kısaca açıklandıktan sonra Türkiye için yapılan ampirik çalışmalar ele alınacaktır.

⁵ Çarpıcı bir örnek vermek gerekirse yatırım harcamalarının konsolide bütçe harcamaları içindeki payı 1987 yılında %15.6 iken bu oran 2005'te %6.7'ye düşmüştür.

Vergi- Harcama Hipotezi

Friedman (1978), vergilerden harcamalara doğru bir nedensellik ilişkisi olduğunu öne sürmekte ve vergi artışlarının kamu harcamalarının artmasına yol açtığını savunmaktadır. Bu yaklaşıma göre bütçe açığı azaltmak için vergi artışlarına başvurulması, hükümetlere kamu harcamalarını artırmaları için bir olanak sağlamaktan başka bir işe yaramamakta ve istenen amaca hizmet etmemektedir. Bu nedenle Friedman bütçe açıklarının azaltılması için vergi indirimleri yapılması gerektiğini iddia eder. Vergilerle kamu harcamaları arasında pozitif bir ilişki varsa gelirlerdeki bir azalış, harcamaları azaltacaktır. Friedman (1978)'e göre vergi indirimlerinin yol açacağı bütçe açıkları, hükümetlere kamu harcamalarını azaltmaları yönünde bir baskı yaratacaktır.

Buchanan ve Wagner (1978) ise vergilerden harcamalara doğru bir nedensellik ilişkisi olduğunu kabul etmekle birlikte Friedman (1978)'in aksine, mali yanılısma nedeniyle vergi artışlarının harcamaları azalttığını iddia ederler. Kamu harcamaları üç temel kaynaktan finanse edilmektedir: Dolaysız vergiler, borçlanma ve enflasyon yoluyla dolaylı vergileme. Vergi oranı değişiklikleri iktisadi etkileri ve gelir dağılımı sonuçları açısından önemli çatışmalara ve yoğun siyasi tartışmalara yol açar. Bu nedenle kamu harcamaları daha çok açıkla finanse edilmekte ve bu durum, kamu harcamalarının gerçek maliyetini gizlemektedir. Dolaysız vergilerdeki bir artış, halkın kamu harcamalarının maliyetini daha yüksek algılamasına neden olarak daha az kamu hizmeti talep etmesine yol açacak, böylece kamu harcamalarının azaltılması sonucunu doğuracaktır. Görüldüğü gibi Friedman'ın önerdiği vergi indirimleri bu hipoteze göre harcamaların artışına ve daha yüksek bütçe açıklarına yol açacaktır. Bu hipotezin politika önerisi ise bütçe açıklarının azaltılması için vergilerin artırılması gerektiğidir.

Harcama- Vergi Hipotezi

Harcama- vergi hipotezi, önceki yaklaşımın tersine hükümetlerin önce harcama kararlarını aldıklarını, daha sonra bu harcamaları karşılamak için vergi ve gelir ayarlamaları yaptıklarını iddia eder. Kısacası, bu yaklaşıma göre vergiler, önceki harcama değişikliklerine tepki vermektedir. Peacock ve Wiseman (1979), kamu harcamalarının artışını araştırmak üzere ortaya koydukları teoride savaş, doğal afetler gibi kriz durumlarında kamu harcamalarının arttığını, daha sonra bu harcama artışlarını karşılamak üzere alınan vergilerin kalıcı olduğunu belirtmişlerdir. Bunun nedeni kriz sonrası dönemlerde seçmenlerin vergiye karşı dirençlerinin düşmesi, sosyal olaylara karşı daha duyarlı olmalarıdır. Sonuçta bu bakış açısına göre bütçe açıklarını azaltmak için özellikle kriz olmayan koşullarda kamu harcamalarının azaltılması gerekmektedir.

Barro (1979)'nun yaklaşımı da harcama-vergi hipoteziyle uyumludur. Ricardocu Denklik Teorisi'ne göre devletin bugünkü borçlanmasının gelecekteki vergi yükümlülüğünü artıracığını halk tamamen öngörür ve bunu sermayeleştirir. Mali yanılısmayı sorgulayarak Ricardocu Denklik Teorisi'nden hareket eden Barro (1979), mali yanılısma yoksa kamu harcamalarındaki artışın vergileri artırdığını öne sürmektedir.

Mali Uyum Hipotezi

Mali Uyum Hipotezi, harcama ve vergiler arasında iki yönlü pozitif bir nedensellik olduğunu, gelir ve harcama kararlarının eş zamanlı olarak alındığını öne sürer. Musgrave (1966), Meltzer ve Richard (1981), seçmenlerin kamu harcamaları ve gelirlerinin uygun düzeyine karar verirken kamu programlarının marjinal fayda ve maliyetlerini karşılaştırdığını iddia ederler. Bu görüş, kamu tercihi bakış açısıyla da uyumludur. Eğer vergiler ve harcamalar birbirleriyle karşılıklı bir ilişki içindeyse bu durumda kamu açıklarını azaltmak için uygulanacak politika belirsizlikler içerir. Kamu harcamalarını azaltmak veya vergileri artırmak bütçe açıklarının artmasına veya azalmasına yol açabilir.

Kurumsal Ayrılık Hipotezi

Kurumsal Ayrılık Hipotezi, gelir ve harcamaların birbirinden bağımsız olarak belirlendiğini ileri sürmektedir. A.B.D. açısından Kurumsal Ayrılık Hipotezi, devletin bütçe sürecine katılan yasama ve yürütme organları arasındaki uzlaşma eksikliğine bağlı olarak, gelir ve harcama kararları arasında eşgüdümün yokluğuna vurgu yapar (Wildavsky, 1988; Hoover ve Sheffrin, 1992). Ampirik olarak bu hipotez, vergilerle harcamalar arasında bir nedensellik ilişkisinin bulunmamasıyla gösterilebilir. Eğer bütçenin iki tarafı birbirinden bağımsızsa, bütçe açıklarını azaltmak için harcamaların azaltılması ve/veya vergilerin artırılması uygun çözümler olarak görülebilir. Örneğin vergilerdeki bir artış, bu süreçte kamu harcamaları sabit kalacağı için bütçe açığını azaltabilir.

Türkiye İçin Yapılan Ampirik Çalışmalar

Kamu harcamaları ve gelirleri arasındaki nedensellik ilişkisi, Türkiye için özellikle 1990'lı yılların sonlarından itibaren araştırılmaya başlanmıştır. Erişebildiğimiz kadarıyla bugüne kadar bu konuda yapılmış çalışmalar ve sonuçları Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablodan da anlaşılacağı üzere, Türkiye için yapılan çalışmalarda, Akçoraoğlu (1998) dışındakilerde kamu harcamaları ve vergiler arasında uzun dönemli bir eşbütünleşme ilişkisi bulunmuştur. Yapılan çalışmaların dördünde harcama-vergi hipotezi doğrulanmıştır. Yani hükümetlerin önce harcamaları artırdığı, daha sonra bunun finansmanını sağlamak üzere önlemler aldığı ortaya çıkmıştır. Bu çalışmalardan çıkan politika önerisi, kamu harcamalarını azaltmak yönündedir. Darrat

(1998) ve Günaydın (2004b)'da ise vergi artışlarının kamu harcamalarının azalmasına yol açtığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu çalışmaların politika önerisi ise kamu açıklarını azaltmak için vergileri artırmak gerektiğidir. Tablo 1'den de görülebileceği gibi çalışmalarda ele alınan dönem birbirinden oldukça farklıdır. Ayrıca Darrat (1998) ve Günaydın (2004b) GSMH ve faiz oranı gibi değişkenleri analize katarken, Pınar (1999) ve Akçoraoğlu (1998) reel kamu harcamaları ve gelirleri verilerini kullanmışlardır. Ele alınan dönemin, verilerin ve uygulanan yöntemlerin farklılığı, Türkiye için farklı sonuçların çıkmasına neden olmuştur.

Tablo 1. Türkiye İçin Yapılan Ampirik Çalışmalar

Yazar	Veri dönemi	Yöntem	Sonuç
Darrat (1998)	1967-1994 yıllık	VECM	Vergi-harcama hipotezi (Buchanan-Wagner)
Akçoraoğlu (1998)	1955-1995 yıllık	VECM	Harcama-vergi hipotezi
Pınar (1999)	1924-1998 yıllık	ECM	Harcama-vergi hipotezi
Günaydın (2000)	1950-1999 yıllık	VECM	Harcama-vergi hipotezi
Günaydın (2004a)	1964-2001 yıllık	VECM	Harcama-vergi hipotezi
Günaydın (2004b)	1987-2003 üç aylık	VECM	Vergi-harcama hipotezi (Buchanan-Wagner)

Bu çalışmada ise diğer çalışmalardan farklı olarak üç aylık dönemler için kamu gelir ve harcamalarının GSYİH'ye oranı kullanılmıştır⁶. Verilerin bu şekilde ele alınmasının nedeni, bu değişkenlerin nominal gelir değişikliklerine bağımlılığını azaltmaktır. Böylece GSMH ayrı bir değişken olarak alınmasa da verilerde kapsanmış olacaktır⁷.

4. Tahmin Sonuçları

4.1. Veriler ve Birim Kök Testlerinin Sonuçları

Tahminlerde 1987:01 ve 2005:04 arasındaki dönem için üç aylık veriler kullanılmıştır. Veriler T.C. Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi'nden alınarak üç aylık dönemler itibarıyla düzenlenmiştir. Tahminlerde konsolide bütçe gelirleri ve harcamalarının gayrisafi yurtiçi hasılaya oranı kullanılmıştır. Veriler üç aylık olduğundan vergi tahsilatı ve ödeneklerin serbest bırakılma zamanlarında dalgalanma-

⁶ Kamu harcaması ve gelirlerinin GSYİH'ye oranını kullanan diğer çalışmalar için bkz. Narayan (2005), Bohn (1991), Hondroyannis ve Papapetrou (1996), ve AbuAl-Foul ve Baghestani (2004)

⁷ Diğer çalışmalarla karşılaştırma yapabilmek amacıyla reel kamu harcamaları, reel kamu gelirleri ve faiz oranı değişkenini kullanarak yaptığımız tahminlerde ekonometrik sorunlar ortaya çıktığından faiz oranı değişkeni modele katılmamıştır.

lar göstermekte, yani mevsimsel etki içermektedirler. Bu nedenle tahminlerde, X11 filtresi kullanılarak mevsimsel etkiden arındırıldıktan sonra doğal logaritmaları alınan veriler kullanılmıştır.

Tablo 2. Birim Kök Testlerinin Sonuçları

	Gecikme Sayısı	ADF	PP	Sonuç
g^b	5	-1.03	-1.01	I(1)
Δg^b	4	-4.49	-21.39	I(0)
h^b	6	-1.56	-1.69	I(1)
Δh^c	5	-3.98	-15.69	I(0)

^a Sabit artı trend

^b Sabit

^c Sabit ve trend olmaksızın

Not: ADF testi yapılırken gecikmeli terim sayısı, hata teriminin içsel bağıntı içermemesini sağlayacak şekilde belirlenmiştir.

Tahminlerde zaman serisi verileri kullanıldığından bunların durağanlığının test edilmesi gereklidir. Verilerin durağanlığı genelleştirilmiş Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) testleri ile araştırılmıştır. Test sonuçları Tablo 2’de görülmektedir. g , kamu gelirlerinin, h ise kamu harcamalarının GSYİH içindeki payının logaritmik değerini göstermektedir. ADF testinde gecikmeli terim sayısı hata teriminin içsel bağıntı içermemesini sağlayan en az sayıdaki gecikmeli terimin denkleme eklenmesi ilkesine dayanarak belirlenmiştir. Düzey olarak verilerin durağan olmadığı ve birinci farklarının durağan olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Yani, iki veri birinci dereceden bütünleşik, I(1)’dir.

Verilerin durağanlık testleri yapıldıktan sonra iki değişkenli ve iki gecikmeli vektör otoregresif (VAR) tahmin edilmiştir. VAR tahmininde gecikmeli terim sayısı hata teriminin içsel bağıntı ve değişen varyans sorunu içermemesini sağlayacak şekilde belirlenmiştir⁸. Tahminlerde merkezileştirilmiş kuklalar (centred dummy) kullanılmıştır. Ayrıca 1994 ve 2000/2001 finansal krizleri öncesi ve sonrasında alınan mali önlemler için iki tane kukla değişken kullanılmıştır. Veriler birim kök sorunu içerdiğinden eşbütünleşme testi yapılarak serilerin trendlerinin uzun dönemde birlikte hareket edip etmediklerinin test edilmesi gerekmektedir. Bu amaçla Johansen (1991) eşbütünleşme testi yapılmıştır. VAR modeli iki gecikmeli terim içerdiğinden eşbütünleşme testi yapılırken gecikmeli terim sayısı bir olarak belirlenmiştir. Bu test rank ve maksimum özgül değer istatistiklerine dayanmaktadır. Eşbütünleşme

⁸ İçsel bağıntı ve değişen varyans testlerinin sonuçları çalışmanın ekinde yer almaktadır.

vektörünün sabit içerdiği (Model 1), sabit içermediği (Model 2) ve trend içerdiği (Model 3) üç farklı model test edilmiştir. Üç modelin sonuçlarına göre, her iki istatistiğin değeri kritik değerden büyük olduğundan, “bir tane eşbütünleşme ilişkisi vardır” hipotezi reddedilememektedir.⁹ Yani bu iki değişken arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3. Eşbütünleşme Testinin Sonuçları ve Eşbütünleşme Vektörleri

Model	Test İstatistiği	Hipotezler	
		$r=0$	$r=1$
Model 1	Rank (İz) Test	22.604* (20.261)	2.8151 (9.164)
	Maksimum Özgül Değer	19.789* (15.892)	2.8151 (9.164)
Model 2	Rank (İz) Test	20.4095* (15.494)	0.7084 (3.841)
	Maksimum Özgül Değer	19.701* (14.264)	0.7084 (3.841)
Model 3	Rank (İz) Test	29.6876* (25.872)	4.6956 (12.517)
	Maksimum Özgül Değer	24.9920* (19.387)	4.6956 (12.5179)
Eşbütünleşme Vektörleri(*)	Model 1	$h = -0.046 + 1.1015 g$ (0.18) (-13.09)	
	Model 2	$h = 1.099 g$ (-12.97)	
	Model 3	$h = 1.7626 g - 0.0082 trend$ (6.33) (-2.43)	
* Parantez içindeki sayılar t istatistiğidir.			

Tablo 3'ün ikinci kısmında sözü edilen üç modelden elde edilen değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkiyi gösteren eşbütünleşme vektörleri görülmektedir. Vektörler harcama değişkeninin katsayısı bir olacak şekilde normleştirilmiştir. Üç denklemden de gelir değişkeninin katsayısı beklendiği gibi pozitif ve istatistiksel olarak anlamlıdır.¹⁰

⁹ Model 1 ve Model 3 için % 5 anlamlılık düzeyinde, Model 2'ye göre ise %1 anlamlılık düzeyinde bir tane eşbütünleşme olduğu hipotezi reddedilememektedir.

¹⁰ VECM modelinde uyum katsayıları (α 'lar) ve uzun dönem katsayılarının (β 'lar) sıfırdan farklı olup olmadığı da test edilmiştir. Test sonuçları Ek'te yer almaktadır. Bu katsayıların tümünün %1 anlamlılık düzeyinde sıfırdan farklı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

4.2. Nedensellik Testi Sonuçları

Kamu harcamaları ve gelirleri arasında bir nedensellik ilişkisi olup olmadığını sına-mak amacıyla Granger testi yapılmıştır¹¹. Bu test hata düzeltme modelinde gecik-meli terimlerin sıfırdan farklı olup olmamasına dayanmaktadır. VAR modelinde optimal gecikme sayısı iki bulunduğundan, bir gecikmeli hata düzeltme modeli için yapılan nedensellik testlerinin sonuçları Tablo 4'ün sol kısmında yer almaktadır¹². Test sonuçlarına göre kamu gelirleri kamu harcamalarının Granger nedeni olmadı-ğı gibi tersi yönde de bir nedensellik ilişkisi yoktur. Sadece değişkenlerin geçmiş dönemlerdeki değerlerindeki değişmelerin, bugünkü değerlerindeki değişmeyi açıklamada anlamlı bir katkıya sahip olduğu görülmektedir.

İki değişken arasındaki nedensellik ayrıca Toda-Yamamoto (1995) tarafından gelişt-irilen yöntem kullanılarak da araştırılmıştır. Bu yöntemin kolaylığı, testin verilerin bütünlüşme derecesi ve sistemin eşbütünlüşme özelliklerini dikkate almaksızın uygulanabilmesidir. Bu yöntemde gecikmeli terim sayısının k olduğu VAR(k) siste-minde katsayıların anlamlılığını test etmek için dönüştürülmüş (modified) Wald istatistiği kullanılır. Veriler d. dereceden bütünlüşk ise, VAR k+d gecikme ile tahmin edildiğinde, dönüştürülmüş Wald istatistiği asimptotik χ^2 dağılımına sahip olacaktır. Test, tahmin edilen k+d terimin ilk k tanesinin sıfırdan farklı olup olmamasına dayanır¹³. Modelimizde VAR için optimal gecikme sayısı iki bulunduğundan ve değişkenlerimiz birinci dereceden bütünlüşk olduğundan, nedensellik testi uygu-

¹¹ Granger nedensellik testi, hata düzeltme modelinin tahmin edilen gecikmeli terimlerinin katsayılarının sıfırdan farklı olup olmamasına dayanır. Tahmin edilen VECM modeli aşağıdaki gibidir:

$$\Delta h_t = c_1 + \beta_{11}\Delta h_{t-1} + \beta_{12}\Delta g_{t-1} + \beta EC_{t-1} + \mu$$

$$\Delta g_t = c_2 + \beta_{21}\Delta h_{t-1} + \beta_{22}\Delta g_{t-1} + \beta EC_{t-1} + \mu$$

Wald testi gecikmeli terimlerin tahmin edilen katsayılarının sıfırdan farklı olup olmamasına dayalıdır. Örneğin

$$H_0: \beta_{12} = 0$$

Eğer H_0 hipotezi reddedilirse kamu harcamalarındaki değişiklikler kamu gelirlerinin gecikmeli değerlerindeki değişikliklerle açıklanabilmektedir ve kamu gelirleri kamu harcamalarının Granger nedenidir.

¹² Test yapılırken eşbütünlüşme vektörünün içinde trendin yer aldığı Model 3'ün sonuçlarına yer verilmiş olmakla birlikte Model 1 ve Model 2'nin kullanıldığı nedensellik testlerinde de aynı sonuçlar elde edilmiştir. Yer kısıtı nedeni ile sadece yukarıdaki sonuçlar rapor edilmiştir, diğer sonuçlar yazarlardan istenebilir.

¹³ MWALD Testi aşağıdaki sistemin tahminine dayanır:

$$h_t = a_{11} h_{t-1} + \dots + a_{1k} h_{t-k} + a_{1(k+1)} h_{t-(k+1)} + b_{11} g_{t-1} + \dots + b_{1k} g_{t-k} + b_{1(k+d)} g_{t-(k+d)} + \epsilon_1$$

$$g_t = a_{21} h_{t-1} + \dots + a_{2k} h_{t-k} + a_{2(k+1)} h_{t-(k+1)} + b_{21} g_{t-1} + \dots + b_{2k} g_{t-k} + b_{2(k+d)} g_{t-(k+d)} + \epsilon_2$$

Burada k optimal gecikme sayısını ve d ise verilerin bütünlüşk derecesini göstermektedir. MWAL testi ilk k tane tahmin edilen katsayının sıfırdan farklı olup olmamasına dayanır. Eğer $b_{11}=b_{12}=\dots=b_{1k}=0$ ise gelir harcamaların nedeni değildir sonucuna ulaşılır. Benzer şekilde $a_{21}=a_{22}=\dots=a_{2k}=0$ ise harcamaların gelirin nedeni olmadığı sonucuna ulaşılır.

Yukarıdaki VAR tahmininde optimal gecikme sayısı iki ve veriler birinci derece bütünlüşk olduğundan, k ve d sırası ile iki ve bir değerlerini almaktadır. Bu nedenle üç gecikmeli VAR tahmin edilmiş ve ilk iki terimin sıfırdan farklı olup olmadığını belirlemek için asimptotik χ^2 dağılımına WALD istatistiği kullanılmıştır.

layabilmek için üç gecikmeli VAR tahmin edilmiş ve ilk iki gecikmeli terimin katsayılarının sıfırdan farklı olup olmadığı test edilmiştir.

Tablo 4'ün sağ tarafında Toda-Yamamoto yöntemiyle yapılan nedensellik testlerinin sonuçları görülmektedir. Bu testin sonucunda da önceki testle benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Kamu harcamaları ve gelirleri birbirinin Granger nedeni değildir. Kamu harcamalarındaki değişiklikler kamu gelirlerinin gecikmeli değerleri ile açıklanamadığı gibi tersi bir nedenselliğin de olmadığı sonucuna ulaşılmıştır¹⁴.

Tablo 4. Nedensellik Testlerinin Sonuçları

	WALD Test VECM (1)		TODA-YAMAMOTO (MWALD) VAR(2/3)	
	LM istatistiği	Olasılık	LM İstatistiği	Olasılık
H→h	5.51	0.018*	4.8721	0.0875
G→h	1.51	0.218	4.5384	0.1034
H→g	2.79	0.09	1.2440	0.5369
G→g	6.23	0.01*	17.5342	0.0002**

** %1 anlamlılık düzeyinde nedensellik vardır.
* %5 anlamlılık düzeyinde nedensellik vardır

Elde edilen nedensellik testi sonuçlarının güvenilir olabilmesi için tahmin edilen katsayıların zaman içinde değişmemesi yani kararlı olması gerekir. Uzun dönem ve kısa dönem katsayılarının kararlılığı Brown ve diğerleri (1975) tarafından geliştirilen CUSUM ve CUSUMQ ile test edilmiştir. Testler aşağıdaki denklemin tahminine dayanmaktadır:

$$\Delta h = \beta_1 \Delta(h_{t-1}) + \beta_2 \Delta(g_{t-1}) + \gamma EC_{t-1} + \beta_4 kuk94 + \beta_5 kuk2001 + \beta_6 \sum_1^{11} kukmev + \mu_t$$

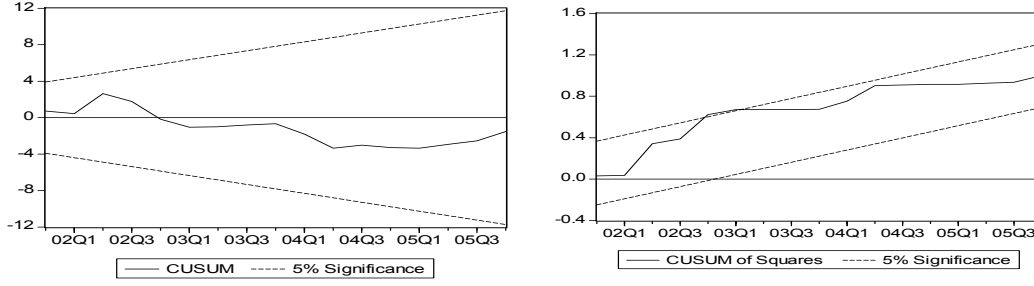
Burada EC_{t-1} hata düzeltme modelinin tahmininden elde edilen gecikmeli hata düzeltme terimidir ve uzun dönem katsayılarının doğrusal bileşimini temsil etmektedir. (γ) dengeye doğru yakınsama hızını göstermektedir. β_1 ve β_2 kısa dönem katsayılarıdır. CUSUM testi ilk n tane gözlem kullanılarak sürekli tekrarlanan (recursive) tahminlerden elde edilen hata terimlerinin kümülatif toplamına dayanır. Gözlem sayısının en küçükten başlayarak sürekli olarak artırılması ile elde edilen bu toplam rakamın grafiği yüzde beşlik anlamlılık düzeyi için çizilen bandın

¹⁴ Kollias ve Paleologou (2006) Avusturya, Belçika ve Almanya için, Narayan ve Narayan (2006) Peru, Güney Afrika, Guatemala, Uruguay ve Ekvador için, Narayan (2005) Hindistan, Malezya, Pakistan, Filipinler ve Tayland için benzer sonuçlara ulaşmışlar, kamu harcamaları ile kamu gelirleri arasında bir nedensellik ilişkisi olmadığını bulmuşlardır.

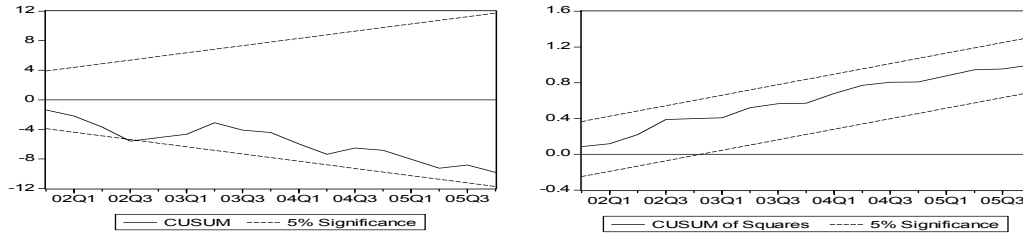
içinde kalıyorsa katsayıların kararlı olduğu kabul edilir. Hata terimlerinin karelerinin toplamına dayanan CUSUMQ testi benzer şekilde hesaplanır.

Şekil 3'te CUSUM ve CUSUMQ testlerinin sonuçlarını gösteren grafikler yer almaktadır. Her iki değer de belirlenen bant içinde kaldığından tahmin edilen katsayıların kararlı olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

$$\Delta h_t = \beta_1 \Delta(h_{t-1}) + \beta_2 \Delta(g_{t-1}) + \gamma EC_{t-1} + \beta_4 kuk94 + \beta_5 kuk2001 + \beta_6 \sum kukmev + \mu_t$$



$$\Delta g_t = \beta_1 \Delta(g_{t-1}) + \beta_2 \Delta(h_{t-1}) + \gamma EC_{t-1} + \beta_4 kuk94 + \beta_5 kuk2001 + \beta_6 \sum kukmev + \mu_t$$



Şekil 3. CUSUM ve CUSUMQ Testlerinin Sonuçları

5. Sonuç

Bu çalışmada, Türkiye’de kamu harcamaları ve gelirleri arasındaki ilişki, eşbütünleşme modeli ve nedensellik testleri ile incelenmiştir. Bu iki değişken arasında uzun dönemde bir eşbütünleşme ilişkisi olduğu bulunmuştur. Değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisini araştırmak üzere iki ayrı yöntem (hata düzeltme modeli ve Toda-Yamamoto tarafından geliştirilen VAR modeli) kullanılmıştır. Kullandığımız her iki yöntem de kamu harcamaları ve gelirleri arasında bir nedensellik ilişkisi olmadığı sonucunu ortaya koymuştur. Bu durum başlangıçta ele aldığımız kurumsal ayrılık hipotezinin öngörüsüne denk düşse de Türkiye’de vergi ve harca-

ma kararı veren kurumlar arasında bir ayrılık olduğundan söz etmek mümkün değildir. Merkezi devlet bütçesi hükümet eliyle hazırlanır ve yasama organı tarafından onaylanarak yürürlüğe girer. Bütçenin hazırlanması görevi esas olarak Maliye Bakanlığı tarafından yerine getirilmektedir. Bütçenin yasama organında görüşülmesi sırasında ise gerek bütçe komisyonunun çoğunluğunun iktidar partisi milletvekillerinden oluşması nedeniyle, gerekse Anayasanın 162. maddesinde belirtilen milletvekillerinin gelir azaltıcı ve gider artırıcı önerilerde bulunamayacakları kuralı gereğince gelir ve giderlerde fazla bir değişiklik yapma imkânı bulunmamaktadır. Geçmiş uygulamalar da hükümetin hazırladığı bütçe tasarısının TBMM’de fazla bir değişikliğe uğramadan onaylandığını göstermektedir.

Türkiye’de kamu borç yükünü ve kamu açıklarını azaltmak amacıyla özellikle 1998’de IMF’yle yapılan anlaşmadan bu yana, sıkı bir mali disiplin uygulanmaktadır. Bütçe, faiz dışı fazla hedefiyle katı bir biçimde sınırlanmıştır. Bu anlamda özellikle kamu harcamalarını artırmak konusunda hükümetlerin çok serbest hareket edemediklerini, bütçenin esnekliğinin ortadan kalktığını söyleyebiliriz. Bu durumda kamu harcamaları ve gelirleri arasında bir nedensellik ilişkisinin ortaya çıkmaması doğaldır.

Harcama ve gelirlerin birbiriyle nedensellik ilişkisi içinde bulunmaması aynı zamanda bir olanağa da işaret eder. Bu durum, harcamaları kısarak veya gelirleri artırarak bütçe açığının azaltılabileceğini ifade eder. Örneğin bir vergi artışı, harcamalar bundan etkilenmeyeceği için bütçe açığını azaltabilir. Kamu harcamalarındaki bir kısıntı da vergi gelirlerini etkilemeyeceğinden yine bütçe açıklarının azaltılmasına hizmet edecektir. Nitekim Türkiye’de daha çok kamu harcamalarını kısma yönünde uygulanan politikalar, dolaylı vergi artışlarıyla beraber bütçe açığının azaltılmasına katkıda bulunmuş, bütçe açığının GSMH içindeki payı 2005’te %2'lere kadar düşmüştür. Ancak son yıllarda yalnızca enflasyonu ve bütçe açığını azaltmak yönünde uygulanan bu politikaların sürdürülebilirliğinin ve gelir dağılımı sonuçlarının da ciddi bir biçimde dikkate alınması yerinde olacaktır.

Kaynakça

- AbuAl-Foul, B. ve H. Baghestani (2004), "The Causal Relation between Government Revenue and Spending: Evidence from Egypt and Jordan", *Journal of Economics and Finance*, 38 (2), 260-269.
- Akçoraoğlu, A. (1998), "Kamu Harcamaları, Kamu Gelirleri ve Keynesçi Politikalar: Bir Nedensellik Testi", *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2 (99), 51-65.
- Baghestani, H ve R. McNown (1994), "Do Revenues and Expenditures Respond to Budgetary Disequilibria?", *Southern Economic Journal*, 60, 311-322.
- Bağımsız Sosyal Bilimciler (2007), *IMF Gözetiminde On Uzun Yıl, 1998-2008: Farklı Hükümetler, Tek Siyaset*, İstanbul: Yordam Kitap.
- Barro, R. J. (1979), "On the Determination of Public Debt", *Journal of Political Economy*, 81, 940-971.
- Bohn, H. (1991), "Budget Balance through Revenue or Spending Adjustments? Some Historical Evidence for United States", *Journal of Monetary Economics*, 27, 333-359.
- Boratav, K. (2003), *Türkiye İktisat Tarihi 1908-2002*, 7. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi.
- Brown, R. L. ve J. Durbin ve J. M. Evans (1975), "Techniques for Testing the Constancy of Regression Relations Overtime", *Journal of the Royal Statistical Society*, 37(13), 149-163.
- Buchanan, J. ve R. Wagner (1978), "Dialogues Concerning Fiscal Religion", *Journal of Monetary Economics*, 4, 627-636.
- Dickey, D.A. ve W. Fuller (1979), "Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series with a Unit Root", *Journal of the American Statistical Association*, 74, 727-431.
- Darrat, A. (1998), "Tax and Spend, or Spend and Tax? An Inquiry of the Turkish Budgetary Process", *Southern Economic Journal*, 64, 940-956.
- DPT (2007), *Ekonomik ve Sosyal Göstergeler (1950-2004)*, <http://www.ekutup.dpt.gov.tr>, (Erişim: 20 Temmuz 2007).
- Friedman, M. (1978), "The Limitations of Tax Limitation", *Policy Review*, 7-14.
- Granger, C.W.J. (1969), "Investigating Causal Relations by Econometric Models and Cross Spectral Methods", *Econometrica*, 37, 48-58.

- Günaydın, İ. (2000), "Türkiye'de Kamu Gelirleri ve Kamu Harcamaları Arasındaki Nedensel İlişkiler", SDÜ, İİBF Dergisi, 5 (1), 55-74.
- Günaydın, İ. (2004a), "Gelir ve Harcama Ayarlamaları Yoluyla Bütçe Dengesi Sağlanabilir mi? Türkiye Örneği", İktisat, İşletme ve Finans, 19(218), 84-98.
- Günaydın, İ. (2004b), "Vergi-Harcama Tartışması: Türkiye Örneği", Doğu Üniversitesi Dergisi, 5(2), 163-181.
- Hondroyannis, G. ve E. Papapetrou (1996), "An Examination of the Causal Relationship between Government Spending and Revenue: A Cointegration Analysis", Public Choice, 89, 363-374.
- Hoover, K. D. ve S. M. Sheffrin (1992), "Causation, Spending, and Taxes: Sand in the Sandbox or Tax Collector for the Welfare State?", American Economic Review, 82 (1), 225-48.
- Johansen, S. (1988), "Statistical Analysis of Cointegrated Vectors", Journal of Economic Dynamics and Control, 12, 231-54.
- Johansen, S. (1991), "Estimation and Hypothesis Testing of Cointegration Vectors in Gaussian Vector Autoregressive Models", Econometrica, 59, s. 1551-1580.
- Johansen, S. ve K. Juselius (1990), "Maximum Likelihood Estimation and Inference on Cointegration-with Application to the Demand for Money", Oxford Bulletin of Economics and Statistics, 52, 169-210.
- Kollias, C. ve S. M. Paleologou (2006), "Fiscal Policy in the European Union, Tax and Spend, Spend and Tax, Fiscal Synchronisation or Institutional Separation?", Journal of Economic Studies, 33, 108-120.
- Maliye Bakanlığı (2007), Kamu Hesapları Bülteni, <http://www.muhasibat.gov.tr>, (Erişim: 20 Temmuz 2007).
- Narayan, P. K. (2005), "The Government Revenue and Government Expenditure Nexus: Empirical Evidence from Nine Asian Countries", Journal of Asian Economics, 15, 1203-1216.
- Narayan, P. K. ve S. Narayan (2006), "Government Revenue and Government Expenditure Nexus: Evidence from Developing Countries", Applied Economics, 38, 285-291.
- MacKinnon, J.G. (1991), "Critical Values for Cointegration Tests", Ed. R.F. Engle ve C. W. J. Granger, Long-run Economic Relations: Reading in Cointegration, Oxford: Oxford University Press, 267-276.
- Meltzer, A. H. ve S. F. Richard (1981), "A Rational Theory of the Size of Government", Journal of Political Economy, 89, 914-927.

Musgrave, R. (1966), "Principles of Budget Determination", Ed. H. Cameron ve W. Henderson, Public Finance, Selected Readings, New York: Random House.

Oyan, O. (1998), Türkiye Ekonomisi: Nereden Nereye?, Ankara: İmaj Yayıncılık.

Payne, J. E. (2003), "A Survey of the International Empirical Evidence on the Tax-Spend Debate", Public Finance Review, 31 (3), 302-324.

Peacock, A. T. ve J. Wiseman (1979), "Approaches to the Analysis of Government Expenditure Growth", Public Finance Quarterly, 7, 3-23.

Phillips, P. C. B. and P. Perron, (1998), "Testing for A Unit Root in Time Series Regression", Biometrika, 75, 335-346.

Pınar, A. (1999), "A Model of Government Expenditures in Turkey", Yapı Kredi Economic Review, 9(2), 55-71.

Toda H.Y. and P. C. B. Yamamoto (1995), "Statistical Inferences in Vector Autoregression with Possibly Integrated Processes", Journal of Econometrics, 66, 225-250.

Wildavsky, A. (1988), The New Politics of the Budgetary Process, Glenview, IL: Scott, Foresman.

Ek Tablo 1. İçsel Bağını için LM testinin Sonucu

Gecikme	LM-İstatistiği	Olasılık
1	1.913108	0.7517
2	3.763488	0.4390
3	6.909743	0.1407
4	4.845819	0.3035

Ek Tablo 2. Hata Terimi İçin Değişen Varyans Testinin Sonucu

χ^2	Sd	Olasılık			
49.94850	39	0.1125			
Bileşenler:					
Bağımlı	R^2	F(13,60)	Olasılık	$\chi^2(13)$	Olasılık
hat1*hat1	0.229573	1.375303	0.1982	16.98843	0.1998
hat2*hat2	0.196861	1.131295	0.3521	14.56768	0.3351
hat2*hat1	0.198260	1.141328	0.3444	14.67127	0.3283

Ek Tablo 3. 6 α ve β 'lar için Test

Hipotez	LR İstatistiği	Olasılık
$\alpha(1,1)=0$	7.22	0.0072*
$\alpha(2,1)=0$	7.36	0.0066*
$\beta(1,1)=0$	15.74	0.00007*
$\beta(1,2)=0$	18.06	0.000021*

* %1 anlamlılık düzeyinde hipotez reddedilebilmektedir.

** %10 anlamlılık düzeyinde hipotez reddedilebilmektedir.

Yaklaşık İdeal Talep Analizi Yöntemi ile Harcama ve Fiyat Esnekliklerinin Tahmini

Mehmet Arif ŞAHİNLİ

İstatistikçi, Türkiye İstatistik Kurumu,
Ulusal Hesaplar ve Ekonomik
Göstergeler Daire Başkanlığı
arifsahinli@tuik.gov.tr

Yaklaşık İdeal Talep Analizi Yöntemi ile Harcama ve Fiyat Esnekliklerinin Tahmini

Estimation of Expenditure and Price Elasticities with an Almost Ideal Demand System

Özet

Bu çalışmada, Yaklaşık İdeal Talep Sistemi kullanılarak, Türkiye, kent ve kırsal ayrımında harcama ve fiyat esneklikleri kullanılarak tüketici davranış kalıpları analiz edilmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu 2002-2006 yılları arası Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları anket verileri kullanılmıştır. Gıda ve alkolsüz içecekler harcaması için harcama ve fiyat esneklikleri yaklaşık ideal talep sistemi yaklaşımı çerçevesinde tahmin edilmiştir. Harcama esneklikleri Türkiye, kent ve kırsal bazında sırasıyla 0.975, 0.961 ve 0.992 olarak bulunmuştur. Türkiye, kent ve kırsal ayrımına göre, harcama esneklikleri değerleri birbirine yakın çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yaklaşık ideal talep sistemi, harcama ve fiyat esnekliği.

Abstract

In this study, Turkish consumer behaviors models for Turkey, urban and rural districts are made an analysis by estimating income and price elasticities for food and non-alcoholic beverages group by applying An Almost Ideal Demand System. Household income and consumption expenditure data between 2002-2006 years are used. Expenditure and price elasticities under food and non-alcoholic beverages group are estimated within the framework of the almost ideal demand system approach in Turkey was analyzed. Expenditure elasticities for Turkey, urban and rural were calculated and respectively 0.975, 0.961 ve 0.992. According to Turkey, urban and rural, values of expenditure elasticities are obtained almost the same.

Keywords: An almost ideal demand system, expenditure and price elasticities.

1. Giriş

Küreselleşen günümüz dünyasında ileri teknolojik gelişmelere rağmen açlık, gıda güvencesizliği ve dolayısıyla beslenmenin bugün olduğu gibi gelecekte de Dünyada ve Türkiye’de önemli bir sorun olacağı beklentisi insanlarda mevcuttur.

Türkiye’de haneler arasında gözlenen harcama ve tüketim farklılığı nedeniyle gıda tüketim yapısının incelenmesi önemli bir konuyu oluşturmaktadır. Ayrıca, etkin bir

gıda politikasının oluşturulmasında gıda harcama ve fiyat esneklikleri önemli araçlardır.

Belirli gelire sahip olan bireyler harcamalarını yaparken ilk önce ana mal grupları (gıda, giyim, konut, eğitim, ulaştırma vs.) arasında bütçelerini paylaştırmaktadır. İkinci aşamada ise, alt gruplar bazında gelirini paylaşır daha sonra kalan kısmını tasarrufa ayırmaktadır. Sınırlı miktardaki bütçelerini ana ve alt gruplar bazında ayırırken, hanelerin göz önünde tuttuğu en önemli şey temel ihtiyaçlarını öncelikli olarak karşılamaktır.

Gıda ve alkolsüz içecekler grubu hanehalkı harcama türleri arasında önemli bir yere sahiptir. Bilindiği üzere hanehalkı tüketim harcamaları çeşitli mal gruplarından oluşmakta olmasına rağmen, gıda ve alkolsüz içecekler harcamaları gelirin yaklaşık %25 gibi önemli bir kısmını oluşturmaktadır.

Bu çalışmada, insan hayatında önemli bir yer teşkil eden hanehalkı harcama türlerinden gıda ve alkolsüz içecekler talebi ekonometrik boyutta incelenecektir. Araştırmada, 2002-2006 yılları arası Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları anketinde yer alan gıda ve alkolsüz içecekler alt grubuna ilişkin harcama verileri kullanılarak, Yaklaşık İdeal Talep Sisteminden (AIDS) elde edilen harcama ve fiyat esnekliklerinin elde edilmesi hedeflenmiştir.

Çalışmanın amacı, Türkiye’de yaşayan hanehalklarının gıda ve alkolsüz içecek miktarına ait tüketim davranışını analiz etmektir. Bilindiği üzere hanehalkı tüketim harcamaları çeşitli mal gruplarından oluşmasına rağmen, gıda ve alkolsüz içecekler harcamaları gelirin önemli bir kısmını oluşturmaktadır.

Çalışmanın ana planı şu şekilde özetlenebilir: Model ile ilgili teorik bilgiler ortaya çıkarılmış olup, analizde kullanılan veriler hakkında bilgi verilmiştir. Elde edilen analiz sonuçları değerlendirilmiş ve sonuç bölümünde kapsamlı olarak elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır.

2. Materyal ve Yöntem

2.1. Malların Gruplandırılması

Hanehalkları birinci aşamada, gelirlerini ilk olarak ana mal grupları (gıda, giyim, konut, ulaştırma, vb.) arasında pay etmektedir. Çalışmanın amacına uygun olarak, ikinci aşamada ise, gelirden gıdaya ayırdığı kısmı gıda tüketim harcamalarına ait alt gruplara (ekmek ve tahıllar, sebze ve meyveler, et ve balık, vb.) şeklinde dağıtmaktadır.

2002-2006 yılları arasına ilişkin veriler, kendi içinde modelin yapısına uygun olarak düzenlenmiş olup, veriler 1994=100 bazlı olarak alınmıştır. Aylık oluşan perakende

fiyatlar verisi, Türkiye, kent ve kırsal bazında Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Fiyat İstatistikleri veri tabanından temin edilmiş, ayrıca 12 aylık tüketici fiyatları indeks rakamları kullanılmıştır.

Çalışmada kullanılmak üzere oluşturulan veri seti, gıda ve alkolsüz içecekler madde grubuna göre ayrılmıştır. Ayrıca, yatay kesitte Türkiye, kent ve kırsal olarak alınmış ve 2002-2006 yıllarına ait 12 ayın gözlemleri de zaman boyutu olmak üzere veriler birleştirilerek veri seti elde edilmiştir. Böylece analizde kullanılan veri seti 60 gözlemden oluşmuştur.

2.2. Hanehalkı Gelir ve Tüketim Anketleri (HGTHA)

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2002 yılından itibaren yıllık olarak hanehalkı bütçe anketleri uygulamaktadır. 2002 Hanehalkı Bütçe Anketi, Türkiye genelinde her ay değişen 800, yıl boyunca toplam 9600 örnek hanehalkına uygulanmıştır. 2003 Hanehalkı Bütçe Anketi, 1 Ocak - 31 Aralık 2003 tarihleri arasında her ay değişen 2160, yıl boyunca toplam 25920 örnek hanehalkına uygulanırken, 2004, 2005 ve 2006 Hanehalkı Bütçe Anketleri her ay değişen 720, yıl boyunca toplam 8 640 örnek hanehalkına uygulanmıştır.

2002 Hanehalkı Bütçe Anketi'nin tahmin düzeyi Türkiye, kent ve kırsal yerler ayrımıdır. 2003 anketinden İstatistik Bölge Birimleri Sınıflamasında kırsal / kent ayrımında 12 Düzey-1 bölgesi ve 26 Düzey-2 bölgesi bazında tahminler üretilmiştir. 2004 yılından itibaren ise yıllık anket sonuçlarından Türkiye geneli ile kırsal ve kentsel yerler ayrımında; her yılın anket sonuçlarının önceki anket bilgileriyle birleştirilmesiyle de bölgesel düzeyde tahminler üretilmesi mümkün olmaktadır (TÜİK, 2008). Bu çalışmada, Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yukarıda yöntemi verilen Hanehalkı Gelir ve Tüketim Anketi verilerinden yararlanılmıştır. Bu anket verileri araştırmanın amacına göre düzenlenmiştir.

2.3. Yaklaşık İdeal Talep Sisteminin Tahmini

Tüketicileri mükemmel olarak toplulaştırdığından ve hanehalkı bütçe verisi ile tutarlı fonksiyonel bir forma sahip olduğundan dolayı bu çalışmada (Deaton vd., 1980) geliştirdiği Yaklaşık İdeal Talep Sistemi (Almost Ideal Demand System - AIDS) kullanılmıştır.

Yaklaşık İdeal Talep Sistemi (AIDS), Rotterdam model ve translog model ile karşılaştırılabilir fakat her ikisinden de oldukça avantajlı bir modeldir. Bu avantajlar şu şekilde sıralanabilir: i) AIDS herhangi bir talep sistemine keyfi birinci-sıra bir yaklaşım vermektedir; ii) Kesinlikle seçim aksiyomlarını tatmin etmektedir; iii) Paralel doğrusal Engel Eğrileri olmaksızın tüketicileri mükemmel derecede toplulaştırmaktadır; iv) Fonksiyonel bir forma sahip olup hanehalkı bütçe verisi ile

tutarlı olduğu bilinmektedir; v) Ayrıca AIDS kolayca tahmin edilebilmektedir. Sabit parametreler üzerinde doğrusal sınırlamalar sayesinde homojenlik ve simetri kısıtlarını test etmek için kullanılabilir.

Rotterdam ya da translog modellerin biri ya da diğeri bu özelliklere sahip olmasına rağmen, bunlardan hiçbirisi eşzamanlı olarak bütün özelliklere sahip değildir. (Deaton vd., 1980)' nin AIDS, esnek talep spesifikasyonlarını en geniş şekilde kullanan modellerden biridir.

Maliyet ya da harcama fonksiyonu ile ifade edilen PIGLOG sınıfı, verilen fiyatlarla spesifik bir fayda seviyesini elde etmek için gerekli minimum harcamayı tanımlamaktadır. u fayda ve p fiyat vektörü için bu fonksiyon $c(u,p)$ gösterilmektedir ve PIGLOG sınıfı eşitlik (1)'deki gibi tanımlanmaktadır (Muellbauer, 1976b: 91).

$$\log c(u,p) = (1-u) \log\{a(p)\} + u \log\{b(p)\} \quad (1)$$

Bazı istisnalar hariç, u , 0 ile 1 arasında yer almaktadır. Daha sonra $\log a(p)$ ve $\log b(p)$ için belirli (spesifik) fonksiyonel formlar alınmaktadır. Herhangi bir noktada bu fonksiyona ait $\frac{\partial c}{\partial p_i}, \frac{\partial c}{\partial u}, \frac{\partial^2 c}{\partial p_i \partial p_j}, \frac{\partial^2 c}{\partial u \partial p}$ ve $\frac{\partial^2 c}{\partial u^2}$ keyfi bir maliyet fonksiyonuna eşit olabilir.

$$\log a(p) = a_0 + \sum_k a_k \log p_k + \frac{1}{2} \sum_k \sum_j \gamma_{kj}^* \log p_k \log p_j \quad (2)$$

$$\log b(p) = \log a(p) + \beta_0 \prod p_k^{\beta_k} \quad (3)$$

AIDS harcama fonksiyonu eşitlik (4)'deki gibi yazılmaktadır,

$$\log c(u, p) = \alpha_0 + \sum_k \alpha_k \log p_k + \frac{1}{2} \sum_k \sum_j \gamma_{kj}^* \log p_k \log p_j + u \beta_0 \prod p_k^{\beta_k} \quad (4)$$

Burada α_i, β_i ve γ_{ij}^* parametrelerdir. $c(u,p)$, p 'de doğrusal homojen olduğu kolayca kontrol edilebilmektedir.

Talep fonksiyonları direkt olarak (4) eşitliğinden çıkarılabilmektedir. Maliyet fonksiyonunun temel bir özelliği olan fiyat çıkarımları talep edilen miktarlardır:

$$\frac{\partial c(u, p)}{\partial p_i} = q_i \cdot \quad (5)$$

Her iki taraf $p_i / c(u, p)$ ile çarpılırsa,

$$\frac{\partial \log c(u, p)}{\partial \log p_i} = \frac{p_i q_i}{c(u, p)} = w_i \quad (6)$$

eşitliğine ulaşılır. Burada w_i , i. malın bütçeden aldığı paydır. Bu yüzden eşitlik (4)'ün logaritmik farkı, fiyatlar ve faydanın bir fonksiyonu olarak bütçe içindeki paylarını vermektedir:

$$w_i = \alpha_i + \sum_j \gamma_{ij} \log p_j + \beta_i u \beta_0 \prod p_k^{\beta_k} \quad (7)$$

Burada;

$$\gamma_{ij} = \frac{1}{2}(\gamma_{ij}^* + \gamma_{ji}^*) \quad (8)$$

Bir fayda maksimizasyon tüketicisi için, toplam harcama x , $c(u, p)$ 'ye eşittir ve bu eşitlik p ve x 'in bir fonksiyonu olarak u 'yu vermesi için dönüştürülebilir. Eğer eşitlik (4) için bu yapılırsa ve eşitlik (7)'de yerine konursa, p ve x 'in bir fonksiyonu olarak bütçe paylarına sahip olunmaktadır. Bunlar bütçe payı formunda AIDS talep fonksiyonlarıdır.

$$w_i = \alpha_i + \sum_j \gamma_{ij} \log p_j + \beta_i \log \{x / P\} \quad (9)$$

α_i : Sabit terim,

w_i : Gruptaki i inci mala yapılan harcama payı ($w_i = p_i q_i / x$)'dir.

p_j : Grup içindeki j inci malın fiyatı,

x : Analizde kullanılan mal gruplarına yapılan toplam harcama,

P : Fiyat indeksi,

$\alpha_i, \gamma_{ij}, \beta_i$ = Tahmin edilecek parametrelerdir.

AIDS modelinde toplama ve negatiflik kısıtlamaları model tarafından otomatik olarak karşılandığından, bu kısıtlamalar için test yapılmamaktadır. Yaklaşık İdeal Talep Sistemi'nin çalışmada kullanılmasına şu avantajlarından dolayı karar verilmiştir. AIDS modeli herhangi bir talep sistemine keyfi olarak birinci derece yaklaşım vermektedir. Seçim aksiyomlarını kesin olarak tatmin etmektedir. Tüketicileri mükemmel olarak toplulaştırmaktadır. Hanehalkı bütçe verisi ile tutarlı fonksiyonel bir forma sahiptir. Doğrusal yaklaşım formunda tahmin etmek daha kolaydır. Homojenlik ve simetri kısıtını test etmekte kullanılabilir (Blanciforti vd., 1983).

3. Ampirik Bulgular

Model parametrelerinin tahmini için Sıradan En Küçük Kareler metodu kullanılmıştır. Modelin tahmini, SAS programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. 2002-2006 yılları HGTHA' den, gıda ve alkolsüz içecekler grubuna ilişkin veriler, Yaklaşık İdeal Talep Sistemi modeline uygulanmış olup, elde edilen sonuçlar Tablo 1.'de verilmiştir.

Tablo : 1 Yaklaşık İdeal Talep Sistemi Parametre Tahminleri (Türkiye, Kent ve Kır)

Mal Grupları	Türkiye		Kent		Kır	
	α_i	β_i	α_i	β_i	α_i	β_i
Gıda ve Alkolsüz İçecekler	1.30740	- 0.00648	0.73626	- 0.00888	3.59809	- 0.00256
t-değerleri	(2.31)	(-5.18)	(2.37)	(-12.95)	(1.43)	(-0.46)
p-değerleri	(0.0255)	(0.0001)	(0.0218)	(0.0001)	(0.1581)	(0.6462)
R ² değerleri	0.9316		0.9704		0.6125	

Tablo 1'de, AIDS model ile yapılan tahminden elde edilen α ve β katsayılarının t değerlerine göre anlamlılık testi sonuçları yer almaktadır. α katsayıları sırasıyla Türkiye için anlamlı, kent için anlamlı ancak kır için anlamsız çıkmıştır. β katsayıları ise sırasıyla Türkiye için anlamlı, kent için anlamlı ancak kır için anlamsız çıkmıştır. Ayrıca $p < 0.05$ kuralına göre, α ve β katsayılarının değerlendirilmesi yapıldığında yukarıda elde edilen sonuç ile tutarlılık sağlanmıştır.

Modelden elde edilen R² değerlerine göre; en düşük R² değeri 0.6125 ile kır düzeyinde yer alırken, en yüksek R² değeri 0.9316 ile Türkiye düzeyinde yer almaktadır. Türkiye, kent ve kır için elde edilen R² değerleri oldukça önemli değerlere sahiptir.

Yaklaşık İdeal Talep Sistemine ilişkin esneklik formülleri kullanılarak, tahmin edilen parametre değerlerine göre gıda ve alkolsüz içecekler grubuna ilişkin esneklik değerleri hesaplanmış olup, değerler Tablo 2.'de verilmiştir.

Tablo : 2 Harcama ve Fiyat Esneklikleri (Türkiye, Kent ve Kır)

Mal Grupları	Türkiye		Kent		Kır	
	Harcama Esnekliği	Fiyat Esnekliği	Harcama Esnekliği	Fiyat Esnekliği	Harcama Esnekliği	Fiyat Esnekliği
Gıda ve Alkolsüz İçecekler	0.975	-0.423	0.961	-0.646	0.992	-0.415

Harcama esnekliği gelir değişimleri karşısında malların talep edilen miktarları arasında nasıl bir değişme olacağını ortaya koymaktadır. Harcama esnekliklerine göre malların nitelikleri belirlenmektedir. Harcama esnekliği sıfırdan büyük olanlar normal mal, sıfırdan küçük olanlar ise düşük maldır.

Gıda ve alkolsüz içecekler için harcama esneklikleri Engel Kanununa uygun olarak beklendiği gibi birden küçük olarak çıkmıştır. Tablo 2. incelendiğinde, gıda ve alkolsüz içecekler grubuna ilişkin harcama esneklikleri Türkiye, kent ve kır bazında sırasıyla 0.975, 0.961 ve 0.992 olarak bulunmuştur. Elde edilen değerlere göre, Türkiye, kent ve kır bazında gıda ve alkolsüz içecekler grubu normal mal olarak değerlendirilmiştir. Üç kesim için harcama esneklikleri değerlendirildiğinde, kır için daha büyük olduğu görülmüştür.

Fiyat esneklikleri ekonomik beklentilere uygun olarak negatif elde edilmiştir. Kent için tahmin edilen esneklik değeri, Türkiye ve kır için tahmin edilen değerden daha büyüktür. Bu sonuç, kentte yaşayan hanehalklarının fiyat değişmelerine daha duyarlı olduğunu göstermektedir.

Türkiye’de yaşayan hanehalklarının gelirinde ortalama %1 oranında artış olması halinde gıda ve alkolsüz içecek harcamalarında %0,423 oranında bir artışın olacağını, kentlerde yaşayan hanehalklarının gelirinde ortalama %1 oranında artış olması halinde gıda ve alkolsüz içecekler harcamalarında %0,646 oranında bir artışın olacağını, kırdaki yaşayan hanehalklarının gelirinde ortalama %1 oranında artış olması halinde ise gıda ve alkolsüz içecekler harcamalarında %0,415 oranında bir artışın olacağını söylemek mümkündür.

4. Sonuç

Bu çalışmada, AIDS modeline ilişkin yerli ve yabancı literatür taranmış ve bu çalışmaların bazıları ele alınmıştır. Talep analizine ilişkin ekonomik ve ekonometrik boyutta gerçekleştirilen bir çok araştırma yapılmıştır. Türkiye dışındaki ülke verileriyle gerçekleştirilenlerden bazıları ile elde edilen sonuçlar aşağıda ele alınmıştır:

(Leser, 1941: 40), 1918-1919 dönemi için Amerika Birleşik Devletleri'nde hanehalkı harcamasını kullanarak, talebin fiyat esnekliklerini elde etmiştir. Çalışmasında, gelir ve fiyat esnekliklerini sırasıyla 0.70 ve -0.56 olarak bulmuştur.

(Barten, 1968: 213), Hollanda'da 1923-1939 ve 1950-1961 dönemleri arası verisini kullanarak başlıca dört mal grubu harcamaları üzerinde, talep eşitliklerinin tahminini yapmıştır. Çalışmasında, 1961 yılı için gelir esnekliğini 0.77 ve fiyat esnekliğini -0.40 olarak elde etmiştir.

(Deaton vd., 1980) çalışmalarında, gıda fiyat esnekliğini sınırlandırılmış düzey modelde 0.07, birinci sıra fark modelinde 0.22 olarak bulunmuştur.

(Blanciforti vd., 1983) çalışmalarında, dinamik doğrusal yaklaşık ideal talep sistemi kullanarak 11 toplulaştırılmış mal grubunun tahminini yapmıştır. Burada sadece gıdaya ilişkin değerler için harcama esnekliği 0.37 ve fiyat esnekliği -0.32 olarak elde etmiştir.

(Blanciforti vd., 1986) çalışmalarında, "Yaklaşık Talep Sistemi Analizi" ile Amerika'nın savaş sonrası tüketici davranışını incelemişlerdir. Otokorelasyon yok iken, gıda harcama esnekliği 2.06, otokorelasyon var iken 1.11 olarak bulunmuştur.

(Hutasuhut vd., 2001) çalışmalarında, 1990, 1993 ve 1996 SUSENAS hanehalkı gıda harcaması ve tüketim araştırmalarından et tüketimi ve sosyo-demografik verisi, Endonezya'da et talebini tahmin etmek için kullanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre et grubu1 talebi (et, sığır eti) gelir-esnek değil, et grubu2 (et, ticari ve doğal tavuk) gelir-esnek bulunmuştur. Bu iki grup yaklaşık olarak tüm et satışının %95'ni oluşturmaktadır. Sığır etinin tahmin edilen fiyat esnekliği -0.92, tavuk grubunun -1.09 olduğu görülmüştür.

(Deaton vd., 1998), Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, Fransa, Tayvan, Tayland, Pakistan ve Güney Afrika'da gıda harcamaları ve hanehalkı büyüklüğü arasındaki ilişkiyi incelemek için, hanehalkı araştırmalarından yararlanarak ölçek ekonomisi, hanehalkı büyüklüğü ve gıda talebini araştırmıştır. Araştırmada esneklikler elde edilmemiş sadece çeşitli modeller veriye uygulanmıştır.

(Elsner, 1999: 1) çalışmasında, Rusya'da hane halklarının gıda talebini araştırmıştır. Bu amaç için, hanehalkları sosyo demografik özelliklere göre sınıflandırılmıştır. Farklı hanehalkları tiplerinin gıda talebi davranışları arasındaki farklılıklar 1996 Rusya hanehalkı araştırması verisi kullanılarak tanımlanmıştır. Rusya gıda talebi, yaklaşık ideal talep sisteminin iki-aşamalı doğrusal yaklaşımı (LA/AIDS) kullanılarak 5 gruba ait 17 gıda malı için ekonometrik olarak tahmin edilmiştir. Gıda için toplam harcama esnekliğini 0.81 olarak elde etmiştir.

(Pollak vd. 1987), 1961-1978 yılları için Belçika, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri'nde kişi başına düşen tüketim harcaması verisini pool (birleştirme) ederek

kuadratik harcama sistemini test etmiştir. Belçika, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri için elde ettiği fiyat esneklikleri sırasıyla -0.463, -0.08 ve -0.71'dir. Bu çalışmada ise , fiyat esneklikleri Türkiye, kent ve kır için sırasıyla 0.423, 0.646 ve 0.415 olarak elde edilmiştir. Fiyat esneklikleri ekonomik beklentilere uygun olarak negatif elde edilmiştir. Kent için tahmin edilen esneklik değeri, Türkiye ve kır için tahmin edilen değerden daha büyüktür. Bu sonuç, kentte yaşayan hanhalklarının fiyat değişmelerine daha duyarlı olduğunu göstermektedir. Gıda ve alkolsüz içecekler grubuna ilişkin harcama esneklikleri Türkiye, Kent ve Kır bazında sırasıyla 0.975, 0.961 ve 0.992 olarak bulunmuştur. Elde edilen değerlere göre, Türkiye, Kent ve Kır bazında gıda ve alkolsüz içecekler grubu normal mal olarak değerlendirilmiştir. Üç kesim için harcama esneklikleri değerlendirildiğinde, kır için daha büyük olduğu görülmüştür.

Ülkemizde ise talep analizine dönük ekonometrik çalışmalar mevcuttur. Bunlardan bazılarının sonuçları bu çalışmada karşılaştırılmalı olarak aşağıda verilmiştir.

Türkiye'de gıda harcamasının toplam harcama içerisindeki payı 1987 yılında %35.5 ve 1994 yılında %38.5 olarak hesaplanmıştır (Şengül, 2004: 115). Hanhalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları anketlerine göre; gıda ve alkolsüz içecekler grubu altında, Türkiye, Kent ve Kır ayırımına göre 2006 yılı değerleri sırasıyla; 24.8, 22.3 ve 31.2 olarak verilmiştir (TÜİK, 2008). Verilen bu değerlere göre, Türkiye'de yaşayan hanhalkları gelirlerinin önemli bir kısmını gıda tüketimine ayırmaktadır.

(Ekinci, 1996) çalışmasında, Türkiye'de insan beslenmesinde önemli olan bazı gıda ürünlerinin talebi ile bu gıda maddelerinin talebini etkileyen faktörler arasındaki ilişkileri araştırmış ve gıda harcama esnekliklerini kent ve kır ayırımında elde etmiş olup sonuçları sırasıyla ortalama olarak 0.6316 ve 0.7172 bulmuştur.

(Baydemir, 1998) çalışmasında, yaklaşık olarak iki yıl içindeki sekiz dönemde yapılan aile gıda tüketimi anketleriyle elde edilen verileri ve LA/AIDS modelini kullanarak, Erzurum ili merkezi talep modelini tahmin etmek suretiyle gıda politikalarının analizinde kullanabilecek gıda tüketimi ile ilgili temel veriler olan elastikiyetleri tespit etmiştir.

(Koç, 1994) çalışmasında, hipermarket düzeyinde taze et ve balık talebinin harcama ve fiyat esnekliklerini elde etmiştir. Harcama esneklikleri sığır için 0.87, koyun için 1.28, domuz için 0.97, tavuk için 0.82 ve balık için 1.22 olarak bulmuştur.

(Nişancı, 2002: 60) çalışmasında, Türkiye'de kırsal ve kentsel kesimlerde bölgelere göre AIDS'i kullanarak gelir, fiyat ve tasarruf esneklik tahminlerini bularak tüketici davranış kalıplarını analiz etmeye çalışmıştır.

(Koç, 1995), Türkiye'de kırmızı et ve ürünleri talep ve arzının ekonometrik analizi ve kırmızı et sanayinin yapı ve işleyişinin incelenmesi" başlıklı bu çalışmayla, sektör

ile ilgili makro ekonomik politikaların oluşturulmasına yardımcı olacak temel bilgiler üretmeyi amaçlamıştır.

(Tansel, 1986: 239), 1978-79 yılı Türkiye kentsel hanehalkı araştırmasını kullanarak 11 harcama grubu için Engel eğrisini tahmin etmiştir. Bu çalışmadan elde edilen sonuçlara göre; Türkiye, kent ve kırsal için harcama esneklikleri 0.975, 0.961 ve 0.992 olarak bulunmuştur.

Bu çalışmada, Türkiye İstatistik Kurumu tarafından hazırlanan Hanehalkı Gelir ve Tüketim Anketi verileri kullanılmıştır. 2002-2006 yıllarına ilişkin gıda ve alkolsüz içecekler grubu Türkiye, Kent ve Kırsal ayrımında incelenmiştir. Bu grubun seçilmesinin nedeni, hanehalklarının yapmış olduğu toplam tüketim harcamasının 2006 yılı itibarıyla %24.8'ni oluşturması olup ayrıca on iki harcama kalemi arasında gıda ve alkolsüz içecekler oranının yaklaşık %25 gibi ciddi bir oran teşkil etmesi bu çalışmaya iten faktörlerden birisi olmuştur.

Türkiye, kent ve kırsal bazında harcama esneklikleri pozitif değerlere sahip iken, fiyat esneklikleri ekonomi kuramının beklentilerine uygun olarak negatif bulunmuştur. Fiyat esneklikleri en yüksekten en düşüğe doğru sırasıyla Kent için 0.646, Türkiye için 0.423 ve Kırsal için 0.415 değerlerini almıştır. Elde edilen bulgulara göre, gıda ve alkolsüz içecekler grubu normal mal olarak değerlendirilmiştir. Türkiye, kent ve kırsal tüketim kalıplarının farklılığını ortaya koyan fiyat esnekliklerinin aslında birbirinden çok uzak değerler almadığı görülmüştür. Bu esneklik tahminlerinin değerleri kentsel bölgede daha büyük iken, Türkiye ve kırsal bölgede değerler birbirine daha yakın değerler almıştır. Üç kesim için hesaplanan fiyat esnekliği birden küçük yani inelastiktir.

Gıda ve alkolsüz içecekler grubuna ilişkin harcama esneklikleri Türkiye, kent ve kırsal bazında sırasıyla 0.975, 0.961 ve 0.992 olarak bulunmuştur. Elde edilen değerlere göre, Türkiye, kent ve kırsal bazında gıda ve alkolsüz içecekler grubu normal mal olarak değerlendirilmektedir.

Tüketim kalıpları modellerine, hanehalklarına ait sosyal değişkenlerin de eklenmesiyle tüketim kalıplarının yeniden elde edilmesi gelecekte yapılacak olan çalışmalara ışık tutabilecektir. TÜİK' nun üretmiş olduğu Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları anketlerinin analiz edilmesi ile tüketim harcamaları kalıplarının yapısı bilinmektedir. Elde edilen tüketim kalıpları ile üreticiler ve tüketiciler bilgi sahibi olmaktadır. Üretim kararları, sektör analizleri, makro ekonomik etkin politikalar bu analizler sayesinde oluşturulabilir.

Kaynakça

- Barten, A.P. (1968), "Estimating Demand Equations", *Econometrica*, 36, 213-251.
- Baydemir, Mustafa. (1998), Doğrusala Yakın İdeal Talep Sisteminin (LA/AIDS) Bir Uygulaması: Erzurum İli Verileri, Atatürk Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.
- Blanciforti, L. A. ve R. D. Green. (1983), "An Almost Ideal Demand System Incorporating Habits: An Analysis of Expenditures on Food and Aggregate Commodity Groups", *Review of Economics and Statistics*, 65, 511-15.
- Blanciforti, L. A., R. D. Green ve G. A. King (1986). "U.S. Consumer Behaviour Over the Postwar Period: An Almost Ideal Demand System Analysis", *Giannini Monograph*, 40.
- Deaton, A. ve J. Muellbauer (1980), "An Almost Ideal Demand System", *The American Economic Review*, 70, 312-326.
- Deaton, A. ve C. Paxson (1998), "Economies of Scale, Household Size, and the Demand for Food", *The Journal of Political Economy*, 106, 897-930.
- Ekinci, Seda. (1996), Türkiye’de Bazı Gıda Maddelerinin Talep Analizi, Çukurova Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Elsner, Karin. (1999), "Analysing Russian Food Expenditure Using Micro-Data", *IAMO Discussion Papers*, 23, 1-50.
- Hutasahut, M. C. and et. al (2001), "The Demand for Beef in Indonesia: Implications for Australian Agribusiness", *Agricultural and Resource Economics*, 4, 2-12.
- Koç, A. (1994), "Neo-Klasik Talep Analizinde Tam Sistem Yaklaşımları: Doğrusal Harcama (LES) ve Yaklaşık İdeal Talep (AIDS) Modelleri Uygulamaları", Türkiye 1. Tarım Ekonomisi Kongresi.
- Koç, A. (1995), "Türkiye’de Kırmızı Et Arz ve Talebinin Ekonometrik Analizi ve Kırmızı Et Sanayi Yapısı ile İşleyişinin İncelenmesi", Çukurova Üniversitesi Doktora Tezi, Adana.
- Leser, C. E. V. (1941), "Family Budget Data and Price Elasticities of Demand", *The Review of Economic Studies*, 9, 40-57.
- Muellbauer, John. (1976b), "A Comment of Limited Indepence Between Income Responses and Household Composition", *European Economic Review*, 8, 91-95.
- Nişancı, M. (2002), "Kırsal ve Kentsel Kesimlerde Tüketim ve Tasarruf Kalıpları Genişletilmiş Doğrusal Harcama Sistemi Uygulaması", *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 16(3), 60-73.

Pollak, R. A. ve T. J. Wales. (1987), "Pooling International Consumption Data", The Review of Economics and Statistics, 69, 90-99.

Şengül, S. (2004), "Türkiye'de Gelir Gruplarına Göre Gıda Talebi", ODTÜ Gelişme Dergisi, 31(1), 115-148.

Tansel, A. (1986), "An Engel Curve Analysis Of Household Expenditure in Turkey", METU Studies in Development, 13, 239-257.

Türkiye İstatistik Kurumu Başkanlığı (2008), "İstatistikler"
http://www.turkstat.gov.tr/MetaVeri.do?tb_id=22&ust_id=7
(Erişim: 27.11.2008).

Yerel Seçimlerde Seçmen Tercihi (29 Mart Yerel Seçimleri Elazığ Seçmeni Örneği)

Adem DOĞAN

Okt., Fırat Üniversitesi
İletişim Fakültesi
ademdogan@firat.edu.tr

Göksel GÖKER

Öğr.Gör., Fırat Üniversitesi
İletişim Fakültesi
ggoker@firat.edu.tr

**Yerel Seçimlerde Seçmen Tercihi (29 Mart Yerel
Seçimleri Elazığ Seçmeni Örneği)**

Özet

Seçmenler, yerel ve genel seçimlerde oy kullanırken farklı faktörlerden etkilenmektedir. Buna bağlı olarak da tercihini belirlemede ve oy verme davranışında bulunmaktadır. Bu çalışmada, 29 Mart 2009 yerel seçimlerinde seçmen tercihini etkileyen faktörlerin etki düzeyi, seçmenin yerel seçim sürecinde ne tür etkenleri dikkate alıp almadığının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu çerçevede, Elazığ merkezde 1000 seçmenle anket uygulaması yapılarak yerel seçim sürecinde seçmen tercihini etkileyen faktörlerin çözümlemesi yapılmıştır. Elde edilen anket verileri SPSS paket programında analiz edilmiştir. Bu çalışmanın ulaştığı temel bulguların başında seçmenlerin, yerel seçimlerde genel seçimlere nazaran daha farklı faktörleri dikkate aldığı olgusu gelmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yerel seçimler, seçmen tercihi, siyaset, kamuoyu, Elazığ'da seçmen davranışı

**Voter Preference in Local Election (Sample of
Elazığ Voters in 29 March Local Election)**

Abstract

Voters, while the vote in local and general elections are influenced by different factors. Consequently, the preference and voting behavior has been determined. In this study intended to uncover that effect level of affect factors to voters preference and in the process of local election, what kind of factors wheter take into consideration or not by voters in the 29 March 2009 local elections. In this context, survey applied with 1000 voters in Elazığ centre and so analysis to affected factors to voters preference. Obtained survey data was analysed with SPSS package program. Voters take into consideration different actors in local elections compared to general elections is an event that comes at the begining of main indication of this study.

Keywords: Local elections, voter preference, politics, public opinion, voters preference in Elazığ.

1. Giriş

Halk (demos) ve iktidar (kratos) kelimelerinden oluşan demokrasi en basit ifadelerle “halkın iktidarı”, “halkın egemenliği” temeline dayanan yönetim biçimi (TDK) olarak dile getirilmektedir.

Demokrasiyi tanımlayan ya da açıklayan ifadelerde halkın egemenliği temel bir vurgudur. Bu vurgudan hareketle demokrasilerde halk egemenliği, vatandaşların seçimlerde hür iradesiyle kullandığı oyla kendini yönetme yetki ve vekâletini vermesiyle gerçekleşir. Bundan dolayı seçimler, demokrasinin en önemli unsuru ve olmazsa olmaz koşullarından biri olarak değerlendirilmektedir.

Halk, demokratik yapı içerisinde hem ülkeyi yönetecek temsilcilerini yani merkezi yönetimi hem de yereli yönetecek temsilcilerini yani yerel yönetimi seçer.

Yerel seçimler, katılım oranları, seçmen eğilimleri, sonuçları ve ilgilileri bağlamında genel seçimlerden çeşitli noktalarda ayrılır. Bununla birlikte yerel seçimler, yerel yöneticilerin seçilmesi eylemi kadar aynı zamanda seçmenlerin merkezi iktidara bir mesaj verme biçimi olarak da değerlendirilmektedir. Bu çerçevede yerel seçimleri genel seçimlerden farklı düşünmek çoğu zaman mümkün görülmemektedir. Türk siyasi geleneğine bakıldığında yerel seçimlerin sonuçları, genel seçimin hemen ardından yapıldığında, genel seçimlerin sağlaması gibi görülürken; genel seçimler öncesinde ise bir tür kamuoyu yoklaması olarak düşünülmektedir.

Demokrasinin temeli yerel yönetimlere dayanmaktadır. Günümüzde yerel yönetimler demokrasinin temel kurumları olarak görülmektedirler. Yerel yönetimler halkın yönetime katılmasını sağlayan ve halka kendi kendilerini yönetme erdemi kazandıran en önemli kurumlar olmalarının yanında, demokrasinin en etkin bir şekilde hayata geçirildiği kuruluşlardır. Yerel yönetimler düzeyinde temsilciler ile seçmenler arasındaki coğrafi ve toplumsal uzaklığın, ulusal düzeye oranla daha az olmasının, demokrasi kuramının öngördüğü hem “gerçek bir seçme süreci”nin hem de etkili bir halk denetiminin gerçekleşmesini sağladığı ileri sürülmekte (Çitçi, 1996: 6) ve yerel yönetimlerin demokrasi okulu olduğu belirtilmektedir (Üskül, 1993: 337).

Türk milletinin demokrasinin gelişmesiyle birlikte demokratik haklardan biri olan seçimle tanışması Osmanlı İmparatorluğu döneminde olmuştur. Demokratikleşme sürecinde bugün ciddi bir yol alan ülkemizde ilk genel seçimler 133 yıl önce 1877 yılında yapılmıştır. Ancak, yerel seçim süreci biraz daha eskiye dayanmaktadır. Devlet, daha etkin vergi toplayabilmek için taşrada Muhassıl Meclisi adıyla yerel kurumlar oluşturmuştu. Bu kurumların başında bir tür mali vali olan ve “muhassıl” olarak adlandırılan bir yönetici, onun yanında da bir meclis bulunmaktaydı. Bu meclisin üyelerinin bir kısmı atamayla, bir kısmı da seçimle işbaşına gelmekteydi

(Doğan, 2007: 12). Tanzimat Fermanı'nın 1839 yılında ilan edilmesiyle devreye giren bu uygulama ile yerel seçim süreci 171 yıl önce başlatılmıştır.

Seçmen davranışı da tüketici davranışı gibi açıklanması zorlu bir doğaya sahiptir. Bu nedenle araştırma ve analizlerde çeşitliliği artırma ve anlayışları sürekli geliştirme zorunluluğu vardır (Uztuğ, 2004: 167). Türkiye'de seçmen davranışı üzerine yapılan araştırmaların sayısında son dönemde artış olmakla birlikte seçmenin karar verirken nasıl bir süreçten geçtiği, bu süreç içerisinde hangi faktörlerden etkilenecek, hangi faktörleri dikkate almadığı, özellikle yerel seçimlerde "yerel" etkenlere ne ölçüde açık olduğu konusundaki araştırmalar son derece sınırlı veriler içermektedir. Seçmenlerin genel seçimde farklı, yerel seçimde farklı parametrelerin etkisinde kalarak tercihlerini şekillendirdiği düşünölmektedir.

Bu çalışmada, seçmen davranışına etki eden faktörlere yönelik yapılan değerlendirmelere değinilecek ve yerel seçimlerde seçmen davranışına yön veren parametreler 29 Mart Yerel Seçimlerinde Elazığ özelinde alan araştırmasıyla ortaya konulmaya çalışılacaktır.

2. Seçmen Tercihini Etkileyen Faktörlere İlişkin Teorik Yaklaşımlar

Seçim, birden çok alternatif karşısında özgür iradeye dayalı eğilimleri ifade eder. Yöneticileri belirlemeye yönelik yapılan seçim ise; bir kamu görevini yürütecek kişi veya kurulun, ilgili seçmenlerce, çok sayıda aday arasında yapılacak tercihlerle belirlenmesi (Türk, 2006: 76) işlemi olarak ifade edilmektedir.

Bireyler seçimlerde oy verirken, vatandaşlık görevlerini yerine getirmenin ya da insan olarak en temel haklarından birini kullanmanın ötesinde bir siyasi davranış sergilemektedirler (Arslan, 2007: 3). Siyasal davranış; sosyal, psikolojik ve ekonomik değişkenler tarafından belirleneceğinden, toplumdan topluma değışen ve bu değışkenlerin kişisel düzeydeki bir ürünü olarak (Kaya, 2005: 95) tanımlanabilir. Karadoğan (2004: 143) ise; seçmenin bu davranışı çeşitli iç ve dış etkiler sonucu belirli bir doğrultuda sistemli olarak geliştirdiğini, çoğu zaman da bireyin diğer düşünce ve davranışlarına uyum gösterdiğini belirterek, seçmenin bir birey olarak çeşitli konularda aldığı tutumla, seçmen davranışını sergilerken ortaya koyduğu tutumun çoğu zaman birbirini tamamladığını ileri sürmektedir.

Tarihsel gelişim itibariyle seçmen davranışı ile ilgili teorik çalışmaları üç ana başlık altında toplamak mümkündür. Bunlar: 1- Sosyolojik yaklaşım, 2- Sosyo-Psikolojik yaklaşım ya da partiyle özdeşleşme, 3- Ekonomik yaklaşım ya da Rasyonel Tercih'tir (Akgün, 2007: 27; Harrop ve Miller, 1987: 130; Kalender, 2005: 39).

Temeli Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet tarafından 1940 yılı ABD Başkanlık seçimleri sırasında seçmenler üzerinde yaptıkları bir araştırma ile atılan sosyolojik yakla-

şım, seçmen davranışının temelde toplumdaki sosyal bölünmüşlük tarafından belirlendiğini iddia eder. Seçimlerde kullanılan oy da aslında bireylerin ait olduğu sosyal kimliklerin siyasal tercihlere yansımından ibarettir (Akgün, 2007: 27) düşüncesi ile hareket eder. Modelin temeli, ferдин tutum ve tercihlerinin ilişkide olduğu insanlardan etkileneceği (Özcan 1998: 195) varsayımına dayanmaktadır.

Columbia Ekolü olarak da ifade edilen sosyolojik yaklaşıma göre, politik tercihlerin belirlenmesinde sosyal özellikler (bölünmeler) belirleyici rol oynar. Seçmenlerin dinsel, etnik ve mesleki farklılıkları, sosyal bölünmelerin temel kaynağıdır. Seçim kampanyalarının politik tercihler üzerinde ciddi etkisinin olmadığı açıktır. 1940'lı ve 1950'li yıllarda etkili olan Columbia Okulu, ciddi eleştirilere uğramıştır (Çinko, 2006: 109).

Seçmen davranışının incelendiği bir diğer yaklaşım olan Sosyo-Psikolojik yaklaşım, gruplar yerine bireyler üzerine odaklanır. Seçmenlerin küçük yaşlarda ailelerinin ve çevrelerinin etkisi altında gerçekleşen siyasal sosyalleşme sürecinde kazandıkları siyasal tutumlar ve ideolojik yönelimlerin ileriki yaşlarda onların parti tercihi üzerinde son derece etkili olduğu (Akgün, 2007: 29) ve kişilerin herhangi bir partiye karşı psikolojik bağlılık duyduğunu (Kalender, 2005: 46) iddia eder. Bu bağı 'psikolojik sevgi bağı' olarak belirten Çinko'ya göre (2006: 110) bu bağıın oluşumu çocukluk yıllarına kadar uzanır. Parti kimliği şeklinde somut olarak ifade edilen bu bağlılığın, adeta dinsel bir bağlılığı andırdığı ileri sürülmüştür. Sosyo-psikolojik yaklaşım modeli, sosyolojik yaklaşımı reddettiği gibi ahlaki vaazlardan çok davranışla ilgili kurallar sunmaktadır (Özkan, 2004: 113).

Seçmen davranışına ekonomik olarak yaklaşanların temel varsayımı ise; kişinin kendi çıkarlarını iyi bilmesi, çıkarlara en iyi şekilde hizmet edecek bir aday veya partiyi değerlendirmesi ve bunun sonucunda en uygun aday veya partiye oy kullandığı (Kalender, 2005: 50) yönündeki düşüncedir.

Ekonomik tercih yaklaşımı, kişinin hatır için herhangi bir partiye oy kullanmasının söz konusu olmaması, seçmenin politik amaçlarının üzerine odaklanarak sosyal çevreyi fazlaca dikkate almaması ve seçmenin kullanacağı oy ile ilgili daha çok politik bilgilere sahip olmak istemesi gibi özellikleri bakımından partiyle özdeşleşme (sosyo-psikolojik) modelinden ayrılmaktadır (Harrop ve Miller, 1987: 145). Yerel seçimlerin kendine özgü süreçleri, karakteristikleri göz önüne alındığında, seçmenlerin oy verme davranışının daha çok rasyonel oy verme süreciyle paralellik arz ettiği izlenimi oluşmaktadır (Damlapınar ve Balcı, 2005: 76; Akgün, 2007: 95; Kalender, 2005: 73).

Bu temel yaklaşımlar doğrultusunda bugüne kadar yapılan araştırmalar seçmen davranışını etkileyen faktörlerin 12 temel ana başlık altında incelenebildiğini göstermektedir (Kalender, 2005; Özsoy, 2009; Özkan, 2004; Uysal, 1984; Özcan,

1998; Köktaş, 1997; Çaha, 2002a; Akgün, 2007). Bunlar; siyasal parti, aday, seçmen, gündem, propaganda, kitle iletişim araçları, kamuoyu araştırmaları, din, aile, çıkar grupları, kamuoyu liderleri, ekonomik politikalarıdır.

Siyasal partiyle ilgili faktörler arasında; parti lideri, parti tipi, parti programı, gerçekleştirilen icraatlar, partinin vaat ve söylemleri, politikaları, imajı, ideolojisi, dine bakış açısı, teşkilat yapısı, seçmenle ilişkileri gibi faktörler yer almaktadır. Burada siyasal parti üyeleri ile siyasal partiye üye olmayanların davranışının şekillenmesinde farklı etkenlerin olduğu dikkat çekmektedir. Yapılan bazı kamuoyu yoklamalarında parti tercihlerinde lider önemli hatta birinci etken olduğu ortaya çıkmıştır (Devran, 2003: 197). Çaha'nın yaptığı bir araştırmada seçmelerin davranışını etkileyen en önemli faktörler arasında lider, kadro, siyasal görüş ilk üç sırada yer almaktadır (2002a: 77).

Özellikle herhangi bir partinin üyesi durumunda olmayan seçmen kitlesi partinin kadrosu, siyasal görüşü veya liderinden çok, o partinin ürettiği politikaları esas alarak parti tercihini yapmaktadır (Çaha, 2002b: 141). Seçmeler bir önceki seçimde oy verdikleri partiye yeniden oy verme eğilimi de göstermekle birlikte, bu desteklerinin sürekliliği bulunmuyor, desteklerini geri çektikleri de gözlemlenmektedir (Özsoy, 2009: 51).

Seçmen tercihini etkileyen faktörlerden biri olarak aday, seçmenlerin oy verme davranışının şekillenmesinde, özellikle yerel seçimlerde, çok önemli bir unsur olarak dikkat çekmektedir.

Seçmen davranışlarını açıklamaya çalışan modellerde aday imajının önemi tüm dünyada artmakta, aday imajı ya da aday değerlendirmesi siyasal iletişim araştırmalarında da önemli bir yer tutmaktadır (Uztuğ, 2004: 66). Seçmenler seçimlerde gözü kapalı oy vermek yerine destekleyecekleri adayları yakından tanımak istemekte (Özsoy, 2009: 51), özellikle yerel seçimlerde bu durum çok önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır.

Belediye başkanı seçiminde en önemli faktör olan adayın belirleyiciliği bütün bölgeler için geçerli olmaktadır. Partinin siyasal görüşü veya kadrosu gibi hususlar, belediye seçimlerinde ikinci sırada gelmektedir. Dolayısıyla, mahalli seçimlerde yerel koşullar ön plana çıkmaktadır. Bununla birlikte, siyasal görüş ve parti olguları da önemli faktörlerdir. Mahalli seçimlerde belediye başkan adayının en önemli faktör olması bir partinin mahalli düzeyde alacağı oyların doğrudan doğruya belediyenin gerçekleştirdiği icraatlara bağlı olduğunu göstermektedir. Elde edilen veriler, belediye hizmetlerinin partiye olan destek üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir (Çaha, 2002b: 139).

Seçmenin karar verme sürecinde seçmenin sosyo-demografik değişkenleri olarak değerlendirilen, cinsiyet, yaş, meslek, eğitim düzeyi, inanç, ailevi bağ, ekonomik ya-

rarlanma beklentisi, ideoloji ile parti ve lidere bağıllık düzeyi önemli faktörlerden bazılarıdır. Yani seçmenler, aynı çatı altında yaşadıkları eşlerini, birlikte çalıştıkları, oynadıkları, tapındıkları vb. kişileri takip etme veya izleme eğilimindedirler. Bu nedenle bir kişinin demografik özellikleri, yapacağı seçimin tahmin edilmesinde sağlam veri kaynağı oluşturmaktadır (Damlapınar ve Balcı, 2005: 59).

Gündem veya konu faktörleri ise, seçim dönemlerinde seçmenler için önem arz eden siyasal, ekonomik ve sosyal olayları kapsamaktadır. Seçmenlerin gündeminde bulunan ve çözüm bekleyen herhangi bir problem veya problemlere parti ve adayların bakış açıları, çözüm önerileri, oyların yönünü belirlemede etkili olmaktadır (Kalender, 2005: 77). Birçok ülkede partiye olan sadakatin zayıflaması ve sınıf temelinde oy vermenin düşüşüyle, artan oranda seçmenlerin oy tercihlerinde günlük konulara ve kısa dönemli faktörlere odaklandıkları gözlemlenmektedir. Özgül olarak partilerle seçmenler arasında güçlü bağların eksikliği, toplumun oy verme kararlarının kısa dönemli faktörlerin etkisine açık olduğu daha akışkan bir seçmen davranışına yol açmaktadır (Bölükbaşı, 2005: 203).

Seçmen tercihi üzerinde etkili olan bir diğer önemli faktör propagandadır. Yapılan araştırmalar propagandanın seçmen üzerinde etkili olduğunu açıkça göstermiştir. Etkin propaganda yönlendirebilir, seçmen bunu gizlese de, etkin propaganda rüzgâr oluşturur, rüzgâr tercih değişimine etki eder (Özsoy, 2009: 71).

Kitle iletişim araçları, yayınladıkları haber ve programlar ile sundukları bilgilerle seçmenin siyasal davranışının şekillenmesi sürecinde önemli bir faktördür. 1970'lere kadar siyasal toplumsallaşmanın etkeni olarak görülmemeyen kitle iletişim araçlarının, daha sonra yapılan araştırmalar sonucunda, siyasal toplumsallaşma sürecinde çok etkin bir rol oynadığı, hatta siyasal bilginin yerleşmesinde en etkili araç olduğu kabul edilmiş ve bu etkinin tüm yaşam süresi boyunca devam ettiği anlaşılmıştır (Tokgöz, 1978: 83).

Siyasi seçim sürecinde kitle iletişim araçlarından etkilenme oranı artmakta çünkü seçmen, tercihini belirlerken siyasal konular, seçime ilişkin kampanyalar, adaylar, partiler ve programlar hakkında bilgi sahibi olma ihtiyacı duymaktadır (Damlapınar, 2000: 90). Yapılan araştırmalar seçmenlerin kitle iletişim araçlarını özellikle televizyonu büyük ölçüde bilgi kaynağı olarak kullandıklarını, kısa vadeli tercihlerde etkisinin az olsa da uzun vadede farkında olmadan kararları değiştirebileceğini göstermektedir. Kitle iletişim araçları gündem oluşturma ve kamuoyunu yönlendirmede etkili olmakta (Bal, 2004: 155), yeni fikirlerin oluşumuna katkı sağladığı ve siyasal anlamda kararsız kişilerin bir karara varmasına yardımcı olmakta (Klapper, 1957: 453), böylece seçmen tercihlerini dolaylı olarak etkilemektedir.

Yayın hayatına başladığından beri sık sık siyasal propaganda aracı olarak kullanılan televizyon, toplumun siyasal kanaatlere ulaşmasında en çok kullanılan iletişim araç-

ları arasında (zihin yönlendiren bir araç olarak) yer alır. Kişilerin siyasi tutumlarını, ilettikleri mesajlar sayesinde yönlendirebilen ve değiştirebilen televizyon, iletilmek istenen mesajları birkaç kanalda birden yineleyerek kişileri inandırma yolunu seçen propagandacıların en sık kullandıkları iletişim aracıdır (Vural, 1994: 62). Bir başka yaklaşımda, kitle iletişim araçlarının kişilerin eğilimlerini değiştirmekten veya yeni eğilimler yaratmaktan çok, var olan eğilimleri güçlendirecek yönde etkili (Alkan, 1989: 145; Kışlalı, 1994: 105) olduğu ifade edilmektedir.

Siyasal seçim kampanyaları herhangi bir aday, parti veya gündem konusuyla ilgili değişik enformasyonu seçmenlere ileterek onların karar verme süreçlerini etkilemekte, parti veya adaylara oy verme yönündeki motivasyonu güçlendirmektedir (Kalender, 2005: 85).

Kamuoyu araştırmalarının da seçmen davranışı üzerinde önemli ölçüde etkili olduğu düşünülmektedir. Seçimler öncesinde yayımlanan partilerin oy oranlarıyla ilgili kamuoyu araştırmalarının seçmenleri etkilediği yönünde, demokrasilerde ve Türkiye’de oldukça güçlü kanaatler vardır (Atar, 2006: 219). Seçim dönemlerinde yapılan kamuoyu araştırmalarının amacı bir yandan seçmen eğilimlerini öğrenmek diğer yandan seçmeni yönlendirmektir. Bektaş, kamuoyu yoklamalarının seçimde değişik adayları ve partileri destekleyen baskı grupları, seçkinler ve medya üzerinde de benzer etkiler icra ettiğini belirtmektedir (2000: 239). Kaban, kamuoyu araştırmalarının seçmen davranışı üzerinde olası iki tür etkisinin olabileceğini dile getirmiştir. Bunlardan ilki, siyasi kamuoyu araştırmalarının doğrudan etkisidir. Seçmen bazen çoğunluğun tercih ettiği partiye karşı yakınlık duyar. Bu, hem güçlü olan gruba ait olma duygusuyla hem de somut beklentilerle olabilir. Bu duygular içinde olan seçmen araştırma sonuçlarından etkilenebilir. Bazen de seçmen, sempaticanı olduğu grubun oylarını bölmek için grubun önde giden partisini öğrenmek amacıyla kamuoyu araştırmalarını takip eder ve etkilenir (1995: 70). Şahin ise bu durumu, Elisabeth Noelle-Neumann’ın Suskun Sarmalı Modeli’nden hareketle açıklar. Suskunluk Sarmalı bazı insanların gerçek fikirlerini saklamaları sonucunu doğurabiliyor, doğru. Ancak, dile getirilmeyen fikirler ve uzayıp giden suskunluk, bir süre sonra insanların fikir değiştirmeleri sonucunu da doğurabiliyor. Kimileri kaybedecekler arasında olsansa, son anda da olsa kazanacakların yanına geçmeyi seçebiliyorlar. Kazananın yanında olma içgüdüüne İngilizce, 'Bandwagon' etkisi deniliyor. Türkçeye 'mızıkanın peşine takılma etkisi' diye çevirebiliriz (Şahin, 1999).

Seçmen davranışında etkili olan faktörlerden biri olan 'din' faktörünün etkileme düzeyi son dönemde yapılan çeşitli araştırmalarda ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Türk siyasal hayatında din faktörünün etkili olduğu ve bu etkinin devam edeceğinin belirtilmesinin yanında (Köktaş, 1997: 278), seçmelerin cinsiyet parametreleri üzerine yapılan değerlendirmeler sonucunda kadınların, 'Müslüman kimliğini' erkeklere

oranla çok daha ağırlıklı olarak tercih ettiği (Çarkoğlu ve Toprak, 2006: 40) belirlenmiştir.

Seçmenin siyasal tercihinin belirlenmesinde ailenin önemli bir etkisi bulunmaktadır. Aile, çocukların bir siyasal partiye karşı duygusal bir bağ geliştirmesinin temelinde yatan bir etkidir. Kimi araştırmacılara göre, çocukların siyasal toplumsallaşma sürecinde, siyasal parti kimliğinin aşılmasında, aile en büyük faktördür. Ailede anne-baba-çocuk arasında siyasal bilgi alışverişinin olması, çocukların küçük yaşta bir siyasal parti seçmelerinin yanında, seçilen partinin anne-babanın desteklediği siyasal parti olma olasılığını da artırmaktadır (Karakoç, 2000: 39).

Siyasal karar alma sürecinde seçmenlerin tercihlerini etkileyen faktörlerden diğer bir faktör de çıkar gruplarıdır. Çıkar grupları, ortak maddi ve/veya manevi çıkarlar etrafında bütünleşmiş ve bu çıkarlar çerçevesinde uzmanlığa dayalı olarak örgütlenmiş, ortak çıkarları doğrultusunda siyasi yönetimden talepte bulunan toplumsal gruplardır (Canaktan, 2007: 203). Baskı-çıkar grubu, partileri ve dolayısıyla politik süreci etkilemek için çeşitli yöntemler kullanabilirler. Maddi ve aynı katkılarını belirli bir aday ya da partinin lehine veya aleyhine kullanabilir. Belirli aday ya da partiler leh ve aleyhine harekete geçebilirler. Aday ve partileri üyelerine tanıtmaya, üyelerin oyunu yönlendirmeye, istenmeyen aday veya partilerden oyların esirgenmesini sağlayabilirler. Bazen de kendi adaylarını siyasal partilerin seçim listelerine koymayı deneyebilirler (Turan, 1976: 142).

Yapılan bazı araştırmalar göstermiştir ki, seçmen davranışına etki eden faktörlerden biri de ekonomik politikalardır. Demokratik sistemlerde seçmen davranışlarının yöneliminde iktisadi faktörlerin yanı sıra sosyal, kültürel, ideolojik ve psikolojik faktörlerin de son derece önemli olduğu düşünülmektedir. Ancak, iktisadi sorunların iyiden iyiye ağırlaştığı ülkelerde iktisadi faktörlerin diğer değişkenlerden daha belirleyici bir konuma geçtiği rahatlıkla söylenebilir. Nitekim Türkiye’de seçmen davranışı üzerine yapılan birçok çalışma bu iddiayı doğrular niteliktedir (Çinko, 2006: 112). Seçmen davranışını etkileyen bir takım ekonomik değişkenlerin içinde, işsizlik oranlarındaki artış ve düşüş, kişi başına düşen milli gelir miktarı ve de enflasyon değerindeki oynamalar oldukça etkilidir (Özsoy, 2009: 52).

Akgün, yerel seçimler özelinde seçmen davranışını etkileyen faktörleri üç temelde kategorize etmektedir; (a) Türk seçmeninin partilerle olan bağları hala güçlüdür. Seçmenler hem genel hem de yerel seçimlerde kendisine yakın gördüğü partiye oy vermektedir. (b) Türk seçmeni ekonomik kaynaklı çıkarına da düşkündür. Belediyelerin harcama politikaları belediye başkanlarının siyasal geleceğini de önemli ölçüde etkilemektedir. (c) Son yıllarda etnik ve kültürel farklılıkların politize edilmesi bazı partileri belli illerde öne çıkarmıştır (2007: 110).

Bunlarla birlikte, özellikle yerel seçimlerde Belediye Meclis üyelerinin de seçilmesi, seçim genelinde yarışacak aday sayısını da artırmaktadır. Belediye meclis üyeleri listesinde oy potansiyeli yüksek olan adayların yer alması, özellikle Elazığ gibi illerde belirli bir çevre üzerinde etkin rol oynayan kanaat önderlerinin tutumu da seçmen davranışının şekillenmesinde belirleyicidir. Kitlelerde siyasi kanaatleri oluşturabilme açısından çoğunlukla başvurulan yollardan biri kamuoyu liderleridir. Çevresindeki siyasi tutumu etkilemede çok etkin bir role sahip olan kamuoyu liderinin, kendisine iletilen mesajları benimseyerek ikna olması, çevresindeki insanların da bir bakıma iletilen siyasi kanaatleri benimsemeleri anlamına gelmektedir (Erkan ve Bağlı, 187: 2005). Kişilerin hemen her konuda başvurdukları ve güven duydukları şahsiyetlerin siyasi konularda aldıkları kararlara da güvenmeleri ve bu kararları onayladıkları görülmektedir.

3. Yerel Seçimlerde Elazığ Seçmeni Saha Araştırması

3.1. Amaç ve Önem

Günümüzde kamuoyu oluşum sürecinde birçok etken bir araya gelerek, seçmen tercihini etkilemektedir. Yapılan araştırmalar bunu açıkça ortaya koymaktadır. Yerel seçimler ise gerek işleyiş, gerekse sonuçları itibarıyla genel seçimlerden farklılıklar gösterdiği için seçmenin tercihte bulunma ve oy verme davranışında bulunduğu sürece kadar geçen aşamada yerel dinamiklerin devreye girdiği bir seçimdir.

Yapılan bu araştırmanın amacı, seçmenlerin siyasi parti tercih nedenleri, siyasal tercihine etki eden faktörler, siyasete katılma düzeyleri, yerel siyasete ilgi düzeyleri, seçmenlerin kendilerini siyasal olarak tanımlama biçimi ile yerel seçimlerde aday/parti ilişkisine bakışları ve bu değişkenlerin birbirleriyle çapraz ilişkilerini tespit etmektir.

Bu çalışma kapsamında hem seçmenler, hem de siyasi partiler, hatta demokratik işleyiş açısından çok önemli görülen seçmen tercihinin şekillenmesinde etkili olan faktörler, yerel seçimler bağlamında belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırmada, seçmenlerin oy verirken önemseydiği faktörler ile siyasal tercihlerini belirlerken etkilendiği faktörler ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Seçmenin etkilendiği faktörler ile birlikte ülkemizin siyasi yapısı içerisinde kendisini nerede gördüğü, siyasal faaliyetleri katılma durumu da elde edilen veriler çerçevesinde analiz edilmeye çalışılmıştır.

Ülkemizde yerel seçimlerde seçmenin tercihini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik olarak yapılan bilimsel çalışmaların sayıca az olması dolayısıyla, yapılan bu çalışma bilimsel literatüre katkı sağlayacağından önemli olarak görülmektedir.

3.2. Araştırmanın Problemi

Araştırmada, “yerel seçimlerde seçmen tercihini belirlerken hangi faktörlerden etkilenmekte, hangi faktörlerden etkilenmemektedir?” probleminin çözümü aranmaktadır.

Bu bağlamda, alt problemler ise; yaş, cinsiyet, eğitim durumu, gelir düzeyi gibi demografik değişkenler bakımından seçmenlerin siyasal tercihini belirlerken etkilendiği faktörlerin birbirinden farklı olup olmadığıdır.

3.3. Yöntem

Belirtilen amaç çerçevesinde uygulama anket tekniğine dayalı olarak yapılmıştır. 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri öncesinde Elazığ seçmeni ile yüz yüze görüşülmüştür. Bu kapsamda anketin hazırlık aşamasında seçmen tercihine yönelik mevcut akademik literatür gözden geçirilmiş ve soru formu bu aşamadan sonra hazırlanmıştır. Deneklere 18 adet 5’li likert, 11 adet kapalı uçlu sorulardan oluşan anket uygulanmıştır. Soru formu öncelikle 10 kişilik kontrol grubuna uygulanmış, gerekli görülen düzeltmeler yapıldıktan sonra anket, örneklem grubuna uygulanmış ve verilerin analizinde SPSS 16.0 paket programından yararlanılmıştır.

Araştırmanın sınırları kapsamında, seçmenlerin oy verecekleri siyasi parti tercihlerini belirlerken etkilendikleri faktörler ile demografik değişkenler arasındaki ilişki Ki Kare (χ^2) testi ile belirlenmiştir.

3.4. Araştırmanın Hipotezleri

- Yukarıdaki amaç ve yöntem çerçevesinde araştırma probleminin çözümü için aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.
- Yerel seçimlerde seçmen oy verirken hem partiyi hem de adayı önemseyerek tercihini belirlemektedir
- Seçmen yerel seçimlerde Belediye Başkanlığı ile Belediye Meclis Üyeliğinde aynı partiye oy vermektedir.
- Yerel seçimlerde Belediye Başkan adaylarının projeleri ve vaatleri ile seçmen tercihi arasında bir ilişki vardır.
- Yerel Seçimlerde adaylara ilişkin yerel medyada yer alan haberler ile seçmen tercihi arasında bir ilişki mevcuttur.
- Yerel seçimlerde Parti Genel Başkanının hitabet gücü ile seçmenin siyasal tercihi arasında bir ilişki vardır.

3.5. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Elazığ il merkezinde oy kullanan seçmenler oluşturmaktadır. Yüksek Seçim Kurulu Başkanlığı verilerine göre (ysk.gov.tr 11.02.2010); Elazığ merkezindeki seçmen sayısı 252 bin 133'tür. Bu kapsamda Elazığ il merkezinde seçim öncesinde toplam 1000 kişi ile anket uygulaması yapılmıştır. Geçersiz görülen anketler belirlendikten sonra 944 kişilik, rastgele seçilmiş bir örneklem grubuna ulaşılmıştır. Elazığ ili merkez mahallelerinde uygulanan anket çalışmasında, anket katılımcıları mahallelerin seçmen sayısına göre eşit dağıtılmıştır.

3.6. Bulgular ve Analiz

Anket katılımcılarından 722 kişi erkek (% 76,5), 208 kişi (% 22,0) ise kadındır. Ankete katılan örneklemin yaş aralığına göre dağılımı ise şu şekildedir; 201 kişi (% 21,3) 18-25 yaş, 280 kişi (% 29,7) 26-35 yaş, 188 kişi (% 19,9) 36-45 yaş, 150 kişi (% 15,9) 46-55 yaş, 120 kişi (% 12,7) ise 56 ve üzeri yaş aralığında bulunmaktadır.

Katılımcıların eğitim durumları ise şu şekildedir; 29 kişi (% 3,1) okur-yazar değil, 43 kişi (% 4,6) okur-yazar, 222 kişi (% 23,5) ilköğretim mezunu, 384 kişi (% 40,7) ortaöğretim mezunu, 106 kişi (% 11,2) ön lisans mezunu, 128 kişi (% 13,6) lisans mezunu, 8 kişi de (% 0,8) lisansüstü eğitim mezunudur.

Katılımcıların mesleklerine göre dağılımları şu şekildedir; 87 kişi (% 9,7) kamu personeli, 90 kişi (% 9,5) işçi, 249 kişi (% 26,4) esnaf, 114 kişi (% 12,1) öğrenci, 92 kişi (% 9,7) emekli, 69 kişi (% 7,3) özel sektör çalışanı, 108 kişi (% 11,4) ev hanımı, 50 kişi (% 5,3) işsizdir. Katılımcılardan 75 kişi (% 7,9) ise 'diğer' seçeneğini işaretlemiştir.

Araştırma örnekleminde 327 kişi (% 34,6) aylık 0-600 TL gelir grubunda yer alırken, 280 kişi (% 29,7) 601-1000 TL, 152 kişi (% 16,1) 1001-1500 TL, 63 kişi (% 6,7) 1501-2000 TL, 33 kişi (% 3,5) ise 2000 TL ve üzeri gelir grubunda yer almaktadır.

Tablo 1: Seçmenlerin Oy Verirken Önemsemediği Faktör

	f	%
Parti Lideri	163	17,3
Parti İdeolojisi	180	19,1
Aday	171	18,1
Aday ve Parti	346	36,7
Diğer	66	7,0
Boş	18	1,8
Toplam	944	100,0

Günümüz demokrasilerinde, özellikle de Amerikan siyaset anlayışının dünya genelinde yaygınlaşmasıyla birlikte, siyasal partilerin seçim kampanyalarını daha çok parti lideri ve parti imajı etrafında şekillendirdiği görülmektedir. Çünkü artık yaygın kanaate göre seçmenler üzerinde etkili bir imaj bırakmanın en önemli yolu; kendine güven-

nen, eğitim düzeyi yüksek, karizmatik liderlerden geçmektedir. Bu sebeple, partinin genel imajı ile birlikte liderinin özellikleri de büyük önem taşımaktadır. Yerel seçimlerde ise bu durum parti adayı etrafında belirginleşmekte, partinin sunduğu adayın özellikleri seçmenlerin tercihinde etkili olmaktadır. Araştırmaya katılan örneklem grubu içerisinde de, oy verirken en çok önemsenen faktörlerin başında (346 kişi % 36,7 oranı ile) 'aday ve parti' ikilisinin geldiği görülmektedir. Tek başına 'aday' cevabını verenlerin oranı da göz önünde bulundurulduğunda, bu oran daha da artmaktadır. Parti liderinin belirleyici bir faktör olması durumu ise, yerel seçimler söz konusu olduğu için diğer parametrelere göre nispeten daha düşük çıkmaktadır. Buna göre yerel seçimlerde Elazığ seçmeninin parti ve aday faktörlerine, ayırım yapmaksızın - birlikte, dikkat ettiği belirtilebilir.

Tablo 2: Seçmenlerin Siyasal Tercihlerinin Belirlenmesindeki En Etkili Faktör

	f	%
Aile	292	26,9
Arkadaş	71	6,5
Dernek ve Sivil toplum Örgütleri	48	4,4
Medya	77	7,1
Kanaat Önderleri	142	13,1
Diğer	455	42,0
Toplam	1085	100,0

Seçmenlerin siyasal tercihlerinin belirlenmesinde yakın iletişim içerisinde buldukları (aile, kanaat önderleri, arkadaş çevresi, baskı ve çıkar grupları, sivil toplum organizasyonları) çevrelerin önemli bir etkisi vardır. Araştırmaya katılan örneklem grubu içerisinde siyasal tercihlerin belirlenmesinde aile 292 kişi (%26,9) ile en önemli etkileyici faktör olarak belirlenirken, Kanaat önderleri (142 kişi %13,1) de önemli bir etki faktörü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 3: Seçmenlerin Oy Verme Kararının Netleştiği Zaman

	f	%
Adaylar Belirlendikten Sonra	250	26,5
Oy Vereceğim Parti Her Zaman Bellidir	479	50,7
Seçim Kampanyalarını Takip Ettikten Sonra	111	11,8
Seçimden Birkaç Gün Önce	26	2,8
Sandık Başında	61	6,5
Boş	17	1,7
Toplam	944	100,0

Seçmenlerin, seçim kampanyalarının başlamasından sandık başına gidene kadar geçen süre zarfında bir karar verme süreci yaşadıkları kabul edilmektedir. Ancak, bu

durum seçmenlerin kişisel özelliklerine göre değişiklik göstermektedir. Bazı seçmenler, kararlarını çok önceden verirken, bazı seçmenler ise son ana kadar kararsızlık yaşamaktadır. Ankete katılan örneklem grubunun oy verme zamanının netleştiği oranları gösteren **Tablo-3**'te görüldüğü gibi Elazığ seçmeninin büyük çoğunluğunun (% 50,7) seçimlerden önce karar verme süreci yaşamadığı; çünkü oy vereceği partinin her zaman belirli olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum, seçim kampanyalarının, Elazığ seçmenini etkilemede önemli bir faktör olmadığını göstermektedir. Seçim kampanyalarını takip ederek kararını verenlerin oranı (111 kişi % 11,8) da bu kanaati desteklemektedir. Örneklem grubundan 250 kişinin (% 26,5) adaylar belli olduktan sonra kararını netleştirmesi ise bir diğer önemli veriyi teşkil etmektedir. Bu durum, daha önce de belirtildiği gibi adayların seçmen tercihinde önemli ve etkileyici bir faktör olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır.

Tablo 4: Seçmenlerin Siyasi Düşünce Olarak Kendilerini Tanımlama Biçimleri

	f	%
Milliyetçi	255	27,0
Muhafazakar	83	8,8
Demokrat	66	7,0
Muhafazakar Demokrat	93	9,9
Sosyal Demokrat	34	3,6
Solcu	41	4,3
Sağcı	114	12,1
İslamcı	96	10,2
Laik	15	1,6
Atatürkçü	42	4,4
Hiçbiri	91	9,6
Boş	14	1,5
Toplam	944	100,0

Elazığ seçmeninin siyasal düşünce yapısını gösteren **Tablo'4**'te de görüldüğü gibi, örneklem grubu içerisinde kendini 'Milliyetçi' olarak tanımlayan kesimin oranının (255 kişi % 27,0) en yüksek oran olduğu, ikinci olarak ise 'Sağcı' tanımlamasının (114 kişi % 12,1) yüksek çıktığı görülmektedir.

Tablo 5: Seçmenlerin Seçim Bürolarına Gitme Sıklığı

	f	%
Çok Sık	34	3,6
Haftada Bir	27	2,9
Nadiren	155	16,4
Hiç	717	76,0
Boş	11	1,1
Toplam	944	100,0

Oy verecek her seçmen, gerek kararını netleştirmek, gerekse siyasal olaylarla ilgili bilgi düzeyini arttırmak için siyasal eğilimleri ve ilgi düzeyi çerçevesinde çeşitli etkinliklerde bulunmaktadır. Bunların başında, yapılan etkinliklere katılmak, söylem ve demeçleri takip etmek, medyada yer alan siyasal gelişmeleri izlemek gibi etkinlikler gelmektedir. Ancak, anılan etkinliklerin katılımcı değil, gözlemci nitelikte olduğu da göz önünde bulundurulmalıdır. Bu noktada bazı seçmenler, gözlemci olmaktan ziyade bizzat katılımcı bir ilgi sergileyerek diğer seçmenlerden ayrılırlar. Bu tip seçmenlerin çok daha 'politize' oldukları ifade edilebilir. Siyasi partilerin, seçmenleri aktif görev almaya sevk etmek ve örgütlenebilmek için oluşturdukları seçmen büroları 'politize' olma durumunun gerçekleştiği etkinlik alanlarının başında gelmektedir. Bu anlayış etrafında anket katılımcılarına yöneltilen 'Seçim Bürolarına Hangi Sıklıkla Gidersiniz' sorusuna cevaben 'Hiç' yanıtını verenlerin oranı (717 kişi % 76,0) önemli ölçüde fazladır. Buna karşılık 'Çok sık' diyenlerin oranı ise (34 kişi % 3,6) çok düşüktür. Bu veriler, Elazığ seçmeninin, seçim sürecine katılma ve siyasal parti ve adaylarla yakın temas kurma eğiliminden uzak olduğunu göstermektedir.

Tablo 6: Seçmenlerin; Belediye Başkanlığı, Belediye Meclis Üyeliği ve İl Genel Meclis Üyeliği Seçiminde Aynı Partiye Oy Kullanıp Kullanmama Düşüncesi

	f	%
Evet	695	73,6
Hayır	212	22,5
Boş	37	3,9
Toplam	944	100,0

Ankete katılan örneklem grubuna seçimlerde Belediye Başkanlığı, Belediye Meclis Üyeliği ve İl Genel Meclis Üyeliği Seçiminde aynı partiye oy kullanmayı düşünüp düşünmedikleri sorusu yöneltilmiştir. Bu kapsamda örneklem grubunun büyük çoğunluğu (695 kişi % 73,6) adı geçen bütün seçimlerde aynı partiye oy vereceğini belirtmiştir. Bu durum seçmenlerin oy verme davranışında parti faktörünün son derece etkili olduğunu açıkça göstermektedir.

Tablo 7: Seçmenlerin Belirtilen Yargı ve Önermelere Katılma Dereceleri

	1	2	3	4	5	Boş
Parti Genel Başkanının karizması siyasi tercihi etkiler	166 (17,6)	162 (17,2)	116 (12,3)	240 (25,4)	242 (25,6)	18 (1,9)
Belediye Başkan adayının projeleri ve vaatleri siyasi tercihi etkiler	135 (14,3)	132 (14,0)	145 (15,4)	283 (30,0)	228 (24,2)	21 (2,2)
Belediye Meclis Üyesi Listesi ve Belediye Başkanının ekibi siyasi tercihi etkiler	193 (20,4)	225 (23,8)	135 (14,3)	219 (23,2)	146 (14,3)	26 (2,8)
Kamuoyu araştırmaları ve anket sonuçları siyasi tercihi etkiler	388 (41,1)	346 (36,7)	72 (7,6)	76 (8,1)	40 (4,2)	22 (2,3)
Halkın çoğunluğunun eğilimleri siyasi tercihi etkiler	384 (40,7)	329 (34,9)	80 (8,5)	65 (6,9)	58 (6,1)	28 (3,0)
Partilerin seçim toplantıları siyasi tercihi etkiler	383 (40,6)	353 (37,4)	83 (8,8)	55 (5,8)	43 (4,6)	27 (2,9)
Açık hava toplantıları (mitingler vb.) siyasi tercihi etkiler	369 (39,1)	325 (34,4)	105 (11,1)	73 (7,7)	39 (4,1)	33 (3,5)
Partilerin ev ziyaretleri siyasi tercihi etkiler	400 (42,4)	340 (36,0)	81 (8,6)	57 (6,0)	27 (2,9)	39 (4,1)
Aile ve yakın dostlarının eğilimleri siyasi tercihi etkiler	267 (28,3)	256 (27,1)	163 (17,3)	107 (11,3)	105 (11,1)	46 (4,9)
Belediye Başkanının iktidar partisinden olması siyasi düşüncemi etkiler	223 (23,6)	223 (23,6)	118 (12,5)	136 (14,4)	220 (23,3)	24 (2,6)
Parti lideri ve adayının broşür, el ilanı, fotoğraf ve afişleri siyasi tercihi etkiler	463 (49,0)	331 (35,1)	41 (4,3)	43 (4,6)	28 (3,0)	38 (4,0)
Partilerin seçim propagandalarında kullanılan müzikler siyasi tercihi etkiler	515 (54,6)	285 (30,2)	49 (5,2)	29 (3,1)	25 (2,6)	41 (4,3)
Adayların yerel televizyonlardaki konuşmaları ve açık oturumlardaki performansları siyasi tercihi etkiler	272 (28,8)	252 (26,7)	180 (19,1)	122 (12,9)	82 (8,7)	36 (3,8)
Televizyonda yayınlanan haber ve haber programları siyasi tercihi etkiler	304 (32,2)	286 (30,3)	147 (15,6)	112 (11,9)	63 (6,7)	32 (3,4)
Gazetelerdeki haber ve köşe yazıları siyasi tercihi etkiler	338 (35,8)	314 (33,3)	118 (12,5)	85 (9,0)	52 (5,5)	37 (3,9)
Partilerin gazetelerdeki ilanları siyasi tercihi etkiler	386 (40,9)	355 (37,6)	74 (7,8)	65 (6,9)	30 (3,2)	34 (3,6)
Radyoda yayınlanan haberler ve konuşmalar siyasi tercihi etkiler	355 (37,6)	332 (35,2)	94 (10,0)	86 (9,1)	41 (4,3)	36 (3,8)
İnternet medyasında yayınlanan haber, yorum ve ilanlar siyasi tercihi etkiler	397 (42,1)	313 (33,2)	78 (8,3)	81 (8,6)	36 (3,8)	39 (4,0)

(1) Kesinlikle Katılıyorum (2) Katılıyorum (3) Kısmen Katılıyorum (4) Katılmıyorum (5) Hiç Katılmıyorum

Soru formunda ankete katılan katılımcılara seçmen tercihi etkileyen faktörlere ilişkin çeşitli yargı ve önermelere katılma dereceleri sorulmuştur. **Tablo 7**'de örneklem grubunun bu yargılara katılma dereceleri görülmektedir.

Özellikle batı demokrasilerinde yaygın bir şekilde siyasi tercihlerin oluşmasında etkileyici bir faktör olarak kabul gören parti liderinin karizması ve hitabet gücü, seçim sonuçlarını da doğrudan doğruya etkileyen bir faktördür. Ancak Elazığ seçmeni ve yerel seçimler bağlamında yapılan değerlendirmede parti liderinin karizmatik özelliklerinin ve hitabet gücünün oy verme tercihini etkilemede önemli bir faktör olarak görülmediğini ortaya koymaktadır. Örneklem grubunun çoğunluğunu oluşturan 240 kişi (% 25,4) 'Parti Genel Başkanının hitabet gücü ve karizması siyasi tercihimizi etkiler' yargısına 'Katılmıyorum' cevabını verirken, 242 kişi (% 25,6) ise 'Hiç Katılmıyorum' cevabını vermiştir. Bu veriler etrafında Elazığ seçmeninin, büyük oranda (% 51,0) özellikle de yerel seçimler bağlamında siyasi parti liderinin genel liderlik ve karizmatik özelliklerini değerlendirmeye tabi tutmadığını göstermektedir.

Yerel seçimler özelinde düşünüldüğünde, tıpkı genel seçimlerde olduğu gibi, seçim kampanyaları sırasında her siyasi partinin adayı, seçmenin karşısına çeşitli projeler ve vaatlerle çıkar. Bu projeler ve vaatler, seçmeni etkilemek için geliştirilmiş bir strateji olabileceği gibi, seçimler sonrasında gerçekleştirilmesi düşünülen proje ve vaatler de olabilir. Ancak, Türk siyasi hayatında birçok kez, birçok farklı siyasi adayın seçimler öncesinde projelerini ve vaatlerini dinleyerek oy veren Türk seçmeni, seçimler sonrasında bu projelerin hayata geçmediğini görerek, ortaya konan projeleri ve söz verilen vaatleri göz ardı etme eğilimi de taşımaktadır. Bu yüzden, seçimlerde sözü edilen vaatlerin, seçmeni etkileme düzeyi giderek azalmaktadır. Örneklem grubuna sunulan 'Belediye Başkan adayının projeleri ve vaatleri siyasi tercihimizi etkiler' önermesine 283 kişi (% 30,0) 'Katılmıyorum', 228 kişi de (% 24,2) 'Kesinlikle Katılmıyorum' diyerek cevap vermiştir. Bu durum Elazığ seçmeninin çoğunluğunun seçimler öncesinde öne sürülen projeleri ve söz verilen vaatleri, siyasi tercihini belirlerken dikkate almadığı yargısını kuvvetlendirmektedir.

Yerel seçimler, hem seçmenler hem de adaylar açısından değerlendirildiğinde, birbiriyle yakın temasta bulunan bu iki grubun etkileşimi ve yakınlık hissi ile genel seçimlerden farklılık göstermektedir. Bu sebeple genellikle şehirde nüfuzu geniş kişiler arasından seçilen Belediye Meclis Üyeleri ve Belediye Başkanının çalışma ekibi, seçmenler üzerinde önemli ölçüde etkileyici olmaktadır. Örneklem grubundan elde edilen verilere göre Belediye Meclis Üyesi adaylarının kimlerden oluştuğu ve Belediye Başkanı adayının ekibinde kimlerin olduğu Elazığ seçmenince önemsenmektedir. 'Belediye Meclis Üyesi Listesi ve Belediye Başkanının ekibi siyasi tercihimizi etkiler' yargısına 193 kişi (% 20,4) 'Kesinlikle Katılıyorum' derken, 225 kişi (% 23,8) 'Katılıyorum', 135 kişi de (%14,3) 'Kısmen Katılıyorum' diye cevap vermiştir.

Seçim sürecinde en çok tartışma konusu olan unsurların başında kamuoyu araştırmaları gelmektedir. Kamuoyu araştırmalarının kimi çıkar grupları ve spekülasyoncular tarafından farklı amaçlarla kullanılması bu tartışmaların temel sebebini oluşturmaktadır. Çünkü seçmenlerde, genel eğilime uyma, katılma gibi bir psikolojinin her zaman

için var olduğu kabul edilmektedir, bu sebeple kimi çevrelerce kamuoyu araştırmalarının sonuçları çarpıtılarak verilmektedir. Kamuoyu araştırmalarına göre çıkan sonuçlar bazı seçmenlerin siyasi tercihleri ile uyduğu için bu tercihlerin kuvvet kazanmasına neden olmakta, bazı seçmenlerin de tercihleri ile uyuşmadığı için tercihini tekrar gözden geçirmesine neden olabilmektedir. Elazığ seçmeni örneğinde elde edilen verilere göre, seçmenlerin kamuoyu araştırmalarını, tercihlerini belirlerken önemsettiklerini ortaya koymaktadır. ‘Kamuoyu araştırmaları ve anket sonuçları siyasi tercihimizi etkiler’ yargısına 388 kişi (% 41,1) kesinlikle katıldığını, 346 kişi ise (% 36,7) katıldığını belirtmiştir. Bu oranın oldukça yüksek olması dikkat çekici bir veridir.

Yine bu verileri destekler nitelikte bir diğer veri ise, ‘Halkın çoğunluğunun eğilimleri siyasi tercihimizi etkiler’ yargısına verilen cevaplarda ortaya çıkmaktadır. Bu yargıya 384 kişi (% 40,7) ‘Kesinlikle Katılıyorum’ cevabını verirken ‘Katılıyorum’ cevabını verenlerin oranı 329 kişidir (% 34,9). Özellikle yerel seçimler bağlamında düşünüldüğünde bu veriler yakın çevreden etkilenme düzeyinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Daha önce ifade edildiği gibi kamuoyu araştırmaları sonuçlarının seçmenler üzerinde oldukça etkileyici bir unsur olduğu anlaşılmaktadır.

Siyasi partilerin seçmenlerle yakın temasa geçtikleri seçim dönemlerinde, yakın teması sağlamak için en çok uygulanan yöntemlerin başında mahalle toplantıları, mitingler ve ev ziyaretleri gelmektedir. Her ne kadar daha az kişiye hitap ediliyor olsa da yüz yüze, vasıtasız görüşmenin etki derecesi herkes tarafından bilindiği gibi kitle iletişim araçlarından daha fazladır. Bu sebeple siyasi parti ve adaylar bu yolla mümkün olduğunca fazla sayıda kişiye ulaşmaya çalışır. Bu çalışmaların seçmen tercihinde etkili olduğu da birçok araştırma ile kanıtlanmıştır. Örneklem grubunda ‘Partilerin seçim toplantıları siyasi tercihimizi etkiler’ önermesine 383 kişi (% 40,6), ‘Açık hava toplantıları siyasi tercihimizi etkiler’ önermesine 369 kişi (% 39,1), ‘Partilerin ev ziyaretleri siyasi tercihimizi etkiler’ önermesine ise 400 kişi (% 42,4) ‘Kesinlikle Katılıyorum’ diyerek bu kanaatin pekişmesini sağlamaktadır.

İktidar partisi, yönetimi elinde bulundurduğu ve iktidar partisinden olan Belediye Başkanı’nın illere ayrılan ödeneklerden daha fazla yararlanacağı kanısı seçmenler üzerinde olumlu bir imaj oluşturmaktadır. Bu sebeple seçmenlerin genellikle iktidar partisinden olan belediye başkan adayını tercih etmeye daha çok eğilimli olduğu kabul edilmektedir. Ankete katılan örneklem grubunda 223’er kişi (% 47,2) ‘Belediye Başkanının iktidar partisinden olması siyasi düşüncemi etkiler’ önermesine ‘Kesinlikle Katılıyorum’ ve ‘Katılıyorum’ cevabını vermiştir. Bu önermeye 220 kişi (% 23,3) ‘Kesinlikle Katılmıyorum’ derken 136 kişi (% 14,4) ‘Katılmıyorum’ demiştir. Bu önermeye ‘Kısmen Katılanların’ oranı da (%12,5) göz önünde bulundurulduğunda belediye başkanının iktidar partisinden olması Elazığ seçmeninin çoğunluğu için önemli bir ölçü olarak değerlendirilebilir.

Medyanın etki gücü, iletişim çalışmalarının başından itibaren en çok araştırılan ve tartışılan konuların başında gelmektedir. Özellikle de siyasi tercihlerin şekillenmesinde medyanın rolü ve etki derecesi bu tartışmaların odak noktasını oluşturmaktadır. Kuşkusuz siyasi partilerin ve adayların seçim kampanyalarında kullandığı en önemli araç kitle iletişim araçlarıdır. Bu yolla çok sayıda kişiye ulaşılırken aynı zamanda projeler, vaatler, parti politikaları ve kişisel özellikler tüm detayları ile aktarılabilir. Medyanın etkisi, iletişim çalışmalarının başından itibaren en çok araştırılan ve tartışılan konuların başında gelmektedir. Özellikle de siyasi tercihlerin şekillenmesinde medyanın rolü ve etki derecesi bu tartışmaların odak noktasını oluşturmaktadır. Kuşkusuz siyasi partilerin ve adayların seçim kampanyalarında kullandığı en önemli araç kitle iletişim araçlarıdır. Bu yolla çok sayıda kişiye ulaşılırken aynı zamanda projeler, vaatler, parti politikaları ve kişisel özellikler tüm detayları ile aktarılabilir.

Örneklem grubuna yönelik olarak medya ile ilgili birçok önerme verilmiş ve katılma dereceleri belirlenmiştir. Bu kapsamda belediye başkanı adaylarının yerel televizyonlardaki konuşmaları ve performanslarının seçmenler üzerinde son derece etkili olduğu görülmüştür. 'Adayların yerel televizyonlardaki konuşmaları ve açık oturumlardaki performansları siyasi tercihimizi etkiler' önermesine 272 kişi (% 28,8) 'Kesinlikle Katılıyorum'; 252 kişi de (% 26,7) 'Katılıyorum' yanıtını vermiştir.

Yine aynı şekilde televizyonlarda ve gazetelerde yayınlanan haberlerin siyasi tercihin oluşmasında etkili olduğu görülmektedir. Özellikle de gazetelerde yayınlanan haber ve köşe yazılarının siyasi tercihin oluşmasında etkili olduğu örneklem grubu tarafından daha yoğun bir şekilde katılım görmüştür. 'Gazetelerdeki haber ve köşe yazıları siyasi tercihimizi etkiler' yargısına 338 kişi (% 35,8) 'Kesinlikle Katılıyorum' derken 314 kişi (% 33,3) 'Katılıyorum' demiştir. Bu veriler, seçmenlerin gazetelere çok daha fazla güven duyduğu izlenimini verirken aynı zamanda tercihlerini belirlerken gazetelerde yayınlanan haber ve köşe yazılarından yararlandığı kanaatinde kuvvetlendirmektedir. Aynı şekilde radyo haberleri ve konuşmalarının, internet medyasında yayınlanan haberlerin oldukça etkili olduğu tespit edilmiştir.

Bunun yanında seçim kampanyalarında gerek Açık hava gerekse gazetelerde yayınlanan siyasal reklamlar, gün geçtikçe çok daha fazla etkili bir hale gelmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan bazı araştırmalar, siyasal reklamların seçmenlerin tercihlerini etkilemedeki potansiyelini kanıtlamaktadır. Ayrıca siyasal reklamlar; siyasal kampanyalara ilgisiz, kararsız ve geç karar veren seçmenler üzerinde daha etkili olmaktadır (Kaid, 2008:564). Parti lideri ve adaylarının broşür, el ilanı, afişler ve gazete reklamlarını kullanımı elde edilen veriler ışığında giderek artmaktadır. Araştırmanın örneklem grubunun da siyasal reklam çalışmalarına önem verdiği görülmektedir. 'Parti lideri ve adayının broşür, el ilanı, fotoğraf ve afişleri siyasi tercihimizi etkiler' yargısına örneklem grubundan 463 kişi (% 49,0) 'Kesinlikle Katılıyorum' cevabını verirken; 'Partilerin gazetelerdeki ilanları siyasi tercihimizi etkiler' yargısına da 386 kişi (% 40,9) 'Kesinlikle Katılıyorum' yanıtını vermiştir.

Araştırma kapsamında en dikkat çeken bulgulardan biri de seçim çalışmalarında kullanılan müziklerin etkinlik derecesine ilişkin verilerdir. 'Partilerin seçim propagandalarında kullanılan müzikler siyasi tercihimizi etkiler' yargısına 515 kişi (% 54,6) 'Kesinlikle Katılıyorum', 285 kişi de (% 30,2) 'Katılıyorum' cevabını vermiştir. Bu durum ilk bakışta diğer parametrelere göre önemsizmiş gibi görünen seçim müziklerinin önemini

ortaya koymaktadır. Çünkü müzikler bir anlamda parti ideolojisini ve partilerin çeşitli konulardaki yaklaşımlarını akılda kalıcı bir şekilde seçmen kitlesine ulaştırmaktadır. Burada; seçilen müziğin türü, içeriğindeki sözler ve seçim heyecanını yansıtabilme kabiliyeti önem kazanmaktadır.

Tablo 8: Cinsiyet ve Oy Verme Kararının Netleştiği Zaman Arasındaki İlişki

χ^2 p = 0,539 < 0,05		(2) Yerel Seçimlerde Oy Verme Kararınız Ne Zaman Netleşir?					Toplam
		Adaylar Belir- lendikten Sonra	Oy Vere- ceğim Parti Her Zaman Bellidir	Seçim Kam- panyalarını Takip Ettikten Sonra	Seçimden Bir iki gün önce	Sandık Başında	
(1) Cinsiyet	Erkek	201	360	84	20	48	713
	(1) %	28,2	50,5	11,8	2,8	6,7	100,0
	(2) %	81,4	75,8	79,2	76,9	78,7	77,9
	Toplamda %	22,0	39,3	9,2	2,2	5,2	77,9
	Kadın	46	115	22	6	13	202
	(1) %	22,8	56,9	10,9	3,0	6,4	100,0
	(2) %	18,6	24,2	20,8	23,1	21,3	22,1
	Toplamda %	5,0	12,6	2,4	0,7	1,4	22,1
Toplam		247	475	106	26	61	915
(1) %		27,0	51,9	11,6	2,8	6,7	100,0
(2) %		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Toplamda %		27,0	51,9	11,6	2,8	6,7	100,0

H0: Seçmenlerin Oy Verme Kararının Netleştiği Zaman, Cinsiyete Göre Farklılık Göstermez.

H1: Seçmenlerin Oy Verme Kararının Netleştiği Zaman, Cinsiyete Göre Farklılık Gösterir.

Cinsiyet ve oy verme kararının netleştiği zaman arasındaki ilişkiyi gösteren Tablo 11'de de görüldüğü gibi erkek ve kadın katılımcıların büyük çoğunluğu 'Oy vereceğim parti her zaman bellidir' yanıtını vermiştir. Bu oran erkeklerde % 50,5; kadınlarda ise % 56,9'dur. 'Yerel Seçimlerde Oy Verme Kararınız Ne Zaman Netleşir' sorusunun diğer şıkları içerisinde de kadın ve erkekler arasında ciddi bir orantısızlık olmadığı görülmektedir. Yapılan Ki Kare testinde de cinsiyet ile oy verme kararının netleştiği zaman arasında anlamsız bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla 'Seçmenlerin oy verme kararının netleştiği zaman cinsiyete göre farklılık göstermez (H0)' hipotezi doğrulanmaktadır.

Tablo 9: Cinsiyet ve Siyasi Tercihin Belirlenmesinde Etkili Olan Faktörler Arasındaki İlişki

χ^2 p = 0,000 < 0,05		(2) Siyasi Tercihinizi Belirlemede Hangisinin Daha Etkili Olduğunu Düşünüyorsunuz?						Toplam
		Aile	Arkadaş	Üyesi Ol- duğum Dernek ve STK	Medya	Kanaat Önderleri	Diğer	
(1) Cinsiyet	Erkek	185	24	25	37	86	346	703
	(1) %	26,3	3,4	3,6	5,3	12,2	49,2	100,0
	(2) %	64,0	92,3	65,8	90,2	87,8	84,0	77,8
	Toplamda %	20,5	2,7	2,8	4,1	9,5	38,3	77,8
	Kadın	104	2	13	4	12	66	201
	(1) %	51,7	1,0	6,5	2,0	6,0	32,8	100,0
	(2) %	36,0	7,7	34,2	9,8	12,2	16,0	22,2
	Toplamda %	11,5	0,2	1,4	0,4	1,3	7,3	22,2
Toplam		289	26	38	41	98	412	904
(1) %		32,0	2,9	4,2	4,5	10,8	45,6	100,0
(2) %		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Toplamda %		32,0	2,9	4,2	4,5	10,8	45,6	100,0

H0: Seçmenlerin Tercihlerini Belirlemede Etkili Olan Faktörler, Cinsiyete Göre Farklılık Göstermez.

H1: Seçmenlerin Tercihlerini Belirlemede Etkili Olan Faktörler, Cinsiyete Göre Farklılık Gösterir.

Cinsiyet ve siyasi tercihin belirlenmesinde etkili olan faktörler arasındaki ilişkiyi gösteren **Tablo 9**'da görüldüğü gibi, erkek katılımcılar ile kadın katılımcıların siyasi tercihlerini belirlemede etkili olan faktörler birbirinden farklıdır. Kadınların büyük bir çoğunluğu (% 51,7) siyasi tercihin belirlenmesinde 'Aile' faktörünü ön plana çıkarırken, erkekler 'Aile'yi % 26,3 oranında belirtmiştir. Erkek katılımcıların çoğunluğu (346 kişi % 49,2) şıklarda belirtilen seçenekleri işaretlememiş 'Diğer' seçeneğini işaretlemiştir. Bu oran kadın katılımcılarda çok daha azdır (66 kişi % 32,8). Yapılan Ki Kare testinde de cinsiyet ve siyasi tercihin belirlenmesinde etkili olan faktörler arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Böylelikle 'Seçmenlerin tercihlerini belirlemede etkili olan faktörler, cinsiyete göre farklılık gösterir (H1)' hipotezi doğrulanmıştır.

Tablo 10: Cinsiyet ve Seçim Bürolarını Ziyaret Sıklığı Arasındaki İlişki

χ^2 p = 0,000 < 0,05		(2) Siyasi Partilerin Seçim Bürolarına Hangi Sıklıkla Gidersiniz?				Toplam
		Çok sık	Haftada Bir	Nadiren	Hiç	
(1) Cinsiyet	Erkek	28	27	139	522	716
	(1) %	3,9	3,8	19,4	72,9	100,0
	(2) %	82,4	100,0	90,8	73,8	77,7
	Toplamda %	3,0	2,9	15,1	56,7	77,7
	Kadın	6	0	14	185	205
	(1) %	2,9	0,0	6,8	90,2	100,0
	(2) %	17,6	0,0	9,2	26,2	22,3
	Toplamda %	0,7	0,0	1,5	20,1	22,3
Toplam		34	27	153	707	921
(1) %		3,7	2,9	16,6	76,8	100,0
(2) %		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Toplamda %		3,7	2,9	16,6	76,8	100,0

H0: Seçmenlerin Seçim Bürolarına Gitme Sıklığı, Cinsiyete Göre Farklılık Göstermez.

H1: Seçmenlerin Seçim Bürolarına Gitme Sıklığı, Cinsiyete Göre Farklılık Gösterir.

Cinsiyet ve seçim bürolarına gitme sıklığı arasındaki ilişkiyi gösteren **Tablo 10'**da görüldüğü gibi, her ne kadar genelde seçim bürolarına gitme sıklığı az olsa da, erkeklerde daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Erkeklerde seçim bürolarına hiç gitmeyenlerin oranı % 72,9 çıkarken, bu oran kadınlarda artarak % 90,2'ye çıkmaktadır. Yapılan Ki Kare testinde de cinsiyet ile seçim bürolarına gitme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Böylece 'Seçmenlerin Seçim Bürolarına Gitme Sıklığı, Cinsiyete Göre Farklılık Gösterir (H1)' hipotezi doğrulanmaktadır.

Tablo 11: Cinsiyet ve Oy Verirken Önemsenen Faktör Arasındaki İlişki

χ^2 p = 0,105 > 0,05		(2) Yerel Seçimlerde Oy Verirken Sizin İçin Hangisi Daha Önemlidir					Toplam
		Parti Lideri	Parti İdeolojisi	Aday	Hem Aday Hem Parti	Diğer	
(1) Cinsiyet	Erkek	133	142	135	254	45	709
	(1) %	18,8	20,0	19,0	35,8	6,3	100,0
	(2) %	82,6	78,9	80,8	73,8	71,4	77,5
	Toplamda %	14,5	15,5	14,8	27,8	4,9	77,5
	Kadın	28	38	32	90	18	206
	(1) %	13,6	18,4	15,5	43,7	8,7	100,0
	(2) %	17,4	21,1	19,2	26,2	28,6	22,5
	Toplamda %	3,1	4,2	3,5	9,8	2,0	22,5
Toplam		161	180	167	344	63	915
(1) %		17,6	19,7	18,3	37,6	6,9	100,0
(2) %		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Toplamda %		17,6	19,7	18,3	37,6	6,9	100,0

H0: Seçmenlerin Oy Verirken Önemsediği Faktör, Cinsiyete Göre Farklılık Göstermez.

H1: Seçmenlerin Oy Verirken Önemsediği Faktör, Cinsiyete Göre Farklılık Gösterir.

Seçmenlerin oy verirken önemsediği faktör ve cinsiyet değişkenleri arasındaki ilişkiyi gösteren **Tablo 11**'de de görüldüğü gibi erkek ve kadın katılımcıların oy verirken önemsediği faktörlerin oranlarının birbirine çok yakın olduğu görülmektedir. Erkeklerde en çok önemsenen faktör % 35,8 ile 'Aday ve Parti' faktörü iken, kadınlarda bu oran % 43,7'dir. Diğer seçeneklerin cinsiyete göre dağılımı hemen hemen eşit düzeyde görülmektedir. Ki Kare testi sonucunda da değişkenler arasında anlamsız bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Böylece, 'Seçmenlerin oy verirken önemsediği faktör, cinsiyete göre farklılık göstermez (H0)' hipotezinin doğrulandığı görülmüştür.

Tablo 12: Yaş ve Oy Verirken Önemsenen Faktör Arasındaki İlişki

χ^2 p = 0,001 < 0,05		(2) Yerel Seçimlerde Oy Verirken Sizin İçin Hangisi Daha Önemlidir					Toplam
		Parti Lideri	Parti İdeolojisi	Aday	Hem Aday Hem Parti	Diğer	
(1) Yaş	18-25	31	35	28	88	16	198
	(1) %	15,7	17,7	14,1	44,4	8,1	100,0
	(2) %	19,0	19,4	16,5	25,4	24,6	21,4
	Toplamda %	3,4	3,8	3,0	9,5	1,7	21,4
	26-35	32	65	43	113	21	274
	(1) %	11,7	23,7	15,7	41,2	7,7	100,0
	(2) %	19,6	36,1	25,3	32,7	32,3	29,7
	Toplamda %	3,5	7,0	4,7	12,2	2,3	29,7
	36-45	36	39	44	56	11	186
	(1) %	19,4	21,0	23,7	30,1	5,9	100,0
	(2) %	22,1	21,7	25,9	16,2	16,9	20,1
	Toplamda %	3,9	4,2	4,8	6,1	1,2	20,1
	46-55	28	23	35	52	10	148
	(1) %	18,9	15,5	23,6	35,1	6,8	100,0
	(2) %	17,2	12,8	20,6	15,0	15,4	16,0
	Toplamda %	3,0	2,5	3,8	5,6	1,1	16,0
	56 ve Üzeri	36	18	20	37	7	118
	(1) %	30,5	15,3	16,9	31,4	5,9	100,0
	(2) %	22,1	10,0	11,8	10,7	10,8	12,8
	Toplamda %	3,9	1,9	2,2	4,0	0,8	12,8
Toplam	163	180	170	346	65	924	
(1) %	17,6	19,5	18,4	37,4	7,0	100,0	
(2) %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Toplamda %	17,6	19,5	18,4	37,4	7,0	100,0	

H0: Seçmenlerin Oy Verirken Önemsediği Faktör, Yaşa Göre Farklılık Göstermez.

H1: Seçmenlerin Oy Verirken Önemsediği Faktör, Yaşa Göre Farklılık Gösterir.

Yaş ve oy verirken önemsenen faktör değişkenleri arasındaki ilişkiyi gösteren **Tablo 12'**de görüldüğü gibi, oy verirken önemsenen faktörün, yaşa göre farklılık gösterdiği

anlaşılmaktadır. Yapılan Ki Kare testi sonucunda da değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Böylece 'Seçmenlerin oy verirken önemsendiği faktör, yaşa göre farklılık gösterir (H1)' hipotezi doğrulanmıştır.

Tablo 13: Yaş ve Oy Verme Kararının Netleştiği Zaman Arasındaki İlişki

χ^2 p = 0,078 > 0,05		(2) Yerel Seçimlerde Oy Verme Kararınız Ne Zaman Netleşir					Toplam
		Adaylar Belir- lendikten Sonra	Oy Vere- ceğim Parti Her Zaman Bellidir	Seçim Kam- panyalarını Takip Ettikten Sonra	Seçimden Bir iki gün önce	Sandık Başında	
(1) Yaş	18-25	53	94	34	4	13	198
	(1) %	26,8	47,5	17,2	2,0	6,6	100,0
	(2) %	21,2	19,7	30,9	15,4	21,3	21,4
	Toplamda %	5,7	10,2	3,7	0,4	1,4	21,4
	26-35	87	130	36	6	14	273
	(1) %	31,9	47,6	13,2	2,2	5,1	100,0
	(2) %	34,8	27,3	32,7	23,1	23,0	29,5
	Toplamda %	9,4	14,1	3,9	0,6	1,5	29,5
	36-45	41	112	13	8	12	186
	(1) %	22,0	60,2	7,0	4,3	6,5	100,0
	(2) %	16,4	23,5	11,8	30,8	19,7	20,1
	Toplamda %	4,4	12,1	1,4	0,9	1,3	20,1
	46-55	43	73	15	4	13	148
	(1) %	29,1	49,3	10,1	2,7	8,8	100,0
	(2) %	17,2	15,3	13,6	15,4	21,3	16,0
	Toplamda %	4,7	7,9	1,6	0,4	1,4	16,0
	56 ve Üzeri	26	68	12	4	9	119
	(1) %	21,8	57,1	10,1	3,4	7,6	100,0
	(2) %	10,4	14,3	10,9	15,4	14,8	12,9
	Toplamda %	2,8	7,4	1,3	0,4	1,0	12,9
Toplam	250	477	110	26	61	924	
(1) %	27,1	51,6	11,9	2,8	6,6	100,0	
(2) %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Toplamda %	27,1	51,6	11,9	2,8	6,6	100,0	

H0: Seçmenlerin Oy Verme Kararının Netleştiği Zaman, Yaşa Göre Farklılık Göstermez.

H1: Seçmenlerin Oy Verme Kararının Netleştiği Zaman, Yaşa Göre Farklılık Gösterir.

Yaş ve oy verme kararının netleştiği zaman arasındaki ilişkiyi gösteren **Tablo 13**'te görüldüğü gibi, oy verme kararının netleştiği zamanın, yaşa göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır. Ki Kare testi sonucu da bunu doğrulamaktadır. Buna göre 'Seçmenlerin oy verme kararının netleştiği zaman, yaşa göre farklılık göstermez (H0)' hipotezinin doğrulandığı anlaşılmaktadır.

4. Sonuç ve Değerlendirme

Yerel seçimler öncesinde yapılan saha araştırmasında seçmenin tercihini etkileyen faktörlere yönelik aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Seçmenler oy verirken aday ve parti ikileminde hem adayı hem de partiyi değerlendirmekte ve bununla birlikte parti lideri ve parti ideolojisini de önemli bir faktör olarak görmektedir.

Seçmenlerin siyasal tercihlerinin belirlenmesinde yakın çevre olarak değerlendireceğimiz aile ve kanaat önderlerinin önemli bir etkisi bulunmaktadır.

Seçmenin yarısına yakınının oy vereceği parti seçim kampanyası başladığı dönemde belirli olmasına rağmen geriye kalan kesim ise kararını adaylar belirlenmesinden sandığa giden kadar geçen bir süreçte belirlemektedir. Dolayısıyla adaylar, seçim kampanyaları, siyasal iletişim faaliyetleri bu süreçte dengeleri değiştirebilecek bir etkiye sahiptir.

Seçmenler siyasal kampanya döneminde siyasal faaliyetlerle çok fazla ilgilenmemekte ve partilerin seçim irtibat bürolarına gitmemeyi ağırlıklı olarak tercih etmektedir. Bu verinin ışığında Özsoy'un da ifade ettiği gibi, oy verme davranışı araştırmalarında ortaya çıkan önemli bir gerçek var. Türkiye'de seçmenler siyasete olan ilgilerini giderek kaybediyorlar ve siyaset kurumuna yönelik güven duygularında önemli oran azalma gözleniyor (2009: 49).

Yerel seçimlerde seçmen Belediye Başkanlığı, Belediye Meclis Üyeliği ve İl Genel Meclis Üyeliği'nde ağırlıklı olarak aynı partiyi tercih etmekte, oy verme davranışında bir ayrıma gitmemektedir.

Yerel seçimlerde seçmen parti liderinin hitabet gücüne ve karizmatik özelliklerini tercihlerini etkileyecek bir unsur olarak görmemektedir.

Yerel seçim sürecinde seçmenin oy verirken, hizmet beklediği Belediye Başkanının ekibine ve Belediye Meclis üyelerine de önem vermekte ve değerlendirmelerini yaparken bu faktörü de dikkatli bir şekilde gözlemlemektedir.

Kamuoyu araştırmaları genel seçimlerde olduğu gibi yerel seçimlerde de seçmenin tercihini etkileyen önemli faktörlerden biri olduğu araştırma sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede seçmen "Halkın çoğunluğunun eğilimleri siyasi tercihimi etkiler" yargısına yüksek oranda katıldığını belirterek kamuoyu araştırmalarını bu çerçevede genel eğilimi gösteren bir veri olarak değerlendirmektedir.

Yerel Seçim kampanya sürecinde siyasi partilerin çeşitli mekânlarda yaptıkları seçim toplantıları ve açık hava toplantıları seçmenin tercihinde etkili faktörler olarak öne çıkmasının yanında seçmen kampanya sürecinde partilerin ev ziyaretlerinin de tercihini etkilediğini belirtmektedir. Siyasi partilerin seçmenle doğrudan yüz yüze iletişim kurduğu bu çalışmalarda seçmen yüksek oranda etkiye maruz kalabilmektedir.

Yerel seçimlerde seçmen, daha fazla hizmet etme imkânı bulabileceği, merkezin kaynaklarının yerele daha fazla gönderilebileceği gibi etkenlerden dolayı genellikle iktidar partisinden olan belediye başkan adayını tercih etmeye daha çok eğilimli olduğu kabul edilmektedir.

Kitle iletişim araçlarının seçmenin tercihinde etkili olduğu çeşitli araştırmalarda ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede yerel seçim sürecinde seçmen Adayların yerel televizyonlardaki konuşmaları ve açık oturumlardaki performansları siyasi tercihimi etkiler' önermesine yüksek oranda katıldıklarını belirtmişlerdir. Yine aynı şekilde televizyonlarda ve gazetelerde yayınlanan haberlerin siyasi tercihin oluşmasında etkili olduğu görülmektedir. Özellikle de gazetelerde yayınlanan haber ve köşe yazılarının siyasi tercihin oluşmasında etkili olduğu örneklem grubu tarafından daha yoğun bir şekilde katılım görmüştür.

Siyasal reklam çalışmaları genel seçim sürecinde olduğu gibi yerel seçim sürecinde de seçmenin tercihini etkileyen önemli faktörlerden biri olduğu ortaya çıkmıştır. Seçmen, Parti lideri ve adayının broşür, el ilanı, fotoğraf ve afişleri ile partilerin gazetelerdeki ilanları siyasi tercihini etkilediği belirtmişlerdir.

Araştırma kapsamında en dikkat çeken bulgulardan biri de seçim çalışmalarında kullanılan müziklerin seçmenin siyasi tercihinde bir faktör olarak ortaya çıkmasıdır.

Sonuç olarak; seçmen yerel seçim sürecinde aile, arkadaş ve kanaat önderi gibi yakın çevresinden etkilenmekte; oy verme tercihini belirlerken yerel faktörlere, siyasal iletişim faaliyetlerine önem vermektedir.

Kaynakça

- Akgün, B. (2007), Türkiye’de Seçmen Davranışı, Partiler ve Siyasal Sistem, Ankara: Nobel Yayınları.
- Alkan, T. (1989), Siyasal Bilinç ve Toplumsal Değişim: Siyasal Bilincin Gelişmesinde Ailenin, Okulun ve Toplumsal Sınıfın Etkisi, Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Arslan, A. (2007), “Yerel Seçim Sonuçları Temelinde Türkiye’nin Siyasi Yapısı”, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 4(1), 1-32.
- Atar, Y. (2006), “Seçim Hukukunun Güncel Sorunları”, Anayasa Yargısı Dergisi, 23: 211-237
- Bal, H. (2004), İletişim Sosyolojisi, Isparta: SDÜ Yayın.
- Bektaş, A. (2000), Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi, İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Canaktan, C., H. Ay ve H. Çoban (2007), “Siyasal Karar Alma Sürecinde Çıkar Grupları”, Ed. C. Canaktan ve D. Dileyici, Modern Politik İktisat Kamu Tercih, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 201-230.
- Çaha, Ö., M. Toprak ve İ. Dalmış (2002a), “Siyasal Parti Üyelerinde Siyasal Katılım Düzeyi: Kırıkkale Örneği”, Der. Ö. Çaha, Seçmen Davranışı ve Siyasal Partiler, İstanbul: Gendaş Yayınları, 44-115.
- Çaha, Ö., M. Toprak ve İ. Dalmış (2002b), “Seçmenin Parti Tercihinde Rol Oynayan Faktörler (Kırıkkale Örneği)”, Der. Ö. Çaha, Seçmen Davranışı ve Siyasal Partiler, İstanbul: Gendaş Yayınları, 116-141.
- Çarkoğlu, A. ve B. Toprak (2006), Değişen Türkiye’de Din, Toplum ve Siyaset, İstanbul: Tesev Yayınları.
- Çinko, L. (2006), “Seçmen Davranışları ile Ekonomik Performans Arasındaki İlişkilerin Teorik Temelleri ve Türkiye Üzerine Genel Bir Değerlendirme”, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 61(1), 103-116.
- Damlapınar, Z. (2000), “Basının Seçmen Davranışını Etkileme Süreci”, Selçuk İletişim Dergisi, 1(2), 90-115.
- Damlapınar, Z. ve Ş. Balcı (2005), “Seçmenin Zihnindeki Aday İmajını Belirleyen Etkenler: 28 Mart 2004 Yerel Seçimleri Alan Araştırması”, Selçuk İletişim Dergisi, 4(1), 58-79.
- Devran, Y. (2003) Siyasal Kampanya Yönetimi Mesaj-Strateji ve Taktikler, İstanbul: AND.
- Doğan, A. (2007), Siyasi Arenada Elazığ’ın Seçimi, Elazığ: Aba Yayınları.

Erkan, R. ve M. Bağlı (2005), "Diyarbakır'da Seçmen Davranışı ve Seçmen Davranışının Oluşmasında Yerel Medyanın Rolü", Selçuk İletişim, 3(4), 181-196.

Harrop, M. ve W. L. Miller (1987), Election and Voters A Comparative Introduction, London: Mcmillan.

<http://www.yzk.gov.tr/ysk/index.html>, (Erişim: 11. 02. 2010).

Kaban Z. Y. (1995), Türkiye'de Araştırma Şirketleri, Yaptıkları Siyasi Kamuoyu Araştırmaları ve Seçmen Tercihleri üzerine Etkileri, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kaid L. L., (2008), "Political Advertising", Ed. L. L. Kaid and C. Holtz-Bacha, Encyclopedia of Political Communication, Los Angeles: Sage Publications, 558-566.

Kalender, A. (2005), Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna Stratejileri, Konya: Çizgi Kitabevi.

Karadaoğan, E. (2004), "Seçmenin Siyasal Tutumunun Oluşmasında Siyasetçinin İkna Becerilerinin Etkisi", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 21(20), 243-248.

Karakoç, İ. (2000), Türkiye'de Siyasal Parti Kimliği, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kaya, F. (2005), "Yerel Gazetelerin Okuyucularının Siyasi Tercihlerine Etkisi", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kışlalı, A. T. (1994), Siyaset Bilimi, İstanbul: İmge Kitabevi

Klapper, J. (1957), "What We Know About The Effects Of Mass Communication: The Brink Of Hope", The Public Opinion Quarterly, Winter.

Köktaş, M. E. (1997), Din ve Siyaset Siyasal Davranış ve Dindarlık, Ankara: Vadi Yayınları.

Özcan, Y. Z. (1998), "Siyasi Parti Tercihlerini Belirleyen Etmenler: İstanbul Örneği", Toplum ve Bilim, 76: 188-212.

Özkan, A. (2004), Siyasal İletişim, İstanbul: Nesil Yayınları.

Özsoy, O. (2009), Seçim Kazandıran Siyasal İletişim, İstanbul: Pozitif Yayınları.

Sitembölükbaşı, Ş. (2005), "Seçimlerde Yaşanan Oy Değişkenlikleri", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13: 195-220.

Şahin, H. (1999), "Suskunluk Sarmalı ve Sonuçları", <http://www.radikal.com.tr/1999/01/27/yazarlar/halsah.html>, (Erişim: 12.12.2009).

Tokgöz, O. (1978), Siyasal Toplumsallaşmada Kitle Haberleşme Araçlarının Rolü ve Önemi, Ankara: Ankara Üniversitesi S.B.F. Yayını, 33.

Turan, İ. (1976), Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış, İstanbul: Der Yayınları

Türk, H. S. (2006), "Seçim, Seçim Sistemleri ve Anayasal Tercih", Anayasa Yargısı Dergisi, 23: 75-112.

Uztuğ, F. (2004), Siyasal İletişim Yönetimi, İstanbul: Mediacat Yayınları.

Üskül, Z. (1993), "Yeni bir Demokrasi Arayışı:Yerel Demokrasi", Anayasa Yargısı Dergisi, 10: 333-344.

Vural, S. (1994), Kitle Haberleşmesinde Denetim Stratejileri, Ankara: Bilim Yayınları.

Türkiye’de Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinde Yer Verilen Faktörlerin Başarımı

Kurtuluş KARAMUSTAFA

Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi
Türkan-Tuncer Haşçalık
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
karamustafa@erciyes.edu.tr

Mustafa ÖZ

Dr., Erciyes Üniversitesi
Kayseri Meslek Yüksekokulu
ozm@erciyes.edu.tr

Türkiye’de Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinde Yer Verilen Faktörlerin Başarımı

Performance of the Hotel Web Site Factors in Turkey

Özet

Bu çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin web sitelerinin başarımı web sitelerinde bulunması gereken faktörler açısından değerlendirilmektedir. Örneklem çerçevesindeki konaklama işletmeleri web siteleri, altı grupta toplanan 80 değişken açısından incelenmiştir. Ana faktör gruplarından sadece, “sunulan hizmetlere ilişkin bilgiler” ile ilgili başarımının %50’nin üzerinde ve diğer gruplara göre oldukça yüksek olduğu ve başarımı en yüksek değişkenlerin bu grupta yoğunlaştığı görülmektedir. Diğer taraftan, “çevrimiçi rezervasyon bilgileri”nin ise başarımı oldukça düşüktür. Bu sonuçlar, Türkiye’deki konaklama işletmelerinin web sitelerinin çevrimiçi işlem yeteneklerinin kısıtlı olduğunu ve daha ziyade online bir broşür gibi hizmet verdiğini ortaya koymaktadır. Çalışma sonuçları, üst sınıfta yer alan konaklama işletmelerinin web sitelerindeki değişkenlerin başarımlarının alt sınıftakilere kıyasla daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Konaklama işletmeleri, web sitesi faktörleri, başarımlar.

Abstract

This study investigates the web site performance of hotels operating in Turkey. Hotel web sites within the sampling frame have been investigated related to 80 variables under six groups. As the findings of this study indicate, performance of only one group called “information about the services offered” has found to be higher than 50% and many higher performance rate variables belong to this group. On the other hand, performance of the group called “information about online reservation” is very low. These results indicate that hotel web sites in Turkey have very limited online processing capabilities and mostly as online brochure. It has been also found out that the higher the hotel class the higher the hotel web site capabilities comparing to those of lower classes.

Keywords: Hotels, web site factors, performance.

1. Giriş

İnternetin en yaygın kullanıldığı alanların başında turizm gelmektedir (Middleton ve Clarke, 2008: 158). İnternet; havayolu işletmeciliği, konaklama işletmeciliği, seyahat işletmeciliği, araç kiralama, turizm bölgesi yönetimi, tur operatörlüğü gibi turizmin hemen her alanında yaygın bir biçimde kullanılmaktadır (Kozak, 2006: 272). İşletmenin ve sunduğu ürünlerin tanıtımının yapılabilmesi, rezervasyon ve satın alma işlemlerinin doğrudan gerçekleştirilebilmesi, tüketicilerden geri bildirimlerin alınabilmesi ve ilişkisel pazarlama kapsamındaki bazı uygulamaların gerçekleştirilebilmesi (Gilbert vd., 1999: 37) gibi oldukça geniş uygulama alanları bulunan internet aracılığı ile turizm işletmelerinin pazarlama faaliyetlerini artarak yürüttükleri görülmekte ve yakın gelecekte de bu eğilimin benzer şekilde devam edeceği düşünülmektedir (Law ve Hsu, 2005: 495; Law vd., 2007: 495). Bu nedenle, internetin turizm endüstrisinde, hem alternatif bir iletişim kanalı, hem de alternatif bir dağıtım kanalı olarak oldukça önemli bir konumda bulunduğunu ve gittikçe artan bir oranda varlığını ve önemini hissettirdiğini söylemek mümkündür (Law vd., 2004: 100).

Turizm endüstrisinin en önemli alt sektörlerinden birini oluşturan konaklama işletmeleri, iyi hazırlanmış ve iyi yönetilen bir web sitesine sahip olmakla, yer ve zaman sınırı olmadan küresel bazda tüm tüketicilere, daha uygun maliyetlerle ulaşabilme imkânına kavuşabilmektedirler (Law ve Hsu, 2005: 493). Bu özellik, tüketicilerinin büyük çoğunluğu hizmet verilen tesislerin bulunduğu yerin dışında yaşayan konaklama işletmeleri için önemli bir fırsat anlamına gelmektedir. Bu gibi özelliklerinin de etkisiyle, konaklama işletmelerinin web sitesi hazırlama nedenlerinin başlıcaları arasında, işletme ve sunulan hizmetlerle ilgili bilgi vermek ve yeni müşterilere ulaşmak sayılabilmektedir (Aksu ve Tarcan, 2002: 94). Buna ilâveten konaklama işletmelerinin web siteleri, çevrimiçi sipariş alma, turizmle ilgili yerel sitelerin, ulaşım imkânlarının ve turistik bölgelerin tanıtılması gibi hizmetlerin verilmesi için de alternatif bir araç olarak düşünülebilmektedir (Martin, 2004: 85). Ayrıca, müşterilerle ilişkiler geliştirmek ve sürdürmek için alternatif ve diğer bileşenleri destekleyici bir unsur olarak, ilişkisel pazarlama kapsamında kullanılacak önemli araçlardan birisi olarak kullanılabilir (Gilbert vd., 1999: 37).

Tüketiciler açısından bakıldığında, turizm endüstrisindeki web sitelerinin, internet kullanıcılarının en fazla ilgi gösterdiği kullanım alanlarından olduğu görülmektedir. İnternet kullanıcılarının üçte ikisi, seyahat planı yaparken interneti kullanmakta ve bunların üçte biri de daha sonra satın alımı gerçekleştirmektedir (Law ve Hsu, 2005: 495). Seyahate çıkmayı düşünenlerin büyük çoğunluğu, rezervasyon işleminden önce internet üzerinden araştırma ve fiyat karşılaştırması yapmaktadırlar (Law vd., 2007: 496). Bu durum, konaklama işletmeleri de dâhil olmak üzere turizm endüstrisindeki işletmeler için, tüketicilerin beklentilerine cevap verebilecek

bir web sitesine sahip olmanın ne kadar önemli olduğunun bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Ticari web sitelerinin değerlendirilmelerine odaklanmış çalışmaların oldukça yeni olduğu görülmektedir (Webb ve Webb, 2004: 430; Park vd., 2007: 18-20). Web sitelerinin değerlendirilmesi ile ilgili pek çok yaklaşım geliştirilmeye çalışılmış olmasına rağmen, ticari web sitelerinde sunulan hizmetin başarısını etkileyen faktör ve değişkenlerle ilgili kapsamlı bir yaklaşım üzerinde fikir birliği sağlanamamıştır (Webb ve Webb, 2004: 430; Han ve Mills, 2006: 405). Bu nedenle, konaklama işletmelerinin web sitelerinin değerlendirilmesi kapsamında yürütülen çalışmaların, literatürdeki bu bilgi boşluğunun doldurulmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Web sitesinin tasarımı, uygulaması ve yürütülmesi sürecinde işletme kaynaklarının kullanımı söz konusu olduğu ve bazen bu yatırım çok yüksek boyutlara ulaşabildiği için işletmeler, web sitelerinin başarımlarını takip etmek isteyebilmektedirler (Welling, 2006: 657). Ayrıca, etkenlik ve kullanılabilirliği artırmak için de web siteleri ile ilgili bilgilere ihtiyaç duyulabilmektedir. Fakat herkes tarafından kabul edilmiş, sistematik ve kapsamlı bir web sitesi değerlendirme yöntemi henüz bulunmamaktadır (Merwe ve Bekker, 2003: 330). Bu tür çalışmalar, işletmelerin web sitelerinin başarımlarını ölçme ve etkinliğini artırma açısından hem araştırmacılara hem de uygulayıcılara yol gösterici bilgiler sunabilir. Ayrıca kültürel farklılıkların veya teknolojik gelişmelerin konaklama işletmelerinin web sitelerinde yer verebilecekleri faktörleri değiştirebilmesi (Pfaffenberg ve Burnett, 2007: 54) gibi nedenlerle, farklı ülke ve zaman diliminde gerçekleştirilen bu gibi çalışmaların literatüre ve uygulayıcılara sağlayacağı katkılar da gözardı edilmemelidir.

Yukarıdaki açıklamalar doğrultuda bu çalışmanın ana amacı, konaklama işletmelerinin web sitelerinde yer verilebilecek faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörler açısından Türkiye'deki konaklama işletmelerinin web sitelerinin durumlarının değerlendirilmesi suretiyle, konuyla ilgili literatüre katkı sağlamaktır. Bu ana amaca bağlı olarak, çalışmanın birkaç alt amacı da bulunmaktadır. Çalışmanın alt amaçlarından birincisi, konaklama işletmelerinin web sitelerinde yer verilebilecek faktörlerin güncel olarak belirlenmesidir. Bu kapsamda, ağırlıklı olarak literatür araştırması yöntemiyle elde edilen veriler ışığında konaklama işletmelerinin web sitelerinde yer verilebilecek unsurlar tespit edilerek konuyla ilgili mevcut literatüre daha güncel bilgiler sağlanmaya çalışılmıştır. Çalışmanın ikinci alt amacı ise, önceki amaç doğrultusunda tespit edilen faktörlere dayalı olarak Türkiye'de faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin web sitelerinin durumlarının tespitinin yapılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda, belirlenen faktörlere web sitelerinde yer verilme sıklıkları tespit edilmiş, Türkiye'deki konaklama işletmelerinin web sitelerinin mevcut durumu ortaya çıkarılarak öneriler sunulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın üçüncü ve son

alt amacı ise, çalışmanın hipotezleri kapsamında, konaklama işletmelerinin web sitelerinde bulunabilecek faktörlerin web sitelerinde yer verilme durumunun konaklama işletmelerinin türü ve sınıfına göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmektir.

2. Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinde Yer Verilen Faktörler

İşletmeler web sitelerinde, müşterileri için değerli olduklarına inandıkları faktörlere yer vermelidirler. Bu faktörler, işletme ve sundukları ürünlerle ilgili olanlar başta olmak üzere, işletmenin pazarlama faaliyetlerini tamamlayabilen ve destekleyebilen çok çeşitli bilgi, özellik ve hizmetleri içerebilmektedir. Ticari web sitelerinde bulunması önemsenen faktörler, faaliyet gösterilen sektörler göre değişim gösterebilmektedir. Örneğin bankacılık sektörü için çok önemli görülen bir özellik, iletişim sektöründe o kadar da önemli görülmeyebilir. Buna bağlı olarak farklı sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin sitelerinde kullanılan özellik ve fonksiyonların farklılaşabildiği de görülmektedir (Huang vd., 2006: 533-536). Farklı sektörlerdeki işletmelerin web sitelerindeki bu ayrışmaya rağmen, bazı özelliklerin hemen hemen bütün sektörlerde önemsendiği de görülebilmektedir. Örneğin firma bilgisi, ürün bilgisi, multimedya desteği, şirket erişim bilgileri, çevrimiçi satın alma bilgileri ve müşteri geri bildirimine imkân tanınması gibi özellikler hemen hemen bütün sektörler için önemsenen değişkenler olarak göze çarpmaktadır (Huang vd., 2006: 537). Konaklama işletmelerinin web sitelerinde de, firma bilgisi, ürün bilgisi, erişim bilgileri gibi tüm sektörler tarafından önemsenabilen değişkenlerin yanısıra, çevredeki turistik bölge bilgileri, rezervasyon formu, havayoluyla ulaşım bilgileri gibi konaklama sektöründe daha fazla önemli olabileceğine inanılan değişkenlere de yer verilebilmektedir.

Konaklama işletmelerinin web sitelerinde bulunabilecek faktörlerle ilgili, literatürde çok sayıda araştırmaya rastlanılabilmektedir. Bu araştırmalarda nadiren bir başka araştırmada kullanılan ölçeğin aynen kullanılabilirdiği görülse de, genellikle farklı araştırmalarda kullanılan faktör ve değişkenlerin sayısı ve araştırmanın yaklaşım şekli birbirlerinden farklı olabilmektedir. Ayrıca, incelenen değişkenlerin sayısı çok fazla olabildiği için çalışmaların çoğunda değişkenlerin belirli başlıklar altında toplanarak değerlendirildiği görülmektedir. Bu çalışmalardan bir kısmı aşağıda özetlenmeye çalışılmıştır.

1999 yılında Rachman ve Buchanan tarafından konaklama işletmelerinin web sitelerinde yer verilebilecek unsurlar, önem başarımları analizi yardımıyla incelenmiştir. Çalışmada incelenen konaklama işletmelerinin web sitelerinde yer verilebilecek 59 değişken Tablo 1’de sunulmuştur (Rachman ve Buchanan, 1999: 37).

Tablo 1. Rachman ve Buchanan'ın Çalışmasında Kullanılan Değişkenler

1. Ürün ve hizmetlerle ilgili bilgi	21. Hizmetlerin doluluk kontrolü	43. Seyahat planını kişiselleştirebilme
2. Seyahat planlayıcı hizmetler	22. Yenilikler	44. Etkileyici tasarım
3. Aktiviteler hakkında bilgi	23. Çevrimiçi forum	45. İndirimler
4. Seyahat bilgisi	24. Bölgedeki turistik etkinlikler	46. Yarışmalar
5. Haritalar	25. Basın bülteni	47. Ücretsiz hediyeler
6. Ulaşım bilgisi	26. İstihdam fırsatları	48. E-posta
7. Seyahat rehberi	27. Hisse bilgileri	49. Çevrimiçi rezervasyon
8. Sık sorulan sorular	28. Hava durumu	50. Sayısal imza / şifreleme
9. Önemli telefonlar	29. Döviz kurları	51. Çevrimiçi müşteri desteği
10. Ödeme bilgisi	30. Yerel saat	52. İşlem / sipariş takibi
11. Güvenli çevrimiçi işlem bilgisi	31. Turizm veri tabanında arama	53. Otomatik plan değiştirebilme
12. Garanti ve iade politikası	32. Turizm haberlerini kişiselleştirebilme	54. Sanal araçlara yönelik araçlar
13. Seyahat sigortası bilgisi	33. Multimedya	55. Sanal açık artırma
14. İşletme hakkında bilgi	34. Bilgi sunumunun estetikliği	56. Maliyet düşürücü teklifler
15. İletişim bilgileri	35. Ödüller	57. Bulunulan yere göre farklı teklifler
16. İşletmenin değerlendirme bilgisi	36. Logo ve marka	58. Alışverişle uçuş mili kazanabilme
17. Araştırma sonuçları	37. Üye olunan kuruluşlar	59. Sürpriz indirim ve hediyeler
18. Diğer turizm işletmelerine linkler	38. Akreditasyonlar	
19. Yabancı dil desteği	39. Başarı belgeleri	
20. Ürünlerin fiyatları	40. Özel ürün teklifi	
	41. Web kamerası	
	42. Site içi arama	

Kaynak: Rachman ve Buchanan, (1999: 37).

1996 yılında Murphy ve diğerlerinin yaptığı bir çalışmada, konaklama işletmelerinin web siteleri incelenmiş ve web sitelerinde yer verilen değişkenler kaydedilmiştir. Bu değişkenlerin incelenmesi sonucunda elde edilen, konaklama işletmelerinin web sitelerinde bulunabilecek 32 değişken Tablo 2'de listelenmiştir (Murphy vd., 1996: 75). Karamustafa, Biçkes ve Ulama'nın 2002 yılında yaptıkları çalışmada, Murphy ve diğerleri (Murphy vd., 1996: 75) tarafından tespit edilen ve Tablo 2'de verilen değişkenleri kullanarak Türkiye'deki konaklama işletmelerinin web siteleri değerlendirilmiştir (Karamustafa vd., 2002: 53). Ayrıca çalışmada, konaklama işletmelerinin web sitelerinde bulunabilecek değişkenlerin, elektronik posta, seyahat ile ilgili bilgiler, kendi web adresinin bulunması, rezervasyon yapmaya yönelik bilgiler, çevrimiçi rezervasyon, promosyon uygulamaları ve indirimlerle ilgili bilgiler, diğer konaklama işletmeleri ile bağlantı kurabilme, geri bildirim formu, çevrimiçi ödeme yapabilme, birden fazla yabancı dilde bilgilendirme yapabilme, görsel

ve işitsel özellikler, işletme sahipliği ile ilgili bilgiler, sıkça sorulan sorular ve işgörenlere yönelik bilgiler olmak üzere 14 başlık halinde birleştirilebileceği de ifade edilmiştir (Karamustafa vd., 2002: 55).

Tablo 2. Murphy ve Diğerlerinin Çalışmasında Tespit Edilen Değişkenler

• Genel elektronik posta	• Grup promosyonu
• İlgili bölümlere doğrudan e-posta	• Geri bildirim formu
• Elektronik posta bülteni	• Sık gelen ziyaretçi programı
• Çevrimiçi forum	• Farklı yabancı dil seçenekleri
• Rezervasyon bilgileri	• Belgeleri kopyalama ve görme
• Çevrimiçi rezervasyon sunma	• İstihdam fırsatları
• Çevrimiçi rezervasyon ödeme	• İşitsellik
• Güvenli çevrimiçi ödeme	• Görsellik
• Güvenlik tavsiyeleri	• Hediye sertifikası
• Kendine ait URL ismi	• Ortaklara ve sahiplere yönelik bilgiler
• Seyahat ve ulaşım bilgisi	• Ayın personeli
• Yenilikler kısmı	• Sıkça sorulan sorular
• Özel promosyonlar	• Bağlı kuruluşlara linkler
• Yiyecek-içecek promosyonu	• Zincire bağlı otellerin listesi
• Aile ve çocuk promosyonu	• Bağımsız otellere linkler
• İş seyahati promosyonu	• Başka otel arama

Kaynak: Murphy vd., (1996: 75).

Murphy ve diğerleri (Murphy vd., 1996: 75) tarafından tespit edilen faktörlerin kullanıldığı bir başka çalışmada ise (Chiang, 2003: 41), konaklama işletmeleri web sitelerinde bulunabilecek faktörler, altı başlık altında gruplandırılarak incelenmiştir. Bu gruplar, konaklama işletmelerinin web sitelerinde en sık yer verilen en az yer verilene doğru, temel bilgiler, e-ticaret, promosyonlar, ikincil bilgiler, hizmetler ve teknoloji olarak sıralanabilmektedir. 2002 yılında yapılan bir çalışmada (Doolin vd., 2002: 559); (a) e-posta, (b) resimler, (c) bölgedeki turizm olanakları, (d) ayrıntılı bilgi edinme linkleri, (e) haritalar, uzaklıklar, haberler gibi değer katan özellikler, (f) konaklama, çekimyerleri, aktiviteler ve olaylarla ilgili linkler, (g) web tabanlı sorgu ve sipariş formları, (h) döviz çevirici, elektronik posta kartları, etkileşimli haritalar, indirilebilir materyaller, özel teklifler, misafir defteri ve web kamerası gibi etkileşimli özellikler, (i) sık sorulan sorular, site haritası, site içi arama motorları gibi araçlar yardımıyla çevrimiçi müşteri desteği, (j) çekimyerleri, yeme-içme, alışveriş, olaylar gibi konularda arama yapılabilir veritabanları, (k) konaklama, turlar ve seyahatlerin çevrimiçi rezervasyonu, (l) yabancı dil desteği, multimedya, e-posta ile güncelleme gibi ileri seviye değer katan özellikler, (m) güvenli olmayan çevrimiçi ödeme ve (n) güvenli çevrimiçi ödeme olmak üzere 14 faktöre konaklama işletmelerinin web sitelerinde yer verilmesinin faydalı olabileceği ifade edilmektedir.

Tablo 3. Vrana, Zafiropoulos ve Paschaloudis'in Çalışmasında Kullanılan Değişkenler

Sunulan Hizmetlerle İlgili Bilgiler: Otel sınıfı, yatak sayısı, otelin tanıtımı, otel özellikleri, odalarda sunulan hizmetler, resepsiyon hizmetleri, aktiviteler, lokanta ve toplantı hizmetleri

Erişim Bilgileri: Telefon numarası, adres, e-posta adresi, faks numarası, geri bildirim formu, şikâyet formu, misafir defteri, sık sorulan sorular

Rezervasyon Bilgileri: Rezervasyon formu, fiyat ve doluluğun kontrolü, çevrimiçi/gerçek zamanlı rezervasyon, güvenli ödeme sistemi, oda fiyatları, internet kullanıcılarına özel teklifler, seyahat acenteleri için fiyat, promosyon, grup promosyonu, üyelere özel, ödül para veya mil kazanımı, kabul edilen kartlar, döviz çevirici

Çevredeki Turistik Bölge Bilgileri: Bölgenin tanıtımı, haritalar, uzaklıklar, ulaşım yöntemleri, belli başlı turistik yerlerinin tanıtımı, bölgedeki lokantalar, bölgedeki barlar, bölgedeki alışveriş mekânları, çevredeki işletme bilgileri, hava durumu

Web Sitesi Yönetimi: Fotoğraflar, video, yabancı dil desteği, web tasarımcısı bilgisi, ortaklara yönelik bilgiler, son güncelleme tarihi, sitenin kullanım kuralları, download imkânları, site içi arama imkânı, kullanıcı girişi, internet üzerinden alışveriş, yardım, linkler, paydaşlara bağlantılar, web kamerası

İşletme Bilgisi: İstihdam fırsatları, franchise, işletme hakkında bilgi

İletişim: Basın bülteni, tavsiyeler, ödüller, duyurular, gazete, anket

Kaynak: Vrana vd., (2004: 258-259).

Vrana, Zafiropoulos ve Paschaloudis (2004: 258-259) tarafından yapılan bir çalışmada, konaklama işletmeleri web sitelerinde bulunabilecek faktörler, Tablo 3'te de belirtildiği gibi, 66 özellik ve sunulan hizmetlerle ilgili bilgiler, erişim bilgileri, rezervasyon bilgileri, çevredeki turistik bölge bilgileri, web sitesi yönetimi, işletme bilgisi ve iletişim bilgileri olmak üzere yedi ana grup halinde incelenmiştir. Aynı araştırmacıların Tablo 3'te sunulan 66 değişkenin konaklama işletmelerinde yer verilme sıklığını inceledikleri bir başka araştırmanın sonuçları da Tablo 4'te sunulmuştur (Zafiropoulos vd., 2006: 69-70).

Tablo 4. Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinde Yer

Verilme Sıklığına Göre Değişkenler

En Sık Kullanılanlar: Faks, adres, telefon, otelin tanıtımı, e-posta, sunulan hizmetler, oda özellikleri, fotoğraflar, bölgenin kısa tanıtımı

2. Sıklıkta Kullanılanlar: Yabancı dil desteği, web tasarımcısı, fiyatlar, uzaklıklar, web host

3. Sıklıkta Kullanılanlar: Rezervasyon, harita, aktiviteler, lokanta, bar, paydaşlara linkler, toplantı salonu

4. Sıklıkta Kullanılanlar: Diğer linkler, bölgedeki turistik yerler, resepsiyon hizmetleri, güvenli rezervasyon, video, çevrimiçi doluluk kontrolü, çevrimiçi rezervasyon, özel teklifler.

En Az Yer Verilenler: Tablo 3'teki 66 değişkenin yukarıda sayılmayan 36'sı bu gruptadır.

Kaynak: Zafiropoulos vd., (2006: 69-70).

En sık yer verilenler grubundaki dokuz değişkenin incelenen konaklama işletmelerinin yaklaşık %85 ile %95'inde bulunduğu görülürken, en az yer verilenler grubundaki 36 değişkenin ise en fazla %20 oranında kendilerine yer bulabildikleri görülmektedir. Araştırmada, konaklama işletmelerinin web sitelerinde en sıklıkla sunulan değişken grubunu ağırlıklı olarak sunulan hizmetlerle ilgili bilgilerin ve iletişim bilgilerinin oluşturduğu ve bu gruplar incelendiğinde, birçok işletmede web sitelerinden daha ziyâde çevrimiçi bir broşür gibi faydalanılmaya çalışıldığı tespiti de yapılmıştır.

Tablo 5. Law ve Hsu'nun Çalışmasında Kullanılan Değişkenler

<u>Rezervasyon Bilgileri</u>	<u>Erişim Bilgileri</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Oda fiyatları • Fiyat ve doluluğun kontrolü • Çevrimiçi / gerçek zamanlı rezervasyon • Güvenli ödeme sistemi • Rezervasyonu görebilme ve iptal edebilme • Rezervasyon politikası • Check-in ve check-out zamanı • Rezervasyon telefon numarası • Ödeme seçenekleri • Özel istek formu 	<ul style="list-style-type: none"> • Telefon numarası • Adres • E-posta adresi • Müşteri temsilcisi bilgileri • Faks numarası • Sık sorulan sorular • Geri bildirim formu • Çevrimiçi forum
<u>Sunulan Hizmetlerle İlgili Bilgiler</u> <ul style="list-style-type: none"> • Otele ulaşım haritası • Otel özellikleri • Odalarda sunulan hizmetler • Otel hizmetlerinin fotoğrafları • Otelin tanıtımı • Promosyonlar • Restoranlar • Sık seyahat edenler için programlar • Sanal gezintiler • Toplantı imkânları • İstihdam fırsatları 	<u>Cevredekî Turistik Bölge Bilgileri</u> <ul style="list-style-type: none"> • Ulaşım bilgileri • Havaalanı bilgileri • Bölgenin belli başlı turistik yerlerinin tanıtımı <u>Web Sitesi Yönetimi</u> <ul style="list-style-type: none"> • Sitedeki bilgilerin güncelliği • Web sitesinin yabancı dil desteği • Web sitesinin yüklenme zamanı • Site haritası • Site içinde arama imkânı • İlgili sitelere bağlantılar

Kaynak: Law ve Hsu, (2005: 496).

Zafiroopoulos ve Vrana tarafından 2005 yılında yapılan ve Tablo 3'te sunulan ölçeğin aynen kullanıldığı bir başka araştırmada da, bu ölçekte yer alan değişkenler, etkileşimlilik açısından değerlendirilmiştir. Tablo 3'teki 66 değişken arasından telefon numarası, adres, e-posta adresi, faks numarası, geri bildirim formu, şikayet formu, misafir defteri, sık sorulan sorular, rezervasyon formu, fiyat ve doluluğun kontrolü, çevrimiçi/gerçek zamanlı rezervasyon, döviz çevirici, haritalar, web ka-

merası, download imkanları, site içi arama imkânı, kullanıcı girişi, internet üzerinden alışveriş, yardım, anket olmak üzere 20 değişkenin etkileşimlilik özelliğine sahip olabileceği tespit edilmiştir (Zafiroopoulos ve Vrana, 2005: 236).

Law ve Hsu tarafından yapılan çalışmada (Law ve Hsu, 2005: 496) ise konaklama işletmelerinin web sitelerinde yer verilebilecek değişkenler, sunulan hizmetlerle ilgili bilgiler, rezervasyon bilgileri, erişim bilgileri, web sitesi yönetimi ve çevredeki turistik bölge bilgileri olmak üzere beş ana kategoriye ayrılmış 40 değişkenden oluşan bir ölçek yardımıyla incelenmiştir. Bu çalışmadaki değişkenler Tablo 5'te özetlenmiştir.

Law ve Liang tarafından yapılan bir araştırmada (Law ve Liang, 2005: 69-72), Tablo 5'te verilen değişkenlerin aynen kullanıldığı ve bazı değişkenlerin ana özellik, alt özellikler ve özel özellikler açısından ayrıntılandırıldığı görülmektedir. Konaklama işletmelerinin web sitelerinde yer alabilecek bazı değişkenlerin ayrıntılandırılmış halleri Tablo 6'da örneklendirilmiştir.

Tablo 6. Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinde Yer Alabilecek Bazı Değişkenlerin Detayları

Değişken Adı	Ana Özellik	Alt Özellikler	Özel Özellikler
Oda fiyatları	Farklı oda tiplerinin fiyatları	İnternete özel fiyatlar	Niş market fiyatlaması veya son dakika fiyatları
Rezervasyon politikası	Rezervasyon politikası	Garanti politikası veya iptal politikası	Aile planı veya çocuk planı
E-posta	Kurumsal e-posta adresi	İşletme adına kayıtlı domain üzerinden e-posta	Bölüm / kişilere ait e-posta adresleri
Fotoğraflar	Dış fotoğraflar, oda fotoğrafları, restoran fotoğrafları	Diğer hizmet ve özelliklerin fotoğrafları	Foto galeri
Erişim haritası	Otele erişim haritası	Uzaklık bilgisi, yön bilgisi, otel civarındaki büyük cadde ve yerleşim yerleri	Büyütülebilir harita, haritayı indirebilme

2009 yılında Rong, Li ve Law tarafından yapılan bir başka araştırmada da (Rong vd., 2009: 477) Law ve Hsu'nun araştırmasında kullanılan ve Tablo 5'te verilen değişkenlerin aynen kullanıldığı görülmektedir. SOM (*Self Organizing Maps – Özdüzenleyici Haritalar*) yöntemiyle değişkenlerin önemlerinin incelendiği araştırmada, web sitelerindeki bu beş değişken grubundan sırasıyla, rezervasyon bilgisi, otel ve oda özellikleri ve iletişim bilgisi gruplarının daha önemli görüldüğü, çevresel bilgiler ve web sitesi yönetimi kategorilerinin ise daha az önemli görüldüğü tespit edilmiştir. Ayrıca önem algılamalarında farklı kültürler arasında bazı küçük farklılıkların görülebildiği de bildirilmiştir.

Tablo 7. Boisvert ve Caron'un Çalışmasında Kullanılan Ölçek

<p>Güvenlik: Güvenli giriş, güvenlik sertifikası, güvenli ödeme</p> <p>Saygı: Kişisel bilgilerin gizlilik politikası, e-posta listelerinin gizliliği, çerez kullanımı</p> <p>Akreditasyon: İçeriğin, müşteri memnuniyetinin ve uyumluluğun sertifikalandırılması</p> <p>Tanımlama: İşletme logosu, adres, telefon, işletmenin kısa tanıtımı, elektronik adres, sunulan hizmetlerin yerleri, alt birimler</p> <p>İmaj: Başkanın mesajı, misyon, vizyon, basın bülteni, basında biz, üye olunan birlik ve dernekler, iş ortakları, iş ortaklarına linkler, sos yal, ekolojik ve çevresel hedefler, sponsorluklar</p> <p>Uzmanlık: Başarı belgeleri, çalışanların mesajları, ödüller, ISO vb akreditasyonlar, markalar</p> <p>Hizmetler: Sunulan hizmetler, hizmet noktaları</p> <p>Dış reklam: Başka işletmelerinin reklamları</p> <p>Müşteri bağlılığı: Kişiselleştirilmiş müşteri profili, müşteri araştırması, yarışmalar, oyun</p>	<p>Sözleşme: Ürün fiyatları, ödeme için kullanılan para birimi, döviz kurlarına linkler, para birimi seçimi, paketleme ücreti, vergiler, satış koşulları, ödeme ile ilgili koşullar, garanti koşulları, iptal ve değişim politikası</p> <p>İşlem: çevrimiçi satınalma ve ödeme opsiyonları</p> <p>Gezinebilirlik: Site haritası, gezinti menüsü, sayfa değiştirebilme, takip edilen yol, web desteği, site içi arama ve diğer gezinebilirlik bileşenleri</p> <p>Müşteri hizmetleri: Çevrimiçi fiyat teklifi, profesyonel yardım, teknik destek, müşteri hizmetleri, işlem geçmişi, işlem takibi, sınıflandırılmış reklamlar</p> <p>Yatırımcılar: Finansal raporlar, finansal indikatörler, üçüncü kişilerce yapılan analizler, hisse işlemleri</p> <p>Takip: Sık sorulan sorular, tartışma grupları</p> <p>İç ilişkiler: Kariyer fırsatları, yetenek profilleri, açık işlerin koşulları, çalışanların tanıtımı, intranete erişim</p> <p>İş ortakları: Extranet erişimi, distribütör kullanımı</p>
---	---

Kaynak: Boisvert ve Caron, (2006: 178).

2006 yılında yapılan bir araştırmaya göre ticari web sitelerinde bulunabilecek 70'in üzerinde değişken, güvenlik, saygı, müşteri sadakati, tanımlama, imaj, uzmanlık, hizmetler, dış reklam, akreditasyon, sözleşme, işlem, gezinebilirlik, müşteri hizmetleri, yatırımcılar, takip, iç ilişkiler ve iş ortakları olmak üzere 17 ana grup halinde incelenmiştir. Bu değişken ve gruplar Tablo 7'de gösterilmiştir (Boisvert ve Caron, 2006: 178).

Seock ve Norton (2006)'un çevrimiçi giyim pazarlaması yapan sitelerle ilgili olarak gerçekleştirdikleri bir araştırmada, web sitelerinde yer verilebilecek unsurların, ürün bilgisi, müşteri hizmetleri, gizlilik/güvenlik, gezinilirlik ve ses desteği olmak üzere beş ana grupta incelendiği görülmektedir (Seock ve Norton, 2006: 546). Bu gibi farklı sektörlerle ilgili çalışmalarda belirtilen unsurların tamamının bir konaklama işletmesinin web sitesinde bulunması mümkün olmamakla beraber, ürün fotoğrafları ve fiyat bilgisi gibi birçok unsurun her iki sektörde de kullanılabileceği düşünülebilmektedir.

2008 yılında yapılan bir araştırmada konaklama işletmelerinin web sitelerinde bulunabilecek 47 değişken, altı grupta toplanarak incelenmiştir. Tablo 8’de de listelenen bu grupların, web sitelerinin kalite boyutlarında da bahsedilen gezinebilirlik, eğlenilirlik, güven, kişiselleştirme, bilgi kalitesi ve cevap alınabilirlik boyutlarından oluştuğu görülmektedir (Nusair ve Kandampully, 2008: 12-13).

Tablo 8. Nusair ve Kandampully’nin Çalışmasında Kullanılan Değişkenler

<u>Gezinebilirlik:</u>	<u>Bilgi Kalitesi:</u>	<u>Güven:</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Site haritası • Son dakika teklifleri • Site içi arama • Sık sorulan sorular • Site haritası • Markaya göre arama 	<ul style="list-style-type: none"> • İşletme bilgisi • İşletme tarihçesi • Etik kurallar • Geri bildirim • Tedarikçiler • Yatırımcı ilişkileri • Basın bülteni • Önceki müşterilerin görüşleri • Müşteri desteği (E-posta, telefon veya faks ile) • Döviz çevirici • Otel özellikleri • Oda özellikleri • Uçuş bilgisi • Havaalanı bilgisi • Hava durumu • Seyahat uyarıları • Uçuş rezervasyonu • Koltuk uygunluğu 	<ul style="list-style-type: none"> • Güvenlik politikası • Kullanım koşulları • Üyelik programları • Güvenlik sertifikası • Casus yazılım politikası • Düşük fiyat garantisi
<u>Eğlenilirlik:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Flash giriş • Arkaplan müziği • Zoom fonksiyonu • Sanal tur • Oda resimleri • Video • Uygun font büyüklüğü • Grafik arayüz 		<u>Kişiselleştirme:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Tavsiyeler • Önerilen paketler • E-posta ile teklif • Grup otel rezervasyonu • Grup uçuş rezervasyonu <u>Cevap Alınabilirlik:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Ana sayfa yükleme süresi • Site içi aramanın süresi • Müşteri başvurusuna cevap süresi • Rezervasyon iptali

Kaynak: Nusair ve Kandampully, (2008: 12-13).

Bayram ve Yaylı (2009) tarafından yapılan bir araştırmada, konaklama işletmeleri web sitelerinde bulunabilecek değişkenler ana gruplara ayrılmadan; Tablo 9’daki gibi 50 değişken halinde incelenmiştir. Bu değişkenlerden, konaklama işletmelerinin web sitelerinde en çok yer verilenlerin sırasıyla; oda ve otel resimleri, siteye kolay ulaşım (com veya com.tr uzantılı adres), iletişim bilgisi, hareketsiz resim, ulaşım bilgisi, çoklu dil seçeneği, ana sayfaya kolay ulaşım (alt sayfalardan ana sayfaya köprü), kullanışlı menü ve belgeleri indirebilme olduğu belirtilmektedir. Benzer şekilde konaklama işletmelerinin web sitelerinde en az yer bulabilen özelliklerin ise sırasıyla; döviz çevirici, döviz bilgisi, sık sorulan sorular, farklı ödeme seçenekleri, rezervasyon hattı, oyun veya e-kart gibi eğlence, arama motoru, yardım menüsü, üyelik imkânı ve son güncelleme tarihi olduğu tespit edilmiştir (Bayram ve Yaylı, 2009: 368).

Tablo 9. Bayram ve Yaylı'nın Araştırmasında Kullanılan Değişkenler

• Kullanışlı Menü	• Yenilik Duyurusu	• Manşet Reklâm
• Hızlı İndirme	• Çevrimiçi Misafir Defteri	• Üyelik İmkânı
• Siteye Kolay Ulaşım	• Eğlence	• Araç Kiralama Bağlantıları
• Ekran Kişiselleştirme	• Site Haritası	• Bağlı Kuruluş Bağlantıları
• Ana Sayfanın Ekranı Kaplaması	• Dil Seçeneği	• Havayolu Bağlantıları
• Sistemin Hızlı Açılması	• Ulaşım Bilgisi	• Kültür ve Sanat Bağlantıları
• Ana Sayfaya Kolay Ulaşım	• Otelin Harita Gösterimi	• Yiyecek-İçecek Bağlantıları
• E-Posta İle Rezervasyon	• Hava Durumu Bilgisi	• Hakkımızda
• Çevrimiçi Rezervasyon	• Döviz Bilgisi	• Kariyer Bilgisi
• Çevrimiçi Ödeme	• Döviz Çevirici	• Kullanım Koşulları
• E-Posta Bülteni	• Fiyat Bilgisi	• Güvenlik Ve Gizlilik Bilgisi
• Promosyon	• Farklı Dillerde Fiyat Bilgisi	• İletişim Bilgisi
• Otel Resimleri	• Yerel Bölge Bilgisi	• Yardım Menüsü
• Oda Resimleri	• Arama Motoru	• Sık Sorulan Sorular
• Hareketli Resimler	• Aktivite Takvimi	• Geri Bildirim Formu
• Hareketsiz Resimler	• Güncelleme Tarihi	• Rezervasyon Hattı
• Otel Videosu		• Birimlerin E-Postaları

Kaynak: Bayram ve Yaylı, (2009: 379).

Yukarıda özetlenen çalışmalardan da görüldüğü üzere, konaklama işletmeleri web sitelerinde yer alabilecek özellik ve hizmetler oldukça fazla sayıdadır. Bu geniş seçenekler içerisinden pazarlama açısından en doğru bileşene ulaşmak oldukça ciddi bir problemdir. Üstelik teknolojik gelişmeler bu problemi azaltmamakta, aksine yeni boyut ve özellikleri gündeme getirerek çözümü daha da zorlaştırmaktadır (Pfaffenberg ve Burnett, 2007: 54). Bu kapsamda, sektörel özelliklerin ve teknolojik gelişmelerin de dikkate alınarak, tüketici değerlendirmelerinin ön planda tutulduğu çalışmalara sürekli ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışmalar, uygulayıcılara ve daha sonraki araştırmalara yol gösterebilecek önemli sonuçlar üretebilir.

3. Araştırma Sonuçları

3.1. Araştırmanın Yöntemi

Literatür taraması sonucunda, tüketicilerin konaklama işletmelerinin web sitelerinde önemseyebilecekleri çok sayıda faktör ve değişken olduğu tespit edilmiştir. Bu sayının oldukça fazla olması nedeniyle, bu değişkenler titiz bir inceleme sonucunda, birbirine çok benzer olanlar aynı kavram altında birleştirilerek toplam 80 değişken tespit edilmiştir. Tamamının benzer özelliklerde olmaması nedeniyle tek başlık altında değerlendirme yapılmasının oldukça güç olduğu görülen bu de-ğiş-

kenlerin, literatür uygunluğu açısından, birbirine benzer olanlarının çeşitli başlıklar altında toplanarak incelenmesinin bazı kolaylık ve faydalar sağlayabileceği değerlendirilmiş ve çalışmada kullanılan değişkenlerin hangi ana başlıklar altında toplanmasının daha faydalı olabileceği araştırılmıştır. İncelenen çalışmalardan Law ve Hsu'nun 2005 yılında kullandığı gruplama yönteminin konuya en uygun ve kapsamlı sınıflandırma olduğu tespit edilmiş, ilgili çalışmada bulunmayan değişkenler de "işletme bilgileri" grubuna dahil edilerek 80 değişken, rezervasyon bilgileri, sunulan hizmetlere ilişkin bilgiler, erişim bilgileri, çevredeki turistik bölge bilgileri, web sitesi yönetimine ilişkin bilgiler ve işletme bilgileri şeklinde altı grupta değerlendirme formuna yerleştirilmiştir.

Türkiye'de faaliyet gösteren konaklama işletmelerinden veri toplama sürecinde uygulama yöntemi olarak içerik analizi tekniği seçilmiş, hazırlanan değerlendirme formları, belirlenen örneklem üzerinde uygulanarak veriler elde edilmiş, elde edilen veriler bilgisayara girilerek gözden geçirilmiş ve analize hazır hale getirilmiştir.

3.1.1. Araştırmanın Değişkenleri ve Hipotezi

Araştırmanın değişkenleri, yukarıda da ifade edildiği şekliyle konaklama işletmelerinin web sitelerinde yer verilen faktörler ile konaklama işletmesinin türü, sınıfı ve coğrafi konumundan oluşmaktadır.

Literatürde yer alan, daha üst sınıftaki konaklama işletmelerinin başarımlarının daha yüksek olduğu bilgisi de araştırmada test edilmiştir. Bu kapsamda, konaklama işletmelerinin web sitelerinde yer verilen faktörlerin bağımlı, konaklama işletmesinin türü ve sınıfının da bağımsız değişken olarak kullanılması suretiyle aşağıda belirtilen alternatif hipotez test edilmiştir:

H₁: Web sitelerinin başarımları, konaklama işletmelerinin türü ve sınıfı konumuna göre birbirlerinden farklılık göstermektedir.

3.1.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Konaklama işletmelerinin web sitelerine yönelik birincil verilerin toplandığı uygulamaların örneklem çerçevesi, Türkiye'de faaliyet gösteren Kültür ve Turizm Bakanlığı turizm işletme belgeli konaklama işletmeleri olarak belirlenmiştir. Tablo 10'da belirtildiği üzere, Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre, Türkiye'deki turizm işletme belgeli konaklama işletmelerinin toplam sayısı 2.566'dır. Bu nedenle, çalışmanın ana kütesinin büyüklüğü 2.566 olarak belirlenmiştir.

Tablo 10. Türkiye’deki Kültür ve Turizm Bakanlığı İşletme Belgeli Konaklama İşletmelerinin Tür ve Sınıflarına Göre Dağılımı

Konaklama İşletmesinin Türü	Sınıfı	İşletme Belgeli Tesis Sayısı
Oteller	5 Yıldızlı	267
	4 Yıldızlı	471
	3 Yıldızlı	645
	2 Yıldızlı	616
	1 Yıldızlı	91
Tatil Köyleri	1. Sınıf	66
	2. Sınıf	20
Moteller	1. Sınıf	1
	2. Sınıf	8
Termal Oteller		13
Özel Belgeli Oteller		170
Apart Oteller		102
Pansiyonlar		63
Kampingler		6
Oberjler		1
Golf Tesisleri		1
Turizm Kompleksleri		2
Eğitim ve Uygulama Tesisleri		1
B Tipi Tatil Sitesi		2
Butik Otel		9
Çiftlik Evi		1
Dağ Evi		1
Toplam		2.566

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı web sitesi, Erişim Tarihi: 23.01.2010.

Ana kütleyi oluşturan işletmelerin tamamının isim ve web adreslerinin elde edilmesine çalışılmış, fakat mevcut veri tabanı çerçevesinde talebin yerine getirilemediği gerekçesiyle ilgili bakanlıktan olumsuz cevap alınmıştır. Meslek odalarının veri tabanlarında da sadece ilgili odaya kayıtlı işletmelerinin bulunması nedeniyle, çalışmanın örneklem çerçevesinde yer alan işletmelerin tamamının listesinin elde edilmesi mümkün olmamıştır. Bundan dolayı, araştırmada ihtimalli örnekleme kullanılamamış ve ihtimalsiz örnekleme tekniklerinden kolayda örnekleme yöntemiyle elde edilen konaklama işletmelerinin web siteleri incelenmiştir.

Kullanılan örnek kütlenin temsil gücünü artırmak için çalışmada, kota örnekleme kullanılamamasına karar verilmiştir. Tabakalı örnekleme yönteminin tesadüfi olmayan biçimi olan kota örnekleme (Altunışık ve diğerleri 2007, 133) kapsamında, Tablo 10’daki verilere göre 22 farklı tür ve sınıftaki konaklama işletmesinin kendi içinde homojen birbirleri arasında heterojen ve makul sayıda gruba ayrılması için bir çalışma yapılmıştır. Bu kapsamda Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Nite-

liklerine ilişkin Yönetmeliğinde belirtilen özellikler incelendiğinde, 4 ve 5 yıldızlı oteller ile 1. sınıf tatil köylerinin bir grupta, 2 ve 3 yıldızlı tatil köylerinin de bir başka grupta yer almalarının uygun olabileceği düşünülmüştür. Diğer tüm konaklama işletmelerinin toplam sayısının bu iki gruptaki işletme sayılarından daha az olduğu ve birbirleriyle bazı benzer özelliklere sahip oldukları için bu işletmeler de üçüncü bir grupta toplanmış ve aşağıdaki tabloda da belirtilen bir gruplandırmanın uygun olacağı sonucuna varılmıştır.

Tablo 11. Konaklama İşletmelerinin İncelenmesinde Kullanılan Grupların Tanımları

Grup İsmi	Grubun Tanımı
1. Grup	4 ve 5 yıldızlı oteller ve 1. sınıf tatil köyleri
2. Grup	2 ve 3 yıldızlı oteller
3. Grup	Diğer konaklama işletmeleri

Sosyal bilimler alanındaki araştırmalarda genellikle, %95 güven aralığı ve %5'lik hata düzeyi yeterli görülebilirken, araştırmada örneklem çerçevesinin daha iyi temsil edilebilmesi için bu değerlerle yetinilmemiş, zaman ve işgücü gibi kaynakların da izin vermesi sayesinde, daha sağlıklı sonuçlar elde edilebilmesi amacıyla ana kütledeki konaklama işletmelerinin %25'ine ulaşılması hedeflenmiştir. Ayrıca, kota örnekleme sürecinde, her gruptan alınacak örnek sayısının, ilgili grubun ana kütle içindeki ağırlığına göre hesaplanmasına (Nakip 2003, 220) özen gösterilmiştir. Bu kapsamda toplam 2.566 konaklama işletmesi, birinci gruptan 201, ikinci gruptan 316 ve üçüncü gruptan da 126 örnek alınarak toplam 643 işletme ile temsil edilmiştir. Web sitelerinden verilerin toplanması, Temmuz ve Aralık 2009 ayları arasında gerçekleştirilmiştir.

Tablo 12. Konaklama İşletmelerinin Gruplarından Alınan Örnek Sayıları

Grup İsmi	Gruptaki Tesis Sayısı	Gruptan Alınan Örnek Sayısı
1. Grup	804	201
2. Grup	1261	316
3. Grup	501	126
Toplam	2.566	643

3.1.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırma, örneklem çerçevesi açısından Türkiye'de faaliyet gösteren Kültür ve Turizm Bakanlığı işletme belgeli olan işletmelerle, örnek hacmi açısından 643 işletmeyle, incelenen faktörler açısından konaklama işletmelerinin web sitelerinde yer verilebilecek faktörlerle sınırlandırılmış olup, web sitesinin tasarımıyla ilgili

nitel özellikler ve web sitesinden sunulan hizmetin kalitesi gibi unsurlar kapsam dışında bırakılmıştır. Konaklama işletmelerinin kapsamlı bir listesinin elde edilememesi, ihtimalli örnekleme yöntemlerinin kullanılmasını imkânsız hale getirmiştir. Ayrıca, araştırmanın veri toplama işlemi 2009 yılının ikinci yarısında yapılmıştır. Bu nedenle çalışma sürecinde elde edilen veriler, ana kütleli ağırlıklı olarak bu zaman dilimindeki örnekleme temsil edebilmektedir.

3.2. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bu kısmında, Türkiye’deki konaklama işletmelerinin web sitelerinden elde edilen bulguların sunumu ve değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu kapsamda, web siteleri incelenen konaklama işletmelerinin genel özellikleri ve konaklama işletmelerinin web sitelerinde bulunabilecek faktörlerin başarımları ile ilgili olarak elde edilen bulgular ve bu bulguların analizleri sunulmuştur.

3.2.1. Web Siteleri İncelenen Konaklama İşletmelerinin Genel Özellikleri

Örnekleme kapsamında yer alan konaklama işletmelerinin genel özellikleri Tablo 13’te sunulmuştur. Tabloda konaklama işletmelerinin sınıfları, faaliyet gösterdikleri şehirler ile şehir içi veya dışında faaliyet göstermeleriyle ilgili bilgiler bulunmaktadır.

Tablo 13. Örnekleme Yer Alan Konaklama İşletmelerinin Genel Özellikleri

Grup (Tür ve Sınıfa Göre)	n	%	Şehir	n	%
1. Grup	201	31,3	Antalya	177	27,5
2. Grup	316	49,1	İstanbul	91	14,2
3. Grup	126	19,6	Muğla	88	13,7
Toplam	643	100,0	Balıkesir	37	5,8
Konum	n	%	İzmir	31	4,8
Şehir İçi	183	28,5	Mersin	24	3,7
Şehir Dışı	460	71,5	Diğerleri	195	30,3
Toplam	643	100,0	Toplam	643	100,0

3.2.2. Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinde Bulunabilecek Faktörlerin Başarımları

Araştırmanın bu kısmında, konaklama işletmelerinin web sitelerinde bulunabilecek faktörlerin başarımları ile ilgili bulgular, önce altı ana grup halinde, daha sonra da bütünsel olarak sunulmuştur. Konaklama işletmelerinin web sitelerinin içerik analizi sürecinde, her bir faktörün web sitelerinde yer verilip verilmediği tespit edilmiş, sonrasında örnekleme kapsamındaki web sitelerinin yüzde kaçında incelenen

faktörün bulunduğu hesaplanmıştır. Bu nedenle, başarımları oranı %100'e yaklaştıkça başarımın arttığı, sifira yaklaştıkça da azaldığı anlamına gelmektedir.

Rezervasyon bilgileri kapsamındaki değişkenlerin başarımları Tablo 14'te verilmiştir. Genel başarımlar ortalaması %14,71 gibi oldukça düşük bir seviyede bulunan grupta yer alan değişkenlerden "online rezervasyon" %73 başarımları oranı ile en yüksek, "ücretsiz hediyeler" ve "hediye sertifikası verme / kullandırma" ise %1 civarı oranıyla en düşük başarımlara sahip değişkenler olarak görülmektedir. Bu gruptaki değişkenlerin sadece birisinin başarımları %50'nin üzerinde iken, 22 değişkenin dokuzunun başarımları %10'un altında kalmıştır.

Tablo 14. Rezervasyon Bilgileri Kapsamındaki Değişkenlerin Başarımları

Değişkenler	N	Değişkenin Bulunduğu Web Sitesi Sayısı	Başarımları Yüzdesi (%)
Online rezervasyon	643	467	73
Oda fiyatlarının sitede yayınlanması	643	250	39
Özel istek formu	643	166	26
Check-in ve check-out saatleri	643	114	18
İstenilen tarihteki doluluğun kontrolü	643	109	17
Rezervasyonu görebilme ve iptal edebilme	643	104	16
Rezervasyon politikasının sitede bulunması	643	100	16
Güvenli ödeme sistemi	643	95	15
İnternet üzerinden grup rezervasyonun yapılabilmesi	643	87	14
Gizlilik politikasının sitede bulunması	643	84	13
Web sitesinin kullanım koşulları	643	78	12
Alternatif ödeme seçenekleri sunma	643	73	11
Online satın alma	643	71	11
Online ödeme için güvenlik tavsiyeleri	643	60	9
İndirimler	643	55	9
Garanti ve iade politikasının sitede bulunması	643	53	8
Özel ürün teklifi	643	33	5
Döviz kurları	643	32	5
Kişiyeye özel paket teklifi	643	20	3
Döviz çevirici	643	15	2

Ücretsiz hediyeler	643	9	1
Hediye sertifikası verme / kullandırma	643	6	1
Grup Ortalaması	643		14,71

Tablo 15'ten de görülebileceği üzere, sunulan hizmetlere ilişkin değişkenler %60 civarındaki genel başarımlar ortalaması ile başarımları en yüksek grubu oluşturmaktadır. Gruptaki değişkenlerden “otelin fotoğrafları” (%98) neredeyse incelenen konaklama işletmelerinin tamamının web sitelerinde bulunmakta, “otelin genel mahallerinin web-kamerası ile internetten izlenebilmesi” (%1) değişkeni ise birçok web sitesinde bulunmamaktadır. Ayrıca, gruptaki 11 değişkenin yedisinin başarımlar ortalamasının %50'nin üzerinde olduğu, buna karşın sadece birinin başarımlarının %10'un altında kaldığı görülmektedir.

Tablo 15. Sunulan Hizmetlere İlişkin Bilgiler Kapsamındaki Değişkenlerin Başarımları

Değişkenler	N	Değişkenin Bulunduğu Web Sitesi Sayısı	Başarımlar Yüzdesi (%)
Otelin fotoğrafları	643	629	98
Otelin genel tanıtımı	643	616	96
Odalarda sunulan hizmetlerin fotoğrafları	643	603	94
Sunulan diğer hizmetlerin fotoğrafları	643	573	89
Odalarda sunulan hizmetler	643	570	89
Yiyecek ve içecek hizmetleri	643	413	64
Sunulan diğer hizmetler	643	402	63
Otelde sunulan rekreasyonel program ve faaliyetlere yönelik bilgiler	643	235	37
Hareketli görüntü (video) desteği	643	104	16
Sanal gezinti imkânı	643	92	14
Otelin genel mahallerinin web-kamerası ile internetten izlenebilmesi	643	9	1
Grup Ortalaması	643		60,03

Erişim bilgileri kapsamındaki değişkenlerin başarımları Tablo 16'da sunulmuştur. Genel başarımlar ortalaması %37 civarında bulunan grupta yer alan değişkenlerden “telefon numarası” ve “adres” seçeneklerinin %99 oranında başarımlar gösterdiği görülmektedir. Grupta yer alan değişkenler daha ziyade her iki uçta yoğunlaşmakta ve gruptaki 14 değişkenin dördü %90'ın üzerinde, altısı da %10'un altında başarımlar ortalamasına sahip bulunmaktadır. İşletmeden kullanıcıya doğru tek yönlü

bilgi veren özellikteki değişkenlerin başarımlarının yüksek, etkileşimlilik özelliğine sahip olanların ise başarımlarının düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 16. Erişim Bilgileri Kapsamındaki Değişkenlerin Başarımları

Değişkenler	N	Değişkenin Bulunduğu Web Sitesi Sayısı	Başarım Yüzdesi (%)
Telefon numarası	643	634	99
Adres	643	634	99
Faks numarası	643	611	95
E-posta adresi	643	602	94
Otele ulaşım haritası	643	337	52
Geri bildirim formu	643	218	34
Ziyaretçi defteri	643	123	19
Duyurular	643	69	11
Müşteri temsilcisi ile karşılıklı online görüşme imkânı	643	48	7
Daha önceki müşterilerin değerlendirmeleri	643	45	7
Online anket	643	24	4
Sıkça sorulan sorular	643	22	3
Müşteri temsilcisi bilgileri	643	15	2
Online forum	643	10	2
Grup Ortalaması	643		37,68

Çevredeki turistik bölge bilgileri kapsamındaki değişkenlerin başarımları Tablo 17’de verilmiştir. Genel başarımlar ortalaması %26 civarında bulunan grupta, “bölgeye ve otele ulaşım bilgileri”nin %70 gibi yüksek, “yerel saat” ve “bölgedeki diğer otellere bağlantılar” değişkenleri ise %7 civarındaki düşük başarımlar ortalamalarına sahip buldukları görülmektedir.

Tablo 17. Çevredeki Turistik Bölge Bilgileri Kapsamındaki Değişkenlerin Başarımları

Değişkenler	N	Değişkenin Bulunduğu Web Sitesi Sayısı	Başarım Yüzdesi (%)
Bölgeye ve otele ulaşım bilgileri	643	450	70
Bölgenin turistik yerlerinin tanıtımı / Gezi rehberi	643	322	50
Otelin belli başlı merkezlere uzaklığı	643	243	38
Hava durumu	643	133	21
Diğer seyahat/turizm sitelerine bağlantılar	643	67	10

Bölgede gerçekleştirilen etkinlikler hakkında bilgi	643	62	10
Yerel saat	643	54	08
Bölgedeki diğer otellere bağlantılar	643	42	07
Grup Ortalaması	643		26,69

Web sitesi yönetimine ilişkin bilgiler kapsamındaki değişkenlerin başarımları Tablo 18’de verilmiştir. %29 civarında bir genel başarımlar ortalamasına sahip olan grupta, “internet adresinin otel adına kayıtlı olması” değişkeni %90’ın üzerinde, “web sitesinin kişiselleştirilebilmesi” ve “yardım” değişkenleri de %1 civarında başarımlar oranlarına sahiptirler.

Tablo 18. Web Sitesi Yönetimine İlişkin Bilgiler Kapsamındaki Değişkenlerin Başarımları

Değişkenler	N	Değişkenin Bulunduğu Web Sitesi Sayısı	Başarımlar Yüzdesi (%)
İnternet adresinin otel adına kayıtlı olması	643	600	93
Web sitesinin yabancı dil desteği	643	464	72
Web tasarımcısının belirtilmesi	643	271	42
Web sitesine girişte animasyon kullanılması	643	218	34
Web sitesinin yayımlandığı sunucunun sitede belirtilmesi	643	207	32
Belgeleri kopyalama ve indirme	643	174	27
Arkaplan müziği	643	143	22
Promosyonların kayıtlı mail adreslerine gönderilebilmesi	643	74	12
Site haritası	643	51	8
Site içinde arama imkânı	643	21	3
Web sitesinin kişiselleştirilebilmesi	643	9	1
Yardım	643	7	1
Grup Ortalaması	643		29,02

Tablo 19’dan da görülebildiği gibi, işletme bilgileri kapsamındaki değişkenler, %6 civarındaki genel başarımlar ortalaması ile başarımlar en düşük grubu oluşturmaktadır. Grupta %20’nin üzerinde başarımlar sahip değişken bulunmazken, 13 değişkenden onunun başarımlar oranının %10’un altında olduğu ve “ayın personeli” değişkeninin örneklemden 643 web sitesinin sadece birinde yer aldığı görülmektedir.

Tablo 19. İşletme Bilgileri Kapsamındaki Değişkenlerin Başarımları

Değişkenler	N	Değişkenin Bulunduğu Web Sitesi Sayısı	Başarım Yüzdesi (%)
Şirketin tanıtımı (isim, kurucu, kuruluş yılı vs.)	643	119	19
Şirketin tarihçesi	643	72	11
İşletme veya web sitesinin kazandığı başarı belgeleri ve ödüller	643	62	10
Önemli organizasyon veya kuruluşlara üyelikler	643	56	9
Basın bülteni	643	44	7
Vizyon ve misyon	643	41	6
İşletmenin akreditasyonuna ilişkin bilgiler (ISO vb.)	643	39	6
Ortaklara ve sahiplere yönelik bilgiler	643	39	6
İstihdam fırsatları	643	26	4
Uyulan ticari etik kuralların deklarasyonu	643	21	3
Müşteri araştırması veya benzeri diğer araştırma sonuçları	643	13	2
Tedarikçilerin sitede yayınlanması	643	5	1
Ayın personeli	643	1	0
Grup Ortalaması	643		6,44

Araştırmada kullanılan 80 değişkenin ait olduğu altı ana faktör grubunun başarımları Tablo 20’de sunulmuştur. Bu gruplardan “sunulan hizmetlere ilişkin bilgiler”in (%60,03) dışındaki beş grubun başarımlarının %50’nin altında bulunduğu, “işletme bilgileri”nin de %6,44 gibi oldukça düşük bir başarımla sahip bulunduğu görülmektedir. Başarımları en yüksek ve en düşük iki grup arasında 10 kat civarında bir fark bulunması dikkat çekicidir.

Tablo 20. Altı Ana Faktör Grubunun Başarım Ortalamaları

Faktör Grupları	N	Başarım Ortalaması
Sunulan Hizmetlere İlişkin Bilgiler	643	60,03
Erişim Bilgileri	643	37,68
Web Sitesi Yönetimine İlişkin Bilgiler	643	29,02
Çevredeki Turistik Bölge Bilgileri	643	26,69
Rezervasyon Bilgileri	643	14,71
İşletme Bilgileri	643	6,44

Konaklama işletmelerinin web sitelerinde yer verilebilecek değişkenler, gruplara ayrılmadan bütün olarak incelenerek, başarıyı en yüksek ve en düşük onar değişken Tablo 21 ve Tablo 22’de sunulmuştur. Otelin fotoğraflarının veya genel tanıtımının yapılması gibi konaklama işletmesini genel olarak tanıtılabilecek ve adres, telefon numarası, faks numarası gibi bilgilerle potansiyel tüketicilerin konaklama işletmesine erişmelerini sağlayabilecek değişkenlere web sitelerinin büyük bir çoğunluğunda yer verildiği görülmektedir. En düşük başarıya sahip değişkenlerde ise belli gruplarda toplanma görülmemektedir. Bu nedenle, en yüksek başarıya sahip değişkenlerin genellikle erişim bilgileri ve sunulan hizmetlere ilişkin bilgiler kapsamındaki değişkenlerden oluştuğu, en düşük başarıya sahip değişkenlerin ise bütün gruplarda varolduğu söylenebilir.

Tablo 21. En Yüksek Başarıya Sahip On Değişken

Değişkenler	N	Değişkenin Bulunduğu Web Sitesi Sayısı	Başarım Yüzdesi (%)
Telefon numarası	643	634	99
Adres	643	634	99
Otelin fotoğrafları	643	629	98
Otelin genel tanıtımı	643	616	96
Faks numarası	643	611	95
Odalarda sunulan hizmetlerin fotoğrafları	643	603	94
E-posta adresi	643	602	94
İnternet adresinin otel adına kayıtlı olması	643	600	93
Sunulan diğer hizmetlerin fotoğrafları	643	573	89
Odalarda sunulan hizmetler	643	570	89

Tablo 22. En Düşük Başarıya Sahip On Değişken

Değişkenler	N	Değişkenin	Başarım
-------------	---	------------	---------

		Bulunduğu Web Sitesi Sayısı	Yüzdesi (%)
Döviz çevirici	643	15	2
Müşteri araştırması veya benzeri diğer araştırma sonuçları	643	13	2
Online forum	643	10	2
Ücretsiz hediyeler	643	9	1
Web sitesinin kişiselleştirilebilmesi	643	9	1
Otelin genel mahallerinin web-kamerası ile internetten izlenebilmesi	643	9	1
Yardım	643	7	1
Hediye sertifikası verme / kullandırma	643	6	1
Tedarikçilerin sitede yayınlanması	643	5	1
Ayın personeli	643	1	0

Tablo 20'deki ana faktör grubunun başarımlarına bakıldığında, (a) "sunulan hizmetlere ilişkin bilgiler" in (%60,03) diğer faktörlere göre daha yüksek, "rezervasyon bilgileri" nin ise (%14,71) diğer faktörlere göre daha düşük olması ve (b) Tablo 21'deki başarımları en yüksek 10 değişkenin tamamına yakınının "sunulan hizmetlere ilişkin bilgiler" kapsamındaki değişkenlerden oluşması, çalışmanın teori kısmında da belirtilen, "genelde bütün ülkelerde özelde ise Türkiye'deki konaklama işletmelerinin web sitelerinin çevrimiçi işlem yeteneklerinin kısıtlı olduğu ve daha ziyade çevrimiçi bir broşür gibi hizmet verdiği" bilgisiyle tamamen paralellik gösterdiğine işaret etmektedir.

3.2.3. Web Sitelerinin Başarımlarının Konaklama İşletmelerinin Özelliklerine Göre Karşılaştırılması

Araştırmada, konaklama işletmelerinin web sitelerinin başarımlarının, konaklama işletmelerinin türüne ve sınıfına göre farklılık gösterip göstermediği de test edilmiştir. Değerlendirme formunda konaklama işletmelerinin özellikleri; sınıf, konum ve faaliyet gösterilen şehir olmak üzere üç alt unsur açısından tespit edilmiştir. Literatür çalışmasında elde edilen bulgular, web sitelerinin başarımlarının, konaklama işletmelerinin sınıflarına göre farklılaştığı yönünde olup, konum veya faaliyet gösterilen şehrin web sitelerinin başarımlarını farklılaştırmasıyla ilgili herhangi bir bulgu veya iddiaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle, test hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

H₁: Web sitelerinin başarımları, konaklama işletmelerinin türüne ve sınıflarına göre birbirlerinden farklılık göstermektedir.

Bu hipotez, altı ana faktör grubu için altı alt hipoteze bölünerek incelenmiştir. Web sitelerinin başarımının, konaklama işletmelerinin sınıflarına göre birbirlerinden farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla oluşturulan araştırma hipotezlerinin test istatistikleri Tablo 23'te verilmiştir. Araştırmanın yöntem kısmında da belirtildiği gibi, konaklama işletmeleri, ait oldukları sınıf açısından üç gruba ayrılarak incelenmiştir. Bağımsız değişkenin ikiden fazla seçenekten oluşması ve bağımlı değişkenlerin önemlerinin de non-parametrik özellikte olması nedeniyle hipotezin testi için *Kruskall-Wallis H* testi kullanılmıştır. Uygulanan test sonucunda “erişim bilgileri” dışındaki beş faktöre ilişkin, istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Sonuç itibarıyla, tabloda verilen dört faktör için web sitelerinin başarımının, konaklama işletmelerinin sınıflarına göre birbirlerinden farklılık gösterdiği tespit edilmiş, dolayısıyla bu faktörlerle ilgili olarak Tablo 24'te belirtilen alternatif hipotezler kabul edilmiştir.

Tablo 23. Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerindeki Faktörlerin Başarımlarının Sınıfa Göre Karşılaştırılması

Faktörler	χ^2	s.d.	p	4 ve 5 Yıldızlı Oteller	2 ve 3 Yıldızlı Oteller	Diğerleri
Rezervasyon Bilgileri	174,999	2	0,001	462,78	264,28	242,18
Sunulan Hizmetlere İlişkin Bilgiler	196,731	2	0,001	465,07	280,86	196,95
Erişim Bilgileri	5,021	2	0,081	343,51	317,13	299,91
Çevredeki Turistik Bölge Bilgileri	22,294	2	0,001	371,37	303,98	288,44
Web Sitesi Yönetimine İlişkin Bilgiler	179,417	2	0,001	462,52	270,29	227,50
İşletme Bilgileri	37,922	2	0,001	373,37	286,92	328,04

Tablo 23'te belirtilen bulgular incelendiğinde, beş faktör için farklılığın istatistiksel olarak anlamlı seviyede bulunduğu görülmektedir. “Erişim bilgileri” kapsamında yer alan adres, telefon numarası, faks numarası gibi değişkenlerin başarımlarının %100'e yakın değerlerde olmasının, “erişim bilgileri” için farklı sınıflar arasındaki başarımların anlamlı çıkmasını engellediği düşünülebilir. Buna rağmen, “erişim bilgileri” de dâhil olmak üzere tablodaki altı faktörün tamamında birinci grupta yer alan “4 ve 5 yıldızlı oteller”in başarımlarının en yüksek, ikinci gruptaki “2 ve 3 yıldızlı oteller”in orta düzeyde, üçüncü gruptaki işletmelerin web sitelerinin başarımlarının en düşük olduğu görülmektedir. Bu nedenle, araştırma ana hipotezi için, farklı sınıflardaki konaklama işletmelerinin web sitelerinin başarımlarının birbirinden farklı olduğu tespit edilmiş, dolayısıyla, H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 24. Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerindeki Faktörlerin Başarımlarının Sınıfa Göre Karşılaştırılması (Alternatif Hipotezler)

Alternatif Hipotezler	Kabul	Red
Konaklama işletmelerinin web sitelerindeki rezervasyon bilgilerinin başarımları, konaklama işletmelerinin sınıflarına göre farklılık göstermektedir.	√	
Konaklama işletmelerinin web sitelerindeki sunulan hizmetlere ilişkin bilgilerin başarımları, konaklama işletmelerinin sınıflarına göre farklılık göstermektedir.	√	
Konaklama işletmelerinin web sitelerindeki erişim bilgilerinin başarımları, konaklama işletmelerinin sınıflarına göre farklılık göstermektedir.		√
Konaklama işletmelerinin web sitelerindeki çevredeki turistik bölge bilgilerinin başarımları, konaklama işletmelerinin sınıflarına göre farklılık göstermektedir.	√	
Konaklama işletmelerinin web sitelerindeki web sitesi yönetimine ilişkin bilgilerin başarımları, konaklama işletmelerinin sınıflarına göre farklılık göstermektedir.	√	
Konaklama işletmelerinin web sitelerindeki işletme bilgilerinin başarımları, konaklama işletmelerinin sınıflarına göre farklılık göstermektedir.	√	

Çalışmanın teorik bölümünde, yetişmiş insan gücü, ihtiyaç duyulan yatırım imkânları gibi kaynaklara daha kolay bir şekilde erişebilmenin de yardımıyla, bağımsız ve küçük işletmelere göre, daha büyük işletme ve zincir işletmelerin, internet pazarlaması uygulamalarına daha yüksek oranda uyum sağlayabildikleri bilgisine rastlanılmıştır (Zafiroopoulos, 2006: 161; Aksu ve Tarcan, 2002: 95; Karamustafa vd., 2002: 53; Anckar ve Walden, 2001: 249; Gilbert vd., 1999: 37). Tablo 24'teki bulgulara göre, incelenen altı faktörün tamamında konaklama işletmelerinin sınıfları arttıkça web sitelerinin başarımlarının da arttığı görülmektedir. Çalışmanın birincil verilerinden elde edilen bu sonucun literatür taramasında elde edilen bulgularla paralellik gösterdiği görülmektedir.

4. Sonuç ve Değerlendirme

Çalışmada elde edilen verilere göre, konaklama işletmelerinin web sitelerinde yer verilebilecek faktörlerin başarımları birbirlerinden farklılık göstermektedir. İşletmenin fotoğraflarına yer verilmesi veya genel tanıtımının yapılması gibi konaklama işletmesini genel olarak tanıtabilecek ve adres, telefon numarası, faks numarası gibi bilgilerle potansiyel tüketicilerin konaklama işletmesine erişmelerini sağlayabilecek değişkenlere hemen hemen tüm sitelerde yer verildiği görülmektedir. Bu nedenle, en yüksek başarımlara sahip değişkenlerin genellikle erişim bilgileri ve sunulan hizmetlere ilişkin bilgiler kapsamındaki değişkenlerden oluştuğu, en düşük başarımlara sahip değişkenlerin ise bütün gruplara eşit olarak dağıldığı söylenebilir. Bu veriler ışığında konaklama işletmelerinin web sitelerinin, öncelikli olarak işletmenin ve sundukları hizmetlerin tanıtımı amacıyla kullanıldıkları söylenebilir.

Araştırmada kullanılan 80 değişkeni içeren altı ana faktör grubunun başarımlarını ortalamaları, faktörler hakkında daha özet bir bilgi verebileceği gerekçesiyle hesaplandığında, bu gruplardan “sunulan hizmetlere ilişkin bilgiler”in (%60,03) dışındaki beş grubun başarımlarının %50’nin altında bulunduğu, “işletme bilgileri”nin de %6,44 gibi oldukça düşük bir başarımla sahip bulunduğu görülmektedir. Başarımları en yüksek ve en düşük iki grup arasında 10 kat civarında bir fark bulunmaktadır. Ayrıca, ana faktör grubunun başarımlarına bakıldığında, “sunulan hizmetlere ilişkin bilgiler”in (%60,03) diğer gruplara göre oldukça yüksek, “rezervasyon bilgileri”nin ise (%14,71) oldukça düşük bir başarımla sahip olmasının yanısıra, başarımları en yüksek on faktörün hemen hemen tamamının “sunulan hizmetlere ilişkin bilgiler” kapsamındaki faktörlerden oluşması, çalışmanın teori kısmında da belirtilen, “konaklama işletmelerinin web sitelerinin çevrimiçi işlem yeteneklerinin kısıtlı olduğu ve daha ziyade online bir broşür gibi hizmet verdiği” bilgisiyle tamamen paralellik gösterdiği görülmektedir.

Web sitelerinin başarımlarının konaklama işletmelerinin türüne ve sınıfına göre farklılık gösterip göstermediği ile ilgili olan ana hipotez kapsamında, incelenen altı faktörden beşi için konaklama işletmelerinin sınıflarına göre farklılığın, istatistiksel olarak anlamlı seviyede bulunduğu görülmektedir. “Erişim bilgileri” kapsamında yer alan adres, telefon numarası, faks numarası gibi değişkenlerin başarımlarının %100’e yakın değerlerde olmasının, “erişim bilgileri” için farklı sınıflar arasındaki başarımların anlamlı çıkmasını engellediği düşünülebilir. Buna rağmen, “erişim bilgileri” de dâhil olmak üzere tablodaki altı faktörün tamamında birinci grupta yer alan “4 ve 5 yıldızlı oteller”in başarımlarının en yüksek, ikinci gruptaki “2 ve 3 yıldızlı oteller”in orta düzeyde, üçüncü gruptaki işletmelerin web sitelerinin başarımlarının en düşük olduğu görülmektedir. Bu nedenle, farklı sınıflardaki konaklama işletmelerinin web sitelerinin başarımlarının birbirinden farklı olduğu tespit edilmiş, dolayısıyla H_0 hipotezi red, H_1 hipotezi ise kabul edilmiştir. Çalışmanın teorik kısımlarında, yetişmiş insan gücü, ihtiyaç duyulan yatırım imkânları gibi kaynaklara daha kolay bir şekilde erişebilmenin de yardımıyla, bağımsız, küçük işletmelere göre, daha büyük işletme ve zincir işletmelerin, internet pazarlaması uygulamalarına daha yüksek oranda uyum sağlayabildikleri ifade edilmişti . Bu nedenle, çalışmanın birincil verilerinden elde edilen bu sonucun literatür taramasında elde edilen bulgularla paralellik gösterdiği görülmektedir.

Çalışmada elde edilen sonuçların, araştırmanın kapsam ve sınırlılıklarında belirtilen hususlar dikkate alınarak genelleştirilebileceği dikkate alınmalıdır. Bu sınırlılıklar göz önüne alınarak, daha sonraki araştırmalarda, farklı zamanlama, örneklem ve ana kütleler üzerinde benzer çalışmalar yapılarak elde edilen sonuçların daha sağlıklı olarak genelleştirilmesi tavsiye edilebilir. Ayrıca, daha estetik veya daha hızlı bir web sitesi gibi web sitesinin tasarımıyla ilgili nitel özellikler veya web sitesinden sunulan hizmetin kalitesi ile ilgili unsurlar gibi nitel faktörleri de içerebilen araştır-

malarla bu çalışmada ele alınan konu daha farklı bakış açılarıyla incelenip, tüketiciler için beklentilerine daha uygun ve daha üst kalitede hizmet verilebilen web sitelerinin geliştirilmesine katkı sağlanabilir.

Kaynakça

- Aksu, A. ve E. Tarcan (2002), "The Internet and Five-Star Hotels: A Case Study From the Antalya Region in Turkey", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 14(2), 94-97.
- Altunışık, R., R. Coşkun, S. Bayraktaroğlu ve E. Yıldırım (2007), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri – SPSS Uygulamalı; Geliştirilmiş 5. Baskı*, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Ankar, B. ve P. Walden (2001), "Introducing Web Technology in a Small Peripheral Hospitality Organization", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(5), 241-250.
- Bayram, M. ve A. Yaylı (2009), "Otel Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(27), Kış, 347-379.
- Boisvert, H. ve M. A. Caron (2006), "Benchmarking Web Site Functions", *Benchmarking: An International Journal*, 13(1/2), 174-189.
- Chiang, L. C. (2003), "Effectiveness of the Hotel Websites In Singapore: A Perspective From Business-To-Business (B2B) Organisations", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 8(2), 38-47.
- Doolin, B., L. Burgess ve J. Cooper (2002), "Evaluating the Use of the Web for Tourism Marketing: A Case Study From New Zealand", *Tourism Management*, 23, 557-561.
- Gilbert, D. C., J. Powell-Perry ve S. Widijoso (1999), "Approaches by Hotels to the Use of the Internet as a Relationship Marketing Tool", *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, 5(1), 21-38.
- Han, J. H. ve J. E. Mills (2006), "Zero Acquaintance Benchmarking at Travel Destination Websites: What is the First Impression that National Tourism Organizations Try to Make?", *International Journal Of Tourism Research*, 8, 405-430.
- Huang, W., T. Le, X. Li ve S. Gandha (2006), "Categorizing Web Features and Functions to Evaluate Commercial Web Sites", *Industrial Management & Data Systems*, 106(4), 523-539.
- Karamustafa, K., M. Biçkes ve Ş. Ulama (2002), "Türkiye'deki Konaklama İşletmelerinin İnternet Web Sitelerini Değerlendirmeye Yönelik Bir Çalışma", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19, 51-92.
- Kozak, N. (2006), *Turizm Pazarlaması*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türlerine ve Sınıflarına Göre Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı, <http://www.kultur.gov.tr/TR/Genel/dg.ashx?DIL=1&BELGEANA H =239492&DOSYASIM=tesis2008.rar>, (Erişim Tarihi: 23.01.2010).

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik, 21.06.2005 tarih ve 25852 sayılı resmi gazete, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF03077CA1048A1834C64021E4744284FD>, (Erişim Tarihi: 15.09.2009).

Law, R. ve C. H.C. Hsu (2005), "Customers' Perceptions on the Importance of Hotel Web Site Dimensions and Attributes", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(6), 493-503.

Law, R., I. Chan ve C. Goh (2007), "Where To Find the Lowest Hotel Room Rates on the Internet? The Case of Hong Kong", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 495-506.

Law, R. ve K. Liang (2005), "A Multi-Criteria Decision-Making Approach To Compare And Contrast The Websites Of China-Based And U.S.-Based Hotels", *FIU Hospitality Review*, 23(1), Spring, 64-82.

Law, R., K. Leung ve J. Wong (2004), "The Impact of the Internet on Travel Agencies", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 100-107.

Martin, L. M. (2004), "E-innovation: Internet Impacts on Small UK Hospitality Firms", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 82-90.

Merwe, R. V. D. ve J. Bekker (2003), "A Framework and Methodology for Evaluating E-Commerce Web Sites", *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 13(5), 330-341.

Middleton, V. T. C. ve J. Clarke (2008), *Marketing in Travel and Tourism*, 3rd Edition, Great Britain: Elsevier.

Murphy, J., Edward J. F., C. E. Wotring ve R. A. Brymer (1996), "Hotel Management and Marketing on the Internet", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Jun 37(3), 70-82.

Nakip, M. (2003), *Pazarlama Araştırmaları*, Ankara: Seçkin Yayınları.

Nusair, K. ve J. Kandampully (2008), "The Antecedents of Customer Satisfaction With Online Travel Services: A Conceptual Model", *European Business Review*, 20(1), 4-19.

- Park, Y. A., U. Gretzel ve E. Sirakaya (2007), "Measuring Web Site Quality for Online Travel Agencies", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(1), 15-30.
- Pfaffenberg, C. ve J. Burnett (2007), "Users of Hotel Web Site Reservation Systems: A Demographic Profile", *The Consortium Journal*, 11(2), 51-60.
- Rachman, Z. M. ve J. Buchanan (1999), "Effective Tourism Web Sites - Part 2", Department of Management Systems Research Report Series, University of Waikato, Hamilton, N.Z., 99-13.
- Rong, J., G. Li ve R. Law (2009), "A Contrast Analysis of Online Hotel Web Service Purchasers and Browsers", *International Journal of Hospitality Management*, 28, 466-478.
- Seock, Y. K. ve M. J. T. Norton (2007), "Capturing College Students on the Web: Analysis of Clothing Web Site Attributes", *Journal of Fashion Marketing and Management*, 11(4), 539-552.
- Vrana, V., C. Zafiroopoulos ve D. Paschaloudis (2004), "Measuring the Provision of Information Services in Tourist Hotel Web Sites: The Case of Athens-Olympic City 2004", *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 1(3), December, 255-272.
- Webb, H. W. ve L. A. Webb (2004), "SiteQual: An Integrated Measure of Web Site Quality", *The Journal of Enterprise Information Management*, 17(6), 430-440.
- Welling, R. ve L. White (2006), "Web Site Performance Measurement: Promise and Reality", *Managing Service Quality*, 16(6), 654-670.
- Zafiroopoulos, C. (2006), "The Internet Practices of Hotel Companies: An Analysis From Greece", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(2), 156-163.
- Zafiroopoulos, C. ve V. Vrana (2005), "Information Services Offered Through the Hotel Web Sites: A Comparative Study Between Cyprus and Greece", *The Cyprus Journal of Sciences*, 3, 225-247.
- Zafiroopoulos, C., V. Vrana ve D. Paschaloudis (2006), "Patterns of Information Services on Hotel Websites: The Case of Greece", *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 17(1), 55-74.

STRATEJİK PERFORMANS YÖNETİMİNİN UNSURU OLARAK ÖRGÜT KÜLTÜRÜNÜ ÖLÇÜMLEME ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA

Köksal BÜYÜK

Yrd. Doç. Dr., Çankırı Karatekin Üniversitesi, İİBF,
İşletme Bölümü
koksal@karatekin.edu.tr

Stratejik Performans Yönetiminin Unsuru Olarak Örgüt Kültürünü Ölçümleme Üzerine Kavramsal Bir Çalışma

Özet

Bir örgüt için doğru stratejiyi tespit ederek örgütsel kültürün desteği ile uygulamaya geçirebilmek uzun dönemli başarı için gerekli ve zorunlu bir adımdır. Uzun vadede mevcut insan kaynaklarını, örgütsel amaçlar doğrultusunda motive edebilmek için örgütsel bağlılığın geliştirilmesi gerekmektedir. İşgörenlerin uzun vadede stratejik hedeflere ulaşmada yaptıkları katkıyı açıklayabilmek için örgüt kültürünün gelişimini takip ederek bu sürecin yönetilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Böylelikle stratejik amaçlara ulaşmada nasıl bir örgüt kültürü oluşturulmak istendiği de işgörelere açıklanabilecektir. Bu süreci bilinçli olarak yönetmek örgütte oluşabilecek kültürel boşlukları stratejik amaçlar doğrultusunda doldurmaya da katkı sağlayacaktır. Bu çalışmada, stratejik performans yönetiminin yaygın kullanım araçlarından biri olan Balanced Scorecard'ın boyutlarının altında örgüt kültürünün ölçülmesi önerilmektedir. Örgüt kültürünün, içsel süreçlerin verimliliğini doğrudan etkilemesinden dolayı Balanced Scorecard altında öğrenme ve gelişim boyutu altında değerlendirilmesinin daha uygun bir seçenek olacağı fikri edinilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Stratejik performans yönetimi, örgüt kültürü, strateji, balanced scorecard, örgütsel bağlılık.

A Study on Measurement of Organizational Culture as an Element of Strategic Performance Management

Abstract

Determining correct strategy for an organization and applying it with the help of organizational culture is a necessary and compulsory step to be taken in order to achieve long term success. It is necessary to develop organizational commitment in order to motivate current human resources for the sake of organizational aims in long term. It is vital to observe the development of organizational culture and manage that process in order to interpret contributions of employees to long term strategic aims. As a result of that kind of a situation, what kind of an organization culture is desired for achieving strategic aims can be explained to employees. Managing that process consciously will also add contributions for repairing gaps at organizational culture in accordance with the strategic aims. In this study, measuring organizational culture via Balanced Scorecard, which is one of the widely used tools of strategic performance management, is proposed. Because of the fact that organizational culture affects efficiency of internal processes directly, it is argued that it is more appropriate to evaluate under learning and growth dimensions of Balanced Scorecard.

Keywords: Strategic performance management, organizational culture, strategy, balanced scorecard, organizational commitment.

1. Giriş

Stratejik performans yönetimi, sistem yaklaşımı içerisinde büyük resimden bilgi çıkarmak, bu bilgiyi uzun dönemli yön belirlemede kullanmak ve daha sonra bu yönü belirli amaçlara, hedeflere ve faaliyetlere dönüştürüp sonuç olarak örgütün hangi noktada bulunduğunu tespit etmeye çalışan bir süreci ifade etmektedir. Stratejik performans yönetimi ise örgütü uzun vadede başarıya ulaştıracak olan bu yol haritası üzerine odaklanır. Örgütün üst düzey yönetiminde alınan kararlar ve belirlenen hedefler, bir örgütün uzun dönemde başarısı için çok önemlidir. Bu sebeple tüm çalışanlar, günlük çalışmalarının uzun vadeli hedeflerle doğrudan bağlantılı olduğunu hissetmek durumundadır. Çalışanların bunu hissetmesi, stratejik amaç ve hedeflere ulaşma konusundaki motivasyonu da güçlenecektir. Stratejik performans yönetimi, örgütün tüm kademedeki çalışanlarını bu süreç içinde aktif kılmaktadır.

2. Stratejik Performans Yönetimi ve Örgüt Kültürü İlişkisi

Stratejik planlamanın kendisinden beklenenleri gerçekleştirebilmesi, önemli ölçüde stratejik yönetimin diğer unsurlarıyla bütünleşmesine bağlıdır. Planlamanın, örgüt kaynaklarını stratejik yönde etkili bir şekilde kullanılmasını sağlayabilmesi için kontrol, iletişim, enformasyon, motivasyon ve ödüllendirme gibi diğer önemli yönetim sistemleriyle bütünleştirilmesi gereklidir. Yani örgüt kültürü, stratejik planlamayla bütünleştirilmeli ve dengelenmelidir (Yurdakul vd., 1997:297). Amaratunga ve Baldry'in (2002) ifade ettikleri "*performans ölçüm sisteminin örgütsel stratejilerle uyum içerisinde olması, performans ölçümünün güvenilir olması ve performansın iyileştirilmesinin yönetilmesi, performans ölçüm sisteminin gerek iç çevre gerekse dış çevreden kaynaklanan faktörlerin performans üzerine etkisini yansıtması*" gibi unsurların stratejik performans ölçümlemesi yaparken dikkate alınması gerekmektedir. Nelly'nin (1996) ifade ettiği gibi "performans yönetimi, örgütün stratejilerini destekler biçimde ve örgüt kültürü ile uyumlu olmalıdır. Birimlerin performans ölçütleri ile örgütün bütünü ilgilendiren ölçütler uyumluluk göstermelidir. Performans ölçütleri kolay anlaşılır, güvenilir ve gerçekleştirilebilir olmalarının yanında belirli, ölçülebilir, ulaşılabilir, ilişkili ve belirli bir süre ile tanımlanmış (SMART: Specific, measurable, achievable, related, time bound) olmalıdır".

1980'lere kadar örgütlerin faaliyetleri sonucunda oluşan performans çeşitliliğini açıklayan bir yaklaşım sunulmamıştır. Porter, örgütlerin başarılı veya başarısız olmalarını faaliyet gösterdikleri endüstri ve pazar yapısının ve o yapı içerisinde örgütlerin rakiplerine karşı aldığı pozisyonlarının bir sonucu olduğunu iddia etmektedir. Porter'a göre bir endüstri yapısını beş temel güç oluşturmaktadır. Bunlar: Endüstri içi rekabet, alıcıların gücü, arz edicilerin gücü, ikame mallar ve endüstriye yeni girişlerdir. Örgütler, hangi endüstride faaliyet göstereceklerine ve hangi stra-

tejiyi izleyerek rekabet edebileceklerine bu ortam içerisinde karar vereceklerdir. Porter, örgütlerin izlemesi gereken üç temel stratejiden bahseder. Bunlar: Maliyet avantajı, farklılaştırma avantajı ve odaklaşma avantajıdır. Örgütler, başarıya ulaşmak için bu üç stratejiden birini benimsemek durumundadırlar. Özetle pozisyon yaklaşımı, net bir stratejik tercihi benimsemiş örgütlerin bunu gerçekleştiremeyenlere göre daha avantajlı olacağı savına dayanmaktadır (Porter, 1980 ve 1985). Bir örgütün insan kaynakları, stratejik amaçlara ulaşmadaki, rekabet üstünlüğü sağlamadaki ve çevresel unsurların beklentilerini karşılamadaki katkılarından dolayı en önemli varlıklarından biridir (DeNisi ve Griffin, 2001: 4). Küresel rekabetin yoğun bir şekilde geliştiği bir ortamda insan kaynaklarının rollerinde de değişimlerin olacağı tartışılmaz bir gerçekliktir. Küresel rekabet içerisinde kendisine bir pozisyon belirlemeye çalışan örgütler, insan kaynaklarını stratejik bir unsur olarak algılamaktadırlar. Günümüzde stratejiler, rekabet avantajının güçlendirilmesine ve iş ekiplerinin oluşturulmasına dayandığı için insan kaynakları daha merkezi bir konuma yükselmiştir (Dessler, 2000: 19). Porter'a (1996) göre stratejiler, öncelikli olarak örgüte rekabetçi üstünlük sağlamalıdır. Rekabetçi stratejiler geliştirmek, rakiplerden farklı bir anlayış ve yaklaşımlar geliştirmekle mümkün olacaktır. Farklılık sadece yeni bir tarz geliştirmek şeklinde değil, rakiplerinden farklı aktiviteler sergileme ya da aynı aktiviteleri farklı yollardan gerçekleştirme şeklinde olmaktadır (Porter, 1996: 62). Kültür ile strateji arasındaki uyum stratejinin benimsenmesini kolaylaştırmaktadır. Uyumsuzluk ise değişimi güçleştiren ve engelleyen bir unsur haline dönüşmektedir (Fernández vd., 2003). Bu noktada örgüt kültürünü stratejileri destekler biçimde geliştirmemek stratejilerin başarıya ulaşması önünde bir engel teşkil edecektir.

Kotter ve Heskett'in (1992: 11-12) vurguladığı gibi örgüt kültürü bir şirketin uzun dönem performansı üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Hatta gelecekte şirketlerin başarısını veya başarısızlığını etkileyen başat faktörler arasında yer alacaktır. Bir örgütte rasyonel ve zeki işgörenler olsa dahi olumsuz örgüt kültürü hızlı biçimde gelişebilir. Oysa olumlu bir örgüt kültürünün gelişimi performans artırıcı bir etkiye sahip olacaktır. Bulgular örgüt kültürünün örgütsel deneyimler yolu ile daha iyi ölçülebildiğini doğrulamaktadır. Ayrıca örgüt kültürünü doğru ölçebilmek için örgüte özgü bileşenler de tanımlanmalıdır. Örgüte özgü bu bileşenler, örgüt kültürünü daha iyi anlamının yanında örgütün kültürüne yeni bir yön vermeyi de sağlamaktadır (Van Den Berg ve Wilderom, 2004). O'Reilly'ye (1989: 16) göre güçlü bir örgüt kültürünü işletmeler için değerli kılan iki neden vardır: İlki güçlü kültürün "kültür-strateji" uyumunu daha kolay sağlıyor olmasıdır. Bir stratejinin örgütte başarıyla uygulanabilmesi için uygun bir kültürel zemine ihtiyaç vardır. Bu nedenle örgüt stratejisinde ve yapısında bir değişiklik düşünülürken, kültürün temelini oluşturan değerler ihmal edilmemelidir. İkinci neden ise güçlü kültürün çalışanların örgüte daha fazla bağlanmasını sağlamasıdır. Örgütsel bağlılık, bireyin işine

duyduğu ilgiyi, sadakati ve örgütsel değerlere duyduğu inancı kapsayan, çalışanların örgütle kurduğu psikolojik bağ olarak ifade edilmektedir (Aktaran Murat ve Açıkgöz, 2007:8).

Malezya'daki şirketlerin finansal performansları üzerinde örgüt kültürü ve örgütsel bağlılığın etkisinin araştırıldığı bir çalışmada örgüt kültürü ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı düzeyde bir korelasyon bulunmuştur (Rashid vd., 2003). Kotter ve Heskett (1992), örgüt kültürünün, örgütün performansı üzerinde uzun dönemli etkisi olduğunu ifade etmektedir. Denison (1990) belirli örgüt kültürlerinin örgütsel performansı artırdığını göstermiştir. Van Der Post vd. (1998) örgüt kültürü ve performans arasında anlamlı düzeyde ilişki bulmuşlardır. Choe (1993) ve Rashid & Anantharaman (1997) örgüt kültürü ve strateji arasında güçlü bir ilişki tespit etmiştir (Rashid vd., 2003).

Klasik performans ölçüm sistemlerinde kontrol fonksiyonunun öne çıktığı görülmektedir. Aslında bu yaklaşım klasik yönetim teorilerinin bakış açısını yansıtmaktadır. Klasik performans yönetim sistemlerindeki yetersizlikler ve eksiklikler araştırmacıları yeni arayışlara yöneltmiştir. Klasik performans yönetim sistemleri incelendiğinde; örgütlerin geçmişteki faaliyetlerine yönelik bilgi üretmeye odaklandığı, gelecekle ilgili öngöründe bulunmakta yetersiz kaldığı, kısa vadeli olduğu, örgütsel sorunların kaynakları hakkında tatmin edici bilgi üretmediği, çevresel değişiklikleri çok geç fark ettiği ve özellikle de maddi olmayan örgüt varlıkları hakkında yeterli bilgi sunamadığı görülmektedir (Ittner ve Larcker, 1998). Uzun vadeli ve örgüt bütününe kuşatabilen, strateji odaklı bir yaklaşım olarak Kaplan ve Norton (1992) tarafından geliştirilen Balanced Scorecard (BSC), örgüt stratejisini eyleme dönüştürmek için tasarlandığından örgüt vizyonunu ve stratejisini desteklemektedir. BSC, içerdiği dört temel boyut içinde her bir boyutla ilgili stratejik amaçlar oluşturarak, bu amaçlara ne ölçüde ulaşıldığını tespit etmeye çalışan performans yönetim aracıdır. Bu açıardan değerlendirildiğinde BSC, örgütlerin misyonunu ve stratejilerini kapsamlı bir performans ölçütleri setine dönüştürerek stratejik performans yönetimi için bir çerçeve oluşturup ölçümlene esasına dayanan bir stratejik performans yönetim sistemi olarak da tanımlanabilir (Kaplan ve Norton, 1996:2-9). Kaplan ve Norton (2004), önceleri bir performans ölçme aracı olarak geliştirdikleri çalışmalarını daha sonraları stratejik yönetim modeli çerçevesinde, stratejik performansın ölçülmesine vurgu yaparak geliştirmişlerdir. Sürekli değişen bir ortamda tüm faaliyetlerin kontrol edilmesi yerine, elde edilmesi gereken sonuçların ve bunlara etki eden faktörlerin belirlenmesi temel amaç olmalıdır. Bunu başarmak için stratejik performans yönetimi, çalışanlar ve yöneticileri stratejik amaçlar etrafında bir araya getirmektedir.

Ritter (2003) stratejik performans yönetimi sürecinde BSC'nin etkili bir araç olmasının yanında örgüt içi iletişimi güçlendirerek süreçlerin netlik kazanmasına, örgüt

içi problem kaynaklarının belirlenmesine yardımcı olduğunu belirtmiştir. Örgütler performans yönetiminde çıktı olarak görülemeyen örgüt kültürü, çalışan memnuniyeti ve motivasyonu gibi stratejik açıdan önem arz eden unsurlara değinmemektedir. Hâlbuki stratejik değere sahip örgütsel değerleri yönetmek, örgütleri diğer örgütler içerisinde farklı bir konuma yerleştirebilecektir. Maddi olmayan varlıkların, sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlama bakımından taşıdığı önem dikkate alındığında, maddi kaynaklarla birlikte stratejileri desteklenmesinin, rekabet avantajı sağlayacağı açıktır. Davis (1996) büyük örgütlerde üst yönetimin, çalışanlarına stratejik amaç ve hedefleri aktarmada zorluklar yaşadığını vurgulayarak BSC'nin vizyon ve stratejiyi bir dizi izlenebilir ve ölçülebilir performans seti haline dönüştürdüğünü, böylelikle örgütün bütününe yayılımı konusunda önemli bir rol üstlendiğini ifade etmiştir. Bugün için stratejik performans yönetimi araçları içinde en popüler yaklaşım olan BSC'ye alternatif bir yaklaşım henüz yaygınlaşmamıştır. Hatta Kaplan, bir raporunda geliştirdikleri bu yaklaşımının gelecekte önemini ve güncelliğini muhafaza edeceğini, strateji haritaları ile desteklendiğinde kullanım oranının artacağını da ifade etmektedir. Özellikle ölçüm yöntemlerindeki gelişmelerin, finansal olmayan ölçütlerin güvenilirlik derecesini arttıracaklarını; gelecekte inovasyon, örgüt iklimi, örgüt kültürü, müşteri ilişkileri ile ilgili alanlardaki performans ölçümlerinde önemli gelişmelerin yaşanacağını belirtmektedir (De Wall, 2003).

BSC uygulamasında, örgütün maddi olmayan varlıkları, öğrenme ve gelişme bölümünde yer almaktadır. Öğrenme ve gelişme boyutu insan sermayesi, bilgi sermayesi ve kurumsal sermaye olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. İnsan sermayesi çalışanların yeteneklerini, eğitimlerini ve bilgi düzeylerini içermektedir. Bilgi sermayesi bilgi sistemlerini, veri tabanlarını ve bilgisayar ağlarını içermektedir. Kurumsal sermaye örgüt kültürünü, liderliği, çalışanların aynı yönde hareket etmesini ve takım çalışmasını içermektedir (Kaplan ve Norton, 2004: 52-63). Örgüt içerisindeki insan unsurunun, yenilikçilik ve esnekliği özendirilen örgüt kültürünü içselleştirmesi ve geliştirmesi amacıyla stratejik amaç ve hedeflerle ilişkilendirilmesi gerekmektedir. Örgüt ile maddi olmayan varlıkların stratejik entegrasyona gitmesi beklenir. Bu beklentinin ne ölçüde gerçekleştiği ise ancak ölçümleme yapılması ile tespit edilebilir. Bu şekilde içsel kaynaklar ile dışsal kaynaklar arasında bir uyum sağlanarak performans yönetim süreci, stratejik bir boyut kazanacaktır.

3. Örgüt Kültürü Boyutlarının Çeşitliliği, Sınıflamalar ve Ölçme Yaklaşımları

Örgüt kültürü yazınında ölçümleme ile ilgili olarak farklı görüşlerin olduğu görülmektedir. Örgüt kültürü, örgütsel başarı verimliliği sağlamak amacıyla yönlendirilebileceğimiz bir değişken midir? Yoksa kültür, örgütün kendisi midir? Yönetilmesi mümkün olmayan bir ilişkiler bütünü müdür? Kültürel kodlar pasif olarak mı be-

nimsenir? Kültürel ortam bireyler tarafından algılanan bir olgu olduğu için yönetilebilir mi? Literatürde bilim insanlarının bu sorulara cevap aramak için yaptığı çalışmalarda birbirinden farklı yaklaşımlar görülmektedir. Örgüt kültürü ve iklimi ayrımını ölçülebilirlik tartışması üzerinden tanımlamaya giden Van Den Berg ve Wilderom, (2004) “Örgüt kültürü” ve “örgüt iklimi” birbirine benzer kavramlar olmasına karşın geleneksel olarak örgüt kültürü çalışmalarının nicel, örgüt iklimi çalışmaları nitel bir karakter taşıdığını ifade etmektedirler. Ancak bu konuda keskin bir ayrıma gitmemek daha makul bir yaklaşım olacaktır. Zira aynı çalışmada örgüt kültürü anketlerinin uygulanmasından önce ve sonra gerçekleştirilen bireysel ve grup mülakatları gibi nitel örgüt kültürü verilerinin de bazı çalışmalarda görüldüğünü, bu verilerin örgüte özgü karakteristiklerin belirlenmesinde faydalı olduğunu gözlemlediklerini vurgulamışlardır. Ayrıca tek başına yeterli olmayan bazı nicel verilerin, nitel verilerin daha iyi anlaşılması ve yorumlanmasında faydalı olduğuna dair kanaatlerini de dile getirmişlerdir.

Geleceğe odaklanmış bir örgüt kurgularken, güçlü bir örgüt kültürü avantajına sahip olmak için kültürün stratejiyi destekliyor olması, esnek olması ve çevresel koşullardaki değişime ayak uydurabilmesi gerekmektedir (Harper, 2001:46). Bu açıdan bakıldığında Van Den Berg ve Wilderom’un (2004) ifade ettikleri gibi örgüt kültürü teorileri, statik değil dinamik olmalıdır. Liderlik çeşidi, örgüt iklimi, koordinasyon ve bağlılık örgüt kültürü ile yakından ilişkili kavramlardır. Örgüt kültürünün nesnel örgüt performansı, verimlilik ve değişim programlarının etkinliği üzerindeki etkileri, gelecekte büyük ölçekli çalışmalar yapılarak incelenmelidir. Ayrıca örgüt kültürü için daha yaratıcı yaklaşımlara ihtiyaç duyulduğu da dile getirilmektedir (Van Den Berg ve Wilderom, 2004). Örgüt kültürü en genel düzeyde örgütün genel yapısı ve etkinliğinin yansımasıdır. Bu anlamda örgüt kültürü örgütün sağlıklı bir yapıda olup olmadığının da göstergesidir. Aynı zamanda spesifik düzeyde verimlilik, motivasyon, devamsızlık, tatmin, kaza oranları ve örgüt bağlılık gibi iş çıktıları üzerinde etkilidir. Örgüt kültürü, bireylerin deneyim ve kişiliklerinden (ve bunlar arası etkileşimden), örgütün izlediği süreç ve olaylardan, bireylerin kendi işleri ve iş ortamı hakkındaki algılarından kaynaklanan bilişsel yorumlarının birikimi şeklinde ifade edilebilir. Sorunlu bir kültürün göstergeleri olarak “kötü iş kalitesi, örgüte düşük bağlılık düzeyi, düşük kapasitede çalışan bireyler, yüksek devamsızlık seviyeleri, işgücü devir oranı, sağlıksızlık, alkolizm, stres ve kötü bir ün” sayılabilir (Fletcher ve Jones, 1992).

Literatürde örgüt kültürü konusunda farklı yaklaşımların olduğu görülmektedir. Örneğin French & Bell (1984:18) örgüt kültürünü bir organizasyonda hakim olan model değerler, davranışlar, inançlar, varsayımlar, beklentiler, aktiviteler, karşılıklı etkileşimler, standartlar ve fikirler olarak tanımlamıştır. Schein (1990:109-119) örgüt kültürünü, belirli bir grubun içsel birleşme ve dışa adapte olma sürecinde karşılaştığı problemlerin üstesinden gelirken öğrendiği, işe yaradığı kanıtlanmış ve

yeni üyelere bu problemlerle karşılaştıklarında düşünceleri ve hissetmeleri gereken doğru yol olarak öğretilen; bulunmuş, keşfedilmiş veya geliştirilmiş temel varsayım modelleri olarak değerlendirilmektedir. Örgüt kültürünün kavramsal oluşumunda önemli bir çalışma olan “Kültürlerin Yorumlanması” (The Interpretation of Cultures) adlı eserinde C. Geertz (1973:5) ise örgüt kültürünü, yorumlayıcı bir alan olarak ele alarak kültür analizinin yapılamayacağını, bu nedenle de örgüt kültürü konusunun deneysel bir alan olarak ele alınamayacağını ifade etmiştir. Kültürü organizasyonların üzerinde hareket ettikleri soyut düzlem ve özel gerçeklik olarak gören Geertz, örgüt kültürünün açıklanması için örümcek ağı metaforunu kullanmıştır. Bu metafora göre sosyal olaylar, davranışlar, kuruluşlar veya işlemler birbiriyle ilişkili olarak gelişebilmesine imkân veren bir iletişim ağı içinde yer almaktadır. Öyle ise örgüt kültürü, bu ağı meydana getiren bileşenlerin yönetimi ile güçlendirilebilir. Örgüt kültürünü sadece yorumlayıcı bir alanda ele alan grubun “örgüt kültürünü bütünsel olarak yönetmenin mümkün olmadığı” şeklindeki savlarına karşın, Kilmann vd. (1988) örgüt kültürünü kontrolü olanaklı bir değişken olarak ele almıştır. Örgüt kültürü, örgütsel gelişmenin ve büyümenin bir altlığı olarak alındığında bile, bu soyut düzlemin gelişiminin kendiliğinden olmasını beklemek örgütsel başarı için stratejik bir hata olacaktır.

Fang (2003) çalışmasında Hofstede'nin IBM'in 53 ülkede bulunan bağlı kuruluşlarında gerçekleştirmiş olduğu özgün ve kapsamlı deneysel çalışmadan elde edilen dört ulusal kültürel değişkenlik (güç mesafesi, belirsizliğin önlenmesi, bireysellik ve erkeklik) boyutlarına ilave edilen uzun dönem oryantasyonu (Long-Term Orientation – LTO) boyutunu incelenmiştir. Hofstede (1991)'ye göre uzun dönem oryantasyon “pozitif, dinamik ve gelecek yönelimli kültür” ile, kısa dönemli oryantasyon “negatif, statik ve geleneksel geçmiş yönelimli kültür” ile ilişkilidir (Fang, 2003). Ancak örgüt kültürü alanındaki karşılaştırmalı çalışmalarda çeviriden kaynaklanabilecek hatalar göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca kültürel ve dini farklılıklar da sonuç üzerinde farklı etkiler oluşturabilmektedir. Anketlerde sorulan soruların, çalışmanın uygulandığı ülkenin kültüründe nasıl anlaşıldığına dikkat edilmelidir (Fang, 2003). Amerikalıların faydacılığı ve esnekliği, Japonların takım tabanlı sorunları çözmeye yönelik toplam kalite anlayışları, Almanların teknik eğitim ve toplumcu anlayışı, ülkeler arasındaki farklılığın bir göstergesidir. Ulusal ve profesyonel kültür, teknoloji, yönetim deneyimleri ve üretim yöntemleri baz alınarak sinerjistik hibrit sistemlerin kurulabilirliği de değerlendirilmelidir (Aycan vd., 2000). Van Den Berg ve Wilderom (2004) örgüt kültürü hakkında karşılaştırmalı çalışmalar konusundaki eksikliği gidermek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışma kapsamında, karşılaştırılabilirliği artırmak için deneysel çalışmaları baz alarak beş boyut önermiştir. Bunlar: Özerklik, dış oryantasyon, departmanlar arası koordinasyon, insan kaynakları oryantasyonu ve ilerleme oryantasyonudur. Bu çalışmada, öncelikle daha önce gerçekleştirilen 10 nicel çalışmadan hareketle örgüt kültürü-

nün tanımı yapılmıştır. Bu tanıma göre örgüt kültürü, farklı örgüt birimleri içindeki örgütsel iş deneyimlerine ait paylaşılan algılardır. “Örgütsel iş deneyimleri” bu tanımın önemli noktasıdır. Hibbard (1998) ve White (1998) gibi birçok araştırmacı örgüt kültürünü tanımlarken değerler üzerine odaklanmıştır ancak Hofstede (2001) deneyimlerin, değerlerden daha fazla farklılık gösterdiğini açıklamıştır. Aileden gelen değerler, çalışanlar üzerinde doğrudan görünemez ama örgütsel değerler, örgütün deneyimleri olarak ifade edilebilir (Van Den Berg ve Wilderom, 2004).

Bir örgütte kültür için önemli boyutlar, kısa ve uzun dönemli olarak ele alınmaktadır. Kısa dönemde ele alınan boyutlar: Hissedilen iş yükü, iş yetkisinin miktarı ve görevin açıkça tanımlanmış olması, kişiler arası ilişkiler, geribildirim, takım çalışması ve destek, hissedilen açıklık düzeyi ve iş amaçlarının etkinliğidir. Uzun dönemde ele alınan boyutlar ise: Bağlılık ve moral, eğitimin hissedilen etkinliği, kariyer geliştirme ve hissedilen hizmet kalitesidir. Bu boyutlar örgütleri tür açısından dört genel tanımlayıcı ve iki kutuplu incelemeye yarar. Bu boyutlar şunlardır: (Fletcher ve Jones, 1992).

- Homojen / Heterojen Kültür
- Kuvvetlendirilen / Güdülen Kültür
- Gelişen / Durağan Kültür
- Dengeli / Uyumsuz Kültür

Fletcher ve Jones, (1992) örgütleri bu bağlamda sınıflandırmanın faydalı olacağı görüşündedir. Örneğin ona göre bir örgüt homojen, güdülen, durağan ve dengeli olabilir ancak “ideal kültür” formülasyonu yapmak yanıltıcı olabilir, çünkü ideal kültür durumdan duruma değişkenlik gösterebilir.

Rashid vd. (2003) yenilikçi ve destekleyici kültürler ve düşünceli liderlik tarzının, iş tatmini ve bağlılık üzerinde olumlu etkisi bulunduğunu belirterek dört tür örgüt kültürü tanımlarlar. Bunlar: Rekabetçi, girişimci, bürokratik ve rızaya dayalı. Örgütsel bağlılıkta ise üç kategori tanımlarlar: Dokunaklı, devamlı ve kuralcı. Lok ve Crawford (2004) ise gerçekleştirdikleri çalışmada doğu ve batı ülkeleri arasında yöneticilerin iş tatmini ve bağlılık düzeylerindeki algıları arasındaki farklılıkları incelemişlerdir. 764 örgüt üzerinde gerçekleştirdikleri geniş kapsamlı çalışmada Denison and Mishra (1995) örgüt kültürü ile performans arasında anlamlı düzeyde ilişki tespit etmiştir. Bu çalışmada bağlılık ve misyon yönelimi gibi değişik kültür boyutlarının karlılık ve satış artışı gibi farklı performans ölçülerini olumlu yönde etkileyebileceği gösterilmektedir (Berson vd., 2008).

Genel olarak örgüt kültürü üzerindeki araştırmalar, ortak kabul gören karakteristik bir grup ya da boyutlar ortaya koyamamaktadır. Kaynaklara göre, 114 örgüt kültü-

rü ölçütü tanımlanmıştır (Van Der Post vd., 1997). Örgüt kültürünün ölçümüyle ilgili yapılan çalışmalarda değişik örgüt kültürü boyutları kullanılmıştır. Ancak bilimsel bilginin gelişimi açısından sonuçların karşılaştırılabilir olması gerekmektedir (Van Den Berg ve Wilderom, 2004). Örgüt kültürü yazınında kullanılan bazı örgüt kültürü boyutları Tablo 1 de gruplandırılmıştır.

Tablo 1. Bazı Araştırmalarda Tanımlanan Örgüt Kültürü Boyutları

Athos ve Coffey, (1968:37).	İş bölümü, iş akışı, personelin niteliği, örgüt iklimi, statü ve değerler
Gordon ve Cummins (1979:29)	Kurumsal açıklık, kurumsal kavrayış, karar verme, kurumsal birleşme, yönetim biçimi, performans yönelimi, organizasyon ruhu, tazminat ve insan kaynakları gelişimi.
Allen ve Dyer (1980:194-197)	Performans kolaylaştırması, iş ilişkisi, eğitim, lider ağırlıklı etkileşim, ilke (politika) ve usuller, ihtilaf ortamı (veya karşılıklı yüzleşme ortamı).
Deal ve Kennedy (1982)	Değerler, iş ortamındaki uygulamalar, kahramanlar, prosedürler ve törenler ve daha çok informal iletişim kanallarıyla anlatılan hikâyeler.
French ve Bell (1984:18)	Organizasyonda hâkim olan model değerler, davranışlar, inançlar, varsayımlar, beklentiler, aktiviteler, karşılıklı etkileşimler, standartlar ve fikirler.
Gordon (1988:106)	Gidilen yönün net olması, organizasyon ruhu, birleşme, üst yönetimle iletişim, bireysel girişimin desteklenmesi, problem çözümü, performans netliği, performansa vurgu yapılması, eylem odaklı olması, tazminat ve insan kaynakları gelişimi.
Kilmann ve diğerleri (1988)	Grubun üyelerini birbirine bağlayan ve grup üyelerince paylaşılan normlar, tutumlar, beklentiler, inançlar, saygı, değerler, ideolojiler ve felsefeler.
Rossiter (1989:15)	Yetki dağılımı, uç noktalarda takım çalışması, çalışanların sonuca katılması için desteklenmesi, çalışanların teknolojiyle bütünleştirilmesi, ortak bir amacın bilincinde olmak.
Bettinger (1989: 38-42)	Değişime karşı tutum, amaçlar ve hedefler üzerinde stratejik organizasyon odaklanması, başarıya katkıda bulunan performans standartları ve değerler, değerleri destekleyen ve güçlendiren ritüeller, ödül ve cezalar, iletişim ve denetimde açık olmak, çatışma çözümlenmesi, piyasa ve müşteri yönelimi, organizasyonun hedeflerinin ve misyonunun gururunun bilincinde olmak, organizasyona ve takım çalışmasına olan bağlılık.
Robbins (1990:439)	Bireysel girişim, risk toleransı, yön (istikamet), birleşme, yönetim desteği, kontrol, kimlik, ödüllendirme sistemi, çözüm toleransı ve iletişim modelleri.
Hofstede, Neuijen, Ohayv ve Sanders (1990)	Sürece karşı sonuca yönelik, çalışana karşı işe yönelik, yerele karşı profesyonel, açığa karşı kapalı sistem, gevşeye karşı sıkı kontrol, kuralcılığa (normatif) karşı faydacı (pragmatik).

Hofstede (1991:10)	Ulusal kültürlerin boyutları ya da temel unsurlarından olan toplumun belirsizliğe toleransı, güç mesafesine yönelik değerleri, toplulukçu (kollektivist) ya da bireyci değerleri ve feminen veya maskülen özellikleri
O'Reilly, Chatman ve Caldwell (1991)	Sonuca yönelik, insana yönelik, takıma yönelik, saldırganlığa karşı uysallık, detaya yönelik, dengeli yeniliğe yönelik.
Schein (1992: 17-27)	Birinci katmanda beş duyuyla hissedeceğimiz davranışlar ve iş yapma biçimleri, dil, teknoloji ve diğer somut objeler. İkinci katmanda doğru-yanlış, iyi-kötü gibi değerler . üçüncü katmanda sorgulamadan bilinçsiz olarak kabul ettiğimiz düşünceler, duygular ve inançlardan oluşan varsayımlar.
Gordon ve Di Tomaso (1992)	İş odaklı, ödülde tarafsızlık, bütünlüme/ iletişim, gelişim/hesap verilebilirlik çerçevesinde teşvik, sistematik karar alma, yenilik/risk alma, stratejide açıklık/paylaşılan amaçlar.
Denison ve Mishra (1995)	Dahil olma, bağlılık, uyum sağlayabilirlik, misyon.
Trompenaars ve diğ. , (1998).	Tatmin yönelimli, proje yönelimli, rol yönelimli ve insan yönelimli kültürler.
Christensen ve Gordon (1999)	Agresiflik, gelişme, yüzleşme, planlama eğilimi, sonuç eğilimi, kişi eğilimi, takım eğilimi ve iletişim boyutları.
Van Muijen ve ark. (1999)	Amaç yönelimi (oryantasyon), destek yönelimi, kural yönelimi, yenilik yönelimi.
Aycan ve Kanungo (2000),	Değiştirilebilirlik, proaktivite, yükümlülüklerini yerine getirme, sorumluluk isteme ve katılımcılık.

Fletcher ve Jones (1992) tarafından geliştirilen “Kültürel Denetim (The Cultural Audit)” modeli, örgütlerin mikrokültürünü ölçmek üzerine tasarlanmıştır. “Kültürel Denetim”in içerisine dâhil edilen bileşenlerin seçimi, işgücünü motive etmeye ve pozitif iş çıktılarını tahmin etmeye dayandırılmıştır. Örneğin iş tasarımı hakkındaki araştırmalarda bazı temel boyutlar tanımlanmıştır. Bunlar: Kabiliyet değişkenliği, görev ayrılığı, görev önem derecesi, özerklik ve geribildirimdir. Çalışmalar sonucunda elde edilen kanıtlar bu boyutlar açısından yüksek olan işlerin yüksek motivasyon, iş tatmini, yüksek kalite iş performansı ürettiğini, bunun yanında devamsızlık ve devir oranını düşürdüğünü göstermektedir. “Kültürel Denetim” modeli iş tasarımı araştırmaları motivasyon teorisini kullanır. Bir iş, bir kişinin ihtiyaç ve tercihleri ile uyuşabilir, ama bir başkasıyla uyuşmayabilir. Bu amaçla Michigan Üniversitesi tarafından “Kişi-Çevre Uyum” (Person- Environment Fit) modeli geliştirilmiştir. “Kültürel Denetim” bu modeli de kullanmaktadır. Son olarak kişisel karakteristiklerin örgütsel karakteristikler ile çıktılar arasındaki ilişkiyi etkilemeleri nedeniyle özdeğerlilik (self-esteem) ve hissedilen kontrol boyutları kullanılmıştır (Fletcher ve Jones, 1992). “Kültürel Denetim” modelinde kullanılan ölçüm, faktör analizinin kullanıldığı üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde problemlerin sebepleri tespit edilmeye çalışılmaktadır. Bu sebepler araştırılırken iş talepleri,

işyerindeki kişiler arası ilişkiler, iş destekleri, kısıtlar ve fiziksel çevre unsurları değerlendirilmektedir. İkinci bölümde çıktılar ele alınmakta ve Performans, örgütsel bağlılık, iş tatminsizliği, gerilim, bazı durumlarda performans ölçümleri ve devamsızlık gibi nesnel göstergeler de kullanılmaktadır. Son bölümde ise moderatör ele alınarak kişilik özellikleri değerlendirilmektedir. Fletcher ve Jones (1992) geliştirdikleri “Kültürel Denetim” modelinin ölçüm yönteminin kendine özgü olmasının nedeninin kural tabanlı olmaması olarak ifade etmektedir. Örneğin model, yetersiz karşılaştırmalara neden olan diğer şirketlerin kurallarına gerek duymaz. Model kapsamında üç tür skor hesaplanmaktadır: Kişinin kendi durumu ile ilgili algılamaları (M-skor), kişilerin organizasyondaki diğer kişiler ile ilgili algılamaları (O-skoru) ve İdeal durum (I-skor) şeklinde sınıflandırılmaktadır (Fletcher ve Jones, 1992).

Denison ve Mishra (1995), örgüt kültürü kavramına ölçülebilir nitelik kazandırmak için iki eksenden oluşan bir tanımla geliştirmişlerdir. İlki, bir işletmenin dış çevresini kapsayan müşterilerin değişen istekleri ve nitelikleri, teknolojik ve inovatif gelişmeler gibi örgütün kontrolü dışında kalan dış koşullara uyum sağlayabilme derecesidir. İkincisi ise örgütün dış koşullara uyumunu sağlayabilmek için gerekli yapısal ve işlevsel değişimleri gerçekleştirebilmesini sağlayan değişim ve esneklik kapasitesidir. Denison ve Mishra (1995) örgüt kültürünü oluşturan temel değerler üzerinde yoğunlaşarak “dış koşullara uyum”/ “kurum içi bütünleşme”, “esneklik”/“uyumluluk” boyutlarının altında katılım, uygunluk, uyumluluk ve misyon kültürüne ilişkin dört temel kavramsal boyut oluşturmuşlardır. Denison’a (1984: 5) göre örgüte rekabet avantajı sağlayan güçlü bir kültür, üyelerin çeşitli süreçlere katılımını ve örgüte bağlılığını sağlamalıdır.

Örgüt kültürü ölçümünde Berson vd. (2008), Wallach (1983) tarafından önerilen ölçeği kullanılmışlardır. Bu ölçekte; yenilikçi, destekleyici ve bürokratik kültürler olmak üzere sınıflama yapılmıştır. Yenilikçi kültürün bileşenleri: Risk alma, yaratıcılık, sonuç odaklılıktır. Bürokratik kültürün bileşenleri: Yordamsal olma ve düzenleyiciliktir. Destekleyici kültürün bileşenleri ise teşvik edicilik ve ilişki odaklılık olarak belirlenmiştir. Bu bileşenler 5’li likert ölçeği ile sınanmıştır. Örgütsel çıktılarının ölçümünde ise satış artışı örgütsel yenilik için en uygun ölçü olarak tespit edilmiştir (Dess vd., 2003). Etkinlik değerlendirilmesinde satışlar ve çalışan sayısı arasındaki oran kullanılmıştır (Berson vd., 2008). Bu çalışma sonucunda örgüt kültürü ve örgüt çıktıları arasındaki ilişkinin devamı olarak CEO değerleri ile örgüt kültürü arasındaki ilişkinin varlığı yönündeki hipotez desteklenmiştir (Berson vd., 2008).

4. Sonuç ve Öneriler

Örgütler, rekabet edebilmek için maddi varlıklarından çok fiziki olmayan, entelektüel varlıklarını ortaya koymak ve değerlendirmek durumundadırlar. Eğer örgütler kaliteli ürün/hizmet, müşteri tatmini, örgütsel öğrenme ve gelişme, çalışanların becerileri, çabuk yanıt veren içsel süreçler, yeni ürün/hizmet geliştirme, müşteri

sadakati gibi fiziksel olmayan varlıklarını dikkate almazlarsa gerçek değerlerini ölçemezler. Fiziksel olmayan bu varlıkların hesaba katılması uzun dönem için çok önemlidir.

Kaplan ve Norton'un (2003) ifadesi ile ölçüm sistemlerinin amacı tüm yönetici ve çalışanları, örgüt stratejisinin başarıyla uygulanması için motive etmek olmalıdır. Örgüt stratejisini ölçüm sistemleriyle bağlantılı hale getirebilen örgütler amaç ve hedeflerin daha iyi anlaşılmasını sağlayacakları için stratejilerini daha etkin uygulama olanağına sahip olacaklardır. Bu bağlantı, yöneticiler ve çalışanların önemli etkenler üzerinde yoğunlaşmalarını, yatırım, girişim ve hareketlerini örgütün stratejik hedefleri ile uyumlu bir şekilde sürdürmelerine olanak sağlar. Örgütün seçtiği stratejiye bağlı olarak örgüt kültürünün gelişimi için dönemsel hedefler belirlenebilir. Örneğin bir örgüt, stratejik amaçlarına göre örgüt kültürünün "katılım" boyutuna öncelik verecek ise bu boyutun altındaki yetkilendirme, takım çalışması ve yetenek geliştirme alt boyutlarına daha yüksek ortalama hedefi belirleyebilir. Düzenli olarak yapılacak ölçümlerle de örgüt kültürünün ne yönde bir gelişim gösterdiği takip edilebilecektir.

Örgüt kültürü göstergesinin, BSC içerisinde hangi boyut altında değerlendirilmeye alınması gerektiği konusunda Nair (2004:23), içsel süreçleri tanımlarken ahlak kuralları, kültürler, örgütün tüm bölümlerindeki prosedürler ve iş ünitelerindeki değerleri kapsadığını belirtmektedir. Ancak bu konuda Niven (2002:16) öğrenme ve gelişme boyutunun ölçütlerinin diğer üç boyutun oluşumunu mümkün kıldığını ifade etmektedir. Sonuç olarak, içsel süreçlerin verimliliğini doğrudan etkilemesinden dolayı BSC altında örgüt kültürü göstergesinin "öğrenme ve gelişim" boyutu altında değerlendirilmesi daha uygun bir seçenek olarak gözükmektedir.

Bu kavramsal çalışma ile ortaya konmuş olan görüşün desteklenmesi bakımından iddianın uygulama ve farklı kültür ile sektörler bakımından geçerliliğinin test edilmesi amacıyla yönelik olarak yöneticilerle derinlemesine görüşmelere dayalı nitel çalışmaların yapılmasında yarar görülmektedir. Ayrıca, stratejik performans ölçümü bakımından önerilen boyut içinde yer alıp almadığının belirlenebilmesi için, örgüt kültürüne yönelik ölçeklerin uygunluğunun sınanacağı ampirik çalışmaların yapılması önerilebilir.

Kaynakça

- Allen, R.F. ve F. J. Dyer (1980), "A Tool for Tapping the Organisational Unconscious", *Personnel Journal*, March: 57-63.
- Amaratunga, D. ve D. Baldry (2002), "Moving From Performance Measurement to Performance Management", *Facilities* Vol. 20 (5/6), 217-223.
- Athos A. (1968), *Behavior In Organizations: Multidimensional View*, New Jersey: Prentice Hall Inc. Englewood Cliffs.
- Aycan, Z. (2000), "Impact of Culture on Human Resorce Management Practices: A 10- Contry Comparison", *Applied Psychology: An International Review*, 49 (1), 192-221.
- Aycan, Z. ve R. Kanungo, (2000), "Toplumsal Kültürün Kurumsal Kültür ve İnsan Kaynakları Uygulamaları Üzerine Etkileri", Aycan, Z. (Der.) *Türkiye'de Yönetim, Liderlik ve İnsan Kaynakları Uygulamaları içinde*, Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları, 25-53.
- Berson, Y., S. Oreg ve T. Dvir (2008), "CEO Values, Organizational Culture And Firm Outcomes", *Journal of Organizational Behavior*, 29, 615-633.
- Bettinger, C. (1989), "Use Corporate Culture to Trigger High Performance", *Journal of Business Strategy*, March-April: 38-42.
- Choe, M. K. (1993), "An Empirical Study of Corporate Strategy and Culture in Korea", *Quarterly Review of Economics and Business*, (21)2, 73-92.
- Christensen, E. W. ve G. G. Gordon (1999), "An Exploration of Industry, Culture and Revenue Growth", *Organization Studies*, 20(3), 397-422.
- Davis, T. R. V. (1996), "Developing an Employee Balanced Scrcard: Linking Frontline Performance to Corporate Objectives", *Management Decision*, 34(4), 14-18.
- Deal T. E. ve A. A. Kennedy (1982), *Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Denisi, A. S. ve R. W. Griffin (2001), *Human Resource Management*, New York: Houghton Mifflin Company.
- Denison, D. R. (1990), *Corporate Culture and Organizational Effectiveness*. New York: John Wiley & Sons.
- Denison, D. ve A. K. Mishra (1995), "Toward a Theory of Organizational Culture and Effectiveness", *Organization Science*, 6(2), 204-223.

- Denison, D. R. (1984). "Bringing Corporate Culture to the Bottom Line", *Organizational Dynamics*, 13, 5-22.
- Dess, G. G., R. D. Ireland, S. A. Zahra ve S. W. Floyd (2003), "Emerging Issues in Corporate Entrepreneurship", *Journal of Management*, 29, 351–378.
- Dessler, G. (2000), *Human Resource Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Fang, T. (2003), "A Critique of Hofstede's Fifth National Culture Dimension", *International Journal of Cross Cultural Management*, 3(3), 347–368.
- Fletcher, B. ve F. Jones (1992), "Measuring Organizational Culture: The Cultural Audit", *Managerial Auditing Journal*, 7 (6), 30–6.
- French, W.L. ve C.H. Bell (1984), *Organization Development: Behavioral Science Interventions for Organization Improvement*, (3rd. Ed.), Englewood Cliffs, NJ Prentice Hall.
- Geertz, C. (1973), *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*, New York: Basic Books.
- Gordon G. G. ve DiTomaso N. (1992), "Predicting Corporate Performance From The Strength Of Organizational Culture," *Journal of Management Studies*, (29)6, 783-798.
- Gordon, G. G. ve W. M. Cummins (1979), *Managing Management Climate*, Lexington, Massachusetts: Lexington Books.
- Gordon, G. G. (1988), *The Relationship of Corporate Culture to Industry Sector and Corporate Performance*.
- Harper, S. C. (2001), *The Forward-Focused Organization: Visionary Thinking and Breakthrough Leadership to Create Your Company's Future*, New York: AMACOM.
- Hibbard, J. (1998). "Cultural Breakthrough", *Informationweek*, 701 (21 September), 44–55.
- Hofstede, G. (1991) *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. London: McGraw-Hill.
- Hofstede, G., B. Neuijen, D. Daval Ohayv ve G. Sanders (1990), "Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Quantitative Study Across Twenty Cases", *Administrative Science Quarterly*, 35(2), 286-316.
- Hofstede, G. (2001), *Culture Consequences; Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Accross Nations* (2nd. Ed.), New York: Sage Publications Inc.

- Ittner, C. D. ve D. F. Larcker (1998), "Innovations in Performance Measurement: Trends and Research Implications", *Journal of Management Accounting Research*, 10.
- Kaplan, R. ve D. Norton (1992), "The Balanced Scorecard – Measures that Drive Performance", *Harvard Business Review*, January-February.
- Kaplan, R. ve D. Norton (1996), *Translating Strategy into Action: The Balanced Scorecard*, Boston: Harvard Business School Press.
- Kaplan R. ve D. Norton, (2003), *Balanced Scorecard-Şirket Stratejisini Eylem Dönüştürmek*, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Kaplan, R. ve D. Norton (2004), *Strategy Maps, Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes*, Harvard Business School Press, Boston.
- Kilmann, R. H., T. J. Covin (1988). *Corporate Transformation*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Kotter, J. P., J. L. Heskett (1992), *Corporate Culture and Performance*, New York: The Free Press.
- Lok, P. ve J. Crawford (2004), "The Effect of Organisational Culture And Leadership Style On Job Satisfaction And Organisational Commitment A Cross-National Comparison", *Journal of Management Development*, 23(4), 321–338.
- Murat G. ve B. Açıkgöz (2007). "Yöneticilerin Örgüt Kültürü Algılamalarına İlişkin Bir Analiz: Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Örneği", *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(5), 1–20.
- Nair, M. (2004), *Essentials of Balance Scorecard*, New Jersey: John & Wiley Sons. Inc.
- Neely, A., J. Mills, K. Platts, M. Gregory, ve H. Richards (1996), "Performance measurement system design: should process-based measures be adopted?", *International Journal of Production Economics*, 46/47 (1), 424-431.
- Niven, P. R. (2002), *Balanced Scorecard, Step-By-Step, Maximizing Performance and Maintaining Results*, London: John Wiley and Sons Inc.
- O'Reilly, C. (1989), "Corporations, Culture, and Commitment: Motivation and Social Control in Organizations", *California Management Review*, 31(4), 9-25.
- O'Reilly, C. (1991), "People and Organizational Culture: A Profile Comparisons Approach to Assessing Person-Organization Fit", *Academy of Management Journal*, 34(3), 487-516.

- Porter, M. E. (1980), *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1985), *Competitive Advantage*, New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (1996), "What is Strategy?", *Harvard Business Review*, 74(6), 61-78.
- Rashid, Md.Z.A., Anantharaman, R.N. (1997), "A study of corporate culture strategy and culture", *Malaysian Management Review*, (32) September, 25-9.
- Rashid, Z. A., M. Sambasivan ve J. Johari (2003), "The Influence Of Corporate Culture And Organisational Commitment On Performance", *Journal of Management Development*, 22 (8), 708 - 728
- Ritter, M. (2003), "The Use of Balanced Scorecard in the Strategic Management of Corporate Communication", *Corporate Communications: An International Journal*, 8(1), 44 – 59.
- Robbins, S. P. (1990), *Organisation Theory: Structure Design and Applications*, New Jersey: Prentice Hall.
- Rossiter, M. (1989), "Using Corporate Culture to Build Winning Organisations", *Institute of Personnel Management Journal*, April, 14-15.
- Schein, E. H. (1990), "Organizational Culture", *American Psychologist*, 45, 109-19.
- Schein, E. H. (1992), *Organisational Culture and Leadership*, San Francisco: Jossey-Bass.
- Trompenars, F. ve C. Hampden-Turner (1998), *Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Global Business*, New York: McGraw-Hill.
- Van Den Berg, P. T. ve C. P. M. Wilderom (2004), "Defining, Measuring, and Comparing Organisational Cultures Applied Psychology: An International Review", 53(4), 570–582.
- Van der Post, W. Z., T. J. de Coning, E. V. Smit (1998), "The Relationship between Organisational Culture and Financial Performance: Some South African Evidence", *South African Journal of Business Management*, 29(1), 30-41.
- Van Muijen, J. (1999), "Organizational Culture: The Focus Questionnaire", *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8, 551-568.
- Wallach, E. J. (1983), "Individuals and Organizations: The Cultural Match", *Training and Development Journal*, 37, 28-36.
- White, J. (1998), "Portrait of a Winning Corporate Culture", *Benefits Canada*, 22(11), 13.

Yurdakul, A., F. Ülengin, Ö.Akgüç, H. Erkut, G. Pamuk, B. Ülengin ve H. Kosma, (1997), Stratejik Yönetim ve Senaryo Tekniği, İstanbul: İrfan Yayımcılık.

Örgütsel Bağlılık ve Ekstra Rol Davranışı Arasındaki İlişkiler: İmalat Sektöründe Bir Araştırma

Aydın YILMAZER

Yrd.Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi
Sapanca Meslek Yüksekokulu
yilmazer@sakarya.edu.tr

Örgütsel Bağlılık ve Ekstra Rol Davranışı Arasındaki İlişkiler: İmalat Sektöründe Bir Araştırma

The Relationships of Organizational Commitment and Extra Role Behaviors: A Study on Manufacturing Sector

Özet

Bu çalışmanın amacı, Sakarya'da faaliyet gösteren OTOKAR firmasında çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerini ve rol davranışları arasındaki ilişkileri demografik özellikleri bakımından incelemektir. Araştırma üç bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümü, ankete katılanların bireysel özelliklerini tespit etmek için tanıtıcı bilgi formundan, ikinci bölümü çalışanların kuruma bağlılık düzeylerini ölçen Porter ve arkadaşları (1973) tarafından geliştirilen 15 maddelik örgütsel bağlılık ölçeğinden oluşmaktadır. Anket formunun üçüncü bölümünde ise, çalışanların tanımlanmış (4 soru) ve tanımlanmamış (4 soru) rol davranışlarını belirlemek için Smith ve arkadaşları (1983) tarafından geliştirilen 8 maddelik ekstra rol davranışı ölçeği kullanılmıştır. Çalışma, örgütsel bağlılık ile ekstra rol davranışları arasında doğrusal bir ilişkinin olduğu ve örgütsel bağlılığın artmasına paralel olarak çalışanların fazladan rol davranışlarına gönüllü katılımlarının artacağı varsayımı üzerine kurulmuştur. Analiz sonuçlarından varsayımın doğrulandığı ve kurumsal bağlılığın, tanımlanmış ve tanımlanmamış rol davranışı göstermeyi olumlu yönde etkilediği anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel bağlılık, ekstra rol davranışı, tanımlanmış ve tanımlanmamış rol davranışları.

Abstract

The aim of this study is to define the institutional devotion and role behaviors among the employees of OTOKAR company operating in Sakarya, taking account to their personal characteristics. Research was conducted by using a questionnaire made up of three sections in order to collect data. The first section is an introductory information form to determine their personal characteristics and in the second section a scale of commitment to institution consisted of 15 items developed by Porter et al (1973) to determine the extent of devotion to institution is used. In the final section of survey a scale consisted of 8 statements related to defined (4 questions) and undefined (4 questions) role behaviors, developed by Smith et al (1983) in order to measure role behaviors is used. It was observed that there is a direct relation between working, institutional devotion and extra role behaviors based on the assumption of parallel increase of the voluntary role behaviors with the increasing institutional devotion. Under the light of data obtained from research the assumption made above was approved and it is determined that the institutional devotion has positive effect on defined and undefined role behaviors.

Keywords: Institutional devotion, extra role behavior, defined and undefined role behavior.

1. Giriş

Globalleşme, müşteri beklentilerindeki değişim gibi pek çok gelişme, örgütlerde insan kaynaklarının önemini giderek artırmaktadır. Günümüzde örgütler, yaşamlarını devam ettirebilmek ve stratejik amaçlarına ulaşabilmek için, iş tanımlarında biçimsel olarak belirlenmiş görevlerin ötesinde davranış sergileyen ve örgütlerine bu yönüyle önemli katkılar sağlayan çalışanlara daha çok ihtiyaç duymakta ve çalışanların örgüt içi girişimciliğinden ve yaratıcılığından daha fazla yararlanmaya çalışmaktadır. Bunun sağlanmasında bir yandan örgütsel bağlılık olarak bilinen davranış kalıplarının teşvik edilmesi; diğer yandan bu davranışları etkileyen örgütsel bağlılık belirleyiciler daha fazla önem kazanmaktadır. Örgütsel bağlılığın sonuçları ve belirleyicilerinin neler olduğu konusu, son 15-20 yıldır üzerinde yoğun bir şekilde araştırma yapılan konulardan biri olmuştur. Bu kapsamda, iş tatmini, rol davranışları, bireysel özellikler gibi pek çok değişkenin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Bu çalışmanın amacı, bir imalat işletmesinde çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerini ve rol davranışları arasındaki ilişkileri demografik özellikleri bakımından incelemektir. Bu amaçla hazırlanan çalışmada, öncelikle örgütsel bağlılık kavramı üzerinde durulmuş, daha sonra örgütsel bağlılık ve rol davranışları arasındaki ilişki kuramsal ve görgül olarak araştırılmıştır.

2. Kuramsal Çerçeve

2.1. Örgütsel Bağlılık

Örgütsel bağlılık konusunda yapılan çalışmalar kavramın farklı biçimlerde tanımlandığını göstermektedir. Bununla birlikte konu üzerinde çalışan bilim adamlarının örgütsel bağlılık konusunda yaptıkları bazı tanımlar şöyledir: Mowday kurumsal bağlılığı, (Mowday ve vd., 1982: 47) “örgüt ile çalışanın amaçlarının bütünlük ve uyum içinde olması” şeklinde açıklamıştır. Örgütsel bağlılığı “kişinin çalıştığı kurumu pozitif değerlendirmesi ve onun amaçları doğrultusunda hareket etmesi” olarak tanımlayan Sheldon’un tanımı kısa ancak kapsayıcıdır (Sheldon, 1971: 143). Robbins (Robbins, 1998: 43) ise örgütsel bağlılığı, “çalışanın kurumuyla ve onun amaçlarıyla uyumlu olması ve kurumdaki üyeliğini devam ettirme arzusu” olarak tanımlamıştır. Örgütsel bağlılığın kapsamlı bir tanımı, Wiener tarafından yapılmış ve Wiener örgütsel bağlılığı “örgütsel amaç ve çıkarları karşılayacak şekilde davranmak için içselleştirilmiş normatif baskıların toplamı” şeklinde belirtmiştir (Wiener, 1982: 7). Tanımlardan, örgütsel bağlılığın iş ve başarıyla yakından ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Bir örgüte olan bağlılık, çalışanın o örgüte olan üyeliğini sürdürme isteğini artırır. Bu çalışmada örgütsel bağlılık, bireyin, örgüt çıkarlarını kendi çıkarlarından üstün görmesi, örgütün amaç ve değerlerini benimsemesi,

örgüt için ekstra çaba harcamaya hazır olması ve örgütte kalmaya istekli olması anlamında kullanılmıştır.

Mowday ve Porter'ın örgütsel bağlılık sınıflamasına göre, örgüte bağlılığı belirleyen dört faktör bulunmaktadır (Mowday ve vd, 1982: 47; <http://www.insankaynaklari.com>). Bunlar: "Kişisel özellikler", "Rol ve iş özellikleri", "Yapısal özellikler" ve "İş deneyimi" dir. Bunun yanı sıra, işe ve örgüte yönelik tutum araştırmalarında birbirleri ile ilişkisi olan, ancak birbirlerinden ayırt edilme özelliğine sahip beş farklı tutum boyutuna rastlanmaktadır. Bunlar; "iş doyumunu", "örgüte bağlılık", "işle bütünleşme", "motivasyon" ve "iş sürdürmeye yönelik tutum" olarak adlandırılmaktadır. İfade edilen bu tutum boyutları üzerinde yapılan araştırmalar, kavramların tanımı, dinamikleri ve birbirleriyle olan ilişkileri açısından, bireyin performans düzeyini etkilemede kuruma bağlılığın daha belirleyici rolü olduğu varsayılmaktadır (Baysal ve Paksoy, 1999: 7–15; Türköz, 2000: 4).

Öte yandan çalışanların örgütsel bir sorunu algılamaları durumunda buna verecekleri üç tür tepki vardır: Haksızlığa karşı fiili müdahalede bulunmak, sözlü olarak itiraz etmek ve tepkisiz kalmaktır. Ancak tepkisiz kalanlar rahatsızlıklarını kendi içlerinde yaşarlar. Bu durumda çalışanların iş tatminleri düşer, örgütsel bağlılıkları zayıflar. Çünkü, algılama-tutum-davranış örgüsü, bireysel ve örgütsel davranışın temelini oluşturur (Özmen, vd., 1997: 490-503).

Ayrıca, örgütsel bağlılık araştırmacılar tarafından; ahlaki bağlılık, çıkara dayalı bağlılık, zorunlu bağlılık gibi sınıflamalarının yanında, devamlılık bağlılığı, uyum bağlılığı, kontrol bağlılığı şeklinde de sınıflandırılmıştır. Ancak yapılan araştırmalarda literatürde en çok benimsenen bağlılık sınıflandırılması Allen–Meyer tarafından geliştirilen örgütsel bağlılık sınıflandırılmasıdır (Meyer ve Allen, 1997: 126). Örgütsel bağlılığı ölçmek için Meyer ve Allen tarafından geliştirilen örgütsel bağlılık ölçeğinde; "devam bağlılığı", "normatif bağlılık" ve "duygusal bağlılık", ve alt boyutlarıyla örgütsel bağlılık ölçülmüştür.

Devam Bağlılığı (Continuance Commitment); Devam bağlılığı zorunlu bağlılıktır; maddi ve manevi faktörlere bağlı olarak ortaya çıkar. Bu tür bağlılıkta çalışan kurum için harcadığı emek, zaman ve çabanın karşılığında edindiği statü, ücret, yetki gibi maddi ve manevi tatmin unsurlarını, kurumdan ayrılmasıyla birlikte kaybedeceğine inanır ve bu inanç onun örgütsel bağlılığını sağlar. Devam bağlılığı içten gelen bağlılık değil, dış faktörlere dayalı bağlılıktır (Obeng ve Ugboro, 2003: 83).

Normatif (Kuralsal) Bağlılık (Normative Commitment); Çalışanların ahlaki bir yükümlülük duygusu ile örgütsel amaçlara bağlanmayı zorunluluk olarak gördükleri için, gösterdikleri bağlılık türüdür. Normatif bağlılığı yüksek olan çalışanlar bireysel değerlere veya kurumda kalma yükümlülüğünün oluşmasını sağlayan inanca dayanarak, örgütte çalışmayı kendisi için bir "görev" olarak görürler. Çalışanlar norma-

tif bağlılıkta örgütte kalmanın veya bağlılık göstermenin “doğru” olduğunu inanmışlardır (Dunham vd., 1994: 370).

Duygusal/Tutumsal Bağlılık (Affective Commitment); örgütsel amaçları benimseme, onlara bağlanma ve onunla özdeşleşme ile ilgili olumlu duygulara sahip olmaktır. Duygusal bağlılık, örgütsel amaçlara ve kurallara karşı duyulan saygı, yöneticilere duyulan sevgi ve saygı, duygusal yakınlık, örgütsel vizyon ve misyonun paylaşılması ile oluşan bağlılık türüdür (Mowday vd., 1979: 224). Boyutların incelenmesinden çıkartılabilecek sonuç, bağlılığın işe bağlılık, işyerine bağlılık ve kurumsal amaçlara bağlılık şeklinde ortaya çıktığıdır.

Diğer taraftan, alan yazın incelendiğinde örgütsel bağlılığın değişik boyutlarını inceleyen pek çok ölçek çalışmaları yapılmıştır ve bu çalışmalar, günümüzde giderek artan bir önem kazanmıştır. Bunun pek çok nedeni bulunmaktadır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir (Özmen vd., 1997: 490-503):

1. Örgüte bağlılığın, arzu edilen çalışma davranışı ile ilişkisi,
2. Örgüte bağlılığın işten ayrılma nedeni olarak, iş doyumundan daha etkili olduğunun araştırmalarla ortaya konması,
3. Örgütsel bağlılığı yüksek olan kişilerin, düşük olanlara göre daha iyi performans göstermeleri,
4. Örgütsel bağlılığın, kurumsal etkililiğin yararlı bir göstergesi olması,
5. Örgütsel bağlılığın, fedakârlık ve dürüstlük gibi kurumsal rol davranışlarının bir ifadesi olarak dikkat çekmesidir.

2.2. Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini

Günümüzde kurumların çalışma barışı, iş tatmini, güven, bilgi, takım çalışması örgütsel iklim, örgütsel kültür, öz yetkinlik gibi fiziksel özelliği olmayan veya patent alma olanağı bulunmayan örgütsel yetenekler, rekabet üstünlüğü sağlayan faktörler olarak öne çıkmaktadır (Fiol, 1991: 191). Bu durum, bilgi ve becerinin, akıl ve gönül gücünün örgüt amaçları doğrultusunda harekete geçirilmesinin, kısaca insan unsurunun örgüt başarısındaki kritik rolünün önemini ortaya koymaktadır. İş tatmininin doğal bir sonucu olarak görülen örgütsel bağlılık, kurum lehine özveride bulunma, örgütsel amaçlar uğruna kendini adama ve örgütsel yarara katılma gibi anlamlara gelmektedir (Marchiori ve Henkin, 2004: 353). Örgütsel bağlılık, örgüte değer katan örgütsel tutum ve davranışların genel adıdır (Marchiori ve Henkin, 2004: 353). Herhangi bir değere bağlılık, onu yürekten benimseme, onun yararına hareket etmeyi gerektirir.

Çalışanlar örgütsel kurallara karşı iki tür olumlu davranış gösterebilirler; bunlardan biri “uyuma” davranışı diğeri, “bağlanma” davranışıdır. Çalışanların örgütsel kuralla-

rı benimsemeden yerine getirmeleri “uyuma davranışı” iken, onların örgütsel kuralları, amaç ve hedefleri, örgütsel tüm çıkarları gönüllü olarak benimsemeleri ve bunun gereğini yapmaları, “bağlanma davranışı”dır (Tutar, 2007: 101–112).

İş tatmini, çalışanların yaptığı işlerden, kurumlarından ve yönetim anlayışından duydukları memnuniyet derecesidir. İş tatmini tanımı, konu üzerine yapılan incelemelerinin, işe, çalışana ve örgütsel yapı ve yönetime ilişkin faktörlerle birlikte ele alınması gereğini ortaya koymaktadır. İşe, çalışana ve kuruma yönelik tutum araştırmalarında genellikle birbirini etkileyen ve birbirine bağlı faktörler bulunmaktadır. Tutum araştırmalarında iş tatmini, örgüte bağlılık ve örgütsel motivasyon boyutları genellikle birbirine bağlı olarak ele alınmaktadır. İş tatmini, çalışanların işlerine gösterdikleri memnuniyet düzeyidir. İş tatminini etkileyen çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bunlar; ücret, iş güvencesi, terfi, fiziksel çalışma koşulları, kişinin kendini gerçekleştirme olanağı, cinsiyet, yaş, medeni durum gibi demografik göstergeler ile yönetim yapısı, örgütsel iletişim, örgütsel kültür, ait olma duygusu gibi örgütsel faktörler kişinin kurumda iş tatminini etkileyen faktörlerdir (Morgan ve Richard, 1980: 35). Kişi işinden doyum buluyor ise, işine ve örgütüne karşı örgütsel bağlılık ve pozitif rol davranışlarını ona göre gösterir; aksi halde işine ve örgütüne karşı ilgisi azalır. Kişinin iş tatmini bulması bakımından işe ilişkin beş boyutun bulunduğunu ileri süren Luthans, (Luthans, 1994: 114–115) söz konusu boyutları aşağıdaki gibi sıralamaktadır:

1. İşin kendisi
2. Ücret
3. Yükselme fırsatı
4. Yönetim anlayışı
5. İş arkadaşları

İş tatmininin, iş performansı, işten ayrılma niyeti, örgütsel bağlılık, örgütsel özdeşleşme, his ve davranışlarının üzerinde etkili olmaktadır. İş tatminin yüksek olduğu durumlarda işten ayrılma, izin isteme, işe devamsızlık gibi davranışlara daha az rastlanıldığı, iş doyumunun yüksek olmasının ise, örgütsel bağlılığın, ilgililiğin, sadakatin ve örgütsel özdeşim kurmanın artmasına katkı sağladığı anlaşılmaktadır (Shalley vd., 2000: 215).

Ayrıca, örgütsel bağlılık, bireyin, kurumuyla farklı yönlerden özdeşleşme derecesini yansıtmaktadır. Bir örgütte, çalışanların örgütsel bağlılığa önem verip vermediklerinin anlaşılmasını sağlayan üç genel ölçüt bulunmaktadır. Reichers, (Reichers, 1985: 465) bu ölçütler şunlardır:

- Çalışanın örgütün üyesi olmak için “güçlü istek” duyması,

- Çalışanın örgütün “yararı için gönüllü çaba” göstermesi,
- Çalışanın “örgütün değerlerini, amaç ve hedeflerini benimseme”sidir.

İş tatminini etkileyen faktörler olduğu gibi çalışanların örgütsel bağlılıklarını etkileyen çeşitli faktörler de bulunmaktadır. Bunlar; “kişiyeye ait faktörler” ve “kuruma ait faktörler” dir (Lok ve Crawford, 2004: 321; Kwon ve Banks, 2004: 606). Kişiyeye ait faktörler; yaş, cinsiyet, aile yapısı, eğitim düzeyi, çalışma süresi, beklentiler gibi faktörlerdir. Örgüte ait faktörler (Boshoff ve Mels, 1995: 23) ise; kurumsal ödüller, yönetim tarzı, örgütsel kültür, örgütsel iklim, örgütsel tasarım, işin türü, işin bulunduğu yer, liderlik tarzı, yönetim anlayışı, örgütsel rol çatışması ve rol belirsizliği, demokratik yönetim anlayışı, örgütsel güven, örgütsel adalet gibi faktörlerdir. Buna ilave olarak alan yazında örgütsel bağlılığın iş tatmini, motivasyon, verimlilik, personel devir hızı, örgütsel amaçlarla özdeşlik kurma gibi kavramlarla ilişkilendirildiği görülmektedir.

2.3. Örgütsel Bağlılık ve Rol Davranışı

Örgütsel bağlılık davranışları "tanımlanmamış rol davranışları" ve "tanımlanmış rol davranışları" şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Tanımlanmamış rol davranışları; biçimsel rol tanımlarında yer almayan pozitif sosyal davranışlardır. Bireyin kendine belirtilenin dışında örgüt yararına faaliyet göstermesidir. Tanımlanmış rol davranışı ise; bir işin gereği olarak yapılan ve onun bir parçası olan davranışlardır. Ayrıca rol tanımlarında belirtilen iş davranış özelliklerini de yansıtmaktadır (İşbaşı 2000: 359-370 ; Özmen vd., 1997: 490-503). Rol, bireyin diğer bireylerle ilgili davranışlarında beklenen hareket kalıplarını ifade eder. Rol, statünün dinamik yönü olarak görülmektedir.

Bu kapsamda, yapılan araştırmalardan ve alan yazından elde edilen bilgiler ışığında, Sakarya İlinde faaliyet gösteren bir imalat işletmesinde çalışanların örgütsel bağlılıklarının rol davranışları ve demografik özellikleri bakımından ne düzeyde olduğu, araştırmanın sorunsalını oluşturmuştur.

3. Sakarya’ da İmalat Sektöründe Faaliyet Gösteren Bir Firmada Çalışanların Üzerinde Bir Araştırma

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Çalışmanın amacı, Sakarya İlinde faaliyet gösteren OTOKAR Firmasının çalışanlarının kuruma bağlılık düzeylerini bireysel özellikler bakımından incelemektir. Araştırmanın, örgütsel verimlilik ve etkinliğe katkısı olan örgütsel bağlılığın önemini ortaya koymak gibi önemli bir sonucu olacaktır.

Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları: Araştırma kapsamını Sakarya’da faaliyette bulunan OTOKAR firması ve firma çalışanları oluşturmaktadır. Araştırma grubundan “örgütsel bağlılık” ve “rol davranışları” ölçeğini cevaplandırmaları istenmiştir. Araştırma, OTOKAR firması çalışanlarından kendilerine ulaşılanlarla sınırlıdır. Araştırmanın ana kütlesi, OTOKAR firmasının 600 çalışanıdır. Tesadüfi örneklem yöntemine göre belirlenen araştırma grubu 210 kişiden oluşmaktadır. 250 kişiye ulaştırılan anketlerden geri dönen ve değerlendirmeye uygun anket sayısı 210’dur. Örneklem büyüklüğü (n=210) çalışma evrenini (N=600) temsil edecek büyüklüktedir. Araştırma (P) = 0,05 anlamlılık düzeyi ile yapılmıştır. Örneklemen frekans ve yüzde değerleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Araştırmada veri toplamak amacıyla kullanılan ölçek toplam 28 sorudan oluşmaktadır. Anket formunda birinci grup sorular cevaplayıcıların demografik özelliklerini, ikinci grup “örgütsel bağlılık ölçeği” ve üçüncü grup sorular “rol davranışları ölçeği”nden oluşmaktadır. Araştırmada beşli Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerini ölçmede Porter ve arkadaşları (1974) tarafından geliştirilen 15 maddelik örgütsel bağlılık ölçeği ve çalışanların tanımlanmış (4 soru) ve tanımlanmamış (4 soru) rol davranışlarını belirlemek için Smith ve arkadaşları (1983) tarafından geliştirilen 8 maddelik ekstra rol davranışı ölçeğinden yararlanılmıştır. Ekstra rol davranışlarına ilişkin ölçeğin Alpha katsayısı 0.88, örgüte bağlılık ölçeğinin Alpha katsayısı ise 0.85 olarak saptanmıştır. Daha önce yapılan çalışmalarda bu ölçeğin Alpha değeri meslek gruplarına göre 0.82 ile 0.93 arasında bulunmuştur (Yüksel, vd., 1998: 10).

Araştırmanın Hipotezleri:

- **H₁:** Çalışanların yaşları ile örgütsel bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- **H₂:**Çalışanların bireysel özellikleri ile rol davranışları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- **H₃:**Örgütsel bağlılık ile rol davranışları arasında anlamlı ilişki vardır.

Verilerin Analizi: Veriler SPSS 11,5 programıyla analiz edilmiştir. Analizde; frekans dağılımları, ortalama, standart sapma, bağlantısız örneklem için t testi, varyans analizi ve korelasyon analizleri gibi analiz yöntemleri kullanılmıştır.

3.2. Araştırmanın Bulguları

Tablo. 1. Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri

Bağımsız Değişkenler	Frekans	Yüzde	Bağımsız Değişkenler	Frekans	Yüzde
Yaş			Cinsiyet		
20–30	68	32,4	Eğitim durumu		
31–40	70	33,3	İlkokul	41	19,5
41–50	70	33,3	Ortaokul	42	20,0
51+	2	1,0	Lise	111	52,9
Medeni durum			Üniversite	16	7,7
Evli	180	85,7			
Bekâr	30	14,3			
Çalışma süresi (yıl)	1–5	6–10	11–15	16–20	20+
Frekans	60	50	48	32	20
Yüzde	28,5	23,0	22,0	16,0	10,5

Araştırmaya katılanların 31–40 ve 41–50 yaş grubunda olanlar eşit sayıdadır (%33,3). Ankete katılanlardan evli olanların oranı (%85,7)'dir. Çalışma grubunun çoğunluğu lise mezunudur (%52,9).

3.3. Örgütsel Bağlılık ve Rol Davranışları Ölçek Puanlarının

Değerlendirilmesi

Tablo.2: Örgütsel Bağlılık ile Tanımlanmış ve Tanımlanmamış Rol Davranışları Ölçek Puanları

ÖLÇEKLER	N	X	SS
Örgütsel Bağlılık	210	3,38	0,517
Tanımlanmış Rol Davranışı		4,45	0,932
Tanımlanmamış Rol Davranışı		3,88	0,939

Örgütsel Bağlılık ile Tanımlanmış ve Tanımlanmamış rol davranışları ölçek puanlarının ortalama ve standart sapmaları Tablo 2’te gösterilmiştir. Cevaplayıcıların Örgütsel Bağlılık ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları değerlendirildiğinde; ortalama puanlarının (3,38) orta düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Cevaplayıcıların tanımlanmış rol davranışlarından aldıkları puan ortalaması oldukça yüksek çıkmıştır (4,45). Cevaplayıcıların tanımlanmamış rol davranışlarından aldıkları ise (3,88)’dir. Bu ortalama değerler, çalışanlarda örgütsel bağlılık puan ortalaması ile tanımlanmamış rol davranışı gösterme puan ortalamalarının birbirine yakın olduğunu göstermektedir.

3.4. Örgütsel Bağlılık ve Rol Davranışlarının Bağımsız Değişkenlerle İlişkisi

Çalışanların yaşları ile örgütsel bağlılıkları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan “tek faktörlü varyans analizi” sonuçlarına göre $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde yaş değişkeni bakımından anlamlı bir ilişkinin olmadığı anlaşılmıştır. Çalışanların yaşları ile tanımlanmış ve tanımlanmamış rol davranışları bakımından ise “tek faktörlü varyans analizi” sonuçlarına göre $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişkinin olduğu anlaşılmıştır.

Tablo.3. Çalışanların Yaşları ile Tanımlanmış ve Tanımlanmamış Rol Davranışları Arasındaki İlişki Tablosu

	Varyans'ın Kaynağı	s.d	Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	F	P
Tanımlanmış Rol Davranışları	Genel	209	181,649		8,037	0,008
	Gruplar arası	3	19,033	6,344		
	Gruplar içi	206	162,615	,789		
Tanımlanmamış Rol Davranışları	Genel	209	184,646		1,780	0,002
	Gruplar arası	3	4,665	1,555		
	Gruplar içi	206	179,981	,874		

Çalışanların **yaşları** ile **tanımlanmış rol davranışlarındaki** anlamlı farklılığın hangi yaş grubundan kaynaklandığını belirlemek amacıyla **Scheffe** çoklu karşılaştırma testi yapılmıştır (Tablo 3). Buna göre yaşları 20–30 ile 41–50 olanlar arasında anlamlı bir farklılığın olduğu anlaşılmıştır. Yaşları 20–30 olanların “tanımlanmış rol davranışları” ortalamaları ($X=4,018$; $SS=1,24$), yaşları 41–50 olanların puan ortalamalarından ($X=4,68$; $SS=,49$) daha düşük çıkmıştır. Çalışanların medeni durumları ile örgütsel bağlılık ve tanımlanmış rol davranışları ile tanımlanmamış rol davranışları bakımından $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişkinin olmadığı tek yönlü varyans analizi sonuçlarından anlaşılmıştır. Çalışanların eğitim durumları ile örgütsel bağlılık ve tanımlanmış rol davranışları ile tanımlanmamış rol davranışları bakımından $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılığın olmadığı tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre eğitim durumu ilkökul olanlar ile üniversite olanlar arasında tanımlanmamış rol davranışları bakımından anlamlı bir farklılığın olduğu anlaşılmıştır.

Tablo.4. Çalışanların Eğitim Düzeyleri ile Tanımlanmamış Rol Davranışları Arasındaki İlişki Tablosu

	Varyansın Kaynağı	s.d	Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	F	P
Tanımlanmamış Rol Davranışları	Genel	209	184,646		6,495	0,000
	Gruplar arası	4	20,768	5,192		
	Gruplar içi	205	163,878	,799		

Çalışanların **eğitim düzeyleri** ile **tanımlanmamış rol davranışları** arasındaki anlamlı farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek amacıyla **Scheffe** çoklu karşılaştırma testi yapılmıştır. Buna göre eğitim durumları ilkökul olanlar ile üniversite olanlar arasında anlamlı farklılığın olduğu anlaşılmıştır. Eğitim durumları ilkökul olanların ortalamaları ($X=4,45$; $s=,19$), eğitim durumu üniversite olanların puan ortalamalarından ($X=3,53$; $s=,27$) daha yüksek olduğu anlaşılmıştır. Eğitim durumu düşük olanların işlerine daha fazla bağlanmaları beklenen bir durumdur. Ayrıca, araştırmaya katılanların **görev süresi** ile kurumsal bağlılıkları ile rol davranışları arasında, puan ortalamaları bakımından anlamlı bir farklılığın olup olmadığını test etmek amacıyla, “tek yönlü Varyans analizi” yapılmıştır. Analiz sonuçlarından çalışma süresi ile örgütsel bağlılık ve tanımlanmış rol davranışları bakımından $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılığın olduğu anlaşılmıştır (tablo 4).

3.5.Örgütsel Bağlılık ile rol davranışları arasında Korelasyon Analizi

Bulguları

Korelasyon analizi ile araştırmada ileri sürülen, “Örgütsel bağlılık ile rol davranışları arasında anlamlı ilişkinin olup olmadığı” araştırılmış. Araştırmada verileri değerlendirmeye uygunluğu bakımından Pearson korelasyon analizi tercih edilmiştir. Araştırmanın değişkenleri arası korelasyon değerleri aşağıdaki gibidir.

Tablo.5. Örgütsel Bağlılık ile Rol Davranışları Arasında Korelasyon Tablosu

		Bağlanma	Tanımlanmış Rol Davranışı	Tanımlanmamış Rol Davranışı
Bağlı	Pearson Korelasyonu	1	,509(**)	,431(**)
	Anlamlılık		,000	,000
Tanımlanmış	Pearson Korelasyonu	,509(**)	1	,569(**)
	Anlamlılık	,000		,000
Tanımlanmamış	Pearson Korelasyonu	,431(**)	,569(**)	1
	Anlamlılık	,000	,000	

Örgütsel bağlılık ile rol davranışları arasında ilişkiyi gösteren korelasyon analizi sonuçlarına göre örgütsel bağlılık ile tanımlanmış rol davranışları arasında $r= 0,509$ düzeyinde anlamlı bir ilişki vardır. Buna göre “Örgütsel bağlılık ile tanımlanmış rol davranışları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.” Şeklindeki H_5 hipotezi reddedilmiş ve H_6 hipotezi kabul edilmiştir. Örgütsel bağlılık ile tanımlanmamış rol davranışı arasında ise $r=0,431$ düzeyinde anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki vardır (Tablo 5).

4. Sonuç ve Değerlendirme

Kurumların etkin bir şekilde sürdürebilir rekabetin sağlanması için nitelikli, motivasyonu yüksek ve tatmin edilmiş çalışanlara sahip olması oldukça önemlidir. Dolayısıyla çalışanların kuruma yönelik tutumlarının doğru teknikler kullanılarak belirli aralıklarla ölçülmesi gerekir. Bu amaçla, Sakarya ilinde faaliyet gösteren bir üretim firmasında çalışanların kuruma bağlılık boyutlarının incelendiği bu çalışma sonucunda aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır. Cevaplayıcıların kurumsal bağlılık ölçeğinden aldıkları puan ortalamalarının değerlendirilmesi sonucunda ortalama puanlarının (3,38) orta düzeyde olduğu anlaşılmıştır. Cevaplayıcıların tanımlanmış rol davranışlarından aldıkları puan ortalaması oldukça yüksek çıkmıştır (4,45). Tanımlanmamış rol davranışlarından aldıkları puan ortalaması ise 3,88'dir. Bu ortalama değerlerden, çalışanlarda örgütsel bağlılık puan ortalaması ile tanımlanmamış rol davranışı gösterme puan ortalamalarının birbirine yakın olduğu anlaşılmıştır. Söz konusu ortalama değerler, çalışanların kurumsal bağlılıkları oranında tanımlanmamış rol davranışı gösterdikleri anlamına gelir.

Çalışanların yaşları ile kurumsal bağlılıkları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan "tek faktörlü varyans analizi" sonuçlarına göre $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde yaş değişkeni bakımından anlamlı bir farklılığın olmadığı anlaşılmıştır. Çalışanların yaşları ile tanımlanmış ve tanımlanmamış rol davranışları bakımından ise anlamlı bir farklılığın olduğu anlaşılmıştır. Çalışanların **yaşları** ile "tanımlanmış rol davranışları" ndaki anlamlı farklılığın 20–30 ile 41–50 olanlar arasında olduğu anlaşılmıştır. Yaşları 20–30 olanların "tanımlanmış rol davranışları" ortalamaları ($X=4,018$; $s=1,24$), yaşları 41–50 olanların puan ortalamalarından ($X=4,68$; $s=,49$) daha düşük çıkmıştır. İstihdam açığının çok yüksek olduğu ülkemizin durumu dikkate alındığında bu sonucun beklenen bir sonuç olduğu söylenebilir. Çalışanların **medeni durumları** ile örgütsel bağlılık ve tanımlanmış rol davranışları ile, tanımlanmamış rol davranışları bakımından $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılığın olmadığı diğer bir ifadeyle çalışanların evli veya bekar olma durumu rol davranışlarına farklı etki yapmadığı anlaşılmıştır. Çalışanların eğitim durumları ile örgütsel bağlılık ve tanımlanmış rol davranışları ve tanımlanmamış rol davranışları bakımından $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılığın olmadığı tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre eğitim durumu ilkökul olanlar ile üniversite olanlar arasında tanımlanmamış rol davranışları bakımından anlamlı bir farklılığın olduğu anlaşılmıştır. Çalışanların **eğitim durumları** ile tanımlanmamış rol davranışları arasındaki anlamlı farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek amacıyla yapılan test sonucuna göre, eğitim durumu ilkökul olanlar ile üniversite olanlar arasında anlamlı farklılığın olduğu anlaşılmıştır. Eğitim durumları ilkökul olanların ortalamaları ($X=4,45$; $s=,19$), eğitim durumu üniversite olanların puan ortalamalarından ($X=3,53$; $s=,27$) daha yüksek olduğu anlaşılmıştır. Eğitim durumu düşük olanların işlerine daha fazla bağlanma-

ları beklenen bir durumdur. Araştırmaya katılanların **görev süresi** ile örgütsel bağlılıkları ile rol davranışları arasında, puan ortalamaları bakımından anlamlı bir farklılığın olup olmadığı analiz edilmiş, analiz sonuçlarından çalışma süresi ile örgütsel bağlılık ve tanımlanmış rol davranışları bakımından $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılığın olmadığı anlaşılmıştır. Kurumsal bağlılık ile rol davranışları arasında ilişkiyi gösteren korelasyon analizi sonuçlarına göre kurumsal bağlılık ile tanımlanmış rol davranışları arasında $r = 0,509$ düzeyinde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Kurumsal bağlılık ile tanımlanmamış rol davranışı arasında ise $r = 0,431$ düzeyinde anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki vardır.

Sonuç olarak, kurumsal bağlılık ile rol davranışları arasında doğrusal bir ilişkinin olduğu ve kurumsal bağlılığın artmasına paralel olarak çalışanların fazladan rol davranışlarına gönüllü katılımlarının artacağı anlaşılmıştır. Bunun yanında, araştırma sonucunda elde edilen bilgiler bu firma ile sınırlı olup, genellememiz mümkün değildir. Fakat bu bilgilerin, diğer kurumlarda yapılacak çalışmalara ışık tutacağı ve çalışanların kuruma yönelik tutum ölçümlerinden elde edilen bulguların kurumun güçlü ya da iyileştirmeye açık yönlerini belirlemede yöneticiler için yol göstermede katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Aktan C. C. ve Tutar. H. (2006), "Organizasyonlarda Kurallar ve Kurumlar: Kurumsal Kültür" içinde: C. C. Aktan, Kurumsal Kültür, Ankara: SPK Yayını.
- Baysal C. A, ve M. Paksoy (1999), "Mesleğe ve Örgüte Bağlılığın Çok Yönlü İncelenmesinde Meyer-Allen Modeli", İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi, 28(1), 7-15.
- Boshoff, C. ve G. Mels (1995), "A Causal Model to Evaluate the Relationships Among Supervision, Role Stres, Organizational Commitment and Internal Service Quality", European Journal of Marketing, 29(2), 23-42.
- Dunham, R.B., Grube, J.A., Castaneda, M.B.(1994), "Organizational Commitment: The Utility of an Integrative Definition", Journal of Applied Psychology, 79(3), 370-380.
- Fiol, Marlene, (1991), "Managing Culture as a Competitive Resource: An Identity-Based View of Sustainable Competitive Advantage", Journal of Management, 17(1), 191-211.
- İşbaşı Ö. J. (2000). "Örgütsel Vatandaşlık Davranışı; Farklı Ölçeklerin Uygulanabilirliğine İlişkin Bir Çalışma", Erciyes Üniversitesi 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri, 25-27 Mayıs, Nevşehir, 359-370.
- Kwon, W. G., ve D.W. Banks (2004), "Factors Related to the Organizational and Professional Commitment of Internal Auditors", Managerial Auditing Journal, 19 (5), 606-622.
- Lok, P. ve J. Crawford, (2004), "The Effect of Organizational Cultura and Leadership Style on Job Satisfaction and Organizational Commitment. A Cross-National Comparison", Journal Of Management Development, 23 (4), 321-338.
- Luthans, F. (1994), Organizational Behavior, Newyork: McGraw-Hill.
- Marchiori, D. ve A. Henkin (2004), "Organizational Commitment of Health Profession Faculty: Dimensions, Correlates and Conditions", Medical Teacher, 26(4), 353-358.
- Mathieu, J. E., ve D. M. Zajac (1990), "A Review and Meta-Analiysis of the Antecedents, Correlates and Consequences of Organizational Commitment", Psychological Bulletin, 108(2), 171-194.
- Mellor, S., J. Barnes-Farrel ve J. M. Stanton (1999), "Unions as Justice-Promoting Organizations: The Interactive Effect of Ethnicity, Gender, and Perceived Union Effectiveness." Sex Roles: A Journal of Research, 40(33), 331-346.
- Meyer, J. P. ve N. J. Allen (1997), Commitment in the Workplace: Theory Research and Application, London: Sage Publications.

- Morgan, C. T. ve A. K. Richard (1980), *Introduction to Psychology*, New York: McGraw-Hill.
- Mowday, R. T., L. W. Porter ve R.M. Steers, (1982), *Employee-Organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism and Turnovers*, New York: Academic Press.
- Mowday, R. T., R. M. Steers ve L. W. Porter (1979), "The Measurement of Organizational Commitment", *Journal of Vocational Behavior*, 14: 224-247.
- Obeng, K. ve I. Ugboro, (2003), "Organizational Commitment Among Public Transit Employees: An Assessment Study", *Journal of The Transportation Research Forum*, 57(2), 83-98.
- Özmen, T.Ö, Y. Arbak ve Ö. Saatçioğlu (1997), "Örgütsel Bağlılığın Neden ve Sonuçlarına İlişkin Bir Model Analizi", 3. Verimlilik Kongresi Bildirileri, 14-16 Mayıs, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, 599, Ankara, 490-503.
- Porter, L., R. Steers, R. Mowday ve P. Boulian (1973), "Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Turnover among Psychiatric Technicians", *Journal of Applied Psychology*, 59(5), 603-609.
- Reichers, A. E. (1985), "A Review and Reconceptualization of Organizational Commitment", *Academy of Management Review*, 10(3), 465-476.
- Robbins, S. (1998), *Organizational Behaviour* (8. Ed.), New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Shalley, C., L. Gilson ve T. Blum (2000), "Matching Creativity Requirements and the Work Environment: Effects on Satisfaction and Intentions to Leave", *Academy of Management Journal*, 43(2), 215-223.
- Sheldon, M. E. (1971), "Investments and Involvement as Mechanisms Producing Commitment to Organization" *Administrative Science Quarterly*, 16: 142-150.
- Smith, C. A., D.W. Organ ve J. P. Near (1983) "Organizational Citizenship Behavior: It's Nature and Antecedents", *Journal of Applied Psychology*, 68: 655-663.
- Tutar, H. (2007), "Erzurumda Devlet ve Özel Hastanelerde Çalışan Sağlık Personelinin İşlem Adaleti, İş Tatmini ve Duygusal Bağlılık Durumlarının İncelenmesi", *Süleyman Demirel Ün. İ.İ.B.F.*, 12(3), 97-120.
- Türköz Y., (2000), "İşe ve Kuruma Yönelik Tutum Hangi Boyutlarda Ölçülmektedir?", *Modern Hastane Yönetimi Dergisi*, 4(1), 4-6.
- Wiener, Y. (1982), "Commitment in Organizations: A Normative View", *Academy of Management Review*, 7(3), 418-428.

Yiğitoğlu, V. (2001), "Eğitim, Geliştirme ve Değerleme, Sosyalizasyon S¼reci", http://www.geocities.com/vedat5_2000/insankaynaklari8.html, (Erişim: 11.09.2008).

Y¼ksel, İ., M. Kurt ve H. nder (1998), "İş G¼çl¼đ¼n¼n İş Doyumu, İş Gerilimine Bağlılık zerindeki Etkisinin Stepwise Regresyon Analizi ile Belirlenmesi", Verimlilik Dergisi, MPM Yayını, 4: 43-53.

ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
YAYIN ve YAZIM KURALLARI

1. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, İktisadi ve İdari Bilimler alanında özgün makaleleri yayınlamayı amaçlayan hakemli bir dergidir. Yılda iki kez yayınlanan dergi, alanında kuramsal ve uygulamalı çalışmalara yer verir.
2. Dergiye gönderilecek makaleler Türkçe veya İngilizce olabilir.
3. Yayına gönderilecek makalelerin aynı anda başka bir derginin değerlendirme sürecinde bulunmaması, hiçbir yerde yayına kabul edilmemiş ve yayınlanmamış olması gerekmektedir.
4. Yayınlanmak üzere dergiye gönderilen makaleler ile birlikte yazar/ların adı-soyadı, ünvanı, kurum, ve elektronik posta adresleri ile açık iletişim adreslerini içeren bilgiler ayrı bir sayfada gönderilmelidir.
5. Yazım kurallarına uygun olarak gönderilen makaleler dergi editörü tarafından incelenir. Hakeme gönderilmesi uygun görülmeyen makaleler yazar(lar)ına bildirilir.
6. Hakeme gönderilmesi uygun görülen makaleler, konusunda uzman iki hakeme gönderilir. Hakem raporları doğrultusunda editör gerekli gördüğü durumda üçüncü bir hakem belirleyebilir.
7. Makale metninde makalenin Türkçe ve İngilizce başlıkları, 120 kelimeyi aşmayacak şekilde Türkçe ve İngilizce özetler ile en fazla beşer adet Türkçe ve İngilizce anahtar kelimeler yer almalıdır. Makale metninde yazar/ların kimlik bilgileri yer almamalıdır.
8. Dergiye gönderilecek yazılar A4 ebadında kağıda, Times New Roman, 12 punto, 1,5 aralıkla, metin, tablo ve şekiller, kaynakça ve ekler dahil 30 sayfayı aşmayacak şekilde yazılmış olmalıdır. Sayfalar numaralandırılmalıdır.
9. Tüm metin iki yana yaslı, paragraflar arasında 12nk boşluk verilmiş, başlıklar ve metin dahil olmak üzere soldan girinti yapılmamış olmalıdır. Gönderilecek çalışmaların sayfa kenar boşlukları her taraftan 2,5 cm olacak şekilde ayarlanmalıdır.
10. Tüm başlıklar kalın (bold), sola yaslı (girintisiz) ve yalnızca kelimelerin ilk harfleri büyük olacak şekilde yazılmalıdır. Alt başlıklar 1., 1.1, 1.1.1. şeklinde numaralandırılmalıdır.
11. Metin içi atıflarda Harvard metodu olarak adlandırılan ve yazar soyadı, tarih ve sayfa numaralarının verildiği sistem tercih edilmelidir (Örn: Clegg, 1997: 53). İki-

den fazla yazarı olan kaynaklara atıflarda ilk yazarın soyadı ve "vd." ibaresi kullanılmalıdır (Örn: Morgan vd., 1994). Aynı parantez içerisinde birden fazla kaynak noktalı virgül (;) işareti ile ayrılmalıdır (Örn: Hassard ve Parker, 1994; Boje, 1996).

12. Metin içinde yer alacak tablo, şekil, grafik, harita vb.'lerinin de bu ölçüleri aşmayacak şekilde metin içine ortalanarak yerleştirilmiş olması ya da gerekiyorsa ekler bölümünde -metin sonunda- kaynakçadan hemen önce yer almış olması gereklidir.

13. Metin içindeki tüm şekiller ve grafikler sıra numarası ile (Şekil 1) kendi içinde ve şekil ya da grafiğin altında; tablolar ise yine kendi içinde numaralanmak üzere (Tablo 1) tablonun üzerinde numaralandırılmış ve isimlendirilmiş olmalıdır. Tablo, grafik ve şekil başlıkları sayfaya ortalanmış, kalın (bold) ve yalnızca kelimelerin baş harfleri büyük olacak şekilde yazılmalıdır.

14. Tablo, şekil ve grafiklerin varsa kaynakları; tablo, şekil ve grafiklerin hemen altında metin içi atıf kurallarına uygun olarak verilmelidir. Matematiksel ve istatistiksel simgeler Microsoft Office denklem düzenleyicisi ile hazırlanmalıdır.

15. Makalenin sonunda yazar soyadlarına göre alfabetik olarak düzenlenecek kaynakça kısmı bulunmalıdır. Kaynakçada sadece makalede kullanılan eserler yer almalıdır ve kaynakça aşağıda belirtilen örneklere uygun olarak hazırlanmalıdır.

KİTAPLAR

Kazgan, G. (1989), İktisadi Düşünce veya Politik İktisadın Evrimi, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Wood, R. ve T. Payne (1998), Competency Based Recruitment and Selection, London: Wiley.

Mondy, R. W., R. M. Noe, ve S. R. Premeaux (2002), Human Resource Management, NJ: Prentice Hall.

DERLEME KİTAPTAN BÖLÜM

Toynbee, A. (2000), "Osmanlı İmparatorluğu'nun Dünya Tarihindeki Yeri", Ed. Kemal Karpat, Osmanlı ve Dünya, İstanbul: Ufuk Kitapları, 49-67.

MAKALELER

Paskaleva, V. (1967), "Osmanlı Balkan Eyaletlerinin Avrupalı Devletlerle Ticaretleri Tarihine Katkı 1700-1850", İÜ. İktisat Fakültesi Dergisi, 27(1-2), 48-59.

Li, T. ve R. J. Calantone (1998), "The Impact of Market Knowledge Competence on New Product Advantage: Conceptualization and Empirical Examination", Journal of Marketing, 61(2), 13-29.

İNTERNET KAYNAKLARI

Yazarı Belli Olan İnternet Kaynakları:

Salmon, P. (2003), "Decentralization and Supranationality: The Case of the European Union", <http://www.imf.org/external/pubs/fiscal/salmon.pdf>, (Erişim: 02.10.2003).

Yazarı Belli Olmayan İnternet Kaynakları:

"Special Topic: Corporate Income Taxation and FDI in the EU-8", <http://siteresources.worldbank.org/INTLATVIA/Resources/QER3spec.doc>, (Erişim: 28.10.2004).

<http://www.tcmb.gov.tr>, (Erişim: 28.10.2004).

Belirtilen formatta hazırlanan çalışmalar elektronik posta aracılığıyla iibfdergi@ogu.edu.tr adresine ekli Microsoft Word belgesi olarak gönderilmelidir. Yazarlara, yazının ulaştığına dair bilgi ve değerlendirme sürecini dergi internet sitesinden izlemede kullanabilecekleri makale takip numarası yollanacaktır. Yazarlar gerekirse editöre, derginin diğer iletişim kanalları yanında aşağıdaki adresten doğrudan posta yoluyla da ulaşabilirler:

Prof. Dr. Ömer Torlak
ESOGÜ İİBF Dergi Editörü
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Meşelik Kampusu 26480
ESKİŞEHİR