

Kastamonu Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi Dergisi



Kastamonu University  
Journal of Economics and  
Administrative Sciences  
Faculty

**KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ**

**İKTİSADİ VE İDARİ  
BİLİMLER FAKÜLTESİ  
DERGİSİ**

**KASTAMONU UNIVERSITY**

**JOURNAL OF ECONOMICS  
AND ADMINISTRATIVE  
SCIENCES FACULTY**

|                                                                                                |                                                                                   |                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kastamonu Üniversitesi</b><br><b>İktisadi ve İdari Bilimler</b><br><b>Fakültesi Dergisi</b> |  | <b>Kastamonu University Journal</b><br><b>of Economics and</b><br><b>Administrative Sciences Faculty</b> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                |                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Cilt: 4 No: 2 Ay Yıl: Haziran 2014 Vol:4 Issue: 2 Month Year: June 2014</b>                                                                 |                                                                                                                                                           |
| <b>ISSN: 2147-6012</b>                                                                                                                         |                                                                                                                                                           |
| <b>Bu Dergi Ebsco, ASOS ve ARAŞTIRMAX tarafından taranmaktadır.</b><br><b>This Journal is indexed by Ebsco, ASOS and ARAŞTIRMAX.</b>           |                                                                                                                                                           |
| <b>Sahibi</b><br>Prof.Dr. Seyit AYDIN<br>Rektör                                                                                                | <b>Owner</b><br>Prof.Dr. Seyit AYDIN<br>Rector                                                                                                            |
| <b>Editör</b><br>Yrd.Doç.Dr. Serkan DİLEK                                                                                                      | <b>Editor</b><br>Assistant Prof.Dr.Serkan DİLEK                                                                                                           |
| <b>Lisan Editörleri</b><br>Yrd Doç.Dr. Gülten KÜÇÜKBASMACI<br>Okutman Mustafa Öztürk AKÇAOĞLU<br>Okutman Mehmet BOLLUK<br>Okutman Hayati TABAN | <b>Language Editors</b><br>Assistant.Prof .Dr. Gülten KÜÇÜKBASMACI<br>Lecturer Mustafa Öztürk AKÇAOĞLU<br>Lecturer Mehmet BOLLUK<br>Lecturer Hayati TABAN |
| <b>Danışma Kurulu/ Advisory Board</b>                                                                                                          |                                                                                                                                                           |
| Prof.Dr. Muhsin HALİS                                                                                                                          | Kastamonu Üniversitesi                                                                                                                                    |
| Prof.Dr. Yaşar AKTAŞ                                                                                                                           | Kastamonu Üniversitesi                                                                                                                                    |
| Prof.Dr. Fatma DOĞRUEL                                                                                                                         | Marmara Üniversitesi                                                                                                                                      |
| Prof.Dr. Suut DOĞRUEL                                                                                                                          | Marmara Üniversitesi                                                                                                                                      |
| Prof.Dr. Osman Zekayi ORHAN                                                                                                                    | İstanbul Gelişim Üniversitesi                                                                                                                             |
| Prof.Dr. Mümin ERTÜRK                                                                                                                          | İstanbul Arel Üniversitesi                                                                                                                                |
| Prof.Dr. Nurdan ASLAN                                                                                                                          | Marmara Üniversitesi                                                                                                                                      |
| Prof.Dr. Uğur Selçuk AKALIN                                                                                                                    | Marmara Üniversitesi                                                                                                                                      |
| Prof.Dr. Gülsüm AKALIN                                                                                                                         | Marmara Üniversitesi                                                                                                                                      |
| Prof.Dr. Koray BAŞOL                                                                                                                           | İstanbul Arel Üniversitesi                                                                                                                                |
| Prof.Dr. Sinan BAYRAKTAROĞLU                                                                                                                   | Yıldırım Beyazıt Üniversitesi                                                                                                                             |
| Prof.Dr. Suat OKTAR                                                                                                                            | Marmara Üniversitesi                                                                                                                                      |
| Prof.Dr. Ercan EREN                                                                                                                            | Yıldız Teknik Üniversitesi                                                                                                                                |
| Prof.Dr. Yusuf SÜRMEK                                                                                                                          | Karadeniz Teknik Üniversitesi                                                                                                                             |
| Prof.Dr. Bayram ÇOŞKUN                                                                                                                         | Muş Alpaslan Üniversitesi                                                                                                                                 |
| Prof.Dr. Sudi APAK                                                                                                                             | İstanbul Beykent Üniversitesi                                                                                                                             |
| Prof.Dr. Tuncay Asuna KUTLU                                                                                                                    | Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi                                                                                                                           |
| Prof.Dr. Sema KALAYCIOĞLU                                                                                                                      | Işık Üniversitesi                                                                                                                                         |
| Prof.Dr. Recep TARI                                                                                                                            | Kırgızistan-Manas Üniversitesi                                                                                                                            |
| Prof.Dr. Hüsamettin İNANÇ                                                                                                                      | Anadolu Üniversitesi                                                                                                                                      |
| Prof.Dr. Bayram Zafer ERDOĞAN                                                                                                                  | Anadolu Üniversitesi                                                                                                                                      |
| Prof.Dr. Mustafa ÖZER                                                                                                                          | Anadolu Üniversitesi                                                                                                                                      |
| Doç.Dr. İlhan AKSOY                                                                                                                            | Ondokuz Mayıs Üniversitesi                                                                                                                                |
| Doç.Dr. Nuray TERZİ                                                                                                                            | Marmara Üniversitesi                                                                                                                                      |
| Doç.Dr. Hüsamettin İNANÇ                                                                                                                       | Dumlupınar Üniversitesi                                                                                                                                   |
| Doç.Dr. Ercan TAŞKIN                                                                                                                           | Dumlupınar Üniversitesi                                                                                                                                   |
| Doç.Dr. Mahmut ZORTÜRK                                                                                                                         | Dumlupınar Üniversitesi                                                                                                                                   |
| Doç.Dr. Mehmet Serhat YILMAZ                                                                                                                   | Kastamonu Üniversitesi                                                                                                                                    |
| Doç.Dr. Uğur ÖZGÖKER                                                                                                                           | İstanbul Arel Üniversitesi                                                                                                                                |
| Ass. Prof.Dr. Maciej MILCZANOWSKI                                                                                                              | Information Technology University In Rszewo                                                                                                               |
| Ass. Prof.Dr. Jose Ramos Pires MANSO                                                                                                           | Universidade De Beira                                                                                                                                     |
| Doç.Dr. Kazım DEVELİOĞLU                                                                                                                       | Akdeniz Üniversitesi                                                                                                                                      |
| Doç.Dr. Kemal KANTARCI                                                                                                                         | Akdeniz Üniversitesi                                                                                                                                      |
| Doç.Dr. Ali GÖKSU                                                                                                                              | International Burch University                                                                                                                            |

|                                                                                                                                                                  |                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| Ass. Prof.Dr. Georgi MARINOV                                                                                                                                     | University of Economics Varna                        |
| Doç.Dr. Sezgin AÇIKALIN                                                                                                                                          | Anadolu Üniversitesi                                 |
| Doç.Dr. Ahmet TIRYAKI                                                                                                                                            | Anadolu Üniversitesi                                 |
| Doç.Dr. Seyfettin ÜNAL                                                                                                                                           | Dumlupınar Üniversitesi                              |
| Doç.Dr. Rafet AKTAŞ                                                                                                                                              | Yıldırım Beyazıt Üniversitesi                        |
| <b>Sayının Hakemlerin / Reviewers of Volume 4.</b>                                                                                                               |                                                      |
| Prof.Dr. Orhan BATMAN                                                                                                                                            | Sakarya Üniversitesi                                 |
| Prof.Dr. Ercan EREN                                                                                                                                              | Yıldız Teknik Üniversitesi                           |
| Prof.Dr. Dilaver TENGİLİMLİOĞLU                                                                                                                                  | Gazi Üniversitesi                                    |
| Prof.Dr. Yavuz UNAT                                                                                                                                              | Kastamonu Üniversitesi                               |
| Prof.Dr. İbrahim ARSLAN                                                                                                                                          | Gaziantep Üniversitesi                               |
| Doç.Dr. Mehmet Serhat YILMAZ                                                                                                                                     | Kastamonu Üniversitesi                               |
| Doç.Dr. Erol TURAN                                                                                                                                               | Kastamonu Üniversitesi                               |
| Doç.Dr. Mehmet SARIŞIK                                                                                                                                           | Sakarya Üniversitesi                                 |
| Doç.Dr. Cevdet YAKUPOĞLU                                                                                                                                         | Kastamonu Üniversitesi                               |
| Doç.Dr. İlhan AKSOY                                                                                                                                              | On Dokuz Mayıs Üniversitesi                          |
| Doç.Dr. İlyas SÖZEN                                                                                                                                              | Beykent Üniversitesi                                 |
| Doç.Dr. Nuray TERZİ                                                                                                                                              | Marmara Üniversitesi                                 |
| Doç.Dr. Özgür UĞURLUOĞLU                                                                                                                                         | Hacettepe Üniversitesi                               |
| Doç.Dr. Belma KEKLİK                                                                                                                                             | Süleyman Demirel Üniversitesi                        |
| Yrd.Doç.Dr. Muharrem AVCI                                                                                                                                        | Kastamonu Üniversitesi                               |
| Yrd.Doç.Dr. Aydoğan AYDOĞDU                                                                                                                                      | Kastamonu Üniversitesi                               |
| Yrd.Doç.Dr. İlkey Noyan YALMAN                                                                                                                                   | Cumhuriyet Üniversitesi                              |
| Yrd.Doç.Dr. Çoşkun KARACA                                                                                                                                        | Cumhuriyet Üniversitesi                              |
| Yrd.Doç.Dr. Mustafa ÖZTÜRK                                                                                                                                       | Süleyman Demirel Üniversitesi                        |
| Yrd.Doç.Dr. Hayriye SAMUR                                                                                                                                        | Selçuk Üniversitesi                                  |
| Yrd.Doç.Dr. Mustafa ERCİLASUN                                                                                                                                    | Beykent Üniversitesi                                 |
| Yrd.Doç.Dr. Seher Derya KULA                                                                                                                                     | Süleyman Demirel Üniversitesi                        |
| Yrd.Doç.Dr. Murat PIÇAK                                                                                                                                          | Dicle Üniversitesi                                   |
| Yrd.Doç.Dr. Ercan ÖGE                                                                                                                                            | İstanbul Aydın Üniversitesi                          |
| Yrd.Doç.Dr. Aysun KANBUR                                                                                                                                         | Kastamonu Üniversitesi                               |
| <b>İletişim/ Contact</b>                                                                                                                                         |                                                      |
| Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler<br>Fakültesi Dekanlığı<br>37100 Kastamonu/ Türkiye Tel/Phone: +90 366 215<br>09 02 Faks/Fax: +90 366 215 22 08 |                                                      |
| <b>Bu dergi yılda iki defa yayınlanır</b>                                                                                                                        | <b>This journal is published two times in a year</b> |

**TC. Kastamonu Üniversitesi**  
**İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**  
**Cilt 4. No:2**  
**İçindekiler**

|                                                                                                                                                                                              |               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Tüketici Davranışları Üzerine Sosyal Medya Etkileri: Apple ve Samsung Örneği<br><b>Yasin Yıldız</b>                                                                                          | Sayfa:5-15    |
| Konut Maliyet Faktörleri ve Konut Politikaları Kapsamında Türkiye’de Konut Sektörünün Eko-Analizi<br><b>Dr. Hasan Yüksel</b>                                                                 | Sayfa:16-41   |
| Butik Otel İşletmelerinin Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Bir İnceleme: Facebook Örneği<br><b>Burak ERYILMAZ</b><br><b>Yrd.Doç.Dr. Burhanettin ZENGİN</b>                                   | Sayfa:42-59   |
| Ekonomik Yakınsama Olgusunun Sınanması Üzerine Yeni Bulgular<br><b>Yrd.Doç.Dr. Pelin KARATAY GÖGÜL</b><br><b>Yrd.Doç.Dr. Levent KORAP</b>                                                    | Sayfa:60-73   |
| Tourism As A Potential Contribution For Sustainable Development In BIH<br><b>Ass.Prof.Dr. Erkan İLGÜN</b><br><b>Alen HUSUKİC</b>                                                             | Sayfa:74-83   |
| Sağlık Çalışanlarının Sinik Davranışlar Gösterme Eğilimi<br><b>Yrd.Doç.Dr. Mahmut AKBOLAT</b><br><b>Yrd.Doç.Dr. Oğuz IŞIK</b><br><b>Gülcan KAHRAMAN</b>                                      | Sayfa:84-95   |
| Toplumsal Olaylar ve Ülke Turizmi Üzerindeki Muhtemel Etkileri: Kırgızistan Örneği<br><b>Yrd.Doç.Dr. Fazıl ŞENOL</b><br><b>Dr. Bakıt TURDUMAMBETOV</b>                                       | Sayfa:96-110  |
| Demokrat Parti (DP) Döneminde Türkiye’de Orman Politikaları (1950-1960)<br><b>Dr. Nadir YURTOĞLU</b>                                                                                         | Sayfa:111-126 |
| Mobbing, Örgütsel Sessizlik ve Örgütsel Sinizm İlişkisi: Örnek Bir Uygulama<br><b>Yrd.Doç.Dr. Faruk KALAY</b><br><b>Yrd.Doç.Dr. Abdullah OĞRAK</b><br><b>Yrd.Doç.Dr. Zehra Nuray NİŞANCI</b> | Sayfa:127-143 |
| A PRODUCTION BASE ON THE SILK ROAD: ANEVALUATION ON THE DEVELOPMENT OF CHINESE ECONOMY<br><b>Yrd.Doç.Dr. Bilge AFŞAR</b>                                                                     | Sayfa:144-157 |
| EDGAR SCHEİN’İN KARIYER ÇAPALARI IŞIĞINDA BURÇLAR VE İŞ TATMİNİ ARASINDAKİ İLİŞKİ<br><b>Doç.Dr. Orhan ADIGÜZEL</b><br><b>Sercan EDİNSEL</b>                                                  | Sayfa:158-177 |
| PERFORMANCE MANAGEMENT IN PUBLIC SECTOR AS MOTIVATON AND SUCCESS FACTOR: A THEORETICAL ANALYSIS<br><b>Yrd.Doç.Dr. Handan ERTAŞ</b>                                                           | Sayfa:178-189 |
| Yazım Kuralları                                                                                                                                                                              | Sayfa:190     |

## Tüketici Davranışları Üzerinde Sosyal Medya Etkileri:

### Apple ve Samsung Örneği

Yasin YILDIZ\*

#### Özet:

İşletmeler tüm stratejilerini ve faaliyetlerini tüketici davranışlarına göre planlamaktadır. Pazarlama bilimi de insanlarla birebir iletişim halindedir. İnternette yer alan sosyal ağ siteleri, birer iletişim ve reklam aracı olarak, hedef alınacak tüketicilerin gruplandırılmasında ve mesajların iletilmesinde firmalar tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Bu çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin Apple ve Samsung markalı ürünleri tercih etmelerinde sosyal medyanın etkisini belirlemektir. Araştırma, 627 üniversite öğrencisi üzerinde anket tekniği kullanılarak yapılmış ve elde edilen veriler yorumlanmıştır. Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde faktör analizi ve ki-kare analizi kullanılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Tüketici Tutumları, Tüketici Davranışı, Apple, Samsung

**JEL Kodu:** M300, M310, M390

## The Effect of Social Media on Consumer Behaviours:

### The Sample of Apple and Samsung

#### Abstract:

Business strategies and activities are planned according to consumer behavior. Marketing science communicates face to face with people. The social networks in internet are used as medium of communication and advertising by the firms for segmenting the market to be targeted and transferring the messages. This study aims to identify the impacts of university students' use of social media on their Apple and Samsung product purchases. The method for this study included a survey completed by 627 college level students. Graphic methods and factor analysis methods were used to analyze the data.

**Anahtar Kelimeler:** Social Media, Consumer Attitudes, Consumer Behavior, Apple, Samsung

---

\* Öğr. Gör. Yasin YILDIZ, Cumhuriyet Üni., Cumhuriyet MYO, yyildiz@cumhuriyet.edu.tr

## Giriş

Günümüzde teknolojinin gelişmesine paralel olarak, bilgisayar ve internet alanındaki gelişmeler bilgiye erişimi kolaylaştırmış, bu durum da firmalar ve tüketiciler arasındaki doğrudan etkileşimi artırmıştır. Bu şekilde interaktif bir yapıya bürünen firma-tüketici ilişkisi sonucu, tüketicilerin istek ve ihtiyacı olan ürün ve hizmetlerin, firmalar tarafından daha sağlıklı analiz edilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Günümüzde dünya genelinde milyarlarca kullanıcıya ulaşan sosyal medya siteleri sayesinde insanlar tüm düşüncelerini ve görüşlerini rahatça ifade edebilmektedir. Bu rahatlığı fırsata çevirmek isteyen firmalar ise sosyal medyanın nimetlerinden faydalanarak daha fazla kâr sağlama hedefine ulaşabilmektedirler. Sosyal medya sayesinde firmalar, tüketicilerle direkt iletişim kurabilmekte, ürün ve hizmetlerini ucuz ve hızlı bir şekilde tüketicilere tanıtılabilmekte, olumlu ve olumsuz geribildirimleri kolaylıkla elde edebilmektedirler. Firmalar elde ettikleri geri bildirimler sayesinde tüketicilerin isteklerine yönelik adımlar atabilmekte, bu sayede müşteri memnuniyetini sağlayıp, müşteri memnuniyeti sayesinde ise mutlak müşteri sadakatine ulaşabilmektedirler. Firmalar kârlılığını, bilinirliğini ve kurumsallığını müşteri sadakati sayesinde hızlı bir şekilde artırabilirler.

Bu çalışmada sosyal medya kullanıcılarının satın alma konusunda nasıl bir davranış sergilediklerini belirlemek amaçlanmıştır. Bu çerçevede Facebook, Twitter ve Youtube kullanıcılarının Apple ve Samsung ürünlerini tercih etmelerinde etkili olan faktörler belirlenerek bunların karşılaştırmalı analizi yapılmıştır. İlk olarak faktör analizi ile faktör yükü fazla olan değişkenler belirlenmiş, bu değişkenler arasında Apple ve Samsung markaları arasında tüketici tercihleri karşılaştırılmıştır.

## 1. Sosyal Medya ve Tüketici Davranışları

Çalışmanın temeli, sosyal ağ teorisine dayanmaktadır. Sosyal ağ teorisi; sosyoloji, antropoloji, psikoloji gibi alanlarda da kullanılmaktadır ve ağ kullanıcıları arasında var olan ilişkileri ifade etmektedir. (Scott, 1991: 11). Sosyal ağ analizi (SNA) olarak da isimlendirilmekte olan sosyal ağ teorisi; sosyal ağın yapısının ağ kullanıcılarını nasıl etkilediğini araştırmaktadır (Keenan ve Shiri, 2009: 439). Sosyal ağ teorisi, sosyal ağlar üzerinden yürütülen ilişkilerin kalıpları ve etkilerini, özel davranış ilkeleri ve özellikleri açısından göstermektedir (Schultz-Jones, 2009: 594).

Sosyal ağlarla ilgili ilk çalışma, 1934'te "sosiogram" olarak ifade edilen toplumsal ilişki ağını geliştiren Jacob Levy Moreno tarafından yapılmıştır. Jacob Levy Moreno, bir resim üzerinde çift boyutlu uzayda, insanı bir nokta olarak ifade etmiş ve iki insan arasındaki iletişimi düz çizgilerle bağlanmış olarak sunmuştur (Arquilla ve Ronfeldt, 2001: 66).

Sosyal ağ analizinin öncüleri; sosyoloji, sosyal psikoloji (Moreno, Cartwright, Newcomb, Bavelas) ve antropolojiden (Barnes, Mitchell) gelir. "Sosyal Ağ" terimini ilk kullanan kişi ise Barnes (1954) olmuştur. (Wasserman, 1994: 10)

Sosyal ağ siteleri; (1) bireylere genel ya da yarı genel profilleri içeren bir yapı oluşturmaya izin veren, (2) aynı siteleri ziyaret eden diğer kullanıcıları listelemelerine yardım eden ve (3) kullanıcıların kendi listelerindeki bağlantılarını paylaşımlarına imkân veren web tabanlı sistemlerdir (Boyd ve Ellison, 2007: 2). Sosyal ağlar, "ürünler, markalar, hizmetler, kişilikler ve herhangi bir konu hakkında birbirlerine bilgi vermek amacıyla olan tüketiciler tarafından oluşturulan ve kullanılan online bilginin yeni kaynağının bir çeşididir" (Mangold ve Faulds,

2009: 357). Bolotaeva ve Cata'ya göre (2009:3) sosyal ağlar, ortak ilgi alanlarına sahip kişilerin, belli konuları konuştukları, ürün ya da hizmetlere oy verip, görüş bildirdikleri, düşüncelerini paylaştıkları, yeni arkadaşlar edinmek amacıyla bir araya geldikleri internet siteleridir.

Sosyal medya çeşitlerini şu şekilde örneklendirebiliriz (Dawley, 2009: 111; Hazar, 2011:154-155):

- *Sosyal Siteler:* MySpace, Facebook, Twitter, Friendster, Hi5, Friendfeed, Formspringa, Xing.
- *Fotoğraf Paylaşımı:* Flickr, PhotoBucket, 1x, Deviantart, photosig, Fotocommunity, Photo, Photodom, Instagram.
- *Video Paylaşımı:* YouTube, Dailymotion, Google Videos, Yahoo Video, It's On.
- *Profesyonel Ağ ve Blog'lar:* LinkedIn, Ning, Blogger.com, Wordpress, Cnet, TheHuffington Post, BoingBoing, Techcrunch, Kottke.
- *Bilgi Paylaşım Ağları:* Wikipedia, Wetpaint, PBWiki, Intelipedia.
- *İçerik Etiketleme:* MERLOT, SLoog.
- *Sanal Dünyalar:* SL, Active Worlds, There, Whyville, Club Penguin, HiPiHi.

Yukarıda sıralanan sosyal medya siteleri sayesinde site üyeleri birbirleriyle etkileşim içerisinde bulunmak suretiyle her türlü konuda paylaşım yapabilmekte ve birbirlerini etkileyebilmektedirler (Hacıfendioğlu, 2010: 58). Facebook, Twitter gibi sosyal ağ siteleri, insanların iletişim kurmalarına olanak tanır. Bu sitelere giriş yapan insanlar, internette geçirdikleri zamanların önemli bir bölümünü harcarlar. Aynı zamanda bu popüler sosyal paylaşım sitelerini seçerlerse, arkadaş bulmak için daha çok şansları olacak ve böylece bu sitelerden daha fazla faydalanabileceklerdir (Top vd., 2011: 1581).

İşletme literatüründe, sosyal ağların tüketiciler arasındaki etkileşimleri kolaylaştırdığı kadar pazarlamacılar ve tüketiciler arasındaki etkileşimleri de kolaylaştırdığına ilişkin yaygın bir kabul vardır. Çünkü sosyal ağlar, üyenin hayatında etkili bir role sahip olabileceği topluluğun katılımcıları için önemli bir "referans grubu" hizmeti görmektedir (Akar, 2010: 114). Burada tüketici davranışlarının ne olduğunu anlamak faydalı olacaktır.

Tüketici davranışları; bireylerin kendi ihtiyaçlarını ve/veya başkalarının ihtiyaçlarını karşılayabileceklerini düşündükleri ürün ve hizmetleri değerlendirme, arama, satın alma, kullanma ve elden çıkarma gibi fiziksel faaliyetleri ve bu faaliyetleri etkileyen karar verme süreçlerini kapsar (Yağcı ve İlarıslan, 2010: 138).

Tüketici ve tüketim anlayışı süreci; tüketiciyi analiz etmek, kendi yöneticilerine yardımcı olmak, yasa düzenleyiciler, mal-hizmet alım satımına ilişkin yasa ve düzenlemeleri oluşturmak, ortalama tüketiciye göre daha iyi satın alma kararlarına yardımcı olmaktadır (Mowen ve Minor, 1998: 6). Tüketici davranışları konusunda harekete geçmeden önce bazı soruların cevaplanması, ilgilenilen alanı daha iyi belirleyecektir. Bu sorular şu şekilde sıralanabilir (Wilkie, 1994: 5):

- Farklı tüketiciler farklı ürünleri neden satın alırlar?
- Temel bir ürünü satın alma hakkında tüketiciler için en iyi yol nedir?
- Tüketici tercihlerini etkilemek için reklam çalışmaları nasıl olmalıdır?

Tüketici davranışlarını iki temel bölümde incelemek yerinde olacaktır. Bunlardan ilki dışarıdan ilk bakışta görülemeyen ancak tüketicinin zihninde işleyen karar alma sürecidir.

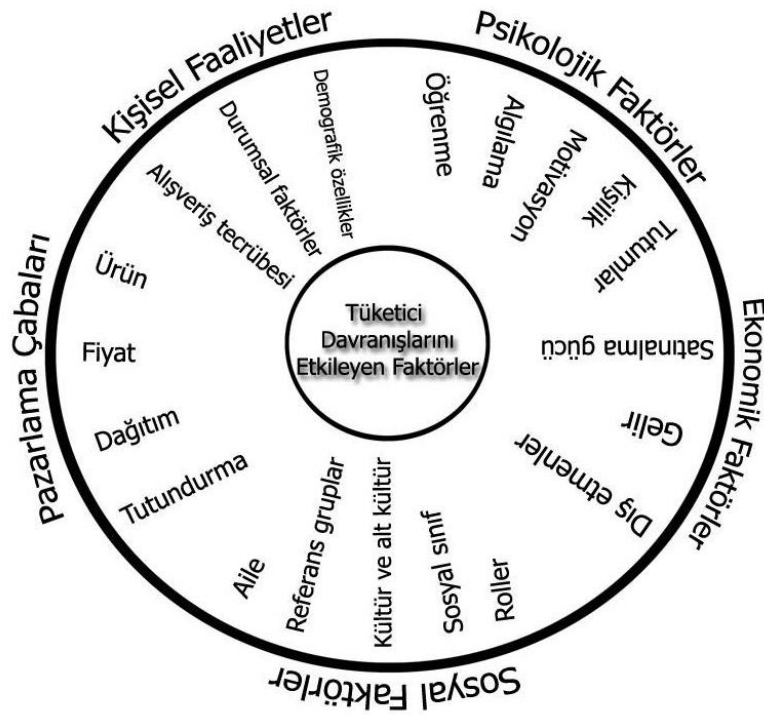
İkincisi ise, tüketicinin dışarıdan görülebilen kısmı ile tüketicinin bir malı satın alma sürecidir (Altunışık vd, 2002: 66).

Özellikle rekabetin artması, sunulan ürün ve hizmetlerin çeşitlenmesi, alışveriş kanallarının teknoloji, küreselleşme vb. etkilerle fazlaşması, tüketicinin gerek tüketen gerekse müşteri rolüyle daha farklı bir boyutta tanımlanmasını zorunlu kılmaktadır (Çabuk ve Nakıboğlu, 2005: 14). Genel olarak tüketicinin karar alma sürecinin beş aşamadan oluştuğu açıklamalarına rastlanırsa da bunlar arasında büyük farklılığın olmadığı göze çarpmaktadır. Bir tüketici karar alma süreci; sorunun belirlenmesi, bilgileri ve seçenekleri arama, seçeneklerin değerlendirilmesi, satın alma kararı ve satın alma sonrası değerlendirme aşamalarından oluşmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2002: 332-333). Bunun yanı sıra tüketici satın alma kararını vermesinde önemli bir belirleyici kararın verildiği durumdur. Satın alma durumu ile ilgili karar tipleri dört ana başlıkta inceleyebilir. Bunlar, yoğun çaba ile satın alma, sınırlı sayıda çaba ile satın alma, rutin satın alma ve tepkisel satın alma olarak inceleyebilir (Koç, 2012: 393).

Tüketimle ilgili öğeler üzerinde kendi mevcut kaynaklarını (zaman, para, çaba) harcamak için bireylerin nasıl karar verdiği konusuna odaklanan (Schiffman ve Kanuk, 2004: 8), bununla birlikte ürünlerin, hizmetlerin, fikirlerin ve deneyimlerin bireyler ya da gruplar için elde edilmesi, kullanımı ve elden çıkarımı (Arnould, vd. 2004: 9) olan tüketici davranışları; istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde ürün ve hizmetleri seçen, kullanan ve tüketen insanların zihinsel, duygusal ve fiziksel aktiviteleridir (Wilkie, 1994: 14).

Tüketici davranışlarını etkileyen farklı sebepler vardır. Kişisel faaliyetler, psikolojik faktörler, ekonomik faktörler, sosyal faktörler ve pazarlama çabaları olarak ana başlıklar şeklinde sıralanabilen bu faktörlerin içerikleri Şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1. Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler



Kaynak: Altunışık, Remzi; Özdemir, Şuayıp ve Torlak, Ömer (2002), *Modern Pazarlama, Değişim Yayınları, İstanbul*, s. 74



Tüketim bir süreçtir ve bu süreç mamulü elde etmekle başlar. Karar verme birimleri sadece tüketici anlamında değildir. Çünkü kararlar tek kişi tarafından alınabileceği gibi grup kararı da olabilir (Durmaz, 2011: 7). Wilkie tüketici davranışını daha iyi anlayabilmek için yedi anahtardan bahsetmektedir (Wilkie, 1994: 14):

- Tüketici davranışı, güdülenmektir.
- Tüketici davranışı birçok aktiviteyi içerir.
- Tüketici davranışı bir süreçtir
- Tüketici davranışı zamanlama ve karmaşada çeşitlilik gösterir.
- Tüketici davranışı farklı roller içerir.
- Tüketici davranışı dış faktörler tarafından etkilenir.
- Tüketici davranışı değişik insanlar için farklılık gösterir.

Firmalar tüketiciyi anlamak için öncelikle tüketici davranışlarını incelemeli, bu inceleme sonucunda tüketiciyi anlamalı, tüketicinin istek ve ihtiyaçlarını belirlemeli, toplumda değişen eğilimleri takip etmelidirler. Bu sayede etkin bir pazarlama çalışması gerçekleştirilebilir.

## 2. Araştırma Yöntemi

Gerek sosyal medya kullanımının (Facebook, Twitter, Youtube) gerekse de Samsung ve Apple ürünlerinin kullanımının üniversite öğrencilerinde daha yaygın olduğu düşünülerek, araştırmanın üniversite öğrencileri üzerinde yapılması düşünülmüştür. Ülke sınırları içerisindeki tüm üniversite öğrencilerine ulaşmanın hem çok uzun zaman alacağı hem de araştırma maliyetini yükselteceğinden dolayı Sivas Cumhuriyet Üniversitesi öğrencileri araştırmanın hedef kitesini oluşturmaktadır. Bu sebeple sonuçlar ve yorumlar sadece örneklem üzerinden değerlendirmeleri kapsamaktadır. Üniversite öğrencilerinin Apple ve Samsung markalı ürünleri tercih etmelerinde sosyal medyanın etkisini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada, ölçeklerin kapsamlı ve anketin uzun olmasına bağlı olarak maliyet ve süre kısıtlarından ötürü ihtimalsiz örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Oldukça yaygın olarak kullanılan bu teknikte esas, ankete cevap veren herkesin örneğe dâhil edilmesidir. En kolay bulunan denek en ideal olanıdır (Altunışık, 2010: 140). Çünkü kolayda örneklemede görüşmeci, gözüne kestirdiği ya da uygun gördüğü kişiye anketi doldurmasını teklif eder (Nakip, 2006: 204).

Bu çalışmada verilerin elde edilmesinde “cevaplandırıcının daha önce belirlenmemiş bir sıralamada ve yapıda oluşturulan sorulara karşılık vermesiyle veri elde etme yöntemi olan” (Altunışık vd., 2010: 78) anket yöntemi tercih edilmiştir.

Örnek sayısının belirlenmesi konusunda çok çeşitli görüşler vardır. Farklı analizler için farklı örnek büyüklükleri gerekmektedir. Faktör analizinde, güvenilir faktörler çıkartmak için 200 kişilik örneklemin genellikle yeterli olacağı, faktör yapısının açık ve az sayıda olduğu durumlarda bu rakamın 100'e kadar indirilebileceği, ancak daha iyi sonuçlar için daha büyük örnekleme çalışmanın yararlı olacağı vurgulanmaktadır (Büyüköztürk, 2002: 480).

Betimsel yöntemle tasarlanan bu araştırma için oluşturulan anketler, 2013 yılı Mart ve Nisan aylarında Cumhuriyet Üniversitesinde eğitime devam eden 650 öğrenci üzerinde uygulanmıştır. Analize imkân tanınmayacak kadar yarım bırakılan vb. formların elenmesi neticesinde 627 anket formu değerlendirilmeye alınmıştır. Anket sonuçlarının değerlendirilmesi için PASW Statistics 18 paket programı kullanılmıştır.

Hazırlanan anket soruları iki kısımdan oluşmaktadır. Cevaplayıcıların marka tercihlerini belirlemeye yönelik olarak ilk kısımda sorulan 33 soru hem Apple markası hem de Samsung

markası için ayrı ayrı sorulmuştur. İkinci bölümde, sosyal medya kullanım sıklıkları araştırılmıştır. Bunun için Alexa internet sitesinde yer alan tıklanma oranlarına göre en yoğun tercih edilen sosyal medya siteleri olarak Facebook, Twitter ve Youtube seçilmiştir.

Çalışmada dünyanın en büyük marka danışmanlığı ajansı olan Interbrand şirketinin yayınlamış olduğu “En iyi 100 küresel marka” arasında yer alan ve birbirine rakip olabilecek niteliğe sahip firmalardan Apple ve Samsung markaları temel alınmıştır.

### 3. Bulgular ve Analizler

Oluşturulan anket soruları için güvenilirlik analizi yapılmış olup Apple ve Samsung markalarına ait elde edilen sonuçlar Tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1.** Apple ve Samsung Markalarına Ait Güvenilirlik Analizi

| Marka   | Cronbach's Alpha |
|---------|------------------|
| Apple   | 0,908            |
| Samsung | 0,917            |

Ölçeğin güvenilir kabul edilebilmesi için “Cronbach’s Alpha değerinin 0,70 ve üstü olması gerekir” (Durmuş vd., 2011: 89). Tablo 1’de yer alan Apple ve Samsung markalarına ait Cronbach’s Alpha oranı 0,70’den büyük olduğu için ölçek güvenilir seviyededir ve ölçeğin güvenilirlik düzeyi yüksek bir değer olarak kabul edilebilir.

Tablo 2 ve Tablo 3’deki verileri elde etmek için şu süreç izlenmiştir: Anket soruları arasında yer alan 33 adet değişken için faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda Apple markasına ait 6 adet, Samsung markasına ait ise 7 adet faktör boyutu ortaya çıkmıştır. Her iki markanın kıyaslanması açısından faktör yükü en yüksek olan, ortak 10 değişken seçilmiştir. Bu değişkenlerin elde edildiği faktör analizi sonuçları incelendiğinde Apple markasına ait faktörde yer alan değişkenler toplam varyansın %46,557’sini açıklarken, Samsung markasına ait değişkenler ise toplam varyansın %51,638’ini açıklamaktadır.

Apple markasına ait faktör analizi sonucu elde edilen veriler Tablo 2’de belirtilmiştir.

**Tablo 2.** Apple Markasına Ait Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi

| Apple Markasına Ait Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi                                              | Faktör 1 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Tükettiğim üründen aldığım haz, sosyal medyada anlatılanlarla örtüşüyorsa memnuniyetim artar.           | 0,662    |
| Sosyal medyada yer alan reklamların, ürünün özelliklerini anlatması tercihimde etkili olmaktadır.       | 0,645    |
| Sosyal medyada edineceğim bilgilere göre, kullanmaktan memnun olacağımı düşündüğüm ürünü tercih ederim. | 0,637    |
| Sosyal medyada markalarla ilgili olumlu yorumlar tercihimde etkili olmaktadır.                          | 0,603    |
| Bu markanın sosyal medya kullanıcılarına sağladığı indirimler tercihimde olumlu etki yapar.             | 0,578    |
| Markaların sosyal medya üzerinde düzenlediği kampanyalar o markaya yönelmeme etki eder.                 | 0,564    |
| Kullanım kolaylığını anlatan sosyal medya reklamları, markaya olan yönelimimi artırır.                  | 0,561    |
| Markalarla ilgili sosyal medyada paylaşılan olumlu videolar tercihimde etkili olmaktadır.               | 0,522    |
| Bir markanın sosyal medya üzerinde sorun çözdüğünü gördüğümde o markaya olan sadakatim artar.           | 0,511    |
| Bu markanın sosyal medyada daha yenilikçi paylaşımlarda bulunması markaya eğilimimi artırır.            | 0,508    |
| Faktör-1 ölçek boyutu için Cronbach's Alpha değeri                                                      | 0,840    |
| KMO değeri                                                                                              | 0,920    |
| Sig.                                                                                                    | 0,001    |

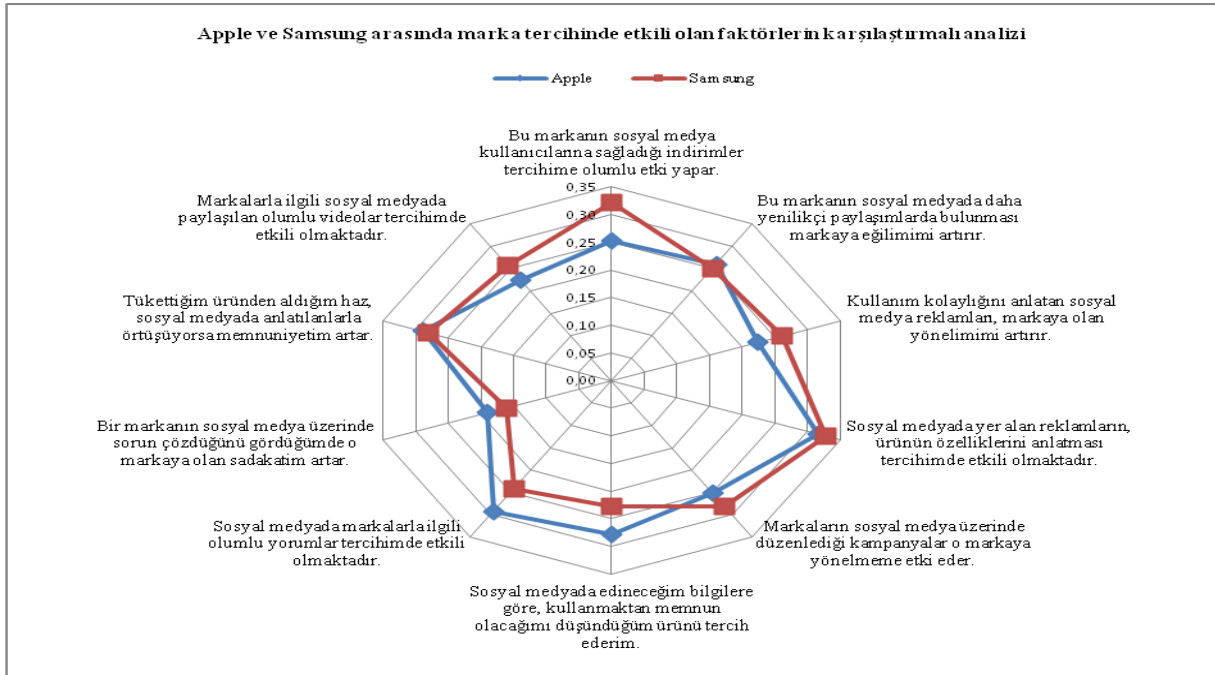
Yapılan faktör analizi ve güvenilirlik analizinin Samsung markasına ait sonuçları ise aşağıda yer alan Tablo 3’de gösterilmiştir.

**Tablo 3.** Samsung Markasına Ait Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi

| Samsung Markasına Ait Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi                                            | Faktör 1 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Sosyal medyada edineceğim bilgilere göre, kullanmaktan memnun olacağımı düşündüğüm ürünü tercih ederim. | 0,735    |
| Sosyal medyada markalarla ilgili olumlu yorumlar tercihimde etkili olmaktadır.                          | 0,635    |
| Bu markanın sosyal medyada daha yenilikçi paylaşımlarda bulunması markaya eğilimimi artırır.            | 0,612    |
| Sosyal medyada yer alan reklamların, ürünün özelliklerini anlatması tercihimde etkili olmaktadır.       | 0,581    |
| Tükettiğim üründen aldığım haz, sosyal medyada anlatılanlarla örtüşüyorsa memnuniyetim artar.           | 0,577    |
| Bu markanın sosyal medya kullanıcılarına sağladığı indirimler tercihime olumlu etki yapar.              | 0,543    |
| Bir markanın sosyal medya üzerinde sorun çözdüğünü gördüğümde o markaya olan sadakatim artar.           | 0,534    |
| Markalarla ilgili sosyal medyada paylaşılan olumlu videolar tercihimde etkili olmaktadır.               | 0,516    |
| Markaların sosyal medya üzerinde düzenlediği kampanyalar o markaya yönelmeme etki eder.                 | 0,492    |
| Kullanım kolaylığını anlatan sosyal medya reklamları, markaya olan yönelimimi artırır.                  | 0,487    |
| Faktör-1 ölçek boyutu için Cronbach's Alpha değeri                                                      | 0,848    |
| KMO değeri                                                                                              | 0,929    |
| Sig.                                                                                                    | 0,001    |

Örnekleme büyüklüğünün faktör analizine uygunluğunu kontrol için hesaplanan KMO ölçütünün 1'e yakın olması istenmektedir. Bu indeks küçüldükçe, bu değişkenlerle faktör analizi yapılmasından vazgeçilir. KMO ölçütü yorumlarında aralıklar şu şekildedir: Mükemmel: 1.00-0.90, Çok İyi: 0.90-0.80, İyi: 0.80-0.70, Orta: 0.70-0.60, Zayıf: 0.60-0.50, Kabul edilemez: 0.50' den küçük (Yıldız, 2013: 125). Yapılan faktör analizi sonucunda Apple markasına KMO ölçütü 0,920 ve Samsung markasına ait KMO ölçütü 0,929 çıktığı için kabul edilebilir ve mükemmel oranda KMO sonucu elde edilmiştir.

Faktör analizi sonucunda ortak olan 10 ölçek Apple ve Samsung markaları için karşılaştırılmıştır. Bu amaçla ölçeklerin ortalamaları alınıp, Şekil 1 oluşturulmuştur.

**Şekil 1.** Apple ve Samsung markalarının karşılaştırılması

Şekil 1'deki verilere bakıldığında aşağıdaki sonuçlara ulaşılabilir. Samsung markasını tercih eden kullanıcılar, Apple markasını tercih eden kullanıcılara göre sosyal medyada yer alan indirim ve kampanyaların, satın alma kararlarında etkili olduğunu belirtmiştir. Apple markasını tercih eden kullanıcıların, marka tercihi noktasında sosyal medyada yer alan indirim ve kampanyalardan daha az etkilendiği görülmüştür. Apple ve Samsung ürünlerini kullanan tüketiciler, bu markaların sosyal medyada yenilikçi paylaşımlarda bulunduğu takdirde, ilgili markaya olan eğilimlerinin arttığını söylemektedir. Söz konusu eğilim hem Apple markasını hem de Samsung markasını kullanan tüketicilerde birbirine yakın oranda çıkmıştır.

Sosyal medyada yer alan, kullanım kolaylığını anlatan reklamlar Samsung kullanıcılarını daha fazla etkilemektedir. Samsung kullanıcıları, Apple kullanıcılarına nazaran bu reklamlardan daha fazla etkilenecek satın alma kararını vermektedir. Ürün özelliklerinin satın alma kararını etkileyen unsurlar arasında olduğunu söylemek mümkündür. Ankete katılanlardan elde edilen sonuçlara göre, ürün özelliklerini anlatan sosyal medya reklamları Apple ve Samsung kullanıcılarını eşit oranda etkilemektedir. Sosyal medya üzerinden düzenlenen kampanyalar ise Samsung kullanıcılarını Apple kullanıcılarına göre daha fazla etkilemektedir.

Ankete katılanlar, sosyal medyada yer alan bilgiler sonucu memnun olacaklarını düşündükleri ürünü tercih etmektedir. Bu ürün içerisinde de Apple kullanıcılarının oranı Samsung kullanıcılarının oranından daha fazladır. Kullanıcıların memnuniyetlerinin sağlanması kendi araştırmaları sonucu olabileceği gibi, sosyal medyada yer alan yorumlardan da oluşabilir. Bu konuda oluşturulan ölçeğe verilen cevaplar incelendiğinde Apple kullanıcıları Samsung kullanıcılarına kıyasla sosyal medyada yer alan olumlu reklamlardan daha fazla etkilendiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Memnuniyet aracı olarak başka bir faktör ise müşteri sorunlarının hızlı bir şekilde çözümüdür.

Elde edilen verilere göre sosyal medya üzerinden sorun çözüldüğünü gören Apple kullanıcıları Samsung kullanıcılarına göre daha fazla etkilenecek bu ürünleri tercih etmektedir. Yorum ve araştırma dışında ürün videoları açısından bakacak olursak burada Samsung kullanıcılarının Apple kullanıcılarına göre olumlu videolardan daha fazla etkilendiği gözlemlenmektedir.

Son olarak tercih sonrası oluşan memnuniyetlere bakılacak olursa, satın alım sonrasında edinilen hazzın sosyal medyada yer alan yorumlarla örtüştüğünü söyleyen kullanıcıların oranları Apple ve Samsung kullanıcıları için birbirine yakın orandadır.

#### **4. Sonuç**

Sosyal medya artık günümüzde hayatı direkt etkileyen bir role bürünmüştür. Sosyal medyanın önemli bir parçası olan sosyal ağlar, günümüzün en önemli odak noktalarından biridir. Fotoğraf ve video etkileşimi (yükleme, görme/izleme, paylaşma vb.), durum paylaşımları gibi imkânları sayesinde milyarlarca insanın bu alana yoğunlaşmasına neden olmaktadır.

Pazarlamacıların dikkatini çekmesiyle yeni bir boyut kazanan sosyal ağ siteleri, milyonlarca kişinin buluşma noktası haline gelen küçük ve büyük birçok sanal topluluk meydana getirmektedir. Bu sanal topluluklar, çok değerli iletişim ve etkileşimlerin yaratıldığı büyük bir pazaryeridir (Akar, 2010: 118). Firmaların sosyal medyada yaptıkları faaliyetler birçok açıdan avantaj sağlayabilir. Firmaların paylaşımları (fotoğraf, video, durum paylaşımı, vb.) ve bunun sonucunda oluşan tutumun takip edilmesi, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını belirleyen faktörleri anlamalarını sağlayacaktır. Tüketicinin istediği ve ihtiyacı olan ürünün sunulması sonucu müşteri memnuniyeti oluşacağı için, bu memnuniyet işletmelerinin sadık müşteri yaratabilmelerini sağlayacaktır.

Araştırma sonucundan elde edilen veriler incelendiğinde Apple ve Samsung kullanıcıları için ilginç sonuçlar ortaya çıkacaktır. Her iki marka arasında kıyaslama yapılarak bu farklılıklar şu şekilde açıklanabilir. Samsung kullanıcıları sosyal medyada yer alan olumlu videolardan etkilenirken, Apple kullanıcıları daha çok kendileri araştırma yapıp sosyal medyada yer alan yorumlara göre hareket etmektedirler. Samsung kullanıcıları kullanım kolaylığını anlatan videolara göre markaya yönelmektedir. Apple kullanıcıları ise sosyal medyada daha çok sorun çözme konusuna önem vermektedir ve sosyal medya üzerinde yer alan yorumlarda Apple firmasının sorun çözümünde etkin adımlar attığına yönelik gözlemleri sonucu ürün tercihinde bulunmaktadırlar. Bu durum da Apple kullanıcılarının müşteri memnuniyetine daha fazla önem verdikleri tezimizi desteklemektedir. Apple kullanıcıları için ürünün sağlayacağı haz ve memnuniyet ön plandadır. Bu sebeple yaptıkları araştırmalarda müşteri memnuniyetini anlatan yorumlar tercihlerini olumlu yönde etkilemektedir. Samsung kullanıcıları için daha ön planda olan ise sosyal medyada yer alan indirim ve kampanyalar olmaktadır. Yani Samsung kullanıcıları ürün tercihlerini yaparken sosyal medyada yer alan indirimler ve firma kampanyalarından etkilenmektedir. Sosyal medyada yer alan video paylaşımları ve yorumlarla, tüketim sonrasında oluşan olumlu düşünce karşılaştırıldığında ise Apple ve Samsung kullanıcılarının eşit oranda olduğu görülecektir. Bu durum hem Apple hem de Samsung kullanıcılarının tercih ettiklerini ürün öncesinde, kendi ihtiyaç ve zevklerine göre araştırmalar yaptığını; tercihleri sonrasında ise bu araştırmadan tatmin olduklarını göstermektedir.

Araştırmanın kısıtları olarak; sosyal medya kategorisinde Alexa.com sitesinde en çok tıklanan siteler olan Facebook, Twitter ve Youtube kullanıcıları seçilmiş olup, dünyanın en büyük marka danışmanlığı ajansı olan Interbrand şirketinin yayınlamış olduğu “En iyi 100 küresel marka” arasında rakip olabilecek Apple ve Samsung ürünleri belirlenmiştir. Bu kısıtlar göz önüne alındığında, bundan sonra yapılacak çalışmaların Facebook, Twitter ve Youtube dışında kalan sosyal ağları kapsamı ve Apple ile Samsung dışında kalan markaları da içermesi sosyal medya kullanıcılarının tüketim alışkanlıklarına ait daha sağlıklı sonuçlar ortaya koymasına yardımcı olacaktır.

## Kaynakça

- Akar, Erkan (2010), “Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyalağ Siteleri – Bir Pazarlama İletişimi Kanalı Olarak İşleyişi”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 10 (1), 107-122
- Altunışık, Remzi; Özdemir, Şuayıp ve Torlak, Ömer (2002), **Modern Pazarlama**, Değişim Yayınları, İstanbul
- Altunışık, Remzi; Coşkun, Recai; Bayraktaroğlu, Serkan ve Yıldırım, Engin (2010), **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (SPSS Uygulamalı)**, Sakarya: Sakarya Yayıncılık
- Arnould, Eric J.; Price, Linda ve Zinkhan, George M. (2004), **Consumers**, McGraw-Hill/Irwin, Second Edition, New York
- Arquilla, John ve Ronfeldt, David (1991), **Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime, and Militancy**, RAND Corporation, California
- Barnes, John Arundel (1954), “Class and Committees in a Norwegian Island Parish”, **Human Relations**, 7, 39-58

- Bolotaeva, Victoria ve Cata, Teuta (2009), Marketing Opportunities With Social Networks, Journal of Internet Social Networking and Virtual Communities”, <http://www.ibimapublishing.com/journals/JISNVC/2011/409860/409860.pdf> (Erişim Tarihi: 28.05.2013)
- Boyd, Danah M. ve Ellison, Nicole B. (2007), “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”, **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13 (1), 210-230.
- Büyüköztürk, Şener (2002), “Faktör Analizi: Temel Kuramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı”, **Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi**, 32, 472-483
- Çabuk, Serap ve Nakıboğlu, Burak (2005), “Tüketici Davranışı Araştırmalarında Bir Yolculuk ve Değişen Tüketici”, **Pİ: Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi**, 4 (14), 4-19
- Dawley, Lisa (2009), “Social Network Knowledge Construction: Emerging Virtual World Pedagogy”, **On the Horizon**, 17 (2), 109-121.
- Durmaz, Yakup (2011), **Tüketici Davranışı**, Detay Yayıncılık, Ankara
- Durmuş, Beril, Yurtkoru, E. Serra ve Çinko, Murat (2011), **Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi**, İstanbul: Beta Yayınları
- Hazar, Murat (2011), “Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Araştırması”, **İletişim ve Kuram Araştırma Dergisi**, 32, 151-176.
- Hacıfendioğlu, Şenol (2010), “Sosyal Paylaşım Sitelerinde Üye Bağlılığı Üzerine Bir Araştırma”, **Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 20 (2), 56-71.
- Keenan, Andrew ve Shiri, Ali (2009), “Sociability and Social Interaction on Social Networking Websites”, **Library Review**, 58 (6), 438 - 450
- Koç, Erdoğan (2012), **Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri, Global ve Yerel Yaklaşım**, Seçkin Yayıncılık, Ankara
- Mangold, W.Glynn ve Faulds, David J. (2009), “Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix”, **Business Horizons**, 52, 357-365
- Moreno, Jacob Levy (1934), **Who Shall Survive?**, Beacon Press, New York
- Mowen, John C. ve Minor, Micheal (1998), **Consumer Behavior**, Prencite-Hall Inc., Fifth Edition, New Jersey
- Odabaşı, Yavuz ve Barış, Gülfidan (2002), **Tüketici Davranışı**, MediaCat Akademi, İstanbul
- Schiffman, Leon G., ve Kanuk, Leslie Lazar (2004), **Consumer Behavior**, Pearson Prentice Hall, Eighth Edition, New Jersey
- Schultz-Jones, Barbara (2009), “Examining Information Behavior Through Social Networks An Interdisciplinary Review”, **Journal of Documentation**, 65 (4), 592 - 631
- Scott, John (1991), **Social Network Analysis**, Sage Publications, Londra
- Stanley, Wasserman ve Faust, Katherina (1994), **Social Network Analysis: Methods and Applications**, Cambridge University Press, Cambridge
- Top, Seyfi; Dilek, Serkan ve Çolakoğlu, Nurdan (2011), “Perceptions Of Network Effects: Positive or Negative Externalities?”, **Procedia Social and Behavioral Sciences**, 24, 1574-1584.
- Wilkie, William, L. (1994), **Consumer Behavior**, Wiley, Third Edition, New York

Yağcı, Mehmet İsmail ve İlarıslan, Neslihan (2010), “Reklamların ve Cinsiyet Kimliği Rolünün Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 11 (1), 138-155

Yıldız, Yasin (2013). “*Hizmet İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati Etkileşiminin İncelenmesi, Sivas İlinde Bir Uygulama*”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi

## **EXTENDED ABSTRACT**

In today’s world, the development in the fields of computer and the Internet with parallel to development of technology has eased the access to information, and this has increased the direct interaction between companies and consumers. As a result of this company – consumer relationship turning into an interactive pattern, products and services that the consumers need must be analysed more healthily by the companies.

Thanks to the social media reaching billions of users worldwide, people may express their ideas and views comfortably. The companies that want to turn this comfort into an opportunity could achieve their goals of yielding profit by taking advantage of social media. Also, owing to the social media, the companies could make direct contact with consumers, introduce their products and services to the consumers cheaply and swiftly, get positive and negative feedbacks easily.

The basis of this study depends on the theory of social network. Social network theory is used in such fields as sociology, anthropology and psychology, and states the existing relationships among network users. Social network is “a sort of new resource of online information that is established and used by consumers who aim to give information to each other about products, brands, services, personalities and any topic”.

Consumer behaviours include individuals’ evaluation of products and services that they consider to meet their needs and/or others’ needs, physical activities such as searching, buying, using and disposing, and decision process that affects these activities.

This study seeks to measure the effects of social media in being preferred of Apple and Samsung. According to analysis results;

- While Samsung users are affected by positive comments in social media, Apple users make researches on their own, and act upon the comments in social media.
- Samsung users choose the brand through the videos that tell the ease of use. However, Apple users give more importance to solving problem, and they make their preference due to their observations on Apple’s ability to take efficient steps in solving problem.

# KONUT MALİYET FAKTÖRLERİ VE KONUT POLİTİKALARI KAPSAMINDA TÜRKİYE’DE KONUT SEKTÖRÜNÜN EKO-ANALİZİ

**Hasan YÜKSEL\***

**Özet:** Bu çalışmada Türkiye’de konut maliyet faktörlerinden ve Cumhuriyetin ilanı sonrası planlı ve plansız dönemde uygulanan konut politikalarından hareketle konut sektörünün eko-analizi yapılacaktır. Konut sektörü Türkiye’de bir dizi yan sektörü etkilemesi nedeniyle ekonominin temel itici gücünü oluşturmaktadır. O bakımdan günümüzde fiyatının uygunluğuna ek olarak konfor ve estetikle özdeşleşen bu sektöre yönelik arsa, arazi, işgücü ve kullanılan yapı malzemesi gibi maliyet faktörlerinin incelenmesi ve bu kapsamda bazı çıkarsamaların yapılması yerinde olacaktır. Çalışmada konut kavramının tanımından hareketle sektörü etkileyen maliyet faktörlerine ve sektörün sabit sermaye yatırımları içerisinde büyüklüğüne değinilecek ve Türkiye’de Cumhuriyet sonrası dönemde planlı ve plansız dönem olmak üzere iki şekilde adlandırılan konut politikaları analiz edilerek günümüze yansımaları incelenecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Konut, Konut Sektörü, Konut Politikaları, Maliyet Faktörleri

**Jel Kodları:** O1, O18, O2, O21, R21

## WITHIN THE FRAMEWORK of HOUSING COST FACTORS and POLICIES, THE ECO-ANALYSIS OF HOUSING SECTOR IN TURKEY

**Abstract:** In this study, moving from the housing cost factor and the policies conducted in the planned and unplanned age concerning housing again following the announcement of Republic, the eco-analysis of the sector will be made. Housing sector, as it leaves an impact on the other subsectors, forms the main dynamics of economy in Turkey. Therefore, it is suitable to analyze cost factors like patch, land, labour force, and building material concerning this sector associated with comfort and aesthetics in addition to its convenience on the cost and depending upon all these, it is also more convenient to deduce. In the study, based upon the definition of house, cost factors that affect the sector and the magnitude of the sector among the other fixed capital investments will be mentioned and housing policies implemented in the aftermath of the Turkish Republic as well as its reflections on today will be analyzed.

**Key Words:** House, Housing Sector, Housing Policies, Cost Factors

**Jel Codes:** O1, O18, O2, O21, R21

---

\* Dr., Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri; Süleyman Demirel Üniversitesi Rektörlük Dış İlişkiler Ofisi, Isparta, [hasanyuksel37@gmail.com](mailto:hasanyuksel37@gmail.com).

Bu çalışma Doç. Dr. Kenan ÖREN danışmanlığında tarafımdan yazılan Sosyal Politika Unsuru Olarak Toplu Konut İdaresi Uygulamaları: Isparta İli Çünür ve Akkent Mahallesi Toplu Konut İdaresi Başkanlığı’na Yapılan Konutlarda İkamet Eden Konut Sakinlerine Yönelik Bir Alan Araştırması adlı doktora tezinden faydalanılarak yazılmıştır.



## Giriş

Tarihsel derinliği itibariyle konut, “iletişim, etkileşim, mekân, zaman ve anlamın örgütlü bir örüntüsüdür. Bir yandan ait olduğu etnik grubun karakteristiklerini, yaşam biçimini, davranış kurallarını, çevresel tercihlerini, imgelerini, zaman-mekân taksonomilerini yansıtırken öte yandan kullanıcısının özüyle ilgili imgelerini, kendini kanıtlama ve anlatma eğilimini, böylece tasarım, donatım ve biçemi ile bireyin kişilik ve ayrıcalığını yansıtır.” Her yönüyle insan yaşamının bir parçası olan hatta yaşamsal faaliyetlerin meydana geldiği bir yer olan konut, toplumsal, siyasi ve ekonomik süreçlerinde de temel yönlendiricileri arasında yer almaktadır. Bu nedenle konut kültürel bir imge ve dünya anlayışının ta kendisidir. Nitekim, konutların mimari özelliklerine bakarak, hangi kültüre ait oldukları, hangi dönemde inşa edildikleri ve hangi medeniyetin ürünü olduklarıyla ilgili çıkarımlarda bulunulabilir (Ören ve Yüksel, 2013: 48, 49; Gür, 2000: 11, 12).

Başka bir tanıma göre konut, “aslında temel ihtiyaçlarımız arasında yer alan beden ısısını belirli bir seviyede tutmayı sağlayan üstelikte bunu kalıcı bir biçimde yapmayı mümkün kılan bir ihtiyaçtır.” Tanımdan da anlaşıldığı üzere konut, bireyin güvenlik ve barınma ihtiyaçlarından yola çıkarak oluşmuştur. Her ne kadar dönemler ve bu dönemlerin oluşturdukları şartlar değişse de konut bir ihtiyaç olması sebebiyle farklı formlarda varlığını sürdürmüştür (Şahin, 2011: 251; Ören ve Yüksel, 2013: 49).

Çalışmada öncelikle konut sektörünü etkileyen maliyet faktörlerine değinilecek ve Türkiye’de planlı (1960 sonrası) ve plansız (1960 öncesi) dönemde uygulanan konut politikalarından hareketle konut sektörünün eko-analizi yapılacaktır.

## 1. Literatür İnceleme

### 1.1.Konut Sektörünün Maliyet Faktörleri

Nitelikli konut sorununun çözümü için konut sektörünün maliyet unsurlarının ayrıca dikkate alınması gerekmektedir. Zaman mekân ilişkileri yörüngesinde ele alındığında insanoğlunun ihtiyaçları sürekli değişiklik göstermiştir. Bu değişiklik sürecinin ivme kazanmasını sağlayan en önemli etkenlerden bir diğeri de daha önce değinildiği gibi Sanayi Devrimi’dir. Sanayi Devrimi’yle birlikte çalışma yaşamında önemli değişiklikler meydana geldiği gibi yaşam tarzında da değişiklikler olmuştur. Bu tür yaşama dönük değişikliklerin başında konut ve konut standartlarında meydana gelen değişimlerin ivme kazandığı söylenilebilir (Yıldırım, 1999: 242-248’den alıntılan Yıldırım vd., 2007: 423). Sanayi Devrimi’nden sonra kentleşmenin artmasıyla birlikte daha modern ve çağdaş bir görünüm kazanan konut tipolojisi ve kentleşme anlayışı aslında toplumların gelişme tarihleri ile uyumlu tarihsel bir dönüşüm geçirmiştir. Geçirilen bu dönüşüm Özer tarafından şu şekilde ifade edilmektedir (Özer, 2004: 5).

“Toplumların gelişme tarihleri kentlerin oluşma ve birbirleriyle tam bir uyum içinde oldukları söylenilebilir. Bu gerçeği göz ardı etmeksizin her ikisini karşılıklı etkileşimleri ile birlikte ele alarak incelemek doğru bir yaklaşım olacaktır. O zaman görülecek ki toplumsal alt yapıyı oluşturan üretim biçiminin tüm üstyapı kurumlarını kendisine uyumlu olmaya zorlamasıyla, toplumların tarihsel gelişim süreçleri içinde toplumsal-ekonomik yapılar doğmuş, kentler de her ayrı toplumsal yapıda, o yapının gerektirdiği işlevlere sahip olmuşlardır. Kısaca kentler ekonomik-toplumsal yaşamla birlikte zorunlu olarak doğmuşlardır.”

Yukarıda değinildiği gibi kentler ve konutlar, toplumsal şartlara ve toplumun işleyişine paralel olarak işlev değiştirmiş, toplumla sürekli etkileşim içerisinde olmuş ve toplumsal şartlara uyum sağlamak zorunda kalmıştır. Sanayi Devrimi'nden sonra inşa edilen konut ve tipolojisi ile 20. yüzyılda yapılan konut tipolojisi arasında toplumsal anlamda değişen ihtiyaçlara paralel olarak oldukça büyük farklılıklar olacağı şüphe götürmez bir gerçekliktir.

Konut üretimi, çevresi, planlaması, inşası, fiyat unsuru ile başlı başına değerlendirilmesi gereken bir problem alanıdır. Sosyal, siyasi ve ekonomik nedenlerle planlı bir şekilde üretilen konutlar, ülke çapında bazı kentlere yığılmaların önlenmesinde, nüfusun ve yatırımların bölgeler arasında dengeli dağılımının önlenmesinde oldukça önemli paya sahiptir. Bu anlamıyla konut sadece barınak ya da sığınılacak yer olmasının ötesinde ülke genelinde ekonomik, sosyal ve siyasal süreçlere yön verebilecek bir yerleşkedir. İyi bir konutun, kullanıcısının rahatına, refahına ve mutluluğuna olan etkisi oldukça fazladır. Çünkü konut, salt bir barınak olmasının yanında oturan ferdin toplum içerisindeki yerini ve statüsünü yansıtmaya nedeniyle de ayrı bir öneme sahiptir. Bu anlamlarıyla konutun aşağıdaki fonksiyonlara sahip olduğu söylenilebilir (Kellekçi ve Berköz, 2006: 168, 169; Pryce ve Spriggs, 2009: 147).

### Şekil 1. Konutun Fonksiyonları



**Kaynak:** Kellekçi ve Berköz, 2006: 168, 169.

Her ekonomik mal ve hizmetin bir maliyetinin olduğu gibi konut sektörünün de bir maliyeti vardır. Konut sektörünün maliyet faktörleri aşağıdaki şekilde görülebilir (Erdoğan, 1990: 13).

### Şekil 2. Konut Sektörünün Maliyet Faktörleri



**Kaynak:** Erdoğan, 1990: 13.

Konut sorununun çözüme ulaştırılması için daha önce belirlenmiş normatif bir çerçevenin gerekliliğinden bahsetmek kolay görünmekte fakat bu normatif altyapının nasıl ve kim tarafından kurulacağı her zaman soru işareti olarak kalmaktadır. Bu handikabın aşılması için “talep” ve “gereksinme” kavramları ortaya atılmaktadır. Burada söz konusu “talep” kavramıyla piyasa mekânizmasında sürekli etkilenen ve bu mekânizmayı etkileyen konut talebi ya da ihtiyacı, “gereksinme” kavramıyla vurgulanmak istenen ise ihtiyacın aksine “yetersiz ve aşırı konut tüketimi yapanları sergileme potansiyeli taşıyan, eleştiri yüklü bir kavram”, konut ihtiyacını ekonomik olarak değil ahlaki yönüyle ele alan kavramsal bir yaklaşımdır (Tekeli, 2010: 95). Dolayısıyla konut talep ve gereksinmesini belirleyen ve şekil 2’de belirtilen konut sektörünün sahip olduğu ekonomik maliyet unsurları başta konutun inşa edileceği arazi ve arsa, ikincisi konut sektöründe istihdam edilecek işgücü ve son olarak da konut inşasında kullanılacak yapı malzemesinden oluşmaktadır. Konut piyasasının belirtilen bu maliyet unsurları bireylerin alım güçlerini de olumlu ya da olumsuz olarak etkileyecektir. Şimdi konut sektörüne mali yük oluşturacak bu faktörleri inceleyelim.

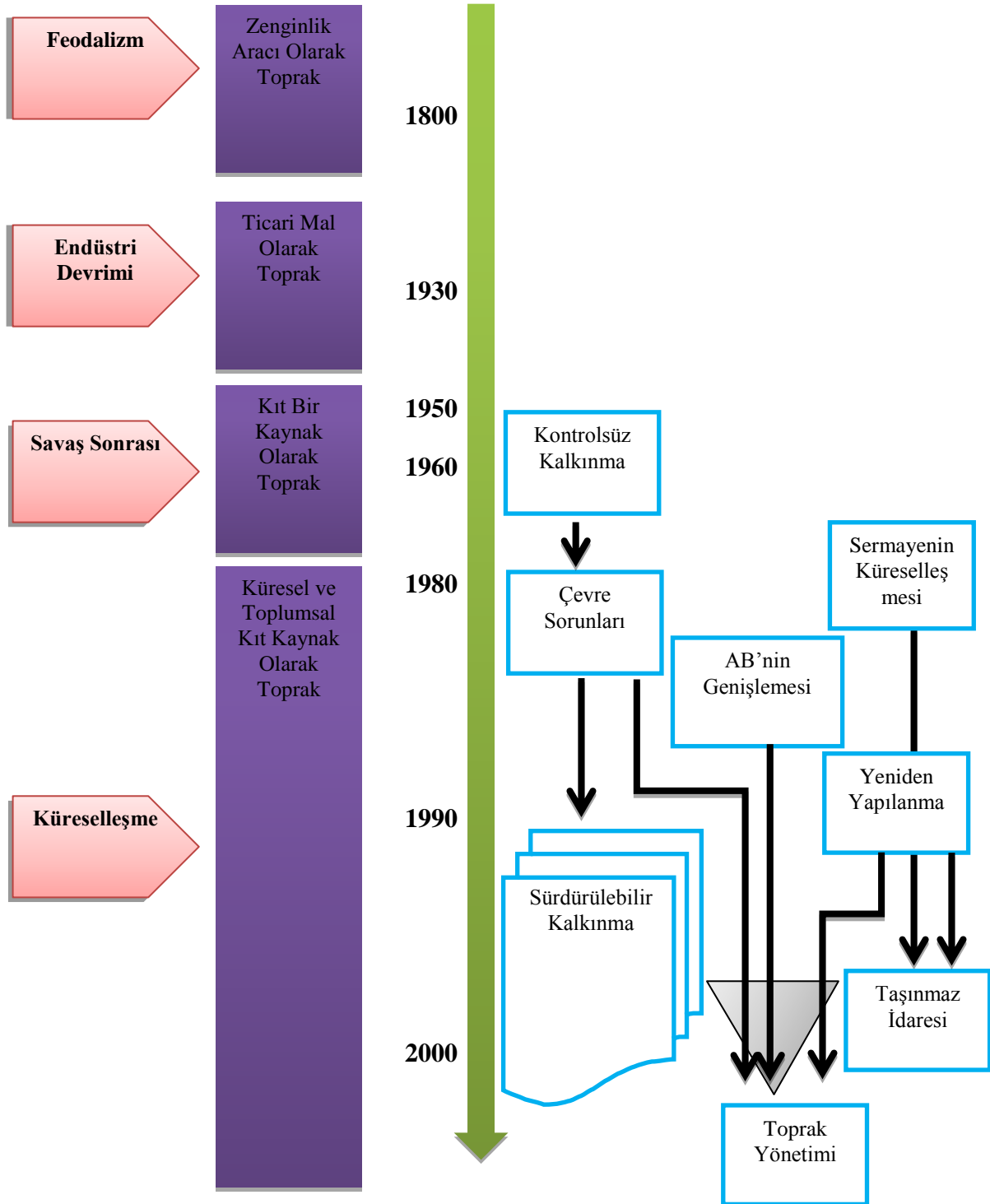
### 1.1.1 Konut Maliyet Unsuru Olarak Arazi veya Arsa

Konutun inşa edilebilmesi için öncelikle sahip olunması gereken ekonomik faktörün arsa olduğu düşünüldüğünde arsa hem bir maliyet unsuru hem de konut sektörünün olmazsa olmazlarından. Bir maliyet unsuru olarak arsa, daha çok konutun üretiminde oldukça önemli bir yere sahiptir. Arsa, “belediye ve mücavir alan sınırları veya köy yerleşik alanlarında yapılan planlarla iskân (yapılaşma) sahası olarak ayrılmış yerlerde bulunan arazi parçalarına arsa denir”. Başka bir ifadeyle arsa, arazinin topografik haritalarının hazırlanmış ve altyapısı tamamlanmış halidir (<http://www.emlakhaberleri.com/emlak-terimleri-yazilari/arsa-nedir.html> (Erişim Tarihi: 14.05.2012); Erdinç, 1990: 13, 14; Özen, 1987: 1). Yeterli teknoloji, nitelikli işgücü, yapı malzemesi olmasına rağmen arsa olmadan konutun inşa edilebilmesi mümkün değildir. Bu açıdan diğer maliyet unsurlarının olması yeni imar çalışmaları, kentsel yenileme ve kentsel dönüşüm projeleri gibi uygulamalarla kentsel rantın da ayrıca temel kaynağı olan arsa olmadan konut üretiminin gerçekleştirilmesi mümkün değildir (Erdinç, 1990: 14; Ökmen ve Yurtsever, 2010: 59).

Son yüzyılda ortaya çıkan kalkınma, çevre sorunlarının ortaya çıkması ve küreselleşme gibi algısal değişimler, insanın toprak anlayış ve yaklaşımını, kullanım biçimlerini de tam anlamıyla değişime uğratmıştır. 21. yüzyılın değişmez retoriği bilgi çağı uygulamalarının toplumsal hayatta yer bulmasıyla birlikte sürdürülebilirlik kavramları literatüre girmiş, sürdürülebilir gelişme ve kalkınma, toprak yönetimi gibi yeni kavramsal altyapı ışığında arazi, başka bir ifadeyle toprak ve düzenleme araçlarının yeniden tanımlanması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu yönüyle arazi ve toprak kavramlarının tarihsel süreç içerisinde değişen algısal çerçevelerine göz atmak yerinde olacaktır (Demirel vd., 2003: 145, 147).<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Şekil 3’de “toprak” ve “arazi” kavramları eş anlamda kullanılmıştır.

Şekil 3. Toprak ve Araziye Bakışta Meydana Gelen Değişim



**Kaynak:** Williamson I.P., Ting, L., Cadastral Trends-A Sythesis, The Australian Surveyor, Volume 44, 1991-1, No 1, Australia, s. 46-54 ve Enemark Stig, "Land Administration Systems A Major Challenge for The Surveying Profession", XVIII Survey and Mapping Educators Conference, USA, 2001'den derleyen Demirel Zerrin vd., "Toprak Düzenlemelerinde Yeni Gelişmeler ve Yapılanmalar", 9. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı, Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası, Ankara, 31 Mart- 4 Nisan 2003, s. 147.

Şekil 3’de belirtilen arazi ve toprak kavramlarının tarihsel gelişimi her iki kavramın 1800’lü yıllardan günümüze kavramsal olarak ciddi değişimlere uğradığını göstermektedir. 1800’lü yıllarda feodalist merkezli anlayışına paralel olarak zenginlik aracı olarak ele alınan arazi kavramı, endüstri devrimi ile birlikte rant merkezli ticari bir mal haline gelmiş, I. ve II. Dünya Savaşları sonrası kıt bir kaynak olarak düşünülmüş, 1980’li yıllardan sonra küreselleşme hareketinin yaygınlaşmasıyla birlikte global ve toplumsal ölçekte kıt bir kaynağa dönüşmüştür. Yine 1950 ve 1960’larda başlayan kontrolsüz kalkınma hamleleri kirlilik, çarpık kentleşme, gecekondu gibi çevre sorunlarını doğurmuştur. Diğer taraftan Avrupa Birliği’nin genişleme politikaları, sermayenin küreselleşmesi yeniden yapılanma ihtiyacının ortaya çıkmasına zemin hazırlamış, sürdürülebilir kalkınma, taşınmaz idaresi ve toprak yönetimi kavramları ön plana çıkmıştır. Buradan hareketle konut sektöründe maliyet unsuru olarak ele alınabilecek arazi ve toprak kavramlarının tarihsel süreç içerisinde tanımsal ve algısal değişiklik geçirdiği söylenilebilir. Fakat bu durum arazinin konut sektöründe maliyet unsuru olarak ele alınmaması şeklinde yorumlanamaz.

### 1.1.2. İşgücü

Tüm ekonomik hizmetlerde olduğu gibi konut sektöründe de insan gücü en önemli maliyet unsurlarındandır. Buradan hareketle çalışan nüfus içerisinde mal ve hizmet üretimine katkıda bulunmak amacıyla istihdama katılan toplam nüfus, işgücü ya da emek olarak tanımlanmaktadır (Akyıldız, 2006: 29). Diğer bir ifadeyle işgücü “istihdam edilenler ile iş arayan işsizlerden oluşmaktadır.” (Akyıldız, 2011: 70). İşgücü piyasası ve emek piyasası birbiriyle eş anlamlı olarak kullanılmaktadır (Ercan ve Özar, 2000: 23). İşgücü arzı ayrıca ülkelerin dinamik bir ekonomiye sahip olduklarının göstergesi ve uluslararası ticarete önemli bir üstünlük kaynağıdır (Açıkalm, Gül ve Yaşar, 2006: 272). İşgücü ifadesi yerine faal ya da aktif nüfus kavramlarını kullanan Zaim, işgücünü emek arzı yönüyle şu şekilde değerlendirmiştir (Zaim, 1997: 124).

“İşgücü seviyesi toplam olarak bir ülkenin insan toplamı olarak potansiyel emek arzı kapasitesini belirtir. Bu sebeple insan miktarı yönünden emek arzı potansiyelini tayin eden, genel nüfus ve çalışma çağındaki nüfus miktarından ziyade işgücünün miktarı ve genel nüfusa oranıdır. Zira her ülkede nüfusun işgücüne katılma oranı eşit değildir. Bu oran yüzde 30 ile yüzde 60 arasında değişebilir. Böylece nüfusu aynı olan ülkelerde iş piyasalarına emeğini arz eden insan miktarı da farklı olabilir.”

“Bir ülkede belirli bir anda, genel nüfusun işgücüne katılan nispetine veya işgücü miktarının, genel nüfus miktarına oranına nüfusun işgücüne katılma payı veya kısaca işgücü katılma oranı (işgücü iştirak nispeti) (İ.K.O ve İ.İ.N) denilmektedir.” (Zaim, 1997: 124). Türkiye’de 1990-2013 yılları arasında genel nüfus içerisinde yüzdeler olarak işgücüne katılım oranları tablo 1’de belirtilmiştir.

**Tablo 1. Türkiye’de 1990-2013 Yılları Arasında İşgücüne Katılım Oranları (%)**

| Yıllar         | 1990-99<br>(Ortalama) | 2000-09<br>(Ortalama) | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|----------------|-----------------------|-----------------------|------|------|------|------|
| <b>TÜRKİYE</b> | 55.8                  | 51.5                  | 53.4 | 54.7 | 54.6 | 54.6 |

**Kaynak:** OECD Economic Outlook, Issue 2, No 90, Volume 2011.

1990-2013 yılları arasında Türkiye’de işgücüne katılım oranlarına bakıldığında belirli periyotlarda yükselme ve azalmalara rağmen işgücüne katılım oranlarının çok afaki yükselme ve azalmalar yaşadıklarını söylemek doğru olmayacaktır. Örneğin, 1990-99 yılları arasında ortalama %55.8 olan işgücüne katılım oranı 2013 yılındaki projeksiyona göre %54.6’ya gerileyeceği varsayılmaktadır. İşgücüne katılım oranları içerisinde en yüksek oran %55.8 ile 1990-99; en düşük oran ise %51.5 ile 2000-2009 yılları arasında gerçekleşmiş bulunmaktadır.

Bilindiği üzere mal ve hizmet üretim süreçlerinde diğer üretim faktörlerine ek olarak işgücü de bir maliyet unsuru olarak kullanılmaktadır. Dolayısıyla konut sektörünün diğer maliyet unsuru, konut üretim sürecine katılan insan ya da emek arzı yönüyle işgücü faktörüdür. Konut yapım sürecine katılan inşaat mühendislerine, ustalara, mimarlara ödenen ücrette konut açısından başka bir maliyet faktörü olarak değerlendirilir ve konutun fiyatına da doğrudan yansımaktadır (Erdoğan, 1990: 15).

Konut sektörü istihdam açısından ele alındığında gerçekten imalat, tarım, ormancılık, avcılık, balıkçılık, toptan perakende ticaret, lokanta ve otel sektöründen sonra Türkiye’de en fazla istihdam imkânı sağlayan başka bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum aşağıda 2009 yılı Ocak-Aralık arasına ait TÜİK verileriyle de teyit edilmiştir.

**Tablo 2. 2009 Yılı Ay Bazında İnşaat ve Bayındırlık İşlerinde İstihdam Edilen İşgören Sayıları**

| Aylar          | İstihdam Edilenlerin Sayıları |
|----------------|-------------------------------|
| <b>Ocak</b>    | 990                           |
| <b>Şubat</b>   | 976                           |
| <b>Mart</b>    | 1 062                         |
| <b>Nisan</b>   | 1 157                         |
| <b>Mayıs</b>   | 1 296                         |
| <b>Haziran</b> | 1 383                         |
| <b>Temmuz</b>  | 1 404                         |
| <b>Ağustos</b> | 1 373                         |
| <b>Eylül</b>   | 1 353                         |
| <b>Ekim</b>    | 1 381                         |
| <b>Kasım</b>   | 1 345                         |
| <b>Aralık</b>  | 1 213                         |

**Kaynak:** TÜİK, İstihdam Edilenlerin Yıllar ve Cinsiyete Göre İktisadi Faaliyet Kolları

TÜİK verilerine göre 2009 yılı inşaat ve bayındırlık işlerinde çalışanlar genel olarak değerlendirildiğinde en fazla istihdam sayısının 1 404 ile Temmuz ayında gerçekleştiğini görmek mümkündür. İnşaat sektöründe en az istihdam miktarının 976 ile mevsim şartları nedeniyle Şubat ayında olduğu görülmektedir. Veriler genel olarak değerlendirildiğinde bir önceki aya göre Şubat ayında bir düşüş yaşanmış, Mart ayından itibaren Temmuz ayına kadar sistematik bir artış meydana gelmiş, ancak Ağustos ayından sonra ise inşaat sektöründe istihdam edilenlerin sayısında yine düşüş gerçekleşmiştir. Tüm bunlara rağmen genel olarak 2009 yılı Ocak ve Aralık ayında inşaat sektöründe çalışanların sayısı 990’dan 1213’e yükselmiş, başka bir ifadeyle artış meydana gelmiştir. Bu artış da açıkça göstermektedir ki inşaat sektöründe çalışan işgörenlerin maliyetleri artmakta ve bu da konut fiyatına doğrudan yansımaktadır.

### 1.1.3. Kullanılan Yapı Malzemesi ve Teknoloji

Ekonomik gelirin ve yoksulluğun göstergesi olan, ayrıca hane halkının yaşam şartlarını ortaya koyan, konut problemine ek maliyet yükleyen unsurlardan bir diğeri de konut yapımında kullanılan “malzeme”dir. Dolayısıyla konut yapımında kullanılan arazi ve işgücüne ek olarak yapı malzemesi de konut faktörünün fiyatını şekillendiren başka bir etmendir. Konut yapımında kullanılan malzemeleri geleneksel ve endüstrileşmiş malzemeler olarak ikiye ayıran Erdinç, şu tespitlerde bulunmuştur (Erdinç, 1990: 16, 17; Chen ve Ravallion, 2003: 16757). “Bu teknolojilerden, geleneksel teknoloji seçildiğinde, daha az makine ve sermaye kullanımı gerekmekte fakat bunun sonucu yapım süresi uzun olmakta ve belirli mevsimlere bağlı bırakılmaktadır. İklim koşullarına göre inşaata ara verme zorunluluğu da üretim sürecini uzatmakta buna bağlı olarak maliyetler yükselmektedir. Endüstrileşmiş yapı teknolojisi seçildiğinde ise işgücü yerine, makine kullanılmakta ve seri üretime olanak sağlamaktadır. Bu teknoloji işgücü tasarrufu sağlayarak üretimi arttırmakta ve maliyetleri düşürücü etki yapmaktadır. Ancak bu sistemin de kendine özgü yeni maliyet unsurları; yani makinaların bakım, onarım ve işletme masrafları ortaya çıkmaktadır.” Bu bağlamda özetle geleneksel ve endüstrileşmiş teknolojilerin kendilerine özgü avantaj ve dezavantajları bulunduğu söylenilebilir. Fakat gerek endüstrileşmiş teknolojiler gerek geleneksel teknolojilerin kullanılmasının bir maliyet faktörü olduğu unutulmamalıdır.

### 1.4. Türkiye’de Konut Sektörünün Ekonomik Görünümü

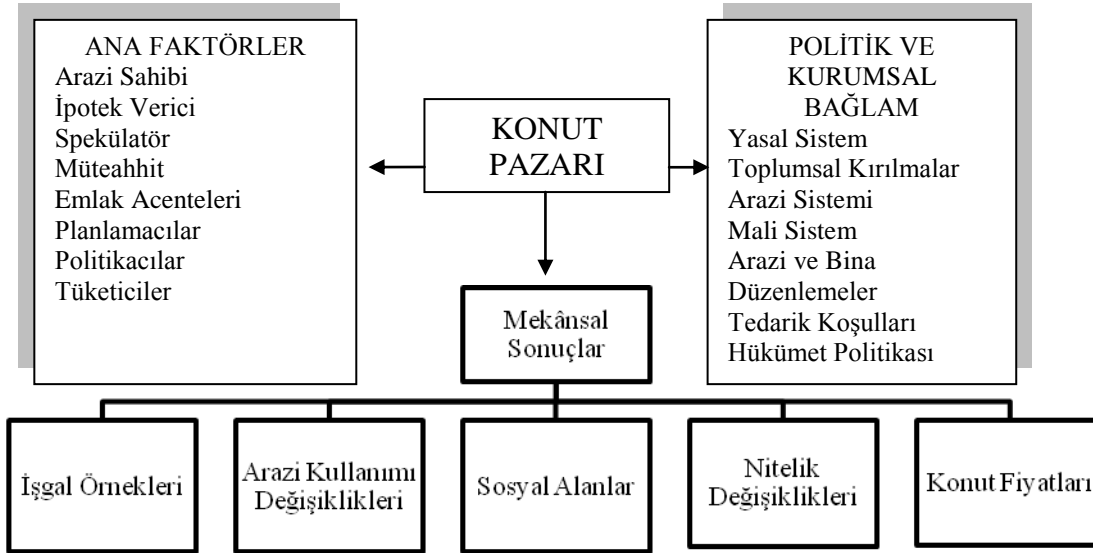
Çok sayıda işlevi ve tanımı olan konut, toplumda yaşayan gruplar içerisinde birçok anlamsal değer taşımaktadır. Nitekim konut, öncelikle bir barınak, meta, tüketim malı, kendisini enflasyona karşı koruyan tasarruf aracı ve kent rantından pay alma yolu olarak yorumlanabilir (Knox ve Pinch, 2000: 169’dan alıntılan Çalışkan ve Sarış, 2008: 21). Konut politikalarının karşılaştıkları en ciddi problemlerden biri mali problemler olduğundan konutun çok işlevli özelliği olan mekânsal, sosyolojik ve ekonomik etkileri konuyu oldukça karmaşık ve girift bir hale getirmektedir (Gibb, 2011: 357). Örneğin, Goodman ve Hoffman ev fiyatları, parasal değişkenler ve makroekonomi gibi parametreler arasında çok yönlü bir ilişkinin varlığından bahseder (Pryce and Sprigings, 2009: 146; Goodhart ve Hoofman, 2008: 180).

Mekânsal bir alan olan konut salt bir barınak değil aynı zamanda insan yaşantısını etkileyen toplumsal etkileri olan bir araç olma özelliği de gösterir. “Her ne kadar kentlerde, bu alana ilişkin problemlerin saptanması ve çözümünde kent planlamaları anahtar bir role sahip olsa da, konutlarla genişleyen yerleşim alanları, esasen ‘konut pazarı’ olarak adlandırılan ve çok sayıda faktörün rol oynadığı, oldukça karmaşık bir süreç tarafından da yönlendirilmektedir”. Bu karmaşık süreç aşağıda görülmektedir (Çalışkan ve Sarış, 2008: 217).

Şekil 4’te görüldüğü gibi konut pazarında rol oynayan mekânsal, ekonomik, siyasi ve kurumsal olmak üzere oldukça önemli birçok faktör bulunmaktadır. Konut pazarını etkileyen bu faktörler biraz açılacak olursa bu pazarı etkileyen temel faktörler içerisinde arazi sahibi, ipotek verici, spekülâtör, emlak acenteleri yer almaktadır. Diğer taraftan siyasi ve kurumsal boyutunda ise konut pazarında yasal sistem, toplumsal kırılmalar, mali sistem, arazi sistemi ve hükümet politikaları ön plana çıkmaktadır. Konut pazarı mekânsal bir çıktı olarak değerlendirildiğinde ise konut fiyatları, konutlarda var olan nitelik değişiklikleri, konutların sahip olduğu sosyal alanlar, arazi kullanımları ve işgal örnekleri gibi sonuçlar oldukça önemlidir. Bu açıdan konut pazarı, gerek sahip olduğu temel faktörler, siyasi ve kurumsal ilişkiler sistematığı gerek mekânsal çıktılar yönüyle çok boyutlu bir sürecin parçalarıdır.

Konut sektörünün ekonomik boyutu da ayrıca konut sektörünün büyüklüğüne yönelik oldukça önemli bilgiler verecektir.

#### Şekil 4. Konut Pazarında Yer Alan Başlıca Aktörler ve Mekânsal Sonuçları



**Kaynak:** Knox Paul ve Pinch S., **Residential Mobility and Neighbourhood Change, Urban Social Geography**, Prentice Hall, 2000, s. 169'dan alıntılan Çalışkan Vedat ve Sarış Faize, "Çanakkale Şehrinde Üniversite ve Konut İlişkisi", **Eastern Geographical Review**, Cilt 13, Sayı 20, 2008, s. 217.

**Tablo 3. 2011 Yılı Yatırımların Sektörlere Dağılımı (Milyon TL)**

| Sektörler         | 2010 Sonu Harcama<br>(Milyon TL) |
|-------------------|----------------------------------|
|                   | <b>Toplam</b>                    |
| <b>Tarım</b>      | 28 083 361                       |
| <b>Madencilik</b> | 174 544                          |
| <b>İmalat</b>     | 633 601                          |
| <b>Enerji</b>     | 18 215 602                       |
| <b>Ulaştırma</b>  | 64 530 831                       |
| <b>Haberleşme</b> | 373 151                          |
| <b>Turizm</b>     | 740 130                          |
| <b>Konut</b>      | 176 995                          |
| <b>Eğitim</b>     | 12 004 062                       |
| <b>Sağlık</b>     | 2 901 009                        |

**Kaynak:** Kalkınma Bakanlığı, 2011.

Yukarıdaki tabloda belirtilen 2010 yılı sonu sektörler bazında harcamalara bakıldığında 174 995 bin TL ile konut sektörünün oldukça önemli bir paya sahip olduğundan bahsedilebilir. Yine tablodaki verilere göre sektörler bazında 2010 sonu harcamaları itibariyle ulaştırma sektörü 64 530 831'lik harcama ile birinci sıradadır. Sektörler içerisinde en az harcama yapılan kalem ise 174 544 bin TL ile madencilik sektörüdür. Bununla birlikte yıllar itibariyle sektörler arasında sabit sermaye yatırımları da konut sektörünün büyüklüğü hakkında bilgi verecektir.



**Tablo 4. Sektörler İtibariyle Sabit Sermaye Yatırımları (Milyon TL)**

| Sektörler       | 2010           | 2011           | 2012           |
|-----------------|----------------|----------------|----------------|
| Tarım           | 8 401          | 12 162         | 14 903         |
| Madencilik      | 3 555          | 5 373          | 5 394          |
| İmalat          | 62 577         | 90 596         | 99 936         |
| Enerji          | 12 248         | 19 376         | 22 184         |
| Ulaştırma       | 53 730         | 69 973         | 80 989         |
| Turizm          | 10 560         | 12 617         | 13 730         |
| Konut           | 28 684         | 35 182         | 39 147         |
| Eğitim          | 6 690          | 8 888          | 10 858         |
| Sağlık          | 7 258          | 8 396          | 9 421          |
| Diğer Hizmetler | 16 691         | 20 129         | 23 620         |
| <b>Toplam</b>   | <b>210 394</b> | <b>282 691</b> | <b>320 181</b> |

**Kaynak:** Kalkınma Bakanlığı, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) 2012 Yılı Programı, s. 28.

Sektörler itibariyle 2010, 2011 ve 2012 yılları arasında yapılan sermaye yatırımları bakıldığında her bir sektörde söz konusu yıllar arasında sermaye yatırımlarının arttığını görmek mümkündür. Belirtilen yıllar içerisinde konut sektörüne yapılan yatırımların 2010’da 28 684 milyon TL, 2011’de 35 182 milyon TL, yine 2012 yılı içerisinde 39 147 milyon TL olarak her yıl artmış, ulaştırma ve imalat sektöründen sonra Türkiye’de en çok kamu ve özel sektör eliyle yatırım yapılan bir alan olduğu gözlemlenmektedir. Bu açıdan inşaat ya da konut sektörünün Türkiye’nin kalkınmasında, kentleşme politikalarının geliştirilmesinde lokomotif bir alan olduğu vurgulanabilir.

## 2. Türkiye’de Konut Politikaları

Dünyadaki gelişim süreci ve sosyal politika bağlamında ele alındığında konut, insanların yaşam içerisinde barınma, sağlık ve güvenlik gibi ihtiyaçlarını karşıladıkları ev, apartman dairesi, villa gibi fiziksel görünüşleri ve ihtiyaca cevap verme durumları birbirlerinden farklı olan mekânsal alanlardır. Konutun önemi eski dönemlerden günümüze kadar güncelliğini korumuştur. Eski dönemlerde yaşayan insanların ağaç kovukları, mağaralar gibi doğal alanları tercih ettikleri bilinen bir gerçekliktir. İlerleyen zaman içerisinde göçebe hayattan yerleşik hayata geçen insanın konut ihtiyacının nitelikleri de değişime uğramıştır. Mağaralarla, kulübelerle başlayan yerleşik hayat ve hayat standardında meydana gelen gelişmişlik düzeyleri insanları apartman, daire ve villa tipi konutlara yönlendirmiştir. İnsanlık için “sosyal güvence” olarak ele alınabilecek konut, nüfusun ve kentleşme hızının artması ile birlikte günümüzde barınmanın ötesinde konforun arandığı dinlenme ve yaşam alanı haline gelmiştir (Eti, 2008: 563). Küresel ölçekte böyle bir tarihsel süreç yaşayan konut, Türkiye’de ise işlevsel olarak toplumsallık ve dışsallık içeren, sağlam bir tüketim ve yatırım aracı, toplumsal güvence kaynağı olan ve emeğin kullanımını olanaksal hale getiren konut politikalarının dünü, bugünü ve yarını temel olarak 1923 ve 1960 dönemini kapsayan plansız dönem ve 1960 sonrasını kapsayan planlı dönem olmak üzere iki dönemde değerlendirilmektedir (Aydın, 2003: 101-122; Öztürk ve Doğan, 2010: 140; Tosun, 2008: 2; Keleş, 2010: 338-353). Cumhuriyet dönemi sonrasında uygulanan konut politikaları içerisinde geniş kapsamlı uygulama alanı bulunan planlı dönem konut politikalarıdır.

Konut politikalarının temel hedefleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Türkiye Cumhuriyeti Bayındırlık ve İskân Bakanlığı Kentleşme Şurası, Kentsel Dönüşüm, Konut ve Arsa Politikaları Komisyonu Raporu, 2009: 11).

- Detayları belli olan, kapsamlı ve bütünleşik bir konut politikasının oluşturulması amacıyla gerekli kurumsal yapılanma ve mevzuat düzenlemelerinin yapılması,
- İnşa edilen konutların belediye ruhsatları alınarak herkes için yeterli sayıda ve nitelikte konut sunumunun gerçekleştirilmesi,
- Konut tasarımlarının herkesin ihtiyacı ve özel gereksinimlerine uygun olarak hazırlanması,
- Dar gelirlilere yönelik ruhsatlı konut sunumunun gerçekleştirilmesine olanak tanıyan politikaların geliştirilmesi ve sosyal konut projelerinin arttırılması,
- Konuta dönük nitelik ve nicelik merkezli verilerin mekânsal olarak elde edilebilmesi amacıyla veri bankalarının oluşturulması,
- Mevcut konutların sağlamaştırılması ve bakım onarımının yapılmasına yönelik sorunlara çözüm bulunması ve afet riski altında bulunan konutlar için gerekli önlemlerin alınması,
- Konut yerleşkelerinde sosyal donatı ve altyapı konusunda karşılaşılan eksikliklerin tamamlanması,
- Kültür varlığı niteliğinde olan konut stokunun bakım ve onarımlarının yapılması,
- Konutları ve konut alanlarının “sürdürülebilirlik” ilkesi bağlamında enerjiyi etkin ve tasarruflu kullanan yapılar haline getirilmesi,
- Afet tehlikesi ve riski altında bulunan konutların sağlamaştırılması, gerekli görülen durumlarda tasfiye edilmesi,
- Kaçak yapıların yasal düzenlemelere uygun hale getirilmesidir.

Konut politikalarını insan ihtiyaçları anlamında ele alınırsa özellikle konut uygulamalarına Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisi temelinde bakmakta oldukça yarar bulunmaktadır (Ekşioğlu vd., 2011: 5; Dereli, 1995: 154).

**Şekil 5. Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi**



**Kaynak:** Ekşioğlu Gözde, Çetin Tahra ve Çubukçu Ebru, “Çevre Estetiğinin Konut Fiyatlarına Etkisi”, **İstanbul Teknik Üniversitesi Dergisi**, Cilt 10, Sayı 1, Mart 2011, s. 5.

Konut politikaları Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde belirtilen parametreler doğrultusunda herşeyden öte ihtiyaçlar hiyerarşisinde belirtilen tek bir kriteri değil tüm kriterleri sağlamaya yönelik bir değişken olma özelliği taşımaktadır. Keza, konut politikaları fizyolojik ihtiyaçlardan başlamak üzere bireye güvenlik ve ait olma duyguları kazandırmakta, bireyin saygınlığını ve kişisel tatmin duygularını arttırmaktadır. Diğer taraftan sahip olunan ev, kişiye bir prestij kaynağı, yani saygı görme aracı ve tüm bu parametreler bireysel tatmini sağlayacak ve yaşam kalitesini arttıracaktır (Kocatürk ve Bölen, 2005: 18). Satın alımında konutun sunduğu hizmetler, faiz indirimi, fiyat miktarları gibi faktörlerin etkili olduğu konut, bireyin kendini gerçekleştirmesine de imkân sağlamaktadır (Kapur, 2006: 649). Bu anlamda konut politikalarının sağlam ve sürdürülebilir olması kişisel mutluluğa zemin hazırlamakta, bireyi mutlu etmekte ve psikolojik olarak da rahatlatmaktadır. Tam da bu noktada konut politikaları uygulanan sosyal siyaset politikaları ile kesişmektedir.

1983'lü yıllarda bireysel anlamda oldukça tehlikeli boyutlara varan bir etkinlik vasıtası olarak konut sorunu (Kavrakoğlu vd., 1987: 1), günümüze kadar varlığını sürdürmeye devam etmiş, ancak sorunun içeriği ve algılanış şeklinde kayda değer değişiklikler olmuştur. Bazen bir tecrübe, hayat kaynağı, özgürlük alanı, barınak ya da yapı, bazen de bireyin yaşamındaki sosyal pozisyonu, statüsü, refahı, kişisel tercihleri gibi öğelerin göstergesi olan konut politikalarında yaşanan bu tür değişiklikleri ülkenin geçirdiği toplumsal, kültürel ve ekonomik değişimlerden soyutlamak mümkün değildir (Adams, 1984: 515; Gilroy, 2005: 141).

Özellikle ekonomik anlamda meydana gelen değişimler, konut pazarı ve mali süreçlerin birbirleriyle bağlantılı olması, konut üretim biçimi ve konut finansmanı konusunda oldukça belirleyici olmaktadır (Fratantoni ve Scott, 2003: 557). Konut üretim süreçlerinde kent topraklarının imara açılması, arsa temini konularında ekonomik ve siyasi anlamda etkin rol oynayan belediyeçilik anlayışında meydana gelen değişimler 1970'lerdeki "üretici belediyeçilik" anlayışının 1980'den sonra tam anlamıyla ortadan kaybolması, 1990'lı yıllardan itibaren konut piyasasına tümüyle ticari kredilerin hâkim olması bu durumun en önemli örneklerindedir (Karasu, 2009: 246).

Mega kentler, kalkınma sürecinin başlangıcında sahip oldukları ve sundukları mal, hizmet ve istihdam fırsatları nedeniyle üretim faktörleri açısından birer cazibe merkezleri haline gelmektedir. Fakat büyük kentlerde hızlı nüfus artışı nedeniyle belirtilen fırsat unsurları ek maliyet unsuruna dönüşebilmektedir. Yeniden yapılanma sürecini içeren konut politikaları kentsel dönüşüme zemin hazırlamakta, sağlıklı ve insana dönük, sosyal eşitliği sağlamış estetik kentlerin meydana gelmesinde oldukça önemli roller oynamaktadır (Kahraman, 2006: 93; Mapuroğlu, 2006: 149; Öztürk, 2011: 30). Bu bağlamda Türkiye'nin Cumhuriyet sonrası uyguladığı konut politikalarına incelemek oldukça yerinde olacaktır. Daha öncede değinildiği gibi Cumhuriyet sonrası konut politikaları 1923-1960 arasını kapsayan plansız dönem ve 1960 sonrası kalkınma planlarında yer alan planlı dönem politikaları olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

## 2.1. 1923-1960 Arası Dönem

Cumhuriyetin kurulmasıyla ülke genelinde yeniden inşa süreci başlamıştır. Bu inşa süreci kentlerin yeniden imar edilmesinden farklı anlamlar taşımaktadır. Çünkü Cumhuriyet idaresi toplumu komple inşa etmenin yanı sıra kentleri de yeniden inşa etme düşüncesindedir. Yeni bir toplumsal şekillenmenin gerçekleştiği bu ortamda, başkent Ankara'nın imarı ülkenin en önemli sorunları arasında yer almaktadır. Ankara'nın imarı yeni düzenin meşruiyeti için oldukça hayati bir öneme sahiptir (Karasu, 2009: 246).

Cumhuriyet döneminin başlangıcından itibaren küçük bir Anadolu kasabası görünümünde olan Ankara başta olmak üzere ülkede kentleşme hızı artmaya başlamıştır. Bu dönem Ankara'sının en önemli sorunu konut sorunudur. Gerek sorunun büyüklüğü gerekse bu

dönem yönetiminin konut sorununu bir itibar meselesi olarak algılamasının sonucu olarak devlet, bizzat kendisi problemin çözümünde rol oynamayı tercih etmiştir. Bu durum başlangıçta bir aciliyet olmasına rağmen daha sonra merkezi yönetimin keyfi idareleriyle sonuçlanmıştır (Karasu, 2009: 247).

Bu dönemde Ankara'nın başkent olması nedeniyle konut sorununun çözümü memurların yaşadıkları konut sorunuyla özdeşleştirilmiştir. Memurların konut sorunlarının çözümü için öncelikle 1925 tarihli 586 sayılı yasa ile bütün memurlara konut kooperatifleri kurmaları için aylıklarının yarısı kadar avans verilmesi, 1928 yılında memur konutu yapımını amaçlayan 1352 sayılı kanunun çıkarılması, 1929 yılında memurlara konut tazminatı ödenmesi için çıkarılan 1452 sayılı kanun uygulanan en önemli konut politikalarıdır (Keleş, 2010: 445).

Sosyal ve demografik eğilimler, kadınların işgücüne katılımları, aile yapısında meydana gelen değişimler, yaşlı nüfusun artması konut anlayışında da değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Yine günümüzde metropollerde konut kullanıcılarının değişen demografik özellikleri ile uyumlu olarak, küreselleşme gibi küresel etmenler beraberinde yaşam biçimlerini değişikliğe uğratmıştır (Newman, 1995: 407; Gülmez, 2010: 56). Bu denli konsept değişikliği olan konut sorununun 1923-1960 döneminde Ankara'ya ek olarak Türkiye genelinde yaygın hale gelmesi özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki süreçte, başka bir ifadeyle 1950'li yıllarda gerçekleşmiştir. Ne merkezi ne de yerel yönetimler bu dönemde artan konut ihtiyacına cevap verememiş, nitelikli ve uygun arsaya temin edememiş ve uygun kredi imkânları geliştirememiştir. Sonuç olarak kentlerin etrafında bozuk ve çarpık silüetler olarak gecekondu belirmiştir (Karasu, 2005: 57).

## 2.2. 1960 Sonrası (Planlı) Dönem

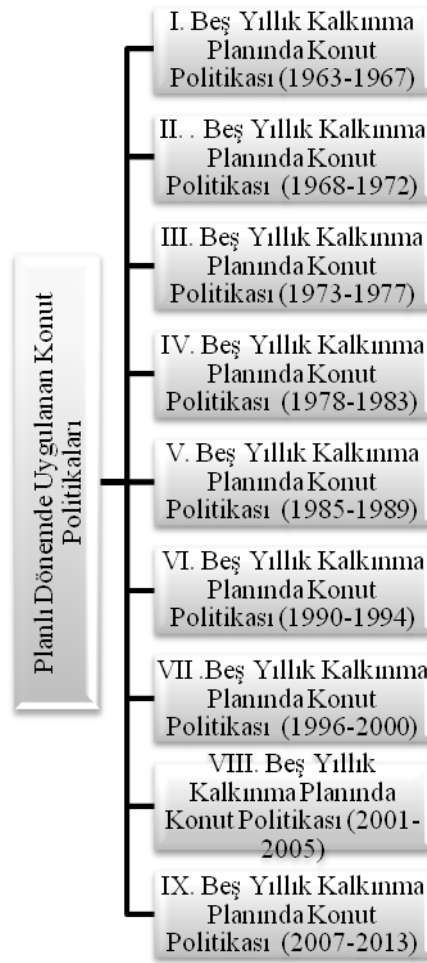
Konut politikaları açısından 1960 yılından sonraki süreç Planlı Dönem olarak adlandırılır. Bu dönem 1961 Anayasası'nın yirmi yıl yürürlükte kaldığı dönemi kapsamaktadır. 1960'lı yıllarda konut yapımında devlet merkezli anlayış devam etmiş ve 1961 Anayasası'nın 49. maddesinde şu şekilde yerini almıştır (Keleş, 2010: 447; [www.anayasa.gen.tr/1961ay.htm](http://www.anayasa.gen.tr/1961ay.htm) (Erişim Tarihi: 22.11.2011)).

Madde 49: "Devlet, herkesin beden ve ruh sağlığı içinde yaşayabilmesini ve tıbbi bakım görmesini sağlamakla ödevlidir. Devlet, yoksul veya dar gelirli ailelerin sağlık şartlarına uygun konut ihtiyaçlarını karşılayıcı tedbirler alır."

1961 Anayasasının 49'uncu maddesinde belirtildiği gibi dar gelirli ve yoksul ailelerin barınma koşullarını tam anlamıyla devlet üstlenmiştir. Bu dönemde uygulanan politikalar ve kapsadıkları yıllar özetle aşağıdaki şekilde gösterilmiştir (Keleş, 2010: 445-480).

Yukarıdaki şekilde belirtildiği üzere planlı dönemde uygulanan konut politikaları, beşer yıllık periyotlar halinde kalkınma planlarındaki yerini almıştır. I. Beş Yıllık Kalkınma Planında uygulanan konut politikaları 1963-1967 dönemini, II. Beş Yıllık Kalkınma Planı 1968-1972, III. Beş Yıllık Kalkınma Planı 1973-1977, IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı 1978-1983, V. Beş Yıllık Kalkınma Planı 1985-1989 dönemini, VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı 1990-1994, VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı 1996-2000, VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı 2001-2005, IX. Beş Yıllık Kalkınma Planında uygulanan Konut Politikaları 2007-2013 dönemlerini kapsamaktadır (Keleş, 2010: 445-480).

**Şekil 6. Türkiye’de Planlı Dönemde Uygulanan Konut Politikaları**



**Kaynak:** Keleş, 2010: 445-480.

### **2.2.1. I. Beş Yıllık Kalkınma Planında Konut Politikası (1963-1967)**

I. Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda yer alan gelişmeler konut sorunlarının ilk defa bir bütün olarak ele alındığını göstermektedir. Bu plan, konut yatırımlarının savurganlığa neden olduğu ve verimsiz olduğu varsayımından hareketle bir ekonomik faaliyet unsuru olarak genelde konut ve konut inşasına yönelik yaklaşımların negatif olduğu varsayımına dayanmaktadır. Bu dönemde aynı miktar yatırımla daha fazla konut üretimi üzerinde durulmuş ve halk konutu anlamına gelen, küçük konut üretimini kapsayan sosyal konut üretimi ön plana çıkmıştır (Keleş, 2010: 73, 74, 447, 448).

### **2.2.2. II. Beş Yıllık Kalkınma Planında Konut Politikası (1968-1972)**

Cinsiyet rolleri açısından etkileri bulunan kentleşme süreci ilkesel olarak ele alındığında II. Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda kentler ve konutlar olarak şu tespitlerde bulunulmuştur (Ghosh ve Roy, 1997: 902; Keleş, 2010: 73, 74, 449, 450).

- Kentleşme ekonomik ve toplumsal gelişmelerin bir uzantısı olarak ele alınmış ve ekonomik anlamda getiri sağlayacağı kanısına varılmıştır. Bu dönemde kentleşme politikaları daha açık ve net olarak saptanmış, kentleşme desteklenmiş ve özendirilmiştir.

- I. Plandan farklı olarak bölgeler arasında meydana gelen dengesizliklerin giderilmesi ve kentleşmenin kentlerde yarattığı sorunların çözümüne yönelik eylemlere daha ayrıntılı bir şekilde değinilmiştir.
- Sanayi ve kentleşme hızı birbirini tamamlamaya çalışmıştır.
- Sosyal politika anlayışına da uygun olarak, yatırımların toplumun tüm kesimleri tarafından yararlandırılması gerektiği kanısına varılmıştır.
- Devletin konut yatırımındaki rolü konut piyasasına yatırımcı olarak değil; düzenleyici olarak gireceği ve devletin düzenleyicilik görevini konut kredileri yoluyla finansman sağlamak ve kendi evini yapmaya istekli olanları desteklemek şeklinde olacağı öngörülmüştür.
- Birinci plandan farklı olarak bu dönemde gecekondulara bakış biraz daha esnek olmuş ve gecekonduların yasal hale getirilmesi ilkesi gündeme getirilmiştir.

### **2.2.3. III. Beş Yıllık Kalkınma Planında Konut Politikası (1973-1977)**

III. Beş Yıllık Kalkınma Planı'na yönelik yürürlüğü giren III. Plan Stratejisi büyük kentlerin lüks tüketim alışkanlıklarının tüketimi hızlandırarak sanayiye dönük yatırımları kısıtlayıcı etkilerde bulunduğunu ortaya koymuştur. III. Plan daha önceki planlardan kentleşmenin coğrafi boyutlarını ön plana çıkarması yönüyle ayrılmaktadır. III. Plan Stratejisi'nde "Yurt yüzeyinde dengeli kalkınma ilkesinin uygulanması, milli çaptaki üretken yatırımlarda objektif ekonomik kriterlerin geçerli olmasını engellemeyecektir." ilkesi benimsenmiştir (Keleş, 2010: 74, 75).

Ekonomik eylemi tarımdan daha fazla para getiren işlere yönlendirdiğinden kentleşme, gelişmiş ülkelerde ekonomik gelişmenin itici gücü ve gelişmemiş ülkelerde yoksulluğu azaltmanın en temel yolu olarak değerlendirilmelidir. Gerçekten de Arthur Lewis ve Simon Kuznets gibi bu alanın öncüleri tarafından geliştirilen ekonomik gelişmenin uzun soluklu teorileri kentleşmenin ekonomik gelişmeyi arttırdığını ve yoksulluğu azalttığını ispatlamıştır. Bu anlamda kentlerde ortaya çıkarılan yeni istihdam alanları köylerde yaşayanlar için bir çekim merkezi haline gelecek ve gelir düzeyi düşük bireylere yeni iş imkânları sunacaktır (Ravallion vd., 2007: 667). Bu durum köy-kent arasındaki ayrımı arttıracaktır. Köy ve kent arasındaki farklılığı meslek, çevre, toplumun genişliği ve yoğunluğu, nüfus, toplumsal farklılaşma ve tabakalaşma, toplumsal hareketlilik, toplumsal ilişki sistemi gibi temel paradigmalara indirgeyen Ertürk (1994), bu durumu aşağıdaki şekliyle tabloşturmıştır.

Tablo 5'ten anlaşıldığı kadarıyla fiziksel, ekonomik ve sosyolojik olarak tamamen farklıdır. Köyde çevresel genişliğe paralel olarak tarımsal üretim, kentte ise sanayileşmeye paralel sanayi üretimi ön plandadır. Köyde fiziki genişlik az ve yoğunluk düşük, etnik ve psikososyal açıdan birbirine benzer insanlar yaşamakta, toplumsal farklılaşma bulunmamakta, toplumsal hareketlilik sınırlı düzeyde ve son olarak toplumsal ilişki sistemi basit, içten ve samimidir. Öte yandan kentin temel dinamiklerine bakıldığında yapay çevresel özelliklere paralel olarak sorunlar ileri düzeyde, toplumsal genişlik ve yoğunluk fazla miktarda, nüfus mobiliteye bağlı olarak oldukça fazla, toplumsal farklılaşma ve tabakalaşma karmaşık ve yoğun, toplumsal hareketlilik dikey ve yatay, toplumsal ilişki sistemi ise samimiyetten uzak, geniş ve çok sayıdadır.

Genel anlamı itibarıyla bu denli pozitif ekonomik etkileri bulunan kentler gecekondularıyla 1960 ve 1980 döneminde birer siyasal rant kaynağı haline getirilmişlerdir. Bu bağlamda III. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda da konuta ve kentleşmeye olan yaklaşım açıkçası ilk iki kalkınma planından farklılık göstermemektedir (Karasu, 2009: 250). Bu dönem içerisinde, konut yatırımlarının %15,7'yi geçmemesi öngörülmüş olmasına rağmen,

dönem sonunda ise bu oranın %17,9'un altına düşmediği gözlemlenmiştir. Bu plan düşük gelirli kesimler üzerinde durmasına rağmen onların barınma gereksinimlerini karşılayacak çözüm önerileri getirmekten uzak kalmıştır. Yine bu plan, kamu kuruluşları tarafından yeterli altyapı hizmeti tamamlanmış olanlar haricinde gecekonduların yapımına izin verilmeyeceğini belirtmiş ve gecekonduların onda birinin bu plan döneminde yenilenmesi gerektiğini göstermiştir. Ayrıca bu dönem kalkınma planında toplumsal niteliği yüksek toplu konut yatırımlarına pay ayrılması gerektiği üzerinde de durulmuştur (Keleş, 2010: 450).

**Tablo 5. Köy ve Kent Karşılaştırması ve Temel Özellikleri**

| <b>Farklılık Noktası</b>                    | <b>Köyün Özelliği</b>                                                                       | <b>Kentin Özelliği</b>                                                   |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| <b>Meslek</b>                               | Tarımsal üretim                                                                             | Sanayi üretimi, ticaret, teknik onarım ve yönetim                        |
| <b>Çevre</b>                                | Doğal çevre. Çevresel sorunlar bulunmamaktadır.                                             | Yapay çevre merkezli çevresel sorunlar oldukça fazladır.                 |
| <b>Toplumun Genişliği ve Yoğunluğu</b>      | Genişlik az ve yoğunluk düşük                                                               | Genişlik çok ve yoğunluk fazla                                           |
| <b>Nüfus</b>                                | Etnik ve psikososyal açıdan aynı ya da türdeş                                               | Türdeş olmayan nüfus yapısı                                              |
| <b>Toplumsal Farklılaşma ve Tabakalaşma</b> | Göreceli olarak düşük Seviyede                                                              | Oldukça yoğun ve karmaşık                                                |
| <b>Toplumsal Hareketlilik</b>               | Dışa kapalı ve hareketsiz                                                                   | Dikey ve yatay olarak hareketli                                          |
| <b>Toplumsal İlişki Sistemi</b>             | Az sayıda ve dar bir ilişki alanı mevcuttur. Fakat ilişkiler çok yönlü, basit ve samimidir. | Geniş alanda ve çok sayıda ilişki bulunmaktadır. Fakat samimiyet yoktur. |

**Kaynak:** Ertürk Hasan, **Kent Ekonomisi**, Uludağ Üniversitesi Güçlendirme Vakfı Yayınları, Bursa, 1994, s. 52.

#### **2.2.4. IV. Beş Yıllık Kalkınma Planında Konut Politikası (1978-1983)**

Kentsel nüfus yoğunluğunun ciddi anlamda artmasına paralel olarak meydana gelen yüksek yoğunluklu kentleşme oranları ya da kentsel yenileme ihtiyaçları, sektörel anlamda üretimi, sanayi biçimini ve hizmet sektörünü de etkilemektedir (Henderson, 2002: 89; Kinsella, 2011: 241). Bu doğrultuda IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda da anakentlerin

ülkenin ekonomik anlamda kalkınmasının lokomotifi olacağı görüşü ön plana çıkmıştır. Hiç şüphesiz ekonomik gelişmeler beraberinde sosyolojik gelişmeleri de getirecektir. Bu plan döneminde benimsenen temel ilke kentleşmeyi yavaşlatmaktan ziyade kentlerin daha yaşanabilir çevresel mekânlar haline getirilmesidir. Yine bu paralelde bu plan döneminde ilk defa tarihi ve doğal çevrenin korunmasının önemine de yer verilmiştir (Keleş, 2010: 75).

IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde geliştirilen ve güvenilir bir şekilde ulaşılması durumunda toplumun temel yapıtaşı olan ailelerin de oluşumuna katkı sağlayacak konut politikaları bir öncekileri yinelemekten ve iyi dilekler temennisinde bulunmaktan öteye gitmemiştir (Lauster, 2006: 329; Keleş, 2010: 75, 450, 451). Bu dönemde kentsel rant sürecini önlemeye dönük eylemler geliştirilmiş, kamu yardımlaşma kuruluşlarının ve toplumsal güvenlik kurumlarının konuta ayırdıkları fonların arttırılması ve Emekli Sandığı'nın konut üretimine katkı yapması öngörülmüş, hızla büyüyen kentlerde, arsaların devlet ve yerel yönetimlerin kontrolü altına alınması karara bağlanmıştır. Fakat bu planlamalarda öncekilerde olduğu gibi uygulamada sonuç vermemiştir. Örneğin, bu dönemde konut yatırımlarının paylarına bakıldığında planda %14.6 olarak öngörülmüş olmasına rağmen uygulamada %19'un altına düşmemiştir (Keleş, 2010: 75, 450, 451).

### **2.2.5. V. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989)**

Planlı bir kentleşme iş tatmini, işin niteliği gibi faktörleri etkilediğinden kentsel politikanın en temel dinamiği, kentsel hizmetlerin bulunduğu şehirlerde toplanan sosyal katmanlardır ki kentlerde bu sosyal birimlerden oluşmaktadır (Hwang, 2008: 695). Yine girişimciliğin de şekillendirdiği kentleşme süreci ve kentlerin büyümesine paralel olarak, daha öncede belirtildiği üzere Türkiye ölçeğinde diğer üçüncü dünya ülkelerinde olduğu gibi İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra hızlı bir kentleşme yaşanmaya başlamıştır. Bu dönemde kronik bir problem haline gelen en temel sorun konut, gecekondu ve konut probleminin siyasal bir olgu haline gelmesidir (Rahman ve Fatima, 2011: 609; Batuman, 2006: 59).

V. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda köylerden kentlere yaşanan nüfus hareketlerinin artacağı öngörülmüştür. Plan, kentleşmeye pozitif yönde yaklaşmıştır. Planda sanayileşmenin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkan kentleşme sürecinin en iyi şekilde yönlendirilmesi ve ekonomiye artı değer olarak katkısının arttırılmasına yönelik önlemlerin alınmasına da yer verilmiştir. Yine bu planda gerek nicelik gerek nitelik olarak kentlerdeki kamu hizmetleri yükseltilmeli, bu konuda yatırımlara öncülük edecek çalışmalara yer verilmeli, kentlere yönelik problemler ortaya çıkmadan daha önce planlamalar yapılmalı, kentler ön plana çıktıkları değerlerle anılmalı, sanayinin nüfusa paralel bir şekilde tüm ülke geneline yayılması gibi uygulamalar yer almaktadır (Keleş, 2010: 75, 76).

Sosyoekonomik olarak başta sağlık, (Jacops vd., 2007: 976) toplumsal barış, adalet ve toplumun üyeleri arasında eşitlik (Gotham, 2000: 13) açısından oldukça önemli bir yere sahip olan konut politikaları açısından V. Beş Yıllık Kalkınma Planı, gecekondu alanlarına hizmetlerin daha etkin bir şekilde götürülmesini, kentlerin imarı ve konut yatırımları konusunda finansman desteklerinin sağlanması, bütçeye ek bir yük getirilmeden Toplu Konut Fonu'nun oluşturulması ilkelerini içermektedir. Bu planda konut tasarımlarının "fonksiyonellik", "iktisadilik" gibi faktörler merkezli Türk aile yapısına uygun bir şekilde olmasını, gerekirse konut alanlarının daha da küçültülmesi gerektiği ifade edilmiştir. Bu dönemde teorik olarak geliştirilen bu faaliyetlerin başta yüksek enflasyon gibi ekonomik sıkıntılardan dolayı uygulamaya geçmediği de gözlenmektedir (Keleş, 2010: 475, 476).

### **2.2.6. VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994)**

Bireyi ve aileyi dış etkenlerden koruyan, bireylerine güven, mutluluk, sahiplenme ve pozitivizm aşılayan, geçmişte yaşananları kendi bünyesinde saklayan, aile fertlerinin kendini



ifade edebildiği, kişiliklerini, toplumsal kimliklerini, yeteneklerini geliştirdikleri, yaşamsal rollerin kazanıldığı, ilk eğitim ortamı olan çok boyutlu ve çok fonksiyonlu konut kavramına VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde de oldukça önem atfedilmiştir (<http://notoku.com/konutun-insan-yasamindaki-onemi> (Erişim Tarihi: 26.11.2011)).

Tıpkı V. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda olduğu gibi bu planda da sağlıklı bir kent oluşturmak için orta büyüklükteki kentlerde kentsel uzmanlık alanlarının ortaya çıkarılması ve bu konuda destek sağlanmasının yanı sıra aşağıdaki ilkelere de yer verilmiştir (Keleş, 2010: 76, 77).

- Anakentlerin kronik problemleri olan plan, arsa, altyapı, ulaşım, konut, eğitim gibi bir dizi problemin büyümeden engellenmesi,
- Tarihi, kültürel ve doğal değerlerin şehir planlamaları ile korunması ve kentlerdeki nüfus yoğunluğunun azaltılması,
- Kent planlamaları ile ilgili bütün yasal düzenlemelerin yapılması ve ortak bir yasayla bütünleştirilmesi,
- Konutların yerleşme ve özelliklerine uygun olarak planlama ölçütleri geliştirilmeli,
- Deniz ve göl kıyıları, ulaşım alanları, komşu alanlar ve sanayi yerleşme bölgeleri gibi yerlerde, toprak kullanımının denetim altına alınması, kaçak yapılaşmaya imkân tanınmaması,
- Kıyılarda yapı yoğunluğunun azaltılması,
- Kentlerin imar planlarının hızla tamamlanarak, arsa üretiminin arttırılması ve imar planı dışında kalan yapılaşmaların denetlenerek engellenmesi,
- Kent işletmeciliği için yeni bir model uygulamaya konulması ve bu çerçevede kurumsal yapıda gerekli değişikliklerin yapılması,
- Sanayi bölgelerinin oluşturulması ve bu bölgelerde kentleşmeye dönük sorunlara önceden çözüm bulunması.

Sosyal ve ekonomik yaşamın en önemli unsurlarından biri olan konut problemlerini çözmek için ortaya atılan bu politikalar konuta ilişkin bir dizi kamu politikalarının geliştirilmesini zorunlu hale getirmiştir (Kara, 2012: 23; Keleş, 2010: 488). Aksi takdirde bütüncül olarak konut problemi, konut alanlarındaki arzın ve talebin arttırılması, ulaşım sistemlerinin geliştirilmesi, genişleme ve plan değişikliği gibi parametreler göz önüne alındığında bir nevi kısır döngü olarak varlığını sürdürmeye devam edecektir. Konut politikalarının çözüm üretemeyen kısır döngü haline gelmesi aşağıdaki şekilde gösterilebilir (Özalp ve Nal, 2011: 26).

Konut politikalarını çıkmaza sokabilecek ve kısır döngü haline gelmelerine neden olabilecek bir dizi etmen bulunmaktadır. Bunlar içerisinde özellikle konut arzının talebi karşılayamaması, başka bir ifadeyle konut yetersizliği, konut alanlarının altyapı ve üstyapı problemlerinin çözüme kavuşturulamaması, konut alanlarına ulaşım sistemlerinin bağlantısının gerçekleştirilmesi, arsa spekülasyonları, konut arazilerinde kullanım yoğunluklarının artması ve buna paralel olarak arazilerde meydana gelen genişleme baskıları sayılabilir. Ayrıca bu problem yumağı son olarak siyasi müdahalelere açık hale gelecek ve çağın gereklerine uygun konut politikalarının üretilmemesi için bir handikap oluşturacaktır. Dolayısıyla konut politikalarını bu tür açmazlara sokmamak için bütüncül, holistik değerlendirmelerin yapılması ve uygulamaya konulması gerekmektedir.

### Şekil 7. Konut Politikalarının Açmazları



**Kaynak:** Özalp ve Nal, 2011: 26.

VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı'na dönecek olursak bu dönemde 1.8 milyon konutun üretilmesi gerektiği kanısına varılmıştır. Bu dönemde “sosyal bir mekân” olarak konut yatırımları için 33.5 milyonluk bir ödenek ayrılması gerektiği öngörüsünde bulunulmuştur (Saygın, 2008: 46; Keleş, 2010: 476). Ve bu rakamın toplam yatırımlar içerisinde %21.5'in üstüne çıkmaması amaçlanmıştır. Ayrıca bu planda biriktirim sandıklarına destek sağlanması, konut yüzölçümlerinin küçültülmesi, gecekondulaşmanın önlenmesi için kendi evini yapana yardım başlığı altında ailelere çekirdek konut tasarımları hazırlamalarının tavsiye edilmesi, konut fiyatlarında istikrarın sağlanması için çalışmaların yapılması, konutun çevresiyle birlikte bütünlük içerisinde ele alınması, ülkenin şartlarına uygun konut yapım teknolojilerinin geliştirilmesi gibi amaçsal ögelere de yer verilmiştir (Keleş, 2010: 476, 477).

#### 2.2.7. VII. Beş Yıllık Kalkınma Planında Konut Politikası (1996-2000)

VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı 1996-2000 yılları arasında üretilen konut ve kentleşme politikalarını kapsamaktadır. Bu dönemde küreselleşme olgusuna paralel olarak sanayileşmenin yoğun ve ekonomik fırsatların yeterli, iş bulma imkânının yüksek olduğu kentsel mekânlarda yoğunlaşmayla <sup>2</sup> birlikte gerçekleşen kentleşme olgusuna paralel yapılan tahminlere göre bu dönemde toplamda 2 milyon 540 bin yeni konuta gereksinim olacağı belirtilmiştir (Işık, 2008: 160; Yüceşahin ve Özgür, 2008: 115; Dao, 2002: 82; Keleş, 2010: 477). Bu dönem yine konut finansmanı için uygun modellemelerin geliştirilmesini, konut üretimi için küçük birikimlerin kullanılmasını, özellikle kalkınmada öncelikli bölgelerde konut üretiminin hızlandırılmasını, konut teknolojisine gerekli desteğin verilmesini ve son

<sup>2</sup> Kent biliminde yoğunlaşma (concentration), insan sayısındaki artışı ifade etmek için kullanılmaktadır.

olarak da gecekonduların yasal konut haline getirilmesini hedeflemektedir (Keleş, 2010: 477, 478).

### **2.2.8. VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planında Konut Politikası (2001-2005)**

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın en önemli gündem maddesi 17 Ağustos 1999 yılında gerçekleşen Marmara ve Düzce Depremleridir. Bu doğal afetler kaynakların rasyonel kullanılmadığının ve plansız, denetimsiz, "hegemonik" bir kentleşme ve konut üretiminin gerçekleştiğini gözler önüne sermesi açısından oldukça önemlidir (Çavuşoğlu, 2004: 7). Dolayısıyla bu planın temel çıkış noktası Marmara ve Düzce depremlerinin etkilerini azaltmaya dönüktür. Bu planda konut mülkiyeti ve konut üretimi arttırılmaya çalışılmış ve bu beş yıllık dönem içerisinde konut gereksinmesi beş milyon olarak belirlenmiştir. VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın uygulandığı dönem içerisinde kaçak yapılaşma ve gecekonduların yapımını engelleyici çalışmalara yer verilmiştir. İlk defa konut üretiminde yapı ve çevre kalitesinin arttırılması, doğal ve kültürel dokuların korunması, konutta güvenlik, kalite ve sağlık anlayışının ön plana çıkması, konut finansman sorununun konut kredisi verebilecek kurumlar eliyle çözülmesi, yapı denetimlerinde Avrupa Birliği ölçütlerine uyumun sağlanması, kentleşme ve konuttan sorumlu bir Bakanlığın kurulması yine gündeme gelen unsurlardandır (Keleş, 2010: 478, 479).

### **2.2.9. IX. Beş Yıllık Kalkınma Planında Konut Politikası (2007-2013)**

IX. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda yer alan konut politikalarında açıkçası konut politikası ve sürdürülebilir kentleşme anlamında esaslı ilkelere yer verilmemiştir. Bu planda ABD'nin barınma imkânlarına yer verilmiş ancak siyasi düzlemde Türkiye'nin konut politikalarına yer verilmemiştir. IX. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda kamunun sabit sermaye yatırımları içinde konutun payının 2006 yılında %0.6'dan 2013'te %0.9'a yükseltilmesi öngörülmektedir. Planda konut yatırımlarının toplam yatırımlar içerisindeki payının miktarına ilişkin herhangi bir düzenleme görünmemektedir. Ancak Avrupa Birliği normları çerçevesinde kentsel altyapının kalitesinin arttırılmasına yönelik bazı düzenlemelerin yapılmasına ilişkin fikirler mevcuttur. (Keleş, 2010: 479, 480) Özetle kalkınma planları ve temel vurgu yaptıkları alanlar aşağıdaki şekilde belirtilmiştir.

Kalkınma planlarının konuta bakan yönleri özetle değerlendirildiğinde 1. Kalkınma Planının (1963-1967) negatif konut anlayışı, sosyal konut, yatırımcı devlet modeli; 2. Kalkınma Planının (1968-1972) kentleşme problemleri, düzenleyici devlet, yasalaşan gecekondular; 3. Kalkınma Planının (1973-1977) dengeli kalkınma stratejisi, toplu konut; 4. Kalkınma Planının (1978-1983) ekonomik kalkınmada kentler, yaşanabilir kent algısı, 5. Kalkınma Planında (1985-1989) nüfus artışı, ekonomide artı değer olarak konut; 6. Kalkınma Planında (1990-1994) nüfus artışının önlenmesi, arsa üretimi, sosyal mekân olarak konut; 7. Kalkınma Planında (1996-2000) küreselleşme ve konut finansmanı; 8. Kalkınma Planında (2001-2005) 1999 depremi, kaliteli konut anlayışı; 9. Kalkınma Planında (2007-2013) ise öneriden uzak ve değerlendirmeye önem veren yaklaşımlar ve temel konular konut kavramına farklı bakış açıları kazandırmıştır. Her şeyden öte konut politikalarının sistematik bir yaklaşım içerisinde ele alınması yönüyle kalkınma planları ayrı bir öneme sahiptir.

## Şekil 8. Özetle Kalkınma Planlarının Konuta Bakan Yönleri ve Temel Odak Noktaları



**Kaynak:** Keleş, 2010: 71-78.

### Sonuç

Bireylerin barınma, güvenlik, konfor ve estetik gibi ihtiyaçlarını karşılayan bir öge olarak konut, etkilediği yan sektörlerle birlikte ülke ekonomilerini doğrudan etkilemektedir. Türkiye’de dâhil olmak üzere bu sektöre yönelik yatırımlar sabit sermaye yatırımları içerisinde büyük bir role sahiptir. Bu durum ekonomik olarak büyük bir hacme sahip olan konut sektörünün maliyet faktörlerini ve Türkiye ölçeğinde uygulanan konut politikalarını incelemeyi gerekli hale getirmektedir. Bu bağlamda çalışmada konut maliyetlerini etkileyen faktörler olarak arazi, işgücü, yapı malzemeleri ve kullanılan teknolojik unsurlar tespit edilmiştir.

Çalışmanın genelinde Türkiye’de uygulanan konut politikalarından bahsedilmiş ve söz konusu bu politikalar 1960 öncesi (plansız), 1960 sonrası (planlı) olmak üzere iki grupta incelenmiştir. Plansız dönem Cumhuriyet’in ilanının hemen sonrasında Ankara’nın başkent olmasından sonra yeni Türkiye’nin inşa edilmeye başlandığı süreci kapsarken planlı dönem ise kalkınma planlarında konut politikalarına yer verildiği, konut politikalarının daha sistemli ve dinamik bir hale dönüştüğü dönemi kapsamaktadır. 1960 sonrası süreci içine alan planlı dönem içerisinde günümüze kadar toplamda dokuz kalkınma planı uygulamaya konulmuş ve

her bir kalkınma planında konut, bir politika aracı olarak yer almıştır. Nitekim konut politikalarını sağlam ve planlı zeminlere oturtmayan, bu konuyla ilgili olarak teorik ve pratik bir ortam oluşturamayan ülkelerin geleceğe bırakacakları somut bir miras olmayacaktır.

## Kaynakça

- Açıkalın, Sezgin; Gül, Ekrem ve Yaşar Ercan (2006), “Ücretler ve Büyüme ile Doğrudan Yabancı Yatırımlar Arasındaki İlişkinin Ekonometrik Analizi”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 16, ss. 271-282.
- Adams, John S. (1984), “Presidential Address: The Meaning of Housing In America”, **Annals of the Association of American Geographers**, 74(4), ss. 515-526
- Akyıldız, Hüseyin (2011), **Çalışma Ekonomisi**, İkinci Baskı, Alter Yayıncılık, Ankara.
- Akyıldız, Hüseyin (2006), **Türkiye’de İstihdamın Analitik Dinamiği**, Alter Yayıncılık, 1. Baskı, Ankara.
- Aydın, Saadet (2003), **Türkiye’de Konut Sorununun Ekonomik Boyutları**, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi ve Siyaset Bilimi Kent ve Çevre Bilimleri Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- Batuman, Bülent (2006), “Turkish Urban Professionals and The Politics of Housing”, **Middle Eastern Technical University Journal of the Faculty of The Faculty of The Architecture**, 1, ss. 59-81.
- Chen, Shaohua ve Ravallion, Martin (2003), “Absolute Poverty Measures for The Developing World, 1981-2004”, **Proceedings of The National Academy of Sciences of The United States of America**, ss. 16757-16762.
- Çalışkan, Vedat ve Sarış, Faize (2008), “Çanakkale Şehrinde Üniversite ve Konut İlişkisi”, **Eastern Geographical Review**, 13(20), ss. 215-238.
- Çavuşoğlu, Erbatur (2004), **Hegemonik Bir Süreç Olarak Türkiye Kentleşmesi**, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir ve Bölge Planlama Bölümü Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Çetiner, Olcay (2008), “Konut Üretim Sistemleri ve Bilgi Bankası Modeli”, **Akademik Bilişim**, ss. 563-568.
- Dao, Minh (2002), “ An Analysis of Growth of Urbanization in Developing Economies”, **The Journal of Developing Areas**, 36(1), ss. 81-91.
- Demirel, Zerrin; Açlar, Ahmet; Demir, Hülya; Gür, Mehmet; Kurt, Vildan ve Çağdaş, Volkan (2003), “Toprak Düzenlemelerinde Yeni Gelişmeler ve Yapılanmalar”, **9. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı**, Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası, Ankara, ss. 145-170.
- Dereli, Toker (1995), **Örgütsel Davranış**, Menteş Yayınevi, 3. Basım, İstanbul.
- Ekşioğlu, Gözde; Tahra, Çetin ve Çubukçu, Ebru (2011), “Çevre Estetiğinin Konut Fiyatlarına Etkisi”, **İstanbul Teknik Üniversitesi Dergisi**, 10(1), ss. 3-12.
- Enemark, Stig (2001), “Land Administration Systems A Major Challenge for The Surveying Profession”, **XVIII Survey and Mapping Educators Conference**, USA.
- Ercan, Fuat ve Özar, Şemsa (2000), “Emek Piyasası Teorileri ve Türkiye’de Emek Piyasası Çalışmalarına Eleştirel Bir Bakış”, **Toplum ve Bilim**, ss. 22-71.

- Erdoğan, Mustafa Hulisi (1990), **Türkiye’de Konut Sektörünün Ekonomik Analizi (1979-1988)**, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Ertürk, Hasan (1994), **Kent Ekonomisi**, Uludağ Üniversitesi Güçlendirme Vakfı Yayınları, Bursa.
- Eti, Gülnur İçli (2008), **Konut Pazarlaması**, Beta Yayıncılık, 1. Baskı, İstanbul.
- Fratantoni, Michael ve Scott, Schuh (2003), “Monetary Policy, Housing, and Heterogeneous Regional Markets”, **Journal of Money, Credit and Banking**, 35(4), ss. 557-589.
- Ghosh, R.N ve Roy, K.C. (1997), “The Changing Status of Women In India Impact of Urbanization and Development”, **International Journal of Social Economics**, 24(7), 8, 9, ss. 902-917.
- Gibb, Kenneth (2011), “Delivering New Affordable Housing In the Age of Austerity: Housing Policy in Scotland”, **International Journal of Housing Markets and Analysis**, 4(4), ss. 357-368.
- Gilroy, Rose (2005), “The Role of Housing Space In Determining Freedom and Flourishing in Older People”, **Social Indicators Research**, 74(1), ss. 141-158.
- Gotham, Kevin Fox (2000), “Seperate and Unequal: The Housing Act of 1968 and The Section 235 Program”, **Sociological Forum**, 15(1), ss. 13-17.
- Goodhart, C. ve Hoofmann, B. (2008), “House Prices, Money, Credit, and the Macro Economy”, **Oxford Review of Economic Policy**, 24(1), ss. 180-205.
- Gülmez, Nilay Ünsal (2010), “Metropolde Çeşitlenen Hane halkları ve Konut”, **İstanbul Teknik Üniversitesi Dergisi**, 9(1), ss. 54-64.
- Gür, Şengül Öymen (2000), **Doğu Karadeniz Örneğinde Konut Kültürü**, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, Birinci Baskı, İstanbul.
- Henderson, Vernon (2002), “Urbanization In Developing Countries”, **The World Bank Research Observer**, 17(1), ss. 47-71.
- <http://notoku.com/konutun-insan-yasamindaki-onemi> (Erişim Tarihi: 26.11.2011).
- <http://www.emlakhaberleri.com/emlak-terimleri-yazilari/arsa-nedir.html> (Erişim Tarihi: 14.05.2012)
- Hwang, EuiGab (2008), “Determinants of Job Satisfaction Among South Korean Police Officers The Effect of Urbanization In A Rapidly Developing Nation”, **Policing: An International Journal of Police Strategies & Management**, 31(4), ss. 694-714.
- Işık, Şevket (2008), “Türkiye’de Üniversitelerin Kentleşme Üzerine Etkileri”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 10(3), ss. 159-181.
- Jacobs, David E; Kelly, Tom ve Sobolewski, John (2007), “Linking Public Health, Housing, and Indoor Environmental Policy: Successes and Challenges At Local and Federal Agencies in the United States”, **Environmental Health Perspectives**, 115(6), ss. 976-982.
- Kahraman, Tayfun (2006), “İstanbul Kentinde Kentsel Dönüşüm Projeleri ve Planlama Süreçleri”, **Planlama**, 2, ss. 93-101.
- Kalkınma Bakanlığı, 2011.
- Kalkınma Bakanlığı, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) 2012 Yılı Programı.

- Kapur, Basant K. (2006), "Financial Liberalization and Short Run Housing Price Dynamics", **Economic Theory**, 29(3), ss. 649-675.
- Kara, Mustafa (2012), **Gecekondu Dönüşüm Projelerinin Konut Sorununun Çözümündeki Rolü: Ankara İli Gültepe ve Yatıkmusluk Mahalleri Örneği**, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Isparta.
- Karasu, Mithat Arman (2005), "Türkiye'de Konut Sorununun Çözümünde Farklı Bir Yaklaşım: Belediye Toplu Konut İdaresi Konut Kooperatifleri İşbirliği Modeli", **Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 1, ss. 56-87.
- Karasu, Mithat Arman (2009), "Devletin Değişim Sürecinde Belediyelerin Konut Politikalarında Farklılaşan Rolü", **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 14(3), ss. 245-264.
- Kavrakoğlu, İbrahim; Kaylan, Ali Rıza; Özekici, Süleyman; Özmucur, Süleyman ve Güniz, Tamer (1987), "A Systems Approach For The Turkish Housing Problem", **Interfaces**, 17(5), ss. 1-10.
- Keleş, Ruşen (2010), **Kentleşme Politikası**, İmge Kitabevi, 11. Baskı, Ankara.
- Kellekçi, Ömer Lütfi ve Berköz, Lale (2006), "Konut ve Çevresel Kalite Memnuniyetini Yükselten Faktörler", **İstanbul Teknik Üniversitesi Dergisi**, 5(2), Kısım 1, Eylül ss. 167-178.
- Kinsella, Clare (2011), "Welfare, Exclusion and Rough Sleeping In Liverpool", **International Journal of Sociology and Social Policy**, 31(5/6), ss. 240-252.
- Knox, Paul ve Pinch, S. (2000), **Residential Mobility and Neighbourhood Change, Urban Social Geography**, Prentice Hall.
- Kocatürk, Füsün ve Bölen, Fulin (2005), "Kayseri'de Konut Alanı Yer Seçimi ve Hane halkı Hareketliliği", **İstanbul Teknik Üniversitesi Dergisi**, 4(2), ss. 17-24.
- Lauster, Nathanael T. (2006), "A Room Of One's Own Or Room Enough For Two? Access to Housing and New Household Formation In Sweeden, 1968-1992", **Population Research and Policy Review**, 25(4), ss. 329-351.
- Mapuroğlu, Alim M. (2006), "Kentsel Dönüşüm Projeleri: Adana'daki Uygulamalar", **Planlama**, 2, ss. 147-153.
- Newman, Sandra J. (1995), "Housing Policy and Home Based Care", **The Millbank Quarterly**, 73(3), ss. 407-441.
- OECD Economic Outlook (2011), Issue 2, No 90.
- Ökmen, Mustafa ve Yurtsever, Hatice (2010), "Kentsel Planlama Sürecinden Oluşan Kamusal Rantın Vergilendirilmesi", **Maliye Dergisi**, 158, Ocak Haziran 2010, ss. 58-74.
- Ören, Kenan ve Yüksel, Hasan (2013), "Türkiye'de Konut Sorunu ve Temel Dinamikleri", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18(2), ss 47-84.
- Özalp, Musa ve Nal, Seda (2011), "Kentges Kapsamında Sürdürülebilir Kentsel Ulaşım ve Altyapı", **Bayındırlık ve İskân Bakanlığı Belediyeler Dergisi**, 162(49), ss. 24-29.
- Özen, Haldun (1987), "Arsada Özel Mülkiyetin Kamu veya Toplum Yararına Düzenlenmesinin Yarattığı Sorunlar", **Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Konut Kurultayı**, Ankara.

- Özer, İnan (2004), **Kentleşme, Kentleşme ve Kentsel Değişme**, Başak Matbaacılık, Ekin Kitabevi, Ankara.
- Öztürk, Nazım ve Doğan, Adem (2010), “Konut Sektörünün Sorunları ve Çözüm Önerileri”, **Bütçe Dünyası Dergisi**, 33, ss. 139-154.
- Öztürk, Nazım (2011), “Bölgesel Dengesizliklerin Yarattığı Sorunlar”, **Bütçe Dünyası Dergisi**, 35(1), ss. 30-55.
- Pryce, Gwilym ve Sprigings, Nigel (2009), “Outlook For UK Housing and The Implications For Policy Are We Repeating What We Have Sown?”, *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 2(2), ss. 145-166.
- Rahman, Mizan ve Fatima, Nafeez (2011), “Entrepreneurship and Urban Growth: Dimensions and Emprical Models”, **Journal of Small Business and Enterprise Development**, 18(3), ss. 608-626.
- Ravallion, Martin; Shaohua, Chen ve Sangraula, Prem (2007), “New Evidence On The Urbanization of Global Poverty”, **Population and Development Review**, 33(4), ss. 667-701.
- Sargın, Güven Arif (2008), “Yakın Dönem Kentleşme Süreçlerine İlişkin Eleştirel Notlar”, **Mülkiye Dergisi**, Cilt XXXII, 261, ss. 45-54.
- Şahin, Yusuf (2011), **Kentleşme Politikası**, 2. Baskı, Murathan Yayınevi, Trabzon.
- Tekeli, İlhan (2010), **Konut Sorununu Konut Sunum Biçimleriyle Düşünmek**, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Tosun, Karakurt Elif (2008), “Türkiye’de Konut İhtiyacı ve Konut Finansmanı”, **PARADOKS Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi (E-Dergi)**, 4(2), ss. 1-16.
- TÜİK, İstihdam Edilenlerin Yıllar ve Cinsiyete Göre İktisadi Faaliyet Kolları.
- Türkiye Cumhuriyeti Bayındırlık ve İskân Bakanlığı Kentleşme Şurası (2009), **Kentsel Dönüşüm, Konut ve Arsa Politikaları Komisyonu Raporu**, Ankara.
- Williamson, I.P; Ting, L; Cadastral, Trends (1991), A Sythesis, *The Australian Surveyor*, 44 (1), No 1, Australia, ss. 46-54.
- [www.anayasa.gen.tr/1961ay.htm](http://www.anayasa.gen.tr/1961ay.htm) (Erişim Tarihi: 22.11.2011).
- Yıldırım, Kemal; Akalın, Aysu; Yeşilkavak, Fevzi; Hidayetoğlu, M. Lütfi (2007), “Konut Mutfaklarının Mekân Kalitesinin Kullanıcıların Fonksiyonel ve Algısal Performansına Etkisi: TOKİ Eryaman 7. Etap Konutları”, **Politeknik Dergisi**, 10(4), ss. 423-431.
- Yıldırım, Kemal (1999), **Konut Mutfaklarının Mekân ve Donatı Organizasyonunda Ergonomik Yaklaşım**, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- Yüceşahin, M. Murat ve Özgür, Murat (2008), “Türkiye Kentlerinin Kentleşme Düzeylerinin Demografik, Ekonomik ve Sosyal Değişkenlerle Belirlenmesi”, **Coğrafi Bilimler Dergisi**, 6/2, ss. 115-139.
- Zaim, Sabahattin (1997), **Çalışma Ekonomisi Yenilenmiş ve Genişletilmiş**, 10. Baskı, Filiz Kitabevi İstanbul.



## **EXTENDED ABSTRACT**

House the meaning of which refers various things like security, accommodation, comfort and aesthetics is the place which is more than just living. The time passes by, yet the importance of houses and their functions still go on which is not the case solely in Turkey, but it is identical all over the world. Sometimes, houses mean more than its physical connotations. As an example, houses and the sorts of housing can be associated with the civilization itself on condition that they are taken into account within the framework of their symbolic utterances. Therefore, the main objective of the study is to analyze elaborately the meaning of the housing sector in Turkey and the factors that leave a great impact on this sector. To put in another way, the main idea all over the course of the study is to have a look at the main dynamics of housing sector and depending upon here, the eco-analysis of this sector is to be made.

From the foundation of Turkish Republic, housing sector and the main dynamics that affect that sector differs actually. Even in the period of Ottoman State, housing and its story varies as well. In the pre-Republican period, housing means something like aesthetics which can be comprehended that Ottoman State possesses its own style of housing which is actually the civilization itself. In that period, housing sector is not the sphere that people earn a great deal of money, so to say, it is a kind of undeserved gain. However, in the period of post Republic in Turkish history, housing goes into a different path which is used for the establishment of Turkey. After the announcement of Ankara as the capital city of Turkey, new construction initiatives including housing commenced as well. Initially, the population of Ankara increased to a large extent, and new houses are needed. Hence, the ultimate policy developed till the years of 1960 was directly concerned with the housing needs of capital cities and so forth. 1960 is a kind of symbol that differentiates the housing policy in the aftermath of Turkish Republic because of the fact that all the policies on this issue was something like unsystematic and unplanned before 1960. Nevertheless, the period after 1960 is called as the “planned age” in terms of the housing continuum of Turkish Republic due to the fact that housing policies stood on the sound grounds with the five years of plans for investment. In the study, the cost factors that affect the housing sector and the policies developed in line with these factors are analyzed.

# BUTİK OTEL İŞLETMELERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMINA YÖNELİK BİR İNCELEME: FACEBOOK ÖRNEĞİ

**Burak ERYILMAZ\***  
**Burhanettin ZENGİN\*\***

## **Özet:**

Sosyal medya; internetin kullanıcılarına sunduğu imkanlardan olan Web 2.0 uygulamalarının hayatımıza soktuğu en güncel yeniliklerdendir. Bireysel kullanıcılar kadar işletmeler tarafından da farklı amaçlarla bu uygulamalar kullanılmaktadır. Konaklama işletmeleri de ürün ve hizmet tanıtımı, müşterilerle etkileşimde bulunma gibi amaçlarla sosyal medya uygulamalarını kullanmaktadırlar. Bu bağlamda çalışmanın amacı; kişiye özel hizmet anlayışını benimseyen butik otellerin Facebook sayfalarının incelenmesi, değerlendirilmesi ve eksikliklerinin belirlenmesidir. Bu amaçla Facebook sayfaları analiz edilmiş ve bazı butik otel yöneticileri ile görüşmeler yapılmıştır. Araştırma sonucunda butik otellerin en fazla Facebook kullandıkları, bu sayfaların yönetimlerinde uzmanlardan yararlanmadıkları, Facebook üzerinden çevrimiçi rezervasyon imkânı veren işletme sayısının az olduğu ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal medya, butik otel, Facebook, Web 2.0

**JEL Kodu:** M10, M31

## A RESEARCH ON THE BOUTIQUE HOTELS' SOCIAL MEDIA USE: FACEBOOK SAMPLE

## **Abstract:**

Social media one of the applications of Web 2.0, an opportunity internet users are using, is the most actual innovations in our lives. These applications are used by companies and also by individual users for different purposes. Hotels use the social media applications to advertise their products /services and to interact with customers. In this context the aim of this paper is; to examine and evaluate Facebook pages of the hotels and explain the deficiencies of the pages. For this purpose, Facebook pages of boutique hotels have been analyzed and the managers of some hotels have been interviewed. As a result we found that the boutique hotels use Facebook the most but they do not benefit from experts in management of these pages and very few hotels allow users to book online via Facebook.

**Keywords:** Social media, boutique hotel, Facebook, Web 2.0

---

\* Doktora Öğrencisi; Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü; Öğr.Gör. Amasya Üniversitesi MYO, brkeryilmaz@gmail.com

\*\* Yrd.Doç.Dr., Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği, bzengin@sakarya.edu.tr

## 1. Giriş

Sosyal medya, kullanıcıların kendi oluşturdukları içeriği yayınladıkları ve geniş kitlelerle paylaştıkları sanal ortamların genel ismidir. Paylaşılan bu içeriklerin bir kısmı ister istemez tüketicilerin satın alma davranışlarına etki etmektedir. Sosyal medya uygulamaları da özellikle daha önceden deneme şansı olmayan hizmetlerin satın alınmasından önce gerçek kullanıcıların görüşlerini almak için kullanılan kaynaklardan birisi haline gelmiştir.

Hem tüketiciler hem de turizm işletmeleri tarafından sosyal medya araçları turizm sektöründe de ürün ve hizmetlerin tanıtımı ve tüketicilere ulaşmada, onlardan geri bildirimler almada, gerçek hikâyelere ulaşmada etkili bir yöntem olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Cox, Burgess, Sellitto & Buultjens (2009) “ The Role Of User Generated Content in Tourists’ Travel Planning Behaviour” isimli çalışmalarında kullanıcıların oluşturdukları içeriklerin müşteriler tarafından nasıl kullanıldıkları ve bunların bilgi arama ve seyahat davranışı üzerindeki rollerini araştırmışlardır. 12.000 kişiden fazla turistin katıldığı çalışmada Web 2.0 olarak da bilinen bu uygulamaların seyahat edenlerin başvurdukları tek bilgi kaynağı değil ancak önemli bir ilave kaynak olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca konaklama ve turizm organizasyonlarının bu sitelerin önemini göz ardı etmemeleri gerektiği de vurgulanmıştır.

Russell (2010), “ Evaluate the Effectiveness of Social Media Marketing on Hotels” isimli çalışmasında sosyal medya pazarlamasının otellere etkisini değerlendirmiştir. Çalışmada sosyal medyanın masrafsız bir pazarlama aracı olduğu, etkili kullanıldığında otellerle yüksek geri dönüşleri olacağını, bununla birlikte iyi kullanılmadığında tesis imajına olumsuz etkileri konusunda da uyarılarda bulunulmuştur.

Hsu (2012) “Facebook as International E-Marketing Strategy of Taiwan Hotels” isimli çalışmasında, Tayvan otellerinin uluslararası elektronik pazarlama stratejisi olarak Facebook sayfalarını kullanılan özellikler, paylaşılan içerikler, estetik, aylık ortalama paylaşım sayısı, kullanılan dil ve etkileşim düzeyi açısından bir değerlendirmeye tabi tutmuştur. Çalışmada otellerin Facebook sayfalarını bir elektronik pazarlama aracı olarak kullandıklarını fakat uluslararası pazarlardan ziyade iç pazara yönelik olarak hizmet verdiklerini tespit edilmiştir. Facebook sayfalarının uluslararası pazarlara hitap edebilmesi için öncelikli olarak dil seçeneğinin artırılması gerektiği vurgulanmıştır.

Turistik tüketiciler ve turizm sektörünün en önemli ayaklarından olan konaklama işletmeleri sosyal medya aracılığıyla turistlerin seçimlerine etki edebilecek faaliyetlerde bulunmaktadırlar. Twitter üzerinden konaklama işletmelerinin takipçisi olarak her türlü bilgiden anında haberdar olunabilmekte ve istenirse birebir iletişime geçilebilmektedir. Bloglarda konaklama işletmeleri ile ilgili yazılı ve görsel içerik incelenebilmekte veya bu içerikleri bizzat oluşturabilmektedir. Video paylaşım sitesi olan Youtube üzerinden bir konaklama işletmesinin tanıtım videosu izlenebilmekte, fotoğraf paylaşım sitesi olan Instagram’daki fotoğraflar ve yazılan yorumlar görülebilmektedir. Veya sosyal ağ denince ilk akla gelen Facebook kullanarak sayfalarındaki fotoğraf, bilgi veya duyurulara ulaşmak mümkündür.

Konaklama işletmelerinin tümü için kullanılabilir olan sosyal medya uygulamaları, kişiye özel hizmet temelinde faaliyet gösteren butik oteller için de maliyeti yok denecek kadar az olan bir pazarlama aracıdır. Buradan hareketle bu çalışmada Türkiye’de bulunan Turizm İşletme Belgeli butik otellerin Facebook sayfalarının incelenmesi, değerlendirilmesi ve eksikliklerin saptanması amaçlanmıştır. Araştırmanın kapsamını 28.02.2014 tarihinde güncellenen Turizm İşletme Belgeli Tesis Listesi’ne göre 70 adet turizm işletme belgeli butik otel oluşturmaktadır.

## 2. Butik Otel Kavramı ve Özellikleri

Butik oteller ilk kez 1980'lerde Londra, New York ve San Francisco'da görülmeye başlamış ve hızla diğer ülkelere yayılmıştır. Bu oteller, konuklarına lüks ve eşsiz bir yaşam çevresi sunmayı hedefleyen işletmelerdir. Butik otelleri diğer büyük otellerden farklı kılan unsurlar; lüks ve kişiselleştirilmiş konaklama, servis ve özel aktivite imkanı sağlamalarıdır.

Butik oteller 21.06.2005 tarihli 25852 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik 43. maddesinde tanımlanmıştır. Buna göre butik oteller; yapısal özelliği, mimari tasarımı, tefriş, dekorasyon ve kullanım malzemesi yönünden özgünlük arz eden, işletme ve servis yönünden üstün standart ve yüksek kalitede, deneyimli veya konusunda eğitilmiş personel ile kişiye özel hizmet verilen ve aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan en az 10 odalı tesislerdir (Resmi Gazete):

- Modern, reproduksiyon, antika gibi özelliği olan mobilya ve malzemeler ile tefriş ve dekorasyon,
- Beş yıldızlı otel odaları için belirlenen nitelikleri taşıyan konforlu odalar,
- Kapasiteye yeterli kabul holü, kahvaltı salonu, oturma salonu,
- Yönetim odası,
- Alakart lokanta,
- Genel mahallerde klima sistemi,
- Yirmi dört saat oda servisi,
- Çamaşır yıkama ve kuru temizleme hizmeti,
- Otopark hizmeti,
- Odalara, müşteri tarafından seçilen en az bir adet günlük gazete servisi.

## 3. Web 2.0 Kavramı

Web 2.0, O'Reilly Media tarafından 2004 yılında kullanılmaya başlanan, internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak yarattığı sistemleri tanımlayan bir terimdir (İyiler,2009: 9). Uzmanlar tarafından eski internet "Web 1.0", yeni etkileşimli web dünyası ise "Web 2.0" olarak isimlendirilmiştir.

Kimi tanımlamalara göre, "yeni bir teknoloji", kimi tanımlamalara göre ise "yeni bir çağ" olarak kabul edilen yeni sürüm web; normal kullanıcılara kendi istedikleri içerikleri üretme ve kendi düşüncelerini, kendi bakış açılarını diğerleri ile paylaşma imkânını sunmaktadır (Jalali, 2009:198).

Web 2.0, çevrimiçi kullanıcı davranışlarında benzeri görülmemiş değişimler getirmiştir. Önceleri, web siteleri sahipleri tarafından yayınlanan kişisel, durağan ve ziyaretçilerin içerikleri sadece görüntüleyebildikleri ortamlar iken Web 2.0 sonrasında ise web siteleri katılımcı, dinamik ve interaktif hale gelmişlerdir. Web sitelerinin oluşturulmasına ve zenginleştirilmesine kullanıcılar aktif olarak katılabilmişlerdir (Adebanjo ve Michaelides, 2010).

Web 2.0 süreci internet kullanıcılarını; yayıncıya (youtube ve bloglarda), uzmana (wikilerde), eleştiriye (forumlar ve yorumlarda), arşivciye (sosyal imlemelerde) ve ağ sahiplerine dönüştürmüştür. Web 2.0'da her şey katılım üzerinden anlam bulmaktadır ve bu katılım kitlesel bir katılımı içermektedir. Böylece Web 2.0 siteleri genel olarak kullanıcının içeriğe müdahale etmesine olanak sağlayan siteler olarak tanımlanmaktadır (Oftade, 2009: 138).

Birinci nesil web araçlarında genellikle yukarıdan aşağıya bir yapının hâkim olmasıyla kullanıcıların pasif konumda bulunmaları söz konusu iken, Web 2.0 araçları ile aşağıdan

yukarı bir yapı hâkim olmuş ve bu yapıda da kullanıcı, teknik engellerle karşılaşmadan içeriğini yayımlayabildiği gibi sosyal etkileşim ve işbirliği sağlayan servis ve uygulamalardan yararlandığı bir ortam elde etmiştir (Murphy, 2000: 89). Web 1.0 ve Web 2.0 arasındaki farklar Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1:** Web 1.0 ve Web 2.0 Arasındaki Farklar

| <b>WEB 1.0</b>                  | <b>WEB 2.0</b>                       |
|---------------------------------|--------------------------------------|
| Okuma                           | Okuma/ Yazma                         |
| Bireysel                        | Kollektif                            |
| Şirketler                       | Topluluklar                          |
| Daha çok yazı                   | Daha çok video                       |
| HTLM Tabanlı                    | XHTML Tabanlı                        |
| Statik Sayfalar                 | Aktif Sayfalar                       |
| Admin Taraflı                   | Kullanıcı Taraflı                    |
| Kısıtlı Paylaşım                | Yoğun Paylaşım                       |
| Ticaret ağırlıklı               | Sosyalleşme ağırlıklı                |
| Profesyonellere yönelik         | Amatörler de kullanabilmekte         |
| Sahiplik                        | Paylaşım                             |
| Reklam                          | Ağızdan ağza dünyası                 |
| Web üzerinden satılan hizmetler | Web hizmetleri                       |
| Forum                           | Sosyal ağ, blog vb                   |
| Sadece bilgi amaçlı kullanım    | Bilgi, alışveriş, sosyal vb nedenler |

**Kaynak:** Aghaei vd (2012) ve Bektaş (2010)’dan uyarlanmıştır.

Web 2.0, internet kullanıcısı olan bireyler, kurum ve kuruluşlar için yeni fırsatlar anlamına gelmektedir. Kullanıcılar internete evden, işten, cadde ve sokaklardan ya da cep telefonları sayesinde diledikleri her yerden rahatlıkla bağlanabilmektedirler. Daha hızlı bağlantılar, yeni cihazlar ve yeni çevrimiçi uygulamalar insanların çalışma, sosyalleşme ve alışveriş yapma biçimlerini değiştirmede etkili olmaktadır. Yani internetin kullanım amacı ve şekli gün geçtikçe değişmekte ve gelişmektedir.

#### **4. Sosyal Medya Kavramı**

Sosyal medya; bloglar, şirket tartışma panoları, sohbet odaları, tüketiciler arası e-posta, tüketici ürün ve hizmet değerlendirme web siteleri, internet tartışma panoları ve forumları kapsayan çok geniş kapsamlı ve iki yönlü etkileşime dayalı çevrimiçi ağlardan oluşmaktadır (Mangold ve Faulds, 2009: 358). Temeli; paylaşım, katılımcıların ortak bir noktada bütünleşmesi ve çoğu zaman da daha iyi seçim yapabilmek için daha çok bilgi edinme imkânı tanınmasıdır (Evans, 2008: 31).

Bu ortamda diğer medya ortamlarından farklı olarak içerik üretenler profesyoneller değil, internet kullanıcılarının kendisidir. İnternet ve web'e dayanan teknolojilerden yararlanarak kullanılan bu alan medya monoluğunu, sosyal medyada iki yönlü konuşmaya dönüştürmektedir (Solis ve Breakenridge, 2009:180). Sosyal medyanın, bazı çalışmalarda Web 2.0 ile aynı anlamdaymış gibi kullanıldığı görülmektedir. Ancak aralarındaki fark Web 2.0'nin bilgi ve iletişim teknolojilerindeki değişimin teknolojik boyutunu simgelerken, sosyal medyanın; sosyal boyutu ve kullanımı simgelemesidir (Akar, 2010: 17). Soytürk'e göre sosyal medya, kullanıcı içeriğinin kendisi ve yayıldığı, yayımlandığı, paylaşıldığı her türlü platformun genel adıdır. Daha açık bir anlatımla, sosyal medya kullanıcı içeriğinin ta kendisidir (Soytürk, 2009: 58).

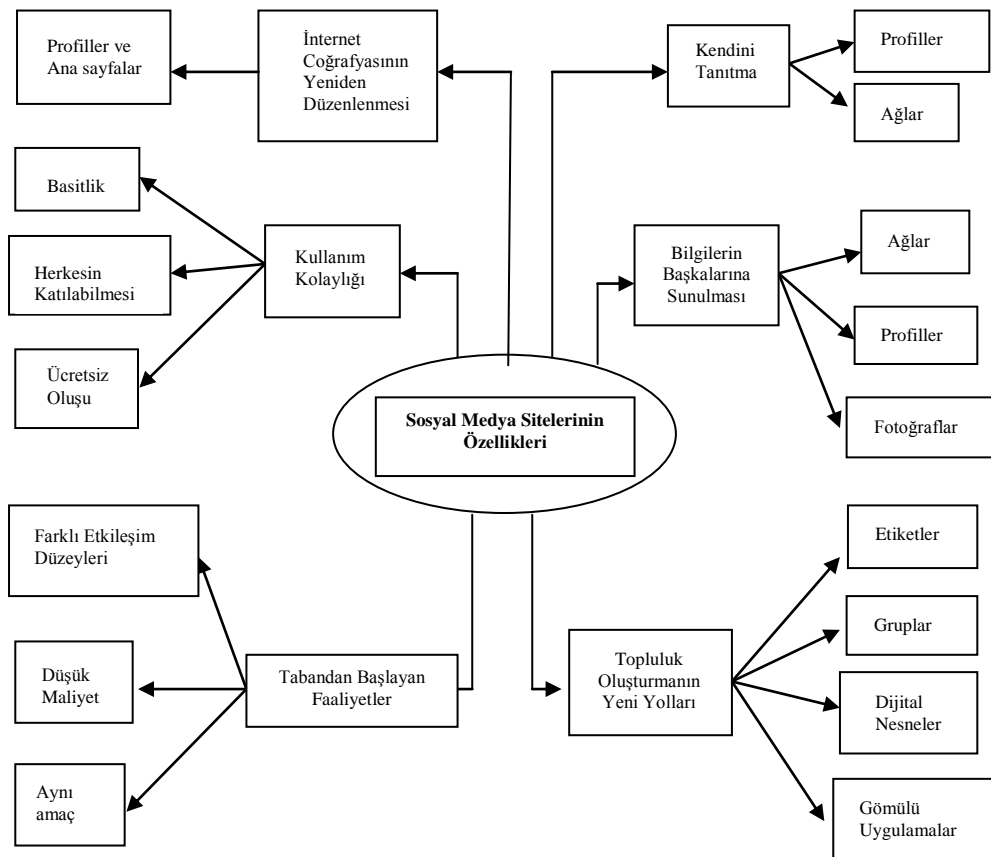
Sosyal medya, mobil ve web tabanlı teknolojiler ile son derece interaktif ortamlar oluşturarak paylaşmak, tartışmak ve işbirliği kurmak için kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriktir (Kietzman vd, 2011:242). Sosyal medya hakkında birçok araştırmacıya ışık tutmuş en önemli çalışmalardan birisini yapan Boyd ve Ellison (2007) sosyal medyayı şöyle tanımlamışlardır:

Sosyal medya katılımcılarına;

- Sınırlandırılmış sistem içerisinde yarı veya bütünüyle halka açık profil oluşturmalarına,
- Bağlantı kurdukları diğer kullanıcıların listelerini açık seçik görmelerine,
- Kendisinin ve sistemdeki diğerlerinin bağlantılarının görüntülenmesine ve engellenmesine izin veren internet tabanlı servisler bütünüdür.

Şekil 1’de sosyal medya sitelerinin özellikleri görülmektedir.

**Şekil 1: Sosyal Medya Sitelerinin Özellikleri**



**Kaynak:** Cachia (2008:3)

Bu şekilde yer alan ifadeleri daha ayrıntılı şu şekilde açıklayabiliriz (Cachia, 2008:3):

- **Kendini Tanıtma:** Birçok sosyal medya sitesine girişin ilk basamağı bir “profil” oluşturmaktır. “Profil” kullanıcı tarafından geliştirilen, kendisini diğer kişilere yazılar, fotoğraflar, müzik ve videolar vasıtasıyla tanıttığı kişiselleştirilmiş sayfadır.
- **Bilgilerin Başkalarına Sunulması:** Birçok sosyal medya sitesi üyeleri, iletişim listesindeki kişilere profilini görme veya engelleme izni vermektedir. Bilgilerin başkalarına sunulması; çevrimiçi kullanıcıların kendi çevrimiçi sosyal ağlarını görüntüleyebilmeleri ve bunları hem arkadaşları hem de topluluklarla paylaşabilmeleri sayesinde mümkün olmaktadır. Bazı sosyal ağlar, kullanıcılarına kendileri ile diğer üyeler arasındaki yakınlık derecesini açıklama imkânı sunan uygulamaları desteklemektedir.

- **Topluluk Oluşturmanın Yeni Yolları:** Çevrimiçi uygulamaların başlamasıyla sanal topluluk kavramı ortaya çıksa da, sosyal medya siteleri insanların kendi aralarında iletişimde bulunmalarını sağlayan yeni yöntemleri desteklemektedir. Bu sitelerin kullanıcıları, sosyal ağlarda “etiketler” ve “gömülü uygulamalar” gibi dijital nesnelere üzerinden birbirleriyle iletişime geçmeyi tercih edebilirler. Örneğin kullanıcılar kitap okuyucularından oluşan bir topluluğa katılarak beğendikleri kitaplar vasıtasıyla yeni insanlarla tanışabilirler.
- **Tabandan Başlayan Faaliyetler:** Sosyal medya siteleri benzer değer ve ilgi alanları olan kullanıcıların etkin ve ucuz işbirliği yapmaları için bir araya gelebilmelerini sağlamaktadır. Örneğin, doktorlar sık görülmeyen vakaları Within3 gibi sosyal medya sitelerinde meslektaşları ile paylaşabilir veya emin olmak için tekrar gözden geçirebilirken, aktivistler Care2 gibi siteler üzerinden bir eylemi organize edebilirler.
- **Kullanım Kolaylığı:** Sosyal medya sitelerinin bu kadar popüler olmasının temel nedeni kullanım kolaylığı ve basitliktir. İnternet kullanımına biraz olsun yatkın olan herhangi birisi, bir çevrimiçi sosyal mecrayı oluşturabilir ve yönetebilir. Sosyal medya sitelerinden önce, kullanıcılar ancak kişisel bir web sayfası sayesinde çevrimiçi bir alana sahip olabilmekteydiler. Bu sayfaların oluşturulması ve geliştirilmesi hiç kolay olmamakla birlikte bunlara sahip olmak da beraberinde bir takım maliyetler getirmekteydi. Buna karşın sosyal medya siteleri ücretsiz ve herkesin katılımına açıktır. Birçoğuna sadece kayıt olmak yeterli iken bir kısmı da önceden üye olanların davetleri ile üyelik kabul etmektedirler.
- **İnternet Coğrafyasının Yeniden Düzenlenmesi:** Sosyal medya siteleri internete “insanların kişisel sözleri” gibi yeni giriş noktaları sağlamaktadır. Yakın bir geçmişe kadar, insanlar internetten yerlerin metaforları (şehirler, adresler, ana sayfalar) ile bahsederdiler. Sosyal medya siteleri bu tarz konum temelli metaforları kişisel alanlarla (profiller, bloglar, resimlerim gibi) değiştirmiştir.

Kullanıcı sayısı bakımından dünyada 2,5 milyar internet kullanıcısı olduğu, 2014 yılında internete mobil cihazlardan ulaşan kişi sayısının masaüstü ve dizüstü bilgisayarlar ile internete bağlananları geçeceği, 2015 yılında dünyada internete bağlanabilen cihaz sayısının kişi başına 2,5 olacağı hususunda yapılan araştırmalarda öngörülerde bulunulmakla birlikte, dünyada 2012 yılı itibari ile Facebook kullanıcısı sayısı 1 milyar kişiyi, Youtube kullanıcı sayısı 450 milyon kişiyi, Twitter kullanıcı sayısı da 250 milyon kişiyi aşmıştır. Sosyal paylaşım sitelerini en fazla kullanan ülkeler ise ekonomik gelişmiş düzeyleri yüksek, kültür ve turizm faaliyetlerine katılımları fazla ülkelerdir (<http://digitallife.neolabels.com/>).

Dünyada sosyal medya kullanımı ile ilgili dikkat çeken bazı hususlar derlenmiş ve aşağıda verilmiştir (comScore.com, Cosenza, 2012, Qualman,2012 ):

- Avrupa’da 397 milyon insan her ay yaklaşık 25.9 saatlerini sosyal medyada geçirmektedirler.
- Facebook üye sayısı 1 milyarı geçmiştir.
- Facebook bir ülke olsaydı nüfus olarak dünyanın 3. büyük ülkesi ve ABD’nin nüfus olarak 2 kat büyüklüğünde olurdu.
- Youtube’a dakikada 72 saat video yüklenmektedir.
- Her 2 saniyede LinkedIn’e yeni bir üye kaydolmaktadır.
- Sosyal ağlardaki her 4 dakikadan 3’ü Facebook’ta harcanmaktadır.
- Çevrimiçi geçirilen her 7 dakikadan 1’i Facebook’ta geçirilmektedir.
- Eğer Wikipedia bir kitap olsaydı, uzunluğu 2.25 milyon sayfa olurdu.
- Twitter kullanıcılarının %53’ü mesajlarında ürün önermektedirler.

- İnsanların %90'ı tanıdıkları insanların çevrimiçi ortamlardaki tavsiyelerine güvenmektedirler.
- Pazarlamacıların %93'ü sosyal medyayı kullanmaktadır.
- V Kontakte Rusya bölgesindeki en popüler sosyal ağdır.
- Orkut Brezilya ve Hindistan'da güçlü bir sosyal medya ortamıdır.

## 5. Sosyal Medyanın Konaklama İşletmelerinde Kullanımı

İnternet gelişiminin devamında ortaya çıkan sosyal medyanın kullanımının yaygınlaşmasıyla, turizm tüketicileri önceden hiç olmadığı kadar turistik ürün ve hizmetler hakkında bilgi sahibi olmaktadır. Bilgi aramaktan, destinasyon, ürün, hizmet tüketimi ve deneyimi sonrasını birleştirmeye, bilgi ve iletişim teknolojileri seyahat sürecini kolaylaştırmak ve geliştirmek için geniş bir seçenek sunmaktadır. Müşteriler seyahatle ilgili bilgi arama, çevrimiçi uçak bileti rezervasyonu yapma, çevrimiçi oda rezervasyonu ve diğer çevrimiçi satın alma faaliyetlerini seyahat acentaları yerine kendileri yapmaktadır (Morrison, O'Leary & Lipping, 2001).

İşletmeler için uzun zamandır var olan televizyon, radyo, gazete ve dergi gibi geleneksel medya araçlarının yanı sıra son yıllarda hayatımıza giren sosyal medya ortamlarının sunduğu ve tüketicilerle etkileşim imkanı veren uygulamalar aracılığıyla etkili pazarlama iletişim çabaları kaçınılmaz hale gelmiştir (Parlak, 2010:25). Her geçen gün interneti ve sosyal medyayı hayatının merkezine biraz daha yakınlaştıran tüketiciler, işletmelerin de sosyal medyada pazarlama faaliyetleri yürütmesine neden olmaktadır.

Hem tüketiciler hem de turizm işletmeleri tarafından sosyal medya araçları turizm sektöründe de ürün ve hizmetlerin tanıtımı ve tüketicilere ulaşmada, onlardan geri bildirimler almada etkili bir yöntem olarak kullanılmaya başlanmıştır. Turistler, yaşadıkları seyahat tecrübelerini, aldıkları hizmetlerle ilgili övgü ve yergilerini, tatilleri sırasında çektikleri fotoğraf ve videoları sosyal ağlar üzerinden geniş kitlelerle paylaşmaktadırlar.

Konaklama işletmelerinin, iletişim alışkanlıklarında büyük değişimler oluşturan sosyal medyayı, özellikle daha etkileşimli bir iletişimle rekabette farklılaşmak, daha hızlı bir yolla şikâyet takibi yapmak, yeni teknolojilere bağlı olarak değişen tüketici davranışlarını anlayarak sadık müşteriler yaratmak, yabancı turistlere daha az maliyetli bir yolla kendilerini tanıtmak, etkinlik ve promosyonlarının duyurusunu gerçekleştirmek gibi amaçlarla kullandıkları görülmektedir.

Eğer bir konaklama işletmesi tweet atma, facebook'ta sayfa açma, aktif bir blog yazma gibi henüz bir sosyal medya aktivitesinde bulunmadıysa dijital pazarlamada büyük fırsatları kaçırıyor demektir. Dijital dünyada yarışın içerisinde kalabilmek için, konaklama işletmelerinin mutlaka müşterileri ile iletişim kurabilecekleri sosyal medya ortamlarında bulunmaları gerekmektedir.

Tüketiciler sosyal medya ortamlarını kullanarak konaklamaları ile ilgili birçok aktiviteyi gerçekleştirebilmektedirler. Bunlardan bazı örnekler aşağıda verilmiştir:

- Bloglarda bir konaklama işletmesi ile ilgili içeriği okuyabilir, yorum yapabilir veya bu içeriğin yazarı bizzat kendisi de olabilir.
- En popüler mikroblog sitesi olan Twitter'da konaklama işletmelerinin takipçisi olabilir, işletme ile ilgili gelişmelerden eş zamanlı olarak haberdar olur ve birebir iletişime geçebilirler.
- Bir otelde konaklamaya karar vermeden önce sosyal ağlarda tanıdıkları diğer tüketiciler ve onların bağlantılarıyla fikir alışverişinde bulunabilir, bu paylaşımlardan etkilenecek karar verebilirler.



- Youtube veya Instagram gibi video ve fotoğraf paylaşım sitelerinde konaklama işletmesi ile ilgili paylaşılan bir fotoğraf veya video sayesinde tesis ile ilgili bilgi sahibi olabilirler.
- Dünyanın en yaygın sosyal ağı olan Facebook'da konaklama işletmelerinin hayran sayfalarına üye olarak tesisin kampanyalarına katılabilirler.
- Konaklamaları sırasında tesis ile ilgili bilgi, fotoğraf, video gibi içerikleri sosyal ağlar aracılığı ile tanıdıkları ve bağlantıları ile paylaşabilirler.
- Haksızlığa uğradıklarını düşündüklerinde, hoşlanmadıkları bir durumla karşılaştıklarında bu durumu tesis yönetimi, yasal merciler, sivil toplum kuruluşları veya tanıdıkları ile sosyal medya üzerinden paylaşarak çözüm bulma, başka inanları uyarma veya işletmeden bu şekilde intikam alma yolunu seçebilirler.
- Tam aksine memnun kaldıkları bir davranış biçimi, bir hizmet veya tesisin bütününe başlarına tavsiye etmek, işletmeyi ödüllendirmek, teşekkür etmek gibi amaçlarla yine sosyal medyada paylaşabilirler.

### 5.1. Konaklama İşletmelerinde Facebook Kullanımı

Sosyal ağ denilince akla ilk gelen ortam olan Facebook, Harvard Üniversitesi öğrencileri arasında iletişim ağı oluşturmak için 4 Şubat 2004 tarihinde Mark Zuckerberg tarafından oluşturulmuştur. Hem kullanıcı sayısının fazla olması hem de kullanımının tüm dünyaya yayılması bakımından diğer sosyal ağlara kıyasla daha fazla tanınmakta ve adından söz ettirmektedir. Her yaşta kullanıcı tarafından yoğun şekilde kullanılan Facebook işletmeler için de etkili bir pazarlama aracı konuma gelmiştir. Yeniliklere açık olan turizm sektörü de bu gelişime kayıtsız kalmamıştır.

Cornell Üniversitesi araştırmacıları tarafından yapılan bir çalışmada otel işletmelerinin en fazla Facebook, Youtube ve Twitter'ı etkin bir pazarlama aracı olarak kullandıkları ortaya çıkmıştır. Chan ve Guillet (2011) yaptıkları çalışmada konaklama işletmelerinin Twitter ve Facebook sosyal ağlarını yoğun olarak kullandıklarını belirtmişlerdir.

Konaklama işletmeleri Facebook sosyal ağını şu amaçlarla kullanmaktadırlar (Assenov ve Khurana, 2012:328):

- **Özel Teklifleri Duyurmak:** Konaklama işletmeleri promosyon, indirim veya son dakika tekliflerini Facebook üzerinden duyurabilmektedirler.
- **Facebook "Hayran"ları İçin Özel Fiyat Duyuruları Yapmak:** Konaklama işletmeleri Facebook üzerinden işletmelerini beğenen ve "hayran"ı olanlar için "Hayrana Özel Fiyat" şeklinde bir uygulama ile sadık müşteri sayılarını artırabilirler.
- **Rekabet Aracı Olarak Kullanmak:** Farkındalık yaratma, isimlerini müşterilere hatırlatma ve rekabet avantajı sağlama konaklama işletmelerinin Facebook aracılığı ile ulaşabilecekleri amaçlardandır.
- **Otel Özelliklerinin Tanıtımını Yapmak:** Birçok donanım özelliği bulunan konaklama işletmeleri için bu özelliklerin tamamını bir sayfada sergilemek iyi bir fırsattır.
- **Anket Uygulamaları Yapmak:** Müşteri istek ve ihtiyaçlarını güncel olarak öğrenmek için Facebook üzerinden anketler uygulanmaktadır.
- **Etkinlik Duyurusu Yapmak:** Konaklama işletmelerinin Facebook sayfaları farklı etkinliklerin duyurularının yapıldığı, hayranlar için bir davetiye niteliğindedir.
- **Rezervasyon İmkani Sunmak:** Sayfadan ayrılmadan Facebook üzerinden rezervasyon alınabilmektedir.

- **Son Haberleri Duyurmak:** Facebook sayfası müşterilere en son haberleri duyurmak için etkili bir kanaldır. Hatta bu kanal belki de hedef pazara ulaşmanın en kolay ve en hızlı yoludur.

Mevcut veya potansiyel müşterilerin Facebook üzerinden konaklama işletmesini takip etmesi oldukça önemlidir. Facebook deyimi ile işletmenin "hayran"ı olan, yaptığı paylaşımları "beğenen" kullanıcılar konaklama işletmesinin ve verdiği mesajların bilinirliğini artırmaya yardımcı olacaktır. Tüketicilerin Facebook üzerinde bir firmanın hayranı olmalarının nedenleri şu şekilde sıralanmaktadır (Exact Target, 2010:3):

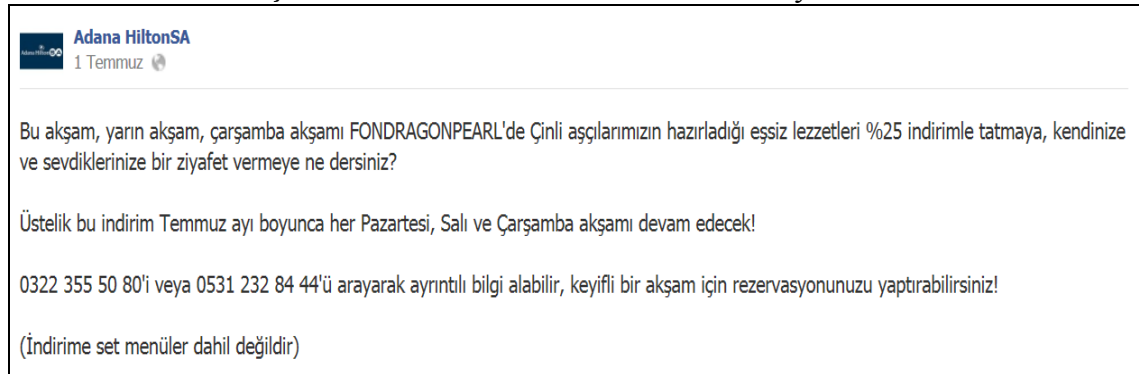
- İndirim ve tanıtımlar hakkında bilgi almak,
- Hayranı olunan firmaya yönelik desteği diğer üyelerinde fark etmesini sağlamak,
- Eşantıyon, kupon vb. hediyelere sahip olmak,
- Firmanın eylemlerinden haberdar olmak,
- Yakın zamanda firmanın piyasaya süreceği ürün ve hizmetler hakkında bilgi almak.

Bir Facebook uygulaması olan "beğen" özelliği ile beğenme olgusu da değişikliğe uğramıştır. Artık "beğenmek" sadece bir şeyi olumlu, işe yarar veya güzel bulmanın ötesinde, desteklemek ya da ilgilenmek anlamına gelmektedir. Diğer bir ifadeyle kullanıcılar gördükleri içerikten hoşlandıkları için "beğen" düğmesine tıklarken, aynı zamanda da desteklerini de göstermiş oluyorlar." Beğen" özelliği zincirleme bir etki de yaratır. Eğer bir kullanıcı, konaklama işletmesinin reklam veya paylaşımını beğenmişse, bu durum o kişinin arkadaşlarının Facebook ana sayfalarında da gözükmektedir. Dolayısıyla "beğen"en bir kullanıcı sayesinde, kendisinin listesindeki herkese mesajı görünür olur.

Facebook üzerinden konaklama işletmeleri; odalar, restoranlar, havuzlardan ve tesisin diğer alanlarından fotoğraf ve videolarını kullanarak görsel etki yaratma avantajına sahip olmaktadır. Ayrıca rezervasyon için sıfır maliyetle ek bölümler açarak somut geri dönüşler de sağlayabilmektedirler. Bunun yanı sıra özel teklifleri duyurmak veya şikayetlere cevap vermek gibi müşteri ilişkileri uygulamalarını da Facebook üzerinden yapabilmektedirler.

Adana HiltonSA Facebook sayfasında Şekil 2’de görülen mesaj ile müşterilerine özel tekliflerinin duyurusunu paylaşmaktadır.

**Şekil 2:** Adana HiltonSA Özel Teklif Duyurusu



**Kaynak:** Adana HiltonSA Facebook Profili

Aşağıdaki örnekte ise Silence Beach Hotel ile ilgili bir paylaşımında bulunan kullanıcıya otel işletmesi tarafından anlık olarak verilen cevap ve davet görülmektedir.

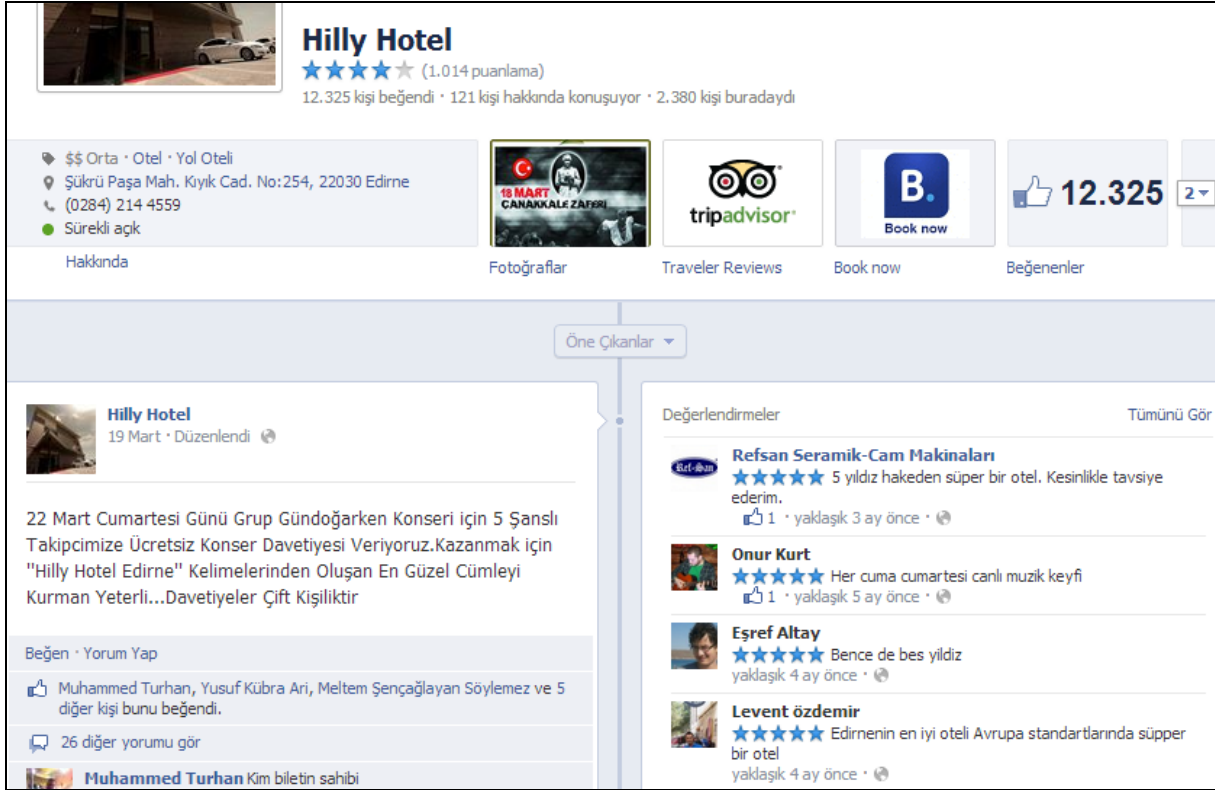
**Şekil 3:** Silence Beach Resort Müşteri İle Etkileşim Facebook Örneği



**Kaynak:** Silence Beach Resort Facebook Profili

Şekil 4'te görülen Hilly Otel'in Facebook sosyal paylaşım sitesinde oluşturduğu sayfanın 12.325 hayranı bulunmaktadır. Tesis ve hayranları bu profil üzerinden ileti, fotoğraf, video paylaşımlarında bulunurken aynı zamanda rezervasyon işlemlerini de yürütmektedirler.

**Şekil 4:** Hilly Otel Facebook Örneği



**Kaynak:** Hilly Otel Facebook Profili

Yukarıdaki şekilde de görüldüğü gibi otel Facebook sayfası üzerinden tesiste düzenlenecek olan konser için takipçilerine özel bir yarışma duyurusu yapmış ve kazanlar arasından 5 kişiye konser biletinin ücretsiz verileceğini duyurmuştur. Ayrıca sayfa üzerinden doğrudan rezervasyon yapma imkânının yanı sıra tüketici yorumlarını da görünür yapmıştır.

## 6. Yöntem

### 6.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı Türkiye'deki turizm işletme belgeli butik otellerin genelde sosyal medyayı, özelde Facebook'u nasıl kullandıklarını ortaya koymaktır. Butik otellerin sosyal medyadaki durumlarını ortaya koymak için Facebook'un çalışma kapsamına alınma nedeni, hem Türkiye ve dünya genelinde en fazla kullanılan sosyal ağ olması hem de işletmelerin en fazla Facebook kullandıklarının düşünülmesidir.

Çalışmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevaplar aranmıştır:

- Turizm işletme belgeli butik otellerinden kaç tanesi, hangi sosyal medya sitelerini kullanmaktadırlar?
- Butik otellerin Facebook sayfalarında hangi bilgilere yer verilmiştir?
- Facebook'ta "beğen sayısı", katılım yılları ve en son paylaşım tarihleri ne şekildedir?

### 6.2. Veri Toplama Araçları

Yukarıdaki soruların cevaplarını bulmak amacıyla Türkiye'deki turizm işletme belgeli butik otellerin web siteleri ve sosyal medya hesapları tek tek taranmıştır. Paylaşılan içerikleri değerlendirmek amacıyla hem Hsu (2012), Phedon vd. (2013), Şahbaz ve Bayram (2013)'ün yapmış oldukları çalışmalardan yararlanarak hem de Facebook'un kendine has özellikleri göz önüne alınarak bir değerlendirme formu oluşturulmuştur. Değerlendirme formunda butik otellerin Facebook sayfalarında verilen bilgiler ve paylaşılan içerikler 9 kriter ve "beğen sayısı", "katılım yılı" ve "en son yapılan paylaşım tarihi" gibi 3 soru yardımı ile değerlendirilmiştir.

Elde edilecek verileri desteklemek amacıyla 12 adet butik otel genel müdür, halkla ilişkiler sorumlusu ve önbüro müdürleri ile biçimsel mülakat yöntemiyle görüşmeler yapılmıştır. Görüşme yapılan butik otellerin farklı bölgelerden seçilmesine özen gösterilmiştir. Görüşme yapılan butik otellerden 8 tanesi Bodrum, 2 tanesi Antalya, 1 tanesi Kuşadası, 1 tanesi de Samsun'da faaliyet göstermektedir. Samsun'daki görüşme yüz yüze, diğerleri ise telefonla yapılmıştır. Yapılan görüşmelerde sosyal medya hesaplarının güncellenmesini kimin yaptığını, hangi sıklıkla içerik paylaşıldığını, sosyal medyada bulunmanın sağladığı faydalarını görüp görmediklerine ilişkin sorulara yanıtlar aranmıştır.

### 6.3. Araştırmanın Önemi

Sosyal medya ürün ve hizmetlerle ilgili bilgi arayışında olan tüketiciler için önemli kaynaklardan birisi haline gelmiştir. Milyonlarca internet kullanıcı farklı sosyal medya sitelerini kullanmaktadır. Bu yoğun kullanıma işletmeler de kayıtsız kalmamış, tüketicilerine ulaşmada sosyal medyayı kullanmaya başlamışlardır. Bunun neticesinde sosyal medya son zamanların en popüler konusu haline gelmiştir.

Bu akıma turistik tüketiciler ve turizm işletmeleri de kayıtsız kalmamıştır. Araştırma neticesinde ulaşılabilecek sonuçlardan henüz sosyal medya kullanmayan veya kullanmasına rağmen arzu ettikleri verimi alamayan butik otel işletmesi yöneticilerinin yararlanacağı düşünülmektedir.

Bununla birlikte sosyal medya ve turizmde kullanımı yeni sayılabilecek bir çalışma alanıdır. Uluslararası çalışmaların olmasına rağmen ulusal çalışmaların sayısı olarak yetersiz olduğu söylenebilir. Bu durum da bu çalışmayı önemli kılan bir diğer faktördür.

## 7. Araştırma Bulguları

Araştırmada öncelikli olarak turizm işletme belgeli butik otellerin tespiti yapılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 28.02.2014 tarihi itibariyle turizm işletme belgeli butik otel sayısı 70'dir. Listede yer alan butik otellerin tamamının web sayfaları incelenmiş ve sosyal medya bağlantıları aracılığıyla hangi sosyal medya sayfalarının bulunduğu bakılmıştır. Ayrıca sayfalarında sosyal medya bağlantısı olmayan işletmeler de, bağlantı bulundurmamaları ihtimaline karşılık, sosyal medya hesaplarından sorgulanmıştır.

Tablo 2'de butik otellerin hangi sosyal medya sayfalarında faaliyet gösterdikleri ve bunların toplam tesis sayısına oranları görülmektedir. Tabloda da görüldüğü gibi butik otellerin %74,28'sinin Facebook'ta sayfası bulunmaktadır. Araştırma kapsamına Facebook'u alma sebebimizi destekleyen bu sonuç şaşırtıcı olmamıştır. Ancak özellikle fotoğraf ve video gibi paylaşımların tüketicileri etkilemede ne denli etkili olduğu bilinmesine rağmen, içerik paylaşım siteleri olan Youtube, Instagram, Pinterest gibi sitelerde olan faaliyetlerin azlığı da dikkat çekicidir.

**Tablo 2:** Butik Otellerin Sosyal Medya Hesapları

| Sosyal Medya Ortamı | Tesis Sayısı | Oran (%) |
|---------------------|--------------|----------|
| Facebook            | 52           | 74,28    |
| Twitter             | 34           | 48,57    |
| Google +            | 9            | 12,8     |
| Instagram           | 5            | 7,14     |
| Pinterest           | 5            | 7,14     |
| Youtube             | 4            | 5,74     |
| Linkedin            | 3            | 4,25     |
| Foursquare          | 14           | 20       |

**Kaynak:** Butik Otellerin Sosyal Medya Hesaplarından Derlenmiştir.

Butik otellerin Facebook sayfalarına ilişkin değerlendirme sonuçları Tablo 3'de verilmiştir.

**Tablo 3:** Butik Otellerin Facebook Sayfalarında Bulunan Özelliklerin Frekans Analizi

| Facebook Sayfalarında Bulunan Özellikler       | VAR |       | YOK |       | TOPLAM |     |
|------------------------------------------------|-----|-------|-----|-------|--------|-----|
|                                                | f   | %     | f   | %     | n      | %   |
| Fotoğraf Paylaşımı                             | 52  | 100   | -   | -     | 52     | 100 |
| Video Paylaşımı                                | 11  | 21,15 | 41  | 78,84 | 52     | 100 |
| Etkinlik Duyurusu                              | 44  | 84,61 | 8   | 15,38 | 52     | 100 |
| İşletme Hakkında Bilgi (tarihçe, konum vb)     | 35  | 67,30 | 17  | 32,69 | 52     | 100 |
| İletişim Bilgileri (telefon, adres, e-mail vb) | 48  | 92,30 | 4   | 7,69  | 52     | 100 |
| Müşteri Değerlendirmeleri                      | 42  | 80,76 | 10  | 19,23 | 52     | 100 |
| Online Rezervasyon İmkânı                      | 18  | 34,61 | 34  | 65,38 | 52     | 100 |
| Diğer Sosyal Medya Hesaplarına Bağlantı Verme  | 17  | 32,69 | 35  | 67,30 | 52     | 100 |
| Web Siteden Doğrudan Bağlantı Verme            | 42  | 80,76 | 10  | 19,23 | 52     | 100 |

Tabloya göre butik otellerin tamamı Facebook sayfalarında otellerinden farklı fotoğrafları takipçileri ile paylaşmaktadır. Butik otellerin %84,61'i etkinlik duyurularını Facebook üzerinden yapmaktadırlar. Sosyal medyada bulunmanın temel gerekçelerinden bir tanesinin müşterilere doğrudan ve hızlı bir şekilde ulaşmak olduğu düşünüldüğünde bunu değerlendirmek işlemler için avantajdır.

İşletmelerin %92,30'u iletişim bilgilerine yer verirken, işletme hakkında işletmenin tarihçesi, konumu, özellikleri gibi bilgileri veren işletmelerin oranı ise %67,30'dur. Bu konuya işletmelerin daha özen göstermeleri gerekmektedir. Paylaşılan içeriklere geçmeden kimlik tanıtılması yerinde olacaktır.

İşletmelerin %80,76'sının müşteri değerlendirmelerine sayfalarına yer vermesi sosyal medyanın etkileşim özelliğine uygun bir uygulamadır. İşletmeler kendileri hakkında yapılan yorumları ziyaretçilerin okumasına izin verirken, aynı zamanda verdikleri cevapları da görünür yapmaktadırlar. Bu durum bir taraftan işletmenin kendine olan güvenini gösterirken diğer taraftan da yöneltilecek eleştirilere doğrudan cevap verme şansını yakalaması demektir.

İşletmelerin sadece %34,6'i Facebook üzerinden müşterilerine online rezervasyon imkanı vermektedir. Bunun teknolojik altyapının eksikliğinden kaynaklandığı düşünülebilir. Ancak otelin satışının yapıldığı web sitelerine yönlendirmeler bu başlıktan yapılabilir. Sosyal medyayı kullanma amacı müşterileri kendilerine rezervasyon yaptırmaya ikna etmek iken bu imkânın sosyal medya sayfası üzerinden verilmemesi bir çelişki olarak değerlendirilebilir.

Diğer sosyal medya hesaplarına Facebook üzerinden bağlantı verenlerin oranı %32,69'dur. Faaliyet gösterilen pazarlama araçları arasında bağlantı verilmesi diğer hesapların da bilinirliğini artırmaya yardımcı olacaktır. Web sitesinden doğrudan bağlantı verenlerin oranı %80,76'dır. Tüketiciler her ne kadar farklı bilgi kaynaklarını değerlendirirler de bilgi aramada web sitelerini mutlaka ilk sıralara yerleştirirler. Dolayısıyla bütün işletmelerin web sayfalarından sosyal medya sayfalarına doğrudan bağlantı imkânı tanınması olumlu olacaktır.

Beğen düğmesi, insanların Facebook dışında bulunan içeriklere (makaleler, videolar, ürünler vb.) olan ilgilerini paylaşmaları ve Facebook üzerinde arkadaşlarına önerilerde bulunmaları için Nisan 2010'da kullanıma sunulan bir sosyal eklentidir. Facebook'a giriş yapmış olan kişiler Beğen düğmesini veya başka bir sosyal eklentiye kullanan bir siteyi ziyaret ettiğinde, bir şeyi hangi arkadaşlarının beğendiğini görerek veya kendileri beğenip Facebook'ta arkadaşlarıyla paylaşarak daha sosyal bir deneyim yaşayabilir. Yorum bırakmadan bir içeriği beğendiğinizi bildirmenin kolay bir yolu olarak, Facebook'ta kendi paylaştığınız veya bir arkadaşınızın paylaştığı bir içeriğin altında Beğen'e tıklamak anlamına gelir. Yorumlarda olduğu gibi, ögenin altında onu beğendiğiniz belirtilir (facebook.com)

Katılım tarihi; butik otelin hangi tarihte Facebook sayfasını açtığını gösterirken, en son yapılan paylaşım tarihi ise; butik otel tarafından en son yayınlanan fotoğraf, video veya mesaj gibi içeriklerin ne zaman yapıldığını belirtmektedir. Diğer bir ifade ile bu sayfanın en son güncellenme tarihini bize göstermektedir.

Tablo 4 'te butik otellerin Facebook sayfalarının beğen sayısı, katılım tarihi ve en son yapılan paylaşım tarihi gibi özellikleri ile ilgili değerlendirmeler görülmektedir. Tabloda da görüldüğü gibi işletmelerin Facebook sayfalarında yaptıkları paylaşımların % 36,53'ü 500'den az beğeni almıştır. Buna karşılık %32,69'unun aldığı beğen sayısı 1501'den fazladır. Burada dikkat edilmesi gereken unsur beğenilerin etkileşime çevrilmesindeki başarıdır. Facebook üzerinde sosyal medya pazarlaması yapan markaların birçoğu buradaki başarıları değerlendirirken sadece aldıkları beğeni sayısını dikkate almaktalar. Ancak Facebook sayfalarının genel etkileşim oranı işletmelerin topladığı beğenilerden çok daha fazla önemlidir. Bir diğer ifadeyle kullanıcılar beğendikleri içerikler hakkında konuşmalı, yorumlar yapmalıdır.

**Tablo 4:** Butik Otellerin Facebook Sayfalarının Diğer Özelliklerinin Frekans Analizi

| Özellikler                              | Değerlendirme Kriteri  | f  | %     |
|-----------------------------------------|------------------------|----|-------|
| <b>Beğen Sayısı</b>                     | 500'den az             | 19 | 36,53 |
|                                         | 501-1000               | 12 | 23,07 |
|                                         | 1001-1500              | 4  | 7,69  |
|                                         | 1501'den fazla         | 17 | 32,69 |
| <b>Facebook'a Katılım Yılı</b>          | 2006                   | 1  | 1,92  |
|                                         | 2007                   | 2  | 3,84  |
|                                         | 2008                   | 3  | 5,76  |
|                                         | 2009                   | 4  | 7,69  |
|                                         | 2010                   | 10 | 19,23 |
|                                         | 2011                   | 16 | 30,76 |
|                                         | 2012                   | 6  | 11,53 |
|                                         | 2013                   | 10 | 19,23 |
| <b>En Son Yapılan Paylaşımın Tarihi</b> | 1 Haftadan az          | 25 | 48,07 |
|                                         | 1 Haftadan 1 Aya kadar | 7  | 23,46 |
|                                         | 1-6 ay arası           | 10 | 19,23 |
|                                         | 6-12 ay arası          | 2  | 3,84  |
|                                         | 1 Yıldan eski          | 8  | 15,38 |

Facebook'a katılım yıllarına bakıldığında işletmelerin %30,76'sının 2011 yılında Facebook sayfası açtıkları görülmektedir. 2010 yılından itibaren Facebook'a katılan butik otel sayısındaki artış görülmektedir. Bu hem Facebook'un pazarlamadaki etkisinin anlaşılmasının hem de butik otel sayısında son yıllardaki artıştan kaynaklanabilir. Facebook sayfalarının güncelliği hakkında ipucu verecek olan en son yapılan paylaşım tarihlerine bakıldığında ise paylaşımların %48,07'sinin 1 haftadan daha yakın bir sürede yapıldığı görülmektedir. Bu da butik otellerin Facebook sayfalarının yarısına yakınının sürekli aktif ve kısa sürede güncellendiğini göstermektedir.

## 7.1. Yöneticiler İle Yapılan Mülakat Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Mülakat yapılan yöneticilere "*Sosyal medya hesaplarınızın güncellemesini kim yapmaktadır?*" sorusu yöneltildiğinde butik otel yöneticilerinin 9 tanesi halkla ilişkiler sorumlusu, 2 tanesi önbüro müdürü, 1 tanesi de genel müdür cevabını vermişlerdir. Görüşülen yöneticilerin tamamı bu konuda uzman yardımı almadıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca sosyal medya hesaplarını yönetmek için işletme içerisinde ayrı bir sosyal medya uzman istihdam etmenin işletmeye ek mali külfet getireceğinden dolayı tercih etmediklerini belirtmişlerdir.

"*Hangi sıklıkla içerik paylaşmaktasınız ?*" diye sorulduğunda yöneticilerin geneli bunun zamanlamasını düşünmediklerini, paylaşılacak içeriğe göre bazen birden fazla paylaşım yaparken bazen de 1 gün içerisinde hiç paylaşımında bulunmadıklarını belirtmişlerdir.

"*Sosyal medya kullanıyor olmanız işletmenize ne tür faydalar sağlamaktadır?*" sorusuna katılımcıların çoğu bunu bir gereklilik olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yoğun olarak kullanıldığı günümüzde bu teknolojileri kullanmamanın kendilerini geride bırakacağını düşündüklerini belirtmişlerdir. Bu alanlarda bulunmanın faydalarını kesin olarak test edemediklerini, ancak müşterilerden bazen üye olmadıkları sosyal medya hesapları ile ilgili "neden üye olmadıklarına ilişkin" sorular aldıklarını belirtmişlerdir.

"Neden Facebook?" diye sorduğumuzda kullanıcı sayısının fazlalığı, en çok bilinen sosyal medya ortamı olması ve fotoğraf, video, mesaj gibi içerikleri aynı zamanda paylaşma imkanı tanınması ve kullanım kolaylığı verilen ortak cevaplardandır.

## 8. Sonuç ve Öneriler

Konaklama işletmelerinin yeni müşteri kazanmakta veya sadık müşteri kitleleri oluşturmada sosyal medyanın önemini işletme yöneticilerinin giderek daha iyi anlamaya başladıkları görülmektedir. Etkili ve verimli yönetilen sosyal medya uygulamaları sayesinde konaklama işletmeleri; müşteri ilişkileri, satış geliştirme, reklam gibi faaliyetlerini düşük maliyetle geniş kitlelere ulaştırabilmektedirler.

Butik oteller gibi kişiye özgü hizmet temelinde çalışan işletmelerin doğrudan kişilere ulaşabilecekleri sosyal medya sitelerini kullanmaları rekabet avantajı elde etmeleri açısından önemlidir. Ülkemizde Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan Turizm İşletme Belgesi 70 adet butik otelden 52 tanesinin en az bir sosyal medya sitesinde sayfasının bulunması önemli bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Sosyal arkadaşlık ağları arasında en popüler olan Facebook'un çalışmamızda da butik oteller tarafından en çok kullanılan sosyal medya aracı olarak kullanıldığı anlaşılmıştır. Konaklama işletmelerinin Facebook'ta yer almaları kendileri için önemli bir avantaj olacaktır. Ancak bu ortamlarda asıl önemli olanın faaliyete başlanması değil, bu ortamların etkili bir şekilde yönetilmesi ve kullanılması olduğu da unutulmamalıdır.

Sosyal medya kullanımında Facebook'tan sonra ikinci sırada Twitter kullanımı gelmektedir. Konaklama işletmeleri mesajları iletmek için Twitter mikroblog servisi de kullanılmaktadır. Ancak özellikle Youtube, Instagram gibi video ve fotoğraf paylaşımı yapılan sosyal medya sitelerine butik otellerin ilgisinin az olduğu çalışma sonucu görülmüştür. Facebook'ta en fazla yapılan aktivite fotoğraf paylaşımı olarak görülmektedir. Facebook'ta sayfası olan işletmelerin tamamı Facebook üzerinden fotoğraf paylaşmaktadırlar. Ayrıca işletmelerin %80,76 gibi yüksek bir oranı müşteri değerlendirmelerine sayfalarında yer vermektedir. Bu durum müşterilerle sadece paylaşımında bulunmak değil onlarla etkileşimde bulunmanın daha önemli olduğunu vurgulayanları destekler niteliktedir.

Facebook'ta sayfası bulunan 52 adet butik otelin sadece 18 tanesinde online rezervasyon imkanı tanınmıştır. Bu sayının düşük olduğu söylenebilir. Bu sayfaların kullanım amaçlarından bir tanesinin de potansiyel müşterileri satın almaya ikna etmek olduğu düşünülürse, online rezervasyonun ne kadar gerekli olduğu daha iyi anlaşılabilir. Dolayısıyla Facebook sayfalarında kullanıcılara rezervasyon yapma imkanının sunulması, olmayan işletmelere de önerilmektedir. İşletmelerin Facebook sayfalarının kontrolünü ve güncellemesini ağırlıklı olarak halka ilişkiler departmanına bıraktıkları anlaşılmaktadır. Bu kişilerin mutlaka sosyal medya konusunda çeşitli eğitimlerden geçirilmesi gerekmektedir. Rüzgar tersine dönebilir, iyi kullanıldığında çok etkili olan sosyal medya uygulamaları yapılacak küçük hatalarla telafisi zor sonuçla doğurabilir.

Oluşturulan değerlendirme formu ile butik otellerin Facebook sayfaları incelenmiştir. Bu sayfalarda yer verilmeyen bilgiler aşağıdaki gibidir:

- Destinasyon hakkında bilgi
- Ortalama hava sıcaklık değerleri
- Döviz kurları hakkında bilgi
- Fiyat bilgisi
- Takipçilere özel uygulamalar hakkında bilgiler.



Bu bilgilerden bazıları önemsiz gibi görünse de turistlerin seyahat edecekleri bölgede ve konaklayacağı işletmelerde ihtiyaç duyacakları bilgilerdendir. Dolayısıyla bu bilgilerin bulunması hem bilgi çeşitliliği hem de güncelliğin ispatı açısından önemlidir.

Facebook takipçileri arasında düzenlenecek ödüllü yarışmalar, takipçiler özel duyuru ve indirimler işletmelerin sosyal medya hesaplarına olan ilginin artmasına, bu alanlarda verilen mesajların daha fazla kişiye ulaşmasına yardımcı olacaktır.

Sonuç olarak, birçok sektörde olduğu gibi turizm sektörü de sosyal medyanın baş döndüren hızına ayak uydurmaya çalışmakta, birçok işletme bu mecralarda kendisini göstermektedir. Ülkemizdeki butik oteller de özellikle Facebook'ta yoğun olarak bulunmaktadır. Ancak sayfa içerikleri ve yönetimlerinde bir takım eksiklikler ve sorunlar da göze batmaktadır. İnternet kullanım yaşının çok düştüğü, erişimin hemen her yerden sağlandığı, sosyal medyanın fenomen haline geldiği günümüzde butik oteller tarafından fark edildiğini, kullanılmaya başlandığını ancak henüz sayfa yönetimlerinin çok bilinçli yapılmadığını söyleyebiliriz.

Sonraki araştırmacılar, bu çalışmayı farklı konaklama türleri için yapabilir, tesislerde konaklayan müşterilerin sosyal medya sayfalarını ziyaret edip etmediklerini, bu ziyaretlerin otel seçimlerine etkisini araştırabilirler.

## KAYNAKÇA

- Adebanjo, D., & Michaelides, R. (2010), "Analysis of Web 2.0 enabled e-clusters: A case study", **Technovation**, 30(4), 238–248
- Aghaei, S.,M.A. Nematbakhsh, H.K. Farsani (2012), "Evolution of the World Wide Web:From Web 1.0 to Web 4.0", **International Journal of Web & Semantic Technology (IJWesT)**, Vol.3, No.1,
- Akar, E. (2010), **Sosyal Medya Pazarlaması Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri**, Efil Yayınevi, 1.Basım, Ankara
- Assenov I. ve Khurana, N. (2012), "Social Media Marketing and the Hospitality Industry: Evidence from Thailand" **The 2012 International Conference on Business and Management**, Phuket-Thailand
- Bektaş, Ali Göksel (2010), "Liste Halinde Web 1.0 ve Web 2.0 Farkı",  
<http://www.bilgius.com/tag/web-1-0-nedir/>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). "Social network sites: Definition, history, and scholarship" **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13(1),  
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- Cachia, R. (2008), " Social Computing: Study on the Use and Impact of Online Social Networking", **European Commission Joint Research Centre Scientific and Technical Reports**, Spain
- Chan, Nga Ling ve B.D. Guillet, (2011), " Investigation of Social Media Marketing: How Does the Hotel Industry in Hong Kong Perform in Marketing on Social Media Websites?", **Journal of Travel & Tourism Marketing**, Vol.28, s.345-368
- Cosenza, V. (2012). World Map of Social Networks.  
<http://www.vincos.it/world-map-of-social-networks/>.

- Cox C., Burgess, S. , Sellitto, C. ve Buultjens, J. (2009), “The Role of User-Generated Content in Tourists' Travel Planning Behavior”, **Journal of Hospitality Marketing & Management**, 18:743–764
- Evans, D. (2008), **Social Media Marketing An Hour a Day**, Wiley Publishing, Indiana
- Exact Target, (2010). *Facebook X-Factors*.  
<http://www.exacttarget.com/subscribers-fans-followers/facebook-x-factors.aspx>
- Hsu, Y. L. (2012), “Facebook as International E-Marketing Strategy of Taiwan Hotels”, **International Journal of Hospitality Management**, 31: 972– 980.
- İYİLER, Zeynep (2009), **Elektronik Ticaret Ve Pazarlama İhracatta İnternet Zamanı: 1**, DTP, Ankara
- Jalali, Ali Akbar (2009); **Halkla ilişkiler 2.0**, Kargozare Ravabet Yayınevi, Tahran,
- Kietzman, J.H., Kristopher, H.M,I.P. Silvestr, B, (2011), “*Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media*”, **Business Horizons**, 54, p.241-251
- Morrison, A. M., J., S., O’Leary, J. T., & Lipping, A. C. (2001). Predicting Usage of the Internet for travel bookings: an exploratory study. **Information Technology & Tourism**, 4(1), 15–30.
- Murphy, T. (2000), **Web Kuralları**. Ankara: MediaCat Kitapları.
- Oftadeh, Javad (2009), “Sosyal Medya Çağında, Halkla İlişkiler 2.0'ın Temeli Kullanıcıların Üretikleri İçerikler”, **Birinci Halkla İlişkiler 2.0 Uluslar arası Konferansı**, Kargozare ravabet umumi yayınevi, Tahran, 120-146
- Qualman, E., (2012), “Social Medai Statistics 2013 From Video”  
<http://www.socialnomics.net/category/statistics/>
- Parlak, F. (2010). “Sosyal Medya ve Tüketici Satın Alma Karar Surecine Etkileri Nitel Bir Uygulama”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kütahya
- Resmi Gazete, " Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik”  
<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005.06/20050621-11.htm>
- Russell, J., (2010), “Evaluate the Effectiveness of Social Media Marketing on Hotels”,  
<http://research.shu.ac.uk/domino/index.php/HMJ/article/viewFile/7/17,E.T:10.01.2014>
- Solis, B. ve Breakenridge, D. (2009), **Putting the Public Back in Public Relations**, New Jersey, FT Press,
- Soytürk, T. (2009). Sosyal medyadaki ayak iziniz kaç numara?. **Media Cat : Reklam ve Halkla İlişkiler Dergisi**, 176, 58.

### İnternet Kaynakları

<http://www.comscoredatamine.com/2011/06/average-time-spent-on-social-networking-sites-across-geographies/>

<http://digitallife.neolabels.com/> Digital Life Today&Tomorrow

<https://tr-tr.facebook.com/pages/Adana-HiltonSA/252848279187>

<https://tr-tr.facebook.com/silencebeach>

<https://tr-tr.facebook.com/HillyHotel>

## **Extended Abstract**

The aim of this study is to find out how the boutique hotels qualified with tourism enterprise use social media in general and facebook especially. Facebook has been taken in the study content in order to find out the position of boutique hotels at social media because it is both widely used in Turkey and in the world and it is also thought that hotels use it the most.

The social media accounts of the boutique hotels qualified with tourism enterprise in Turkey have been searched one by one. An evaluation form has been made to evaluate the context shared in the accounts. In the evaluation form all given information and the context shared on facebook pages of boutique hotels have been evaluated with 9 criterion and 3 questions such as 'number of likes', 'participation year' and 'the latest sharing date' .

And also the opinions of managers of boutique hotels in different areas have been taken with the interview method. In interviews with the general managers, PR officers and the front office managers of the boutique hotels the questions such as who updates the accounts, how often the context is shared and whether they have any advantages as they are at social media have been asked to answer.

According to the results obtained in the study % 74.28 of boutique hotels have facebook account. Although how impressive especially photo and video share is known to influence the consumers, they have few activities at Youtube, Instagram and Pinterest sites for context sharing. And also most of the hotels , % 80,76, have given place for the evaluation of the guests on their web page. Only 18 of the 52 the hotels having facebook accounts have got online reservation facility. It is understood that the boutique hotels do not have destinations, weather forecast, currency rates, terms and special information for the followers on their facebook pages.

As a result tourism sector is trying to catch up with the social media speed as the other many sector. The boutique hotels in our country have especially facebook accounts. But we observed some deficiencies of the context and troubles in managing the pages.

# EKONOMİK YAKINSAMA OLGUSUNUN SINANMASI ÜZERİNE YENİ BULGULAR: OECD ÖRNEĞİ

Pelin Karatay GÖGÜL \*

Levent KORAP\*\*

**ÖZET:** Bu çalışmada neo-klasik büyüme kuramına dayalı yakınsama öngörüsü 26 OECD ülkesine ait kişi başına reel gelir verileri kullanılarak yeniden incelenmeye çalışılmaktadır. Çağdaş bazı panel birim kök sınamaları dikkate alınarak 1970 – 2012 örneklem dönemi için elde edilen temel bulgular OECD ülkeleri kişi başına reel gelir düzeylerinin hem lider ülke olarak seçilen ABD kişi başına reel gelir düzeyine hem de OECD ortalama kişi başına reel gelir düzeyine yakınsamasının reddedilemediğini göstermektedir. Dolayısıyla bulgularımız neo-klasik yakınsama öngörüsüne güçlü bir destek verir durumdadır.

**Anahtar Kelimeler:** Gelir Düzeyi Yakınsaması; Panel Birim Kök Sınamaları; OECD Ekonomileri;

**JEL Sınıflaması:** O10; O47; O57;

## NEW EVIDENCE UPON TESTING THE ISSUE OF ECONOMIC CONVERGENCE: OECD EVIDENCE

**ABSTRACT:** In this paper the convergence hypothesis based on the neo-classical growth theory is tried to be re-examined by using per capita real income data of 26 OECD countries. Considering some contemporaneous panel unit root tests for the 1970 – 2012 sample period, the main findings obtained indicate that we are unable to reject that the per capita real income levels of OECD countries converge to both the USA per capita real income level, chosen as the benchmark country, and the average of OECD per capita real income level. Thus our findings give a strong support to the neo-classical convergence hypothesis.

**Key Words:** Income Level Convergence; Panel Unit Root Tests; OECD Economies;

**JEL Classification:** O10; O47; O57;

---

\* Yrd.Doç.Dr., Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü, E-posta: [pelinkaratay@hotmail.com](mailto:pelinkaratay@hotmail.com)

\*\* Sorumlu yazar, Yrd.Doç.Dr., Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü, E-posta: [lkorap@hotmail.com](mailto:lkorap@hotmail.com)

## 1. GİRİŞ

Dünya ekonomilerin OECD ülke ekonomileri ya da sanayileşmiş ülke ekonomileri gibi benzer teknoloji düzeyi, yatırım oranı ve nüfus artış hızına sahip ekonomiler şeklinde gruplandırılabilmesi neo-klasik büyüme modeline dayalı yakınsama öngörüsüne destek verici bir nitelik taşımaktadır (Jones, 1998). Bu anlamda gerçekten de ülkelerin ekonomik büyüme oranları arasındaki farklılıkların zaman içerisinde ortadan kalkıp kalkmadığı ve bu farklılıkların zaman içerisinde büyüme oranlarının birbirine yakınsaması ile sonuçlanıp sonuçlanmadığı şeklindeki sorular iktisat yazınında önemli bir tartışma alanını kendisine edinmiş bulunmaktadır. Solow (1956), Swan (1956), Cass (1965) ve Koopmans (1965) gibi öncü nitelikli çalışmalar ile başlayan bu tartışma özellikle neo-klasik büyüme modelinin benzer verimlilik düzeylerine, tasarruf oranlarına, sermaye aşınma paylarına ve nüfus büyümesine sahip ülkeler arasında zamanla reel gelir farklılıklarının ortadan kalkacağı ve azalan verimliliğe dayalı bir sermaye birikim süreci ile teknolojik gelişmenin dışsal kabul edilmesi varsayımları altında reel gelir büyümesi açısından aynı durağan duruma sahip ülkelerin birbirine yakınsayacağı çıkarılmasının, diğer bir deyişle durağan duruma yaklaşırken yoksul ülkelerin ortalama olarak zengin ülkelere daha hızlı büyüyeceği şeklindeki yargının geçerliliğini sorgulamaktadır (Parasız, 1997).

Çalışmamızda ekonomik yakınsama öngörüsünü açıklamaya yönelik başlıca kuramsal yaklaşımlar ve uygulama yöntemleri kısaca açıklanmaya çalışılmakta ve bu öngörünün Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (Organization for Economic Co-operation and Development / OECD) ülke verileri kullanılarak 1970 – 2012 inceleme dönemi içerisinde sınanması amaçlanmaktadır. Çalışma bu anlamda 1970 – 2007 örneklem dönemi için benzer bir çözümleme gerçekleştiren Korap (2010) çalışmasının gözden geçirilerek zaman serisi boyutu genişletilmiş bir şekli durumundadır. Bu doğrultuda gelecek bölüm yakınsama olgusunun ölçülebilmesine yönelik yöntemsel yaklaşımlar için kuramsal bir ayırımı ortaya koymakta, üçüncü bölümde ise çağdaş bazı panel birim kök sına yöntemleri kullanılarak ekonometrik bir uygulama gerçekleştirilmektedir. Çalışmanın son bölümünde ise elde edilen bulgular özetlenmekte ve tamamlayıcı nitelikli gelecek çalışmalara yönelik önerilerde bulunmaktadır.

## 2. KURAMSAL BİR AYIRIM

Yakınsama öngörüsünün sınanmasıyla ilgili olarak iktisat yazınında yaygın kullanıma sahip başlıca iki alışımlık yaklaşımın varlığı gözlenmektedir. Bernard ve Durlauf (1996) çalışması izlenerek bu yaklaşımlar yatay-kesit ve zaman serisi verilerinin kullanımını dikkate alan sına yöntemleri itibariyle dikkate alınabilmektedir. Yatay-kesit verilerin kullanımı durumunda ülke ekonomilerinin kişi başına reel gelir büyüme oranları ile başlangıç bir gelir düzeyi arasındaki regresyona dayanarak bu ilişki incelenmeye çalışılmakta, ayrıca eğitime ulaşma düzeyi, kamu harcamaları, politik istikrarsızlık ve ticaret hadlerinin değişimi gibi etkenler büyüme sürecine etki eden bileşenler olarak dikkate alınmaktadır (Barro ve Sala-I-Martin, 1995). Bu tür bir yaklaşım altında yakınsama varsayımının desteklenmesi için düşük gelir düzeyine sahip ekonomilerin yüksek gelir düzeyine sahip ekonomilerden zaman içerisinde daha hızlı büyümesi beklenmekte, dolayısıyla başlangıç üretim düzeyi ile zaman içerisinde gerçekleşen büyüme oranı arasında ters yönlü bir ilişkinin olması beklenmektedir (Cheung ve Pascual, 2004). Herhangi bir  $i$  ekonomisi için ortalama büyüme oranı  $g_{i,T}$  ile başlangıç gelir düzeyi  $y_{i,0}$  ve  $T$  dönemi gelir düzeyi  $y_{i,T}$  ile temsil edilirse:

$$g_{i,T} = T^{-1}(y_{i,T} - y_{i,0}) \quad (1)$$

ve:

$$g_{i,T} = \alpha + \beta y_{i,0} + \gamma' x_i + \varepsilon_{i,T} \quad (2)$$

denklemsel gösterimleri basitçe yatay-kesit veri kullanımına yönelik yaklaşımın özünü ifade edecektir. Eş. (1) ve Eş. (2) yakınsama varsayımının desteklenebilmesi için  $\beta \geq 0$  şeklindeki yakınsama olmaması sıfır varsayımına karşılık negatif bir  $\beta$  değerinin varlığını sınamaktadır. Bu yaklaşım dahilinde kişi başına reel gelir düzeyindeki ya da büyümesindeki yatay-kesit farklılıkları daha ayrıntılı olarak dikkate alabilmek için bir  $x_i$  kontrol değişkenler vektörü de araştırmanın ve araştırmacının amaçlarına uygun olarak Eş. (2)'ye eklenebilmektedir. Ekonomilere özgü herhangi diğer etkenlerin de sıfır ortalamalı ve sonlu bir varyansa sahip hata terimi  $\varepsilon_{i,T}$ 'ye içerildiği varsayılmaktadır (Evans ve Karras, 1996a). Kontrol değişkenler vektörünün varlığı gösterim kolaylığı sağlamak amacıyla ihmal edilirse Bernard ve Durlauf (1996) doğrultusunda aynı ifade iki zaman serisi arasındaki reel üretim düzeyi farklılığı üzerine uygulanan bir kısıt şeklinde Eş. (3)'de gösterildiği gibi yeniden yazılabilir:

$$T^{-1} \sum_{t=1}^T \Delta y_{i,t} - T^{-1} \sum_{t=1}^T \Delta y_{j,t} = \beta(y_{i,0} - y_{j,0}) + \varepsilon_{i,T} - \varepsilon_{j,T} \quad (3)$$

yukarıda  $g_{i,T} = T^{-1} \sum_{t=1}^T \Delta y_{i,t}$  şeklindedir ve  $\Delta y_{i,t} = y_{i,t} - y_{i,t-1}$  fark işlemcisini göstermektedir. Eğer  $y_{i,0} - y_{j,0}$  ifadesi pozitif bir değer alıyorsa Eş. (3)'ün sol tarafı negatif bir değer almalıdır. Bu şekildeki yatay-kesit verileri kullanan sınamalar yakınsama öngörüsünün desteklenmesi için ortalamanın üzerinde bir başlangıç gelir düzeyine sahip ülkelerin yatay kesit ortalama büyümesinden daha düşük bir oranda büyüüp büyümediklerini incelemeye çalışmaktadır. Bu açıklamalar ışığında ve diğer koşullar veriyken, uzun-dönemde göreceli olarak fakir ekonomilerin gelir düzeylerinin zengin ekonomilerin gelir düzeylerini yakalamasına olanak sağlayacak şekilde, inceleme amacıyla seçilen ülke ekonomilerinin yaklaşık olarak uzun-dönemli aynı durgun-durum büyüme değerlerine sahip olması mutlak yakınsamayı göstermekte, bununla birlikte farklı ekonomilerin farklı tasarruf düzeylerine, nüfus büyüme oranlarına ve eğitim olanaklarına sahip olması nedeniyle uzun-dönemde kendilerine özgü bir durgun-duruma yakınsamaları koşullu yakınsamayı ifade etmektedir (Rassekh, 1998; Murthy ve Ukpolo, 1999).

Yukarıda açıklanan  $\beta$  yakınsama öngörüsünün yanı sıra iktisat yazınında Friedman (1992) ve Lichtenberg (1994) gibi çalışmalar tarafından önerilen ve Barro ve Sala-I-Martin (1995) tarafından  $\alpha$ -yakınsaması olarak adlandırılan alması bir yaklaşım yakınsama için örneklem döneminin her bir yılında ülke ekonomilerinin kişi başına reel gelir ya da verimlilik düzeylerinin logaritmasının standart sapmasının ya da değişim katsayısının ( $\sigma$ ) hesaplanması gerekliliğini savunmaktadır. Bu yaklaşıma göre, seçilen örneklem boyunca ve zaman içerisinde azalan bir  $\sigma$  değerinin elde edilmesi ülke ekonomileri arasındaki yakınsamayı ifade edecektir (Rassekh, 1998). Bernard ve Jones (1996) doğrultusunda yatay-kesit verileri kullanan  $\beta$  yakınsaması ekonomilerin denge büyüme yoluna geçiş sürecini göstermekte ve ülke ekonomilerinin başlangıç gelir düzeyi farklılıklarının zamanla ortadan kalkarak göreceli olarak fakir ekonomilerin ya da bölgelerin zengin olanlardan daha hızlı büyümesini öngörmekte,  $\sigma$  yakınsaması ise ekonomiler durgun-durum sermaye birikim sürecine yaklaşırken yatay-kesit çıktı varyansında daha fazla beklenen bir azalmanın olmadığı ve beklenen büyüme oranlarının özdeşleştiği bir durumu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte Rassekh ve dev. (2001) azalan bir  $\sigma$  tahmin değeri elde edilmesinin yakınsama öngörüsü doğrultusunda bir kanıt oluşturmakla birlikte mutlak bir anlamda yakınsama öngörüsünün desteklendiğini göstermeyeceğini, çünkü seçilen örneklem içerisindeki düşük gelir düzeyli ekonomilerin daha yüksek büyüme oranlarına sahip olmasının yakınsama öngörüsüne yol

açan etkenlerden ziyade daha fazla yatırım ve büyümeyi teşvik edici politikalardan da kaynaklanabileceğini belirtmektedir.

Reel gelir yakınsamasının sınanmasına yönelik olarak Baumol (1986), De Long (1988), Dowrick ve Nguyen (1989), Barro ve Sala-I-Martin (1991; 1992), Mankiw ve dev. (1992) ve Islam (1995) gibi çalışmalar yukarıda kısaca açıklanmaya çalışıldığı şekilde yatay kesit verilerle ülke ekonomilerinin kişi başına reel gelir büyüme oranları ve başlangıç bir gelir düzeyi arasındaki regresyona dayanarak bu ilişkiyi incelemeye çalışmaktadır. Bu çalışmalarla ilgili kısaca tanımlayıcı bilgi vermek gerekirse; Baumol (1986) G-7 ülkelerini içeren gelişmiş ülkeler üzerine gerçekleştirdiği 100 yılı aşkın bir süreyi kapsayan çözümlemesinde başlangıçta daha yüksek verimlilik düzeylerine sahip ülkelerin izleyen yüzyıllık sürede daha yavaş bir verimlilik büyümesi gösterdiklerini gözlemekte, ayrıca orta gelir grubundaki ekonomiler ve merkezi planlama altındaki bir ekonomik sisteme sahip ülkeler için de 1950 - 1980 döneminde yakınsama öngörüsünün desteklenebileceğini belirtmekte, fakat az gelişmiş ülkeler için benzer bir sonuca ulaşmamaktadır. Yazar, dolayısıyla, birden fazla 'yakınsama klübünün' dünya ekonomisinde geçerli olduğunu belirtmektedir. OECD ülke ekonomileri için gelir düzeylerinin ve toplam faktör verimliliğinin yakınsama düzeylerini inceleyen Dowrick ve Nguyen (1989) 1950 - 1985 inceleme döneminde daha zengin olan ülkelerin gelir düzeyi yakınsamasına olanak sağlayacak şekilde daha yavaş bir büyüme süreci gösterdiğini tahmin etmekte, ayrıca gelir yakınsamasının belirli ölçüde toplam faktör verimliliği yakınsamasından daha yavaş gerçekleştiği bulgusunu elde etmektedir. Barro ve Sala-I-Martin (1991) Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ekonomisi üzerine yüzyılı aşkın bir süre için kullandığı verilerle hem sektörel düzeyde hem de eyaletler düzeyinde göreceli olarak fakir eyaletlerin gelir düzeyi açısından zengin eyaletlerden daha hızlı büyüdüğünü tahmin etmekte, fakat bu yakınsamanın çok hızlı bir şekilde gerçekleşmediğini, fakir ve zengin eyaletler arasındaki gelir farklılığının yıllık olarak yalnızca 2% azaldığını göstermektedir. Yazarlar bu tür bir çözümlemeyi Batı Avrupa ekonomileri için gerçekleştirdikleri zaman ABD ekonomisi için elde ettikleri sonuçlara oldukça benzer tahmin bulgularına ulaşmaktadır. Benzer şekilde Barro ve Sala-I-Martin (1992) 48 ABD eyaleti için yüzyılı aşkın bir veri dönemini dikkate alarak gerçekleştirdikleri çözümlemede yakınsama öngörüsü doğrultusunda bulgular elde etmekte ve ekonomilerin başlangıçta durgun-durum kişi başına gelir düzeyinden ne kadar aşağıdalar ise zamanla o ölçüde daha hızlı bir büyüme eğilimi gösterdikleri sonucuna ulaşmaktadır. Yazarlar ayrıca 1960 - 1985 inceleme döneminde 98 ülkeden oluşan geniş bir ülkeler grubu için ve aynı zamanda 20 ülkeden oluşan bir OECD ülkeler grubu için yakınsama öngörüsüne belirli kısıtlar altında destek vermektedir. Mankiw ve dev. (1992) 1960 - 1985 inceleme döneminde beşeri sermayeyi içerecek şekilde oluşturulmuş genişletilmiş Solow modelinin geçerliliğini oldukça geniş bir ülkeler grubu için sınamaya çalıştıkları çalışmalarında, yatırım ve nüfus büyüme oranları da incelenen veri içerisinde dikkate alınmak kaydıyla, yakınsama öngörüsü doğrultusunda bulgular elde etmektedir. Islam (1995) Mankiw ve dev. (1992) tarafından izlenen yöntemi dinamik bir panel yapısı altında ele almakta ve teknoloji düzeyindeki ve kurumsal yapıdaki kalıcı farklılaşmaların yatay kesit ekonomik büyüme bulgularını açıklamakta anlamlı bir etken olduğunu ve bu tür farklılaşmaların göz önüne alınmaması durumunda yakınsamanın ülkeler arasında çok daha hızlı gerçekleştiğini vurgulamaktadır.

Bununla birlikte Quah (1993), Bernard ve Durlauf (1995) ve Evans ve Karras (1996a) gibi çalışmalar büyüme oranlarının başlangıç bir gelir düzeyi üzerine kurulu yatay-kesit regresyonlarına dayanan yakınsama ölçümü yaklaşımını eleştirmekte ve yakınsama olgusunun sınanabilmesi için reel gelir serilerinin zaman serisi özelliklerinin incelenmesi gerektiğini savunmaktadır. Bernard ve Durlauf (1996) çalışması izlenerek yakınsama öngörüsüne yönelik zaman serisi yaklaşımı  $y_{i,t} - y_{j,t}$  gelir düzeyi farklılığının bir deterministik ya da birim kök bileşeni içerip içermediğini sınamaya çalışmakta, bu iki bileşenden birinin varlığının

saptanması durumunda ise reel gelir farklılıklarına yönelik tahminlerin beklenen değeri tahmin dönemi uzadıkça sıfır değerine yakınsamamaktadır. Yazarlar  $i$  ve  $j$  ülkeleri arasındaki yakınsamanın her iki ülke için logaritmik kişi başına reel gelir düzeylerinin uzun dönem tahminlerinin  $t$  gibi sabit bir dönemde eşit olmasını gerektirdiğini vurgulamaktadır.  $t$  döneminde kullanılabilir bütün bilgi  $\mathcal{F}_t$  ile gösterilmek üzere bu ilişki aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

$$\lim_{k \rightarrow \infty} E(y_{i,t+k} - y_{j,t+k} | \mathcal{F}_t) = 0 \quad (4)$$

Bernard ve Durlauf (1995; 1996) eğer  $y_{i,t} - y_{j,t}$  değeri sıfır ortalamalı durağan bir süreçle sahip ise  $T^{-1} \sum_{t=1}^T \Delta y_{i,t} - T^{-1} \sum_{t=1}^T \Delta y_{j,t}$  ifadesinin de sıfır ortalamalı durağan bir süreç olacağını göstermektedir.

Yatay-kesit veri kullanımından ziyade zaman serisi yöntemlerinin yakınsama öngörüsünün sınanabilmesi amacıyla dikkate alınması gerektiğini savunan Bernard ve Durlauf (1995) eş-bütünleşik bir yaklaşım altında ve 1900 - 1987 inceleme döneminde 15 OECD ekonomisine ait kişi başına reel gelir verilerini kullandıkları çalışmalarında yakınsama olmaması sıfır varsayımını reddetmeyi başaramamakta, fakat OECD ülkeleri kişi başına reel gelir düzeyleri arasında eş-bütünleşik ilişkilerin varlığını saptamakta ve OECD ekonomileri arasındaki çıktı büyümesini ortaklaşa belirleyen uzun dönemli ve genel nitelikli bir grup etkeninin bulunduğu sonucuna ulaşmaktadır. Evans ve Karras (1996a) yakınsama öngörüsünün sınanabilmesi için kullanılan geleneksel yatay-kesit regresyonlara dayalı veri kullanımının kısıtlarını ortaya koymakta ve bu yöntemin ancak birinci-dereceden ardışık- bağımlı (auto-regressive) özdeş dinamik modelleme yapısı ve kalıcı nitelikli yatay-kesit ekonomi farklılıkları kontrol edildikten sonra geçerli sonuçlar üreteceğini belirterek Evans (1997) çalışması gibi bu amaçla daha az kısıt gerektiren alması bir yaklaşımı savunmaktadır. Yazarlar gerçekleştirdikleri çözümleme sonucunda 1929 - 1991 inceleme döneminde 48 ABD eyaleti için ve 1950 - 1990 inceleme döneminde 54 ülkeden oluşan bir ülkeler grubu için koşullu yakınsama varsayımı doğrultusunda tahmin sonuçları elde etmekte, ayrıca ekonomiler arasında trend büyüme oranlarının içsel bir şekilde farklılaşması yönünde bir bulguya rastlamamaktadır. Benzer şekilde içsel büyüme kuramlarıyla yakınsama öngörüsü arasındaki ilişkinin varlığını incelemeye çalışan Evans (1996) 1870 - 1989 dönemi için çeşitli gelişmiş ülke gruplarını ve 1950 - 1992 dönemi için çeşitli gelişmekte olan ülke gruplarını ayrı ayrı dikkate aldığı çalışmada ülke ekonomilerinin kişi başına gelirlerinin logaritmasının yatay kesit varyansının dışsal büyüme kuramlarınca ileri sürüldüğü gibi paralel dengeli bir büyüme yolu izleyip izlemediğini ve dolayısıyla yatay kesit varyansının sabit bir pozitif ortalama etrafında durağan olup olmadığını içsel büyüme kuramlarının vurgulamaya çalıştığı yatay kesit varyansın artan bir karesel trend etrafında birinci dereceden bütünleşik olması varsayımına karşı sınamaya çalışmaktadır. Yukarıdaki ikinci varsayımın ülke ekonomileri açısından geçerli olması durumunda ekonomiler sahip oldukları farklı teknolojik bilgi birikimi, bireysel / toplumsal tercihler, piyasa yapıları ve uyguladıkları kamusal hükümet politikaları gibi etkenler nedeniyle birbirleri arasında yakınsamadan ziyade farklılaşma / ayrışma (divergence) gösterebilecektir. Yazar gerçekleştirdiği çözümleme sonucu içsel büyüme kuramlarının öngörüsüne destek vermemekte ve ülkeler arasındaki sabit bir pozitif ortalama etrafında gerçekleşen durağan bir yapıda büyüme oranlarının paralel dengeli bir gelişim gösterdiği sonucuna ulaşmaktadır. Benzer şekilde Evans (1998) dışsal büyüme kuramlarının zengin ve iyi yetişmiş bir insan gücüne sahip ülkeler için büyümenin belirleyicilerinin saptanmasında daha fazla açıklama gücüne sahip olduğunu, fakat eğitim düzeyi düşük ülke ekonomileri için içsel büyüme kuramlarının öngördüğü gibi büyüme oranlarındaki ayrışma öngörüsünün tahmin bulguları doğrultusunda reddedilemediğini belirtmektedir. 1970 - 1986 döneminde 48



ABD eyaleti için yakınsamanın varlığını bir panel yapısı altında verilerin birim kök zaman serisi özelliklerine dayalı olarak inceleyen Evans ve Karras (1996b) teknoloji düzeylerinin genel bir trend etrafında durağan olduğunu ve eyaletlerin sonuç olarak teknik bilgi düzeylerinin yakınsadığını tahmin etmektedir. 14 OECD ülkesi üzerine 1970 - 1987 döneminde sektörel temelli olarak yakınsama öngörüsünü toplam faktör verimliliklerini dikkate alarak hem yatay-kesit verilerle hem de çağdaş bazı panel birim kök veri sına yöntemleriyle incelemeye çalışan Bernard ve Jones (1996) sanayi sektörleri arasında verimlilik düzeyleri açısından önemli farklılaşmalar bulmakta ve özellikle hizmetler sektörü gibi bazı sektörlerde yakınsamayı desteklerken, imalat sektörü gibi bazı sektörlerde yakınsamanın varlığına yönelik tutarlı bir bulgu elde edememekte, hatta 1980'li yıllar için yakınsamadan ziyade verimlilik oranlarında ayrışma olgusunun geçerliliğini gösterir tahminlerde bulunmaktadır.

Yukarıda yakınsama öngörüsüne yönelik olarak dikkate alınan yaklaşımlar bunlarla ilişkilendirilebilecek iktisat yazınında üretilmiş başlıca çalışmalar doğrultusunda açıklandıktan ve sına amacıyla temel iki grup altında değerlendirildikten sonra aşağıda kısaca bu amaçla hazırlanmış diğer bazı uygulama içerikli çalışmalar hakkında bilgi verilmektedir. Murthy ve Ukpolo (1999) Mankiw ve dev. (1992) tarafından önerilen ve neoklasik büyüme süreci yapısı altında dikkate alınan bir beşeri sermaye ölçütünü de kullanarak koşullu yakınsamanın varlığını yatay-kesit regresyon yöntemiyle 1960 - 1985 döneminde geniş bir Afrika ülke ekonomileri grubu için incelemektedir. Elde edilen bulgular Afrika ülkeleri için koşullu yakınsamanın geçerliliğini yansıtmakta, ayrıca fiziki ve beşeri sermaye ile nüfus büyümesinin durgun-durum büyüme sürecine geçişte önemli bir işlev yüklendiğini göstermektedir. Rassekh ve dev. (2001) yakınsama olgusuyla ilgili iktisat yazınında dikkate alınan  $\beta$ - ve  $\alpha$ -yakınsaması olgularının kullanımına eleştirel bir şekilde yaklaşmakta ve ARMA süreçlerinden faydalanarak 1950 - 1990 döneminde 24 OECD ülkesi için geliştirdiği almaşık bir yöntem aracılığı ile yakınsama olgusunun geçerliliğini sınamaya çalışmaktadır. Yazarlar gerçekleştirdikleri çözümleme sonucu savaş sonrası dönemde OECD ülkeleri için yakınsama olgusunun geçerliliğine ancak kısmi bir destek verebilmekte, yakınsamanın büyük ölçüde yatırım, kamu harcamaları ve ihracat gibi etkenler tarafından açıklanabildiğini belirtmektedir. Kocenda (2001) 1991 - 1998 inceleme döneminde 11 Orta ve Doğu Avrupa geçiş ekonomisi için yakınsama olgusunun geçerliliğini seçilmiş bazı makroekonomik göstergeler dahilinde ve ülkelerin sahip olduğu farklı kurumsal ve coğrafi durumları da dikkate alarak incelemeye çalışmaktadır. Yazarlar genel olarak yakınsama olgusuna destek vermekte ve ele alınan genel kurumsal etkenlerin ve ekonomik politikaların yüksek bir yakınsama derecesiyle bağıntılı (correlated) olduğunu göstermektedir. Kutan ve Yiğit (2004) Kocenda (2001) çalışması ile karşılaştırmalı bir şekilde 1993 - 2000 inceleme döneminde geçiş ekonomileri açısından reel ve parasal yakınsamanın geçerliliğini çeşitli ülke gruplamaları altında ve panel birim kök sına yöntemleri ile incelemeyi amaçladıkları çalışmalarında özellikle parasal yakınsamanın daha düşük bir derecede gerçekleştiğini gözlemekte, Avrupa Birliği'ne aday önde gelen ülkeler açısından fiyat yakınsaması yönünde güçlü bir bulgu elde edilememesini bu ülkelerin Birliğe girişini geciktirecek şekilde enflasyonla ilgili farklı makroekonomik amaçlara sahip olmasına atfetmektedir. Bununla birlikte yazarlar geçiş ekonomileri açısından reel yakınsamanın varlığına yönelik bazı bulgular elde etmektedir. Benzer şekilde, Kutan ve Yiğit (2005) çalışması da 1993 - 2004 inceleme döneminde çağdaş panel birim kök sına yöntemlerini kullanarak Avrupa Birliği'ne yeni aday ülkeler açısından reel yakınsama öngörüsü doğrultusunda güçlü bulgular elde etmektedir. Saraçoğlu ve Doğan (2005) 1985 - 2004 döneminde Avrupa Birliği ülkeleri ve Birliğe aday ülkeler için gelir yakınsama öngörüsünün geçerliliğini çeşitli panel birim kök yaklaşımlarını kullanarak incelemektedir. Yazarlar gerçekleştirdikleri çözümleme sonucu Birlik ülkelerinin kendi grup ortalamalarına ırsadığı, buna karşılık aday ülkelerin kendi

ortalamalarına yakınsadığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca ülkelerin lider ülke olarak seçilen Fransa'ya yakınsamaları dikkate alındığında ilk 15 Avrupa Birliği ülkesinin Fransa'ya yakınsadığı öngörüsü reddedilememiştir. Wong (2006) 1970 - 1990 inceleme döneminde 13 OECD ülke ekonomisi için sektörel katkıların OECD yakınsaması üzerindeki etkisini ele almaktadır.  $\beta$  yakınsama çözümlemesi doğrultusundaki bir ayırıştırma yöntemiyle istihdamdaki sektörel kaymaların etkisi de dikkate alınarak elde edilen sonuçlara göre göreceli olarak fakir OECD ülkeleri zengin ülkelerden başlıca olarak hizmetler ve tarım sektörlerindeki verimlilik büyümesi nedeniyle daha hızlı büyümekte, ayrıca göreceli olarak fakir ülkelerin imalat sektöründeki verimlilik büyümeleri gelişmiş ülkelere göre daha hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Yazar sonuç olarak sektörel büyümelerin derneşik (aggregate) verimlilik yakınsamasına anlamlı bir katkı yaptığını belirtmektedir. Boussemart ve dev. (2006) 1970 - 1996 döneminde 14 gelişmiş OECD ülkesi için sektörel bir ayırımı gözeterek teknolojik yakınsama olgusunun geçerliliğini incelemekte ve panel veri ekonometrik sına yöntemlerini kullanarak hem ticarete konu olan hem de ticarete konu olmayan sektörler için bu doğrultuda bazı bulgular elde etmektedir. Guetat ve Serranito (2007) Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkeleri için 1960 - 1990 ve 1960 - 2000 dönemlerinde mutlak ve koşullu gelir yakınsamasının geçerliliğini panel birim kök yöntemleri aracılığıyla sınaamaya çalışmaktadır. Yazarlar incelenen ülke gruplarının çoğu için mutlak ve koşullu yakınsama öngörüsünü reddedememekte, ayrıca birim kök sınamalarında içsel nitelikli kırılmalara izin verilmesi de çoğu ülke grubu için elde edilen sonuçlarda bir değişiklik meydana getirmemektedir.

### 3. GELİR YAKINSAMASININ SINANMASI: PANEL VERİ ANALİZİ

Bu bölümde OECD ekonomilerine ait kişi başına reel gelir düzeylerinin birbirlerine yakınsayıp yakınsamadıkları çağdaş bazı panel birim kök sına yöntemleri ile araştırılmaya çalışılmaktadır. Bu amaçla Bernard ve Durlauf (1995) ve Korap (2010) çalışmaları izlenmiş ve 1970 - 20012 örneklem döneminde ABD, Almanya, Avustralya, Avusturya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İspanya, İsviçre, İsveç, İtalya, İzlanda, Japonya, Kanada, Kore, Lüksemburg, Meksika, Norveç, Portekiz, Türkiye, Yeni Zelanda ve Yunanistan ekonomilerinden oluşan 26 OECD ülkesine ait yıllık kişi başına gayri safi yurt içi hasıla verileri doğal logaritmik bir yapıda ABD doları cinsinden 2005 temel yılı dikkate alınarak sabit fiyatlar ve sabit satın alma gücü paritesi varsayımları altında çalışmada kullanılmıştır. Belirtmeliyiz ki çalışmamıza temel aldığımız Korap (2010) çalışması örneklem dönemini 2007 yılına kadar götürmekte ve temel yıl olarak 2000 yılını dikkate almaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada elde edilen bulgular bahsedilen çalışmaya göre çok daha güncel ve veri tahmin tutarlılığı daha yüksek bir durumdadır. Kullanılan bütün veriler OECD elektronik istatistik veri dağıtım sisteminden (<http://stats.oecd.org>) derlenmiştir.

Bu amaçla öncelikle ardışık-bağlanım süreci üzerinde yatay kesitler ve zaman serileri boyunca kısıtlar olup olmaması temelinde birim kök sınamalarının uygulanabilmesi amacıyla panel veri için bir AR(1) süreci dikkate alınır:

$$y_{it} = \gamma_i + \rho_i y_{it-1} + X_{it} \delta_i + \varepsilon_{it} \quad (5)$$

yukarıda  $i = 1, 2, \dots, N$ ,  $t = 1, 2, \dots, T_i$  gözlem döneminde yatay-kesit birimleri ya da serileri göstermektedir.  $X_{it}$  sabit etkileri (fixed effects) ya da bireysel genel eğilim bileşenlerini (individual trends) temsil etmekte,  $\rho_i$  ardışık bağlanım katsayılarını ve  $\varepsilon_{it}$  karşılıklı bağımsız hata terimlerini göstermektedir. Eğer  $|\rho_i| < 1$  ise  $y_i$  zayıf durağan olarak adlandırılacaktır. Diğer yandan, eğer  $|\rho_i| = 1$  ise  $y_i$  bir birim kök süreci içerecektir.

Sınama amaçlı olarak bu noktada  $\rho_i$  değeriyle ilgili olarak iki varsayım yapılabilmektedir. Birincisi, bütün  $i$  değerleri için  $\rho_i = \rho$  olacak şekilde yatay-kesitler boyunca  $\rho$  değerinin aynı genel kalıcılık özelliğine sahip olmasıdır. Levin ve dev. (2002) tarafından önerilen sınama yöntemi bu tür bir yaklaşımı savunmaktadır. Almaşık olarak,  $\rho_i$  değerinin yatay-kesitler boyunca  $\rho_i$  değeri içerisinde heterojenliğe izin verilen bir şekilde serbestçe değişimine izin verilebilir. Çalışmamızda bu doğrultudaki ikinci yaklaşımın Im ve dev. (2003), Maddala ve Wu (1999) ve Choi (2001) çalışmaları izlenerek OECD ülke ekonomilerine ait veriler kullanılarak uygulanması amaçlanmaktadır. Ancak çalışmamızın ilerleyen bölümünde elde edilen sonuçların duyarlılığını sınavabilmek için Levin ve dev. (2002) sınama bulguları da kısaca aktarılmaktadır.

Bu sınamalar kısaca açıklanmak istenirse; Im ve dev. (2003) çözümlemesine her bir yatay-kesit için ayrı bir ADF regresyonu dikkate alarak başlamaktadır:

$$\Delta y_{it} = \alpha y_{it-1} + \sum_{j=1}^{p_i} \beta_{ij} \Delta y_{it-j} + X'_{it} \delta + \varepsilon_{it} \quad (6)$$

Yukarıda sıfır ve almaşık varsayımları aşağıdaki gibi gösterilebilir:

$$H_0 : \alpha_i = 0, \text{ her bir } i \text{ için} \quad (7)$$

$$H_1 : \begin{array}{l} \alpha_i = 0, i = 1, 2, \dots, N_1 \\ \alpha_i < 0, i = N + 1, N + 2, \dots, N \end{array} \quad (8)$$

ADF regresyonları tahmin edildikten sonra ADF regresyonlarından elde edilen  $\alpha_i$  değerleri için  $t$ -istatistiklerinin ortalaması,  $t_{iT}$ :

$$\psi_{NT} = N^{-1} \sum_{i=1}^N t_{iT}(p_i) \quad (9)$$

şeklinde dikkate alınır. Gecikme sayısının daima sıfır olduğu durumda ( $p_i = 0$ , bütün  $i$  için) benzetim yoluyla elde edilen eşik değerler (simulated critical values) farklı yatay-kesit  $N$  sayıları, seri uzunlukları  $T$  ve hem kesim noktası hem de kesim noktası ve genel eğilim bileşeni içeren modeller için Im ve dev. (2003) çalışması tarafından sunulmaktadır. Gecikme sayısının bazı yatay-kesitler için sıfırdan farklı olduğu genel durumlarda ise Im ve dev. (2003) standartlaştırılmış  $\psi_{NT}$  değerinin kavuşmazda (asymptotically) standart normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir:

$$W_{NT} = \frac{\sqrt{N}(\psi_{NT} - N^{-1} \sum_{i=1}^N E(\psi_{iT}(p_i)))}{\sqrt{(N^{-1} \sum_{i=1}^N \text{Var}(t_{iT}(p_i)))}} \rightarrow N(0,1) \quad (10)$$

ADF regresyonu  $t$ -istatistikleri için beklenen ortalama ve varyans ifadeleri,  $E(\psi_{iT}(p_i))$  ve  $\text{Var}(\psi_{iT}(p_i))$ , değişik  $T$  ve  $p$  değerleri ve farklı sınama eşitliği varsayımları altında Im ve dev. (2003) tarafından verilmektedir.

Panel birim kök sınamaları için almaşık bir yaklaşım Fisher (1932) doğrultusunda Maddala ve Wu (1999) ve Choi (2001) tarafından önerilmektedir. Eğer  $\pi_i$  yatay-kesit  $i$  için her bir bireysel birim kök sınamasından elde edilen  $p$ -değeri olarak tanımlanırsa, bütün  $N$  yatay-kesitler için birim kök sıfır varsayımı ve kavuşmazda yatay-kesit bağımsızlığı varsayımı altında ve  $\chi^2_{2N}$  serbestlik derecesiyle Eş. (11) elde edilmektedir:

$$-2 \sum_{i=1}^N \log(\pi_i) \rightarrow \chi^2_{2N} \quad (11)$$

Ayrıca Choi (2001)  $\Phi^{-1}$  standart normal birikimli dağılım fonksiyonunun tersi olmak üzere:

$$Z = \frac{1}{\sqrt{N}} \sum_{i=1}^N \Phi^{-1}(\pi_i) \rightarrow N(0,1) \quad (12)$$

olduğunu göstermektedir. Fisher-tipi bireysel panel birim kök sınamaları için sıfır ve almasıık varsayımları Im ve dev. (2003) sınaması ile aynıdır. Yukarıdaki yöntemsel açıklamalar ışığında 26 OECD ülkesine ait 1970 - 2012 dönemi kişi başına reel gelir yakınsaması bulguları aşağıya aktarılmıştır. Bu amaçla Saraçoğlu ve Doğan (2005) çalışmasında izlenen ayırıma benzer bir yöntem uygulanmış ve  $\ln Y_i$  ifadesi  $i$  ülkesi için doğal logaritmik bir yapıda kişi başına reel gelir düzeyini göstermek üzere OECD ülkeleri gelir düzeyinin hem lider ülke olarak seçilen ABD ekonomisi gelir düzeyine yakınsaması  $H_0$  panel birim kök varsayımına karşılık  $H_1: \ln(Y_i / Y_{ABD}) \sim I(0)$ ,  $i = 1, 2, \dots, 25$ , almasıık panel durağanlık varsayımı kullanılarak, hem de OECD ekonomileri gelir düzeyi ortalamasına yakınsaması yine  $H_0$  panel birim kök varsayımına karşılık  $H_1: \ln(Y_i / Y_{ort}) \sim I(0)$ ,  $i = 1, 2, \dots, 26$  varsayımları altında sınanmaya çalışılmıştır. Bulgular Tab. 1 ve Tab. 2'de gösterilmektedir.

Tab. 1'de aktarılan bulguların incelenmesi, sınamalar içerisinde bireysel birim kök sürecinin ya da genel birim kök sürecinin kullanımına göre istatistiksel anlamlılık düzeyleri farklılık gösterse bile, bir panel birim kök süreci yapısı altında OECD ülkeleri kişi başına reel milli gelir düzeylerinin OECD ülkeleri ortalama kişi başına reel milli gelir düzeyine yakınsamasının reddedilemediğini göstermektedir. Bu amaçla dikkate alınan her dört sınama yöntemi de  $H_0$  panel birim kök sürecinin kabul edilememesi şeklinde birbirleri ile tutarlı sonuçlar üretmektedir.

**Tablo 1: OECD Ülkeleri Kişi Başına Reel Milli Gelir Düzeylerinin OECD Kişi Başına Reel Milli Gelir Düzeyine Yakınsaması Panel Durağanlık Sınamaları**

Örnekleme Dönemi: 1970-2012

Dışsal değişkenler: Bireysel etkiler

Akaike bilgi ölçütüne göre otomatik gecikme seçimi: 0-4

Newey-West bant genişliği (Barlett)

**Sıfır Varsayımı: Birim Kök (Bireysel Birim Kök Süreci)**

| Yöntem                        | İstatistik | Olasılık | Yatay-kesitler | Gözlem |
|-------------------------------|------------|----------|----------------|--------|
| Im, Pesaran ve Shin $W$ -ist. | -1.71989   | 0.0427   | 26             | 1048   |
| ADF-Fisher $\chi^2$           | 72.0250    | 0.0344   | 26             | 1048   |
| PP - Fisher $\chi^2$          | 70.8753    | 0.0468   | 26             | 1092   |

**Sıfır Varsayımı: Birim Kök (Genel Birim Kök Süreci)**

| Yöntem                 | İstatistik | Olasılık | Yatay-kesitler | Gözlem |
|------------------------|------------|----------|----------------|--------|
| Levin, Lin & Chu $t^*$ | -3.68100   | 0.0001   | 26             | 1048   |

Notlar: Fisher sınamaları için olasılık değerleri kavuşmazda geçerli  $\chi^2$  dağılımına göre hesaplanmıştır. Bütün diğer sınamalar kavuşmazda normallik varsayımına dayanmaktadır.

**Tablo 2: OECD Ülkeleri Kişi Başına Reel Milli Gelir Düzeylerinin ABD Ortalama Kişi Başına Reel Milli Gelir Düzeyine Yakınsaması Panel Durağanlık Sınamaları**

Örnekleme Dönemi: 1970-2012

Dışsal değişkenler: Bireysel etkiler

Akaike bilgi ölçütüne göre otomatik gecikme seçimi: 0-4

Newey-West bant genişliği (Barlett)

Sıfır Varsayımı: Birim Kök (Bireysel Birim Kök Süreci)

| <u>Yöntem</u>                 | <u>İstatistik</u> | <u>Olasılık</u> | <u>Yatay-kesitler</u> | <u>Gözlem</u> |
|-------------------------------|-------------------|-----------------|-----------------------|---------------|
| Im, Pesaran ve Shin $W$ -ist. | -1.97703          | 0.0243          | 26                    | 1013          |
| ADF-Fisher $\chi^2$           | 68.9692           | 0.0579          | 26                    | 1013          |
| PP - Fisher $\chi^2$          | 73.9517           | 0.0155          | 26                    | 1050          |

Sıfır Varsayımı: Birim Kök (Genel Birim Kök Süreci)

| <u>Yöntem</u>          | <u>İstatistik</u> | <u>Olasılık</u> | <u>Yatay-kesitler</u> | <u>Gözlem</u> |
|------------------------|-------------------|-----------------|-----------------------|---------------|
| Levin, Lin & Chu $t^*$ | -3.09240          | 0.0010          | 26                    | 1013          |

Notlar: Fisher sınamaları için olasılık değerleri kavuşmazda geçerli  $\chi^2$  dağılımına göre hesaplanmıştır. Bütün diğer sınamalar kavuşmazda normallik varsayımına dayanmaktadır.

Tablo 2 'de ise OECD ülkeleri kişi başına reel milli gelir düzeylerinin bir panel tahmin yapısı altında lider ülke olarak seçilen ABD kişi başına reel milli gelir düzeyine yakınsaması incelenmektedir. Burada da Tablo 1'de elde ettiğimiz sonuçlara oldukça benzer bir tahmin yapısı ile karşılaşılmakta ve dikkate aldığımız bütün panel birim kök yöntemlerinin sınama amacı ile kullanımı sonucu yakınsama olgusunun reddedilemediği gözlenmektedir.

Çalışmamızda ayrıca bireysel ADF ve PP panel birim kök süreçleri kullanılarak OECD üyesi ülkelerin kişi başına reel milli gelir düzeylerinin ayrı ayrı ABD kişi başına reel milli gelir düzeyine yakınsaması durumu incelenmeye çalışılmıştır. Sonuçlar Tab. 3 içerisinde gösterilmektedir. Bireysel ADF bulguları Almanya, Avustralya, Avusturya, Belçika, Finlandiya ve İzlanda kişi başına reel milli gelir düzeylerinin ABD kişi başına reel milli gelir düzeyine yakınsadığını göstermektedir. Bireysel PP bulguları Almanya haricinde ADF bulgularını destekler niteliktedir. Dolayısıyla çalışmada elde ettiğimiz bulguların genel olarak değerlendirilmesi iktisadi yakınsama olgusunun reddedilemeyeceğini, ancak bireysel ülke ekonomilerinin OECD ortalamasına ya da ABD ekonomisine göre yakınsamasının farklılık gösterebileceğini ortaya koymaktadır. Böyle bir sonuç ise çağdaş panel veri kullanımına dayalı tahmin yöntemlerinin kullanımının iktisadi kuramsal yaklaşımların dünya ölçeğinde geçerliliğinin sınanması açısından araştırmacılara daha tutarlı tahmin bulguları sunabildiği şeklinde değerlendirilmiştir.

#### 4. SONUÇ

Çağdaş iktisat yazını tartışmaları içerisinde farklı ülke ekonomilerinin uzun-dönemli durağan ilişkilerin büyüme süreci üzerinde belirleyiciliğine izin verilecek bir şekilde birbirlerine yakınsayıp yakınsayamamaları konusu önemli bir araştırma alanı oluşturmaktadır. Genel olarak neo-klasik büyüme modeli temelinde ortaya konan bu yaklaşımlar yakınsama

**Tablo 3:** Her Bir Ülke İçin Bireysel ADF Sınama Bulguları

| Zaman Serisi | ADF Sınama Bulguları |         | PP Sınama Bulguları |                |
|--------------|----------------------|---------|---------------------|----------------|
|              | Olasılık             | Gecikme | Olasılık            | Bant genişliği |
| Almanya      | 0.0856               | 1       | 0.2803              | 1              |
| Avustralya   | 0.0623               | 0       | 0.0617              | 7              |
| Avusturya    | 0.0027               | 3       | 0.0211              | 1              |
| Belçika      | 0.0995               | 0       | 0.0686              | 2              |
| Danimarka    | 0.8150               | 0       | 0.9103              | 3              |
| Finlandiya   | 0.0453               | 1       | 0.1813              | 1              |
| Fransa       | 0.8623               | 0       | 0.8189              | 2              |
| Hollanda     | 0.2649               | 0       | 0.1987              | 1              |
| İngiltere    | 0.6971               | 0       | 0.6780              | 1              |
| İrlanda      | 0.7913               | 1       | 0.8364              | 4              |
| İspanya      | 0.2417               | 0       | 0.1375              | 2              |
| İsviçre      | 0.3859               | 1       | 0.4789              | 2              |
| İsveç        | 0.3528               | 0       | 0.3512              | 6              |
| İtalya       | 0.9624               | 0       | 0.9443              | 1              |
| İzlanda      | 0.0251               | 0       | 0.0270              | 2              |
| Japonya      | 0.3576               | 1       | 0.3226              | 3              |
| Kanada       | 0.7060               | 1       | 0.8694              | 0              |
| Kore         | 0.0979               | 0       | 0.0431              | 8              |
| Lüksemburg   | 0.8098               | 0       | 0.7771              | 3              |
| Meksika      | 0.5441               | 1       | 0.6744              | 1              |
| Norveç       | 0.0336               | 0       | 0.0019              | 2              |
| Portekiz     | 0.0636               | 1       | 0.0232              | 1              |
| Türkiye      | 0.7885               | 0       | 0.7520              | 2              |
| Yeni Zelanda | 0.3422               | 1       | 0.4855              | 3              |
| Yunanistan   | 0.7168               | 1       | 0.7099              | 3              |

olgusunun incelenebilmesi için ekonometrik sınama yöntemlerindeki gelişmelerin de ışığında benzer verimlilik düzeylerine, tasarruf oranlarına, sermaye aşınma paylarına ve nüfus büyümesine sahip ülkeler arasında zamanla reel gelir farklılıklarının ortadan kalkacağı ve azalan verimliliğe dayalı bir sermaye birikim süreci ile teknolojik gelişmenin dışsal kabul edilmesi varsayımları altında reel gelir büyümesi açısından aynı durağan duruma sahip ülkelerin birbirine yakınsayacağı çıkarılmasının, diğer bir deyişle durağan duruma

yaklaşırken yoksul ülkelerin ortalama olarak zengin ülkelerden daha hızlı büyüyeceği şeklindeki yargının geçerliliğini sorgulamaktadır. Çalışmamız bu açıdan yakınsama olgusunun gerçek veriler doğrultusunda değerlendirilmesine yönelik kuramsal bir giriş ve deneme içerikli ekonometrik bir sınama olma özelliğini göstermektedir.

Bu amaçla yakınsama olgusuna yönelik yöntemsel yaklaşımlar kuramsal bir ayırım dahilinde incelendikten ve bu konudaki geniş bir yazın taraması kullanılan başlıca sınama yöntemleri ve elde edilen temel bulgular doğrultusunda incelendikten sonra 1970 - 2012 örneklem dönemi için 26 OECD ülkesi açısından çağdaş bazı panel birim kök yöntemleri kullanılarak ekonometrik bir uygulama denemesi gerçekleştirilmiştir. Ulaştığımız temel bulgular bir panel birim kök süreci yapısı altında OECD ülkeleri kişi başına reel milli gelir düzeylerinin hem lider ülke olarak seçilen ABD kişi başına reel milli gelir düzeyine hem de OECD ortalama kişi başına reel milli gelir düzeyine yakınsamasının reddedilemediğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla çalışmamız neo-klasik yakınsama öngörüsüne güçlü bir destek verir durumdadır.

Ancak deneme içerikli çalışmamızda elde edilen sınama bulguları araştırmacılar ve politika yapımcılar açısından inceleme konusu olarak seçilen gelir düzeyi yakınsamasına yönelik mutlak anlamda çıkarsamayı gerektirecek şekildeki bir algılamaya yol açmamalı, özellikle kendi çalışmamızda kullanılan sınama yöntemine alması oluşturabilecek yatay-kesit verilere dayalı ve neo-klasik büyüme kuramının varsayımlarının çok daha ayrıntılı bir çözümlemesine izin veren çeşitli diğer panel veri sınama yöntemleri kullanılarak bulgularımızın geçerliliği mümkünse daha geniş bir örneklem dönemine ait veriler de kullanılarak eleştirel bir yaklaşımla gelecek tamamlayıcı nitelikli çalışmalarla değerlendirilmeye tabi tutulmalıdır.

## KAYNAKÇA

- Barro, Robert ve Sala-i-Martin, Xavier. (1991), “Convergence across States and Regions”, **Brookings Papers on Economic Activity**, 1, 107-58.
- Barro, Robert ve Sala-i-Martin, Xavier (1992), “Convergence”, **Journal of Political Economy**, 100/2, April, 223-51.
- Barro, Robert ve Sala-i-Martin, Xavier (1995), **Economic Growth**, NY: McGraw-Hill.
- Baumol, William (1986), “Productivity Growth, Convergence, and Welfare: What the Long-run Data Show”, **American Economic Review**, 76/5, Dec., 1072-085.
- Bernard, Andrew ve Durlauf, Steven. (1995), “Convergence in International Output”, **Journal of Applied Econometrics**, 10/2, Apr. – Jun., 97-108.
- Bernard, Andrew ve Durlauf, Steven (1996), “Interpreting Tests of the Convergence Hypothesis”, **Journal of Econometrics**, 71, 161-73.
- Bernard, Andrew ve Jones, Charles (1996), “Productivity across Industries and Countries: Time Series Theory and Evidence”, **Review of Economics and Statistics**, 78/1, Feb., 135-46.
- Boussemart, Jean Philippe; Briec, Walter; Cadoret, Isabella ve Tavera, Christophe (2006), “A Re-examination of the Technological Catching-up Hypothesis across OECD Industries”, **Economic Modelling**, 23, 967-77.
- Cass, David (1965), “Optimum Growth in an Aggregative Model of Capital Accumulation”, **Review of Economic Studies**, 32, 233-40.
- Cheung, Yin Wong ve Pascual, Antonio Garcia. (2004), “Testing for Output Convergence: A Re-examination”, **Oxford Economic Papers**, 56, 45-63.

- Choi, In (2001), "Unit Root Tests for Panel Data", **Journal of International Money and Finance**, 20, 249-72.
- De Long, Bradford (1988), "Productivity Growth, Convergence and Welfare: Comment", **American Economic Review**, 78, 233-40.
- Dowrick, Steve ve Nguyen, Duc-Tho (1989), "OECD Comparative Economic Growth 1950-85: Catch-up and Convergence", **American Economic Review**, 79/5, Dec., 1010-030.
- Evans, Paul (1996), "Using Cross-country Variances to Evaluate Growth Theories", **Journal of Economic Dynamics and Control**, 20, 1027-049.
- Evans, Paul (1997), "How Fast Do Economies Converge?", **Review of Economics and Statistics**, 79/2, May, 219-25.
- Evans, Paul (1998), "Using Panel Data to Evaluate Growth Theories", **International Economic Review**, 39/2, May, 295-306.
- Evans, Paul ve Karras, Georgios (1996a), "Convergence Revisited", **Journal of Monetary Economics**, 37, 249-65.
- Evans, Paul ve Karras, Georgios (1996b), "Do Economies Converge? Evidence from a Panel of U.S. States", **Review of Economics and Statistics**, 78/3, Aug., 384-88.
- Fisher, R.A. (1932), **Statistical Methods for Research Workers**, 4<sup>th</sup> ed., Edinburgh: Oliver & Boyd.
- Friedman, Milton. (1992), "Do Old Fallacies Ever Die?", **Journal of Economic Literature**, 30/4, 2129-132.
- Guetat, Imene ve Serranito, Fransisko (2007), "Income Convergence within the MENA Countries: A Panel Unit Root Approach", **Quarterly Review of Economics and Finance**, 46, 685-706.
- Im, Yung.; Pesaran, M.Hashem. ve Shin, Yongcheol (2003), "Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panels", **Journal of Econometrics**, 115, 53-74.
- Islam, Nazrul (1995), "Growth Empirics: A Panel Data Approach", **Quarterly Journal of Economics**, 110/4, Nov., 1127-170.
- Jones, C.I. (1998), **Introduction to Economic Growth**, NY: W.W. Norton & Company, Inc.
- Kocenda, E. (2001), "Macroeconomic Convergence in Transition Countries", **Journal of Comparative Economics**, 29, 1-23.
- Koopmans, T.C. (1965), *On the Concept of Optimal Economic Growth*, içerisinde **The Economic Approach to Development Planning**, Pontifical Academy of Sciences, Amsterdam: North-Holland.
- Korap, Levent (2010), "OECD Ülkeleri için Ekonomik Yakınsama Öngörüsünün Zaman Serisi Panel Birim Kök Yöntemleri ile Sınanması", **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 9/17, 189-206.
- Kutan, Ali ve Yiğit, Taner (2004), "Nominal and Real Convergence of Transition Economies", **Journal of Comparative Economics**, 32, 23-36.
- Kutan, Ali ve Yiğit, Taner (2005), "Real and Nominal Stochastic Convergence: Are the New EU Members Ready to Join the Euro Zone?", **Journal of Comparative Economics**, 33, 387-400.



- Levin, Andrew, Lin, Chien Fu ve Chu, James (2002), “Unit Root Tests in Panel Data: Asymptotic and Finite-sample Properties”, **Journal of Econometrics**, 108, 1-24.
- Lichtenberg, Frank (1994), “Testing the Convergence Hypothesis”, **Review of Economics and Statistics**, 76/3, Aug., 576-79.
- Maddala, G.S. ve Wu, S. (1999), “A Comparative Study of Unit Root Tests with Panel Data and a New Simple Test”, **Oxford Bulletin of Economics and Statistics**, 61, 631-52.
- Mankiw, Gregory.; Romer, David. ve Weil, David (1992), “A Contribution to the Empirics of Economic Growth”, **Quarterly Journal of Economics**, 107/2, May, 407-37.
- Murthy, Vasudeva ve Ukpolo, Victor (1999), “A Test of the Conditional Convergence Hypothesis: Econometric Evidence from African Countries”, **Economics Letters**, 65, 249-53.
- Parasız, İlker (1997), **Modern Büyüme Teorileri: Dinamik Makro Ekonomiye Giriş**, Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Quah, Danny (1993), “Galton’s Fallacy and Tests of the Convergence Hypothesis”, **Scand. J. of Economics**, 95/4, 427-43.
- Rassekh, Farhad (1998), “The Convergence Hypothesis: History, Theory, and Evidence”, **Open Economies Review**, 9, 85-105.
- Rassekh, Farhad; Panik, Micheal ve Kolluri, Bharat (2001), “A Test of the Convergence Hypothesis: The OECD Experience, 1950-1990”, **International Review of Economics and Finance**, 10, 147-57.
- Saraçoğlu, Bedriye ve Doğan, Nükhet (2005), “Avrupa Birliği Ülkeleri ve Avrupa Birliğine Aday Ülkelerin Yakınsama Analizi”, **7. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumuna Sunulan Tebliğ**, 26-27 Mayıs, İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Solow, Robert (1956), “A Contribution to the Theory of Economic Growth”, **Quarterly Journal of Economics**, 70, 65-94.
- Swan, T.W. (1956), “Economic Growth and Capital Accumulation”, **Economic Record**, 32, 334-61.
- Wong, Wei-Kang (2006), “OECD Convergence: A Sectoral Decomposition Exercise”, **Economics Letters**, 93, 210-14.

**Extended Abstract:** In this paper the convergence hypothesis based on the neo-classical growth theory is tried to be re-examined by using per capita real income data of 26 OECD countries. For this purpose, at first, a theoretical base is constructed to clarify the convergence hypothesis, and then, some alternative approaches to examine the convergence are examined. Following this theoretical section, we also tend to consider the developments in the time series estimation techniques. Thus, for the 1970 – 2012 sample period, we apply to the contemporaneous panel unit root testing methodology. In the estimation process, the convergence hypothesis is dealt with for both the average of OECD per capita real income level and the USA per capita real income level, chosen as the benchmark country. The results are unable to reject the validity of convergence hypothesis and a strong support is obtained in favor of convergence of the world economies in a panel data framework. However the individual country convergence results are seen different from each other, our findings in line with the convergence hypothesis using the panel data can be accepted as a more *congruent* theoretical finding from a macroeconomics perspective. All in all, our empirical paper yields support to the neo-classical premises.

# TOURISM AS A POTENTIAL CONTRIBUTION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN BIH

Alen HUSUKIĆ\*

Erkan ILGÜN\*\*

## ABSTRACT:

At a time when Bosnia and Herzegovina (BiH) is one of the least developed countries in Europe, and when most of economy' sectors are underdeveloped; it is very hard to say what should be considered as a starter of economic development. Authors consider tourism sector as a field that could contribute the most, and as a field that has biggest chances and opportunities to increase economic well-being of people in BiH. The research is consisted from set of data that proves and defends statement that tourism is sector that can be most useful for BiH economy and if the plan for tourism development is carried out systematically it could make rapid economic growth, with the long-term and sustainable development.

**Keywords:** Economic Progress, Tourism sector, Sustainable development, Bosnia and Herzegovina

**JEL Code:** L83

## 1. INTRODUCTION

In the today's dynamic world and time of globalization every country, city and company is influenced and confronted with more threats but also with more opportunities. So every chance or opportunity must be used, and maximum should be taken from it. One of the most popular terms today is global economic crises, so we can say all of these units must deal with that crisis. Most of the countries, companies, or more precisely most of the people are influenced by this crisis in the bad way, but some of them see the chance in these hard times, and take advantage from that chance. If we already know that, with the higher risk there is higher potential profit, we can conclude that this small group of organizations or people who see and use that chance will earn some extra profits.

It is same with the Bosnia and Herzegovina and its chance for development. One of the fields it should be invested in its economy, most important sector in some well-developed countries. So, in this paper we have made a research to point out that BiH should consider tourism as one of initiators of country development. (Agency for statistics of BiH; Stimulus to sustainable tourism; Sustainable tourism; Technical assistance to support the tourism industry in BiH; The Tourism Strategy Company; Sarajevo, the bridge of cultures)

Data has been collected by conducting a survey. Analyses were done in SPSS program, but also some secondary data have been used to get conclusions needed for the research. Work

---

\* M.A., International Burch University, alenusukic@hotmail.com

\*\* Assist. Prof. Dr., International Burch University, erkan.ilguen@ibu.edu.ba

has been divided into three parts. In the first part present situation in BiH tourism is subject of analysis. Advantages and disadvantages for BiH's tourism were shown, and we have seen which parts should be changed or developed the most. Second part is the cooperation of tourism sector with some other economic sectors in BiH economy. In here last 15 years, period after the war has been analyzed and actual and potential growth has been presented as well. The third part is core of this research, where we have made some conclusions, explain and analyze possible strategies for development, and see what is possible to do, or what shouldn't be object of interest.

## 2. LITERATURE REVIEW

Scientists have different opinion about that when tourism become socio-economic phenomena, but most of them agree that its development started at the end of 18<sup>th</sup> and beginning of 19<sup>th</sup> century. With starting of modern tourism development scientists began to research this topic seriously. Tourism management and marketing in tourism became important subjects in the universities all around the world. During the 20<sup>th</sup> century a lot of books and articles were written, but also there were books written before. In 1933 English writer F.W. Ogilvy in book "The Tourist Movement", defined some important terms for tourism. During the same period, D. Bodioa, A. Nicifor, J. Norval, H. G. Clement, were important authors, but they were explaining and considering facts about tourism influence on Balance of Payment.

In the next two decades authors have expanded the topic of tourism and made explanations of some new terms and characteristics of tourism industry. Most important authors were W. Hunziker, K. Krapff, P. Berneckera.

The authors mentioned above could be useful for theoretical part of this paper, but some articles that were written in the last 10 years will be more useful for the research and exploratory part. Here is the list of some articles:

- „Tourism development and the tourism area life-cycle model“,
- „Traditions of sustainability in tourism studies“, Jarkko Saarinen,
- „City Branding and Identity“, Müge Riza,
- „Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey“, Cevat Tosun,
- „Planning tourism employment: a developing country perspective“, Abby Liua, Geoffrey Wallb,
- „More than an ‘industry’’: The forgotten power of tourism as a social force,“ Freya Higgins-Desbiolles,
- „Planning and developing tourism within a public sector quagmire: Lessons from and for small countries“ Adrian Devine, Frances Devine,
- „City branding and the Olympic effect: A case study of Beijing“, Li Zhang a, Simon Xiaobin Zhao

## 3. METHODOLOGY

First of all there is a necessity to make a systematic collection of data and analyze them in the way they would serve the purpose. Among other secondary data there are statistics on the number of tourists visiting Bosnia, on revenue in tourism, accommodation, restaurants, and travel agencies. Other data that are necessary for certain parts of the study were collected through a questionnaire, and processed in an appropriate software program.

### 3.1. Sampling, data collection and methods

Kumar, Aaker and Day (2002, page 68), suggest an approach of the procedure for marketing research: In the first phase problems of research are defined. Next phase was collecting necessary data, in this case primary data. After appropriate questions were organized in one questionnaire, these were sent to the potential respondents. In this case snowball sampling method of collection answers was used. Because it was necessary to find out opinion and attitudes of the respondents, questions are structured by measurements scales (nominal, ordinal, ratio and interval). Likert scale was also important for the measuring level of agreement with the statements.

Questionnaires for local people and domestic tourists were quite different from the questionnaires delivered to foreign tourists and citizens. Google.docs.com was used for conducting the survey.

### 3.2. Results interpretation and analysis

In this part of the paper the results of the survey is given. It is necessary to see the real opinion of tourists and local people about the Bosnia and Herzegovina, how they perceive this country, characteristics of tourism destinations, attractions and infrastructure. It will be determined how they see the future of tourism sector in this country and what their opinion about tourism potentials in BiH is.

## 4. Research findings

Many of current authors on sustainable tourism development agree that community is central figure of that. The simplest definition of community is *a group of people who live in the same area, such as city, town or country*. For our research work it will be crucial to see and understand local people and foreign visitor's opinion about tourism in BiH. Another important factor for this analysis and all economic indicators is general atmosphere of elements that are influencing chosen variable.

Visitors and tourists are the most important indicator of all tourism sectors in the world. To see how successful tourism is branch of specific destination the most important indicators are number of visitors, nights spent in that destination, their opinion and level of satisfaction, etc. In this case, visitor or tourist is *person who is willing to pay for service*.

According to research works done for tourism development and opinion of the people about specific touristic destinations two different types of factors are attempted to be explained and obtained. These are tangible and intangible. For example, researcher is able to analyze questions such as what is *the number of the attractions in specific touristic destination* or *number of rooms available for visitors*. This example is tangible factor and it is easy to analyze and get the desired result. Intangible factors are not measurable and answers on intangible questions are given according to respondent's opinion. For example, it is very hard to measure *'what is the kindness and hospitality of local people or level of services in hotel and restaurants'*. These are all problems that will be tried to be mitigated to get the best possible results of the analysis.

### 4.1. General characteristics of the respondents

The purpose of this analysis is to explore opinion about BiH tourism, it's image, possible options for future development, advantages and disadvantages in mind of local people and local tourists on one side, and foreign tourists and citizens on the other side. Table 1 shows the general characteristics of residents and foreign people.

**Table 1: General information about respondents**

|                       | Residents (n = 80) |            | Foreign (n = 53) |            |
|-----------------------|--------------------|------------|------------------|------------|
|                       | Frequency          | Percentage | Frequency        | Percentage |
| <b>Gender</b>         |                    |            |                  |            |
| Male                  | 56                 | 70         | 28               | 52.8       |
| Female                | 24                 | 30         | 25               | 47.2       |
| <b>Age</b>            |                    |            |                  |            |
| 15 - 25               | 32                 | 40         | 13               | 24.5       |
| 26 – 35               | 24                 | 31.3       | 22               | 41.5       |
| 36 – 55               | 10                 | 12.5       | 12               | 22.6       |
| 55+                   | 13                 | 16.3       | 6                | 11.3       |
| <b>Marital status</b> |                    |            |                  |            |
| Married               | 29                 | 36.3       | 16               | 30.2       |
| Single                | 51                 | 63.8       | 37               | 69.8       |
| <b>Education</b>      |                    |            |                  |            |
| Primary school        | 14                 | 17.5       | 7                | 13.2       |
| University            | 29                 | 36.3       | 34               | 64.2       |
| Other                 | 37                 | 46.3       | 12               | 22.6       |

**Table 2: Reason for visiting BiH and foreign tourist's source of information about Bosnia**

|                                | Foreign (n = 53) |            |
|--------------------------------|------------------|------------|
|                                | Frequency        | Percentage |
| <b>Reason for visiting BiH</b> |                  |            |
| Vacation                       | 12               | 22.6       |
| Event                          | 17               | 32.1       |
| Business                       | 13               | 24.5       |
| Friend/family                  | 3                | 5.7        |
| Other                          | 8                | 15.1       |
| <b>Source of information</b>   |                  |            |
| Friend                         | 17               | 32.1       |
| Internet                       | 21               | 39.6       |
| TV                             | 6                | 11.3       |
| Newspaper                      | 3                | 5.7        |
| Other                          | 6                | 11.3       |

For this research 80 domestic tourists and local people and 53 foreign tourists participated in the questionnaire. Research has shown that 56 (70%) of local people were male and 24 (30%) female, while structure of foreign respondents was 28 (52.8%) over 25 (47.2 %). Looking their age it is obvious that the highest percentage of local people were between 15 and 25, which is 40%. Reason for this high percentage is because questionnaire was delivered to one group of students. In the group of foreign tourists the highest percentage is in a group of age between 26 and 35, and most of the respondents in both groups is single and have university education.

Most of the foreign tourists come to Bosnia and Herzegovina to visit events (32.1%), because of the business (24.5%) and to the vacation (22.6%). Others are coming to visit their family or friends and because of some other reasons.

#### 4.2. Potentials of BiH tourism sector

People who live in touristic destinations and visitors are important part of future development strategies, so their opinion was included in the research. They were answering questions about potential tourism types that could be developed in BiH, advantages and disadvantages of present state of tourism variables. All answers were analyzed and also relations and differences between their thoughts are presented in next few tables.

**Table 3: Potential tourism types**

|                             | Local people |         | Foreign tourists |         |
|-----------------------------|--------------|---------|------------------|---------|
|                             | Frequency    | Percent | Frequency        | Percent |
| <b>Culture tourism</b>      | 13           | 16,3    | 13               | 24,5    |
| <b>Historical</b>           | 15           | 18,8    | 10               | 18,9    |
| <b>Religious</b>            | 12           | 15,0    | 7                | 13,2    |
| <b>Sport and recreation</b> | 15           | 18,8    | 6                | 11,3    |
| <b>Event tourism</b>        | 12           | 15,0    | 2                | 3,8     |
| <b>Marine tourism</b>       | 3            | 3,8     | 2                | 3,8     |
| <b>Other</b>                | 10           | 12,5    | 13               | 24,5    |
| <b>Total</b>                | 80           | 100,0   | 53               | 100,0   |

Seven different tourism types were offered to them: cultural tourism, historical, religious, sport and recreation, event, marine and other types or tourism. Thirty five point one percent of local people and 43.3% of foreign tourist think cultural and historical tourism types could have the most contribution to the total progress of tourism sector and could see the most success. It is expected, because BiH as a touristic destination owns a lot of cultural and historical resources and huge percentage of tourists visit BiH because of these resources. Event and marine tourism are considered as types that don't have enough qualities to be developed. Less than 7% of all respondents chose these 2 types as an advantage for future tourism development, which is also expected result. Exceptions are local people (15%), which think BiH could develop event tourism. Reason for this can be found in their knowledge about events that are organized in Sarajevo and BiH, and these events could attract tourist from Europe, but it is obvious tourists are not informed enough. Lack of marketing and promotion is reason why these events are only local manifestation, but could become much more.

Table 4 and table 5 represents local people and foreign tourist's opinion about advantages and disadvantages of BiH tourism variables. As it is possible to see, their answers are different, and relation of the answers will be tested by correlation analysis.

**Table 4: Advantages of tourism system**

|                                         | Residents |         | Foreign tourists |         |
|-----------------------------------------|-----------|---------|------------------|---------|
|                                         | Frequency | Percent | Frequency        | Percent |
| <b>Cultural and historical heritage</b> | 14        | 17,5    | 18               | 34,0    |
| <b>Nature</b>                           | 37        | 46,3    | 12               | 22,6    |
| <b>Hospitality of local people</b>      | 12        | 15,0    | 15               | 28,3    |
| <b>Number of events</b>                 | 17        | 21,3    | 8                | 15,1    |
| <b>Total</b>                            | 80        | 100,0   | 53               | 100,0   |

While observing advantages, most of the residents (46.3%) agree that the biggest opportunity for tourism industry is Bosnian nature. Other elements have similar percentage of answers: cultural and historical heritage (17.5%), hospitality of residents (15%) and number of events (21.3%). Answers of foreign tourists are different and most of them think that Bosnian chance is in a number of culture and historical resources (34%), while for the nature and hospitality of the local people voted 50.9% of the foreign respondents.

**Table 5: Disadvantages of tourism system**

|                          | Residents |         | Foreign tourist |         |
|--------------------------|-----------|---------|-----------------|---------|
|                          | Frequency | Percent | Frequency       | Percent |
| Accommodation capacities | 25        | 31,3    | 12              | 22,6    |
| Number of attractions    | 9         | 11,3    | 10              | 18,9    |
| Transport                | 30        | 37,5    | 13              | 24,5    |
| Tourism infrastructure   | 12        | 15,0    | 11              | 20,8    |
| Other                    | 4         | 5,0     | 7               | 13,2    |
| <b>Total</b>             | 80        | 100,0   | 53              | 100,0   |

The survey offered few unexpected results, which can be seen in table 5. Most respondents said accommodation capacities and transport are the biggest disadvantage or weakness for the tourism of the country. Local people believe that transport (37.5%) and accommodation capacities (31.3%) are elements that are on the lowest level, while foreign tourists consider same variables for the biggest weaknesses. The surprising from the results is that tourism infrastructure as a disadvantage is assumed by only 15% of local people and 20.8% of foreign tourists. It is true that accommodation capacities and transportation infrastructure must be renewed, but all tourism infrastructures could be considered as a disadvantage for tourism of BiH.

### 4.3. Ranking of a main qualities of BiH tourism offerings

In this part of analysis domestic and foreign tourists were evaluating performances of BiH tourism variables, such as: accommodation, cultural and historical attractions, service, hospitality, prices, night life, tourism infrastructure and natural attractions. The respondents were assigning marks by Likert scale, from 1 to 5 (1 = very good, 5 = very bad). According to the results, average value of 8 characteristics of BiH and its tourism sector was found out. In the second part of the analysis ANOVA TEST was conducted. The differences between answers and opinion of domestic and foreign tourists were analyzed

**Table 6: Mean and standard deviation of BiH tourism characteristics**

| Variable                          | Local people and domestic tourists |           | Foreign tourists |             |
|-----------------------------------|------------------------------------|-----------|------------------|-------------|
|                                   | Mean                               | Stand. D. | Mean             | Stand. dev. |
| Accommodation                     | 2.83                               | 1.321     | 2.57             | 1.233       |
| Cultural-historical attractions   | 2.24                               | 1.117     | 2.4              | 1.23        |
| Service in hotels and restaurants | 2.33                               | 1.277     | 2.42             | 1.184       |
| Hospitality of local people       | 2.09                               | 1.245     | 1.96             | 1.018       |
| Prices                            | 3.04                               | 1.23      | 2.64             | 1.039       |
| Night life                        | 2.29                               | 1.009     | 2.3              | 1.049       |
| Infrastructure                    | 2.66                               | 1.252     | 2.32             | 1.123       |
| Natural attractions               | 1.73                               | 0.851     | 2.11             | 1.187       |

In Table 6 it is possible to see ranking of comparative overview and opinion of domestic and foreign tourists about some important variables of tourism. As mean is closer to 1, variable is ranked better, and tourist opinion is better. On the other side, as its mark is closer to 5 it is getting worse. Mean of variables calculated from the group of local people is between 1.73 and 3.04. Their best opinion is about natural attractions, most probably because they are well informed about the natural beauty of Bosnia as a country. The worst mark they were assigning is to the prices of tourism important elements. It was expected, because life standard and prices in BiH are not adjusted and harmonized. Other group of respondents, foreign tourists, has a quite different opinion. Mean is in a range between 1.96 and 2.64. They assigned the best marks to the hospitality of the local people, while prices are also higher than they expected. Even they assigned worse marks to the prices, they think that prices are normal, while local people think that prices are high.

#### 4.3.1. ANOVA-Test

ANOVA analysis uses the F – statistic which is based on the comparison of two estimates of variances one representing the variance within groups, and the other representing the variance due to differences in group means. The *null hypothesis* is there is no difference among the group means and alternative hypothesis is at least one group has a different mean.

In this case, our null hypothesis is that there is no difference between opinion of domestic and foreign tourists about mentioned 8 tourism variables, or arithmetic mean of populations are equal.

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_k$$

Our alternative hypothesis is there is at least one arithmetic mean different from the other means.

$$H_1: \mu_i \neq \mu_k$$

For proving or rejecting the hypothesis we consider the F-statistics by considering the d.f. (degrees of freedom). Difference between groups is greater as F- ratio is larger. If F-ratio is 1 or less there is no difference between the groups and our Null-hypothesis is correct. The results are given below.

In our case, the highest F values are calculates for variables of accommodation capacities, infrastructure and prices of tourism elements. Service in hotels and restaurants has the weakest F value, which means difference in answers of respondents is less varied. The significance value is expressed as 0,000, and it can be concluded that null hypothesis is rejected. For accepting the null hypothesis value in the last column must be higher than 0,01. The results of the analysis show that opinion and answers from the questionnaire given by local people and foreign tourists are different.



**Table 7: ANOVA- Test of chosen BiH tourism variables**

|                                                      | <b>Sum of Squares</b> | <b>df</b> | <b>Mean Square</b> | <b>F</b> | <b>Sig.</b> |
|------------------------------------------------------|-----------------------|-----------|--------------------|----------|-------------|
| <b>Accommodation</b>                                 |                       |           |                    |          |             |
| Between Groups                                       | 29,009                | 4         | 7,252              | 68,705   | ,000        |
| Within Groups                                        | 5,067                 | 48        | ,106               |          |             |
| Total                                                | 34,075                | 52        |                    |          |             |
| <b>Number of cultural and historical attractions</b> |                       |           |                    |          |             |
| Between Groups                                       | 8,930                 | 4         | 2,233              | 27,217   | ,000        |
| Within Groups                                        | 3,938                 | 48        | ,082               |          |             |
| Total                                                | 12,868                | 52        |                    |          |             |
| <b>Service in hotels and restaurants</b>             |                       |           |                    |          |             |
| Between Groups                                       | 7,500                 | 4         | 1,875              | 18,174   | ,000        |
| Within Groups                                        | 4,952                 | 48        | ,103               |          |             |
| Total                                                | 12,453                | 52        |                    |          |             |
| <b>Local people hospitality and kindness</b>         |                       |           |                    |          |             |
| Between Groups                                       | 10,053                | 4         | 2,513              | 50,264   | ,000        |
| Within Groups                                        | 2,400                 | 48        | ,050               |          |             |
| Total                                                | 12,453                | 52        |                    |          |             |
| <b>Prices</b>                                        |                       |           |                    |          |             |
| Between Groups                                       | 23,064                | 4         | 5,766              | 54,004   | ,000        |
| Within Groups                                        | 5,125                 | 48        | ,107               |          |             |
| Total                                                | 28,189                | 52        |                    |          |             |
| <b>Night life and number of events</b>               |                       |           |                    |          |             |
| Between Groups                                       | 11,486                | 4         | 2,871              | 37,410   | ,000        |
| Within Groups                                        | 3,684                 | 48        | ,077               |          |             |
| Total                                                | 15,170                | 52        |                    |          |             |
| <b>Infrastructure</b>                                |                       |           |                    |          |             |
| Between Groups                                       | 27,933                | 4         | 6,983              | 55,947   | ,000        |
| Within Groups                                        | 5,991                 | 48        | ,125               |          |             |
| Total                                                | 33,925                | 52        |                    |          |             |
| <b>Natural attractions</b>                           |                       |           |                    |          |             |
| Between Groups                                       | 8,203                 | 4         | 2,051              | 26,717   | ,000        |
| Within Groups                                        | 3,684                 | 48        | ,077               |          |             |
| <b>Total</b>                                         | <b>11,887</b>         | <b>52</b> |                    |          |             |

## 5. Conclusion

The purpose of this research is to determine real qualities, advantages and disadvantages of all tourism segments in BiH. The fact is that Bosnia as a country needs a strategy for tourism developments. It is necessary to find the way to progress, to see where the greatest opportunity is and who the potential economy starters are. Tourism and offerings of the touristic destination cannot be “everything to everyone”, so segmentation is required for BiH. Other important fact is that tourists want to see something different. Their final destination must be unique and own some qualities that are not found on other places and destination.

Many things must be changed in BiH to have success in tourism sector. First of them is to change political atmosphere. During the last 30 years the country is in phase of economic and political stagnation, and crisis is component of all economy segments. Political instability is reason why the crisis occurs for a many years in BiH. Another result of this instability is bad organization of tourism sector. Authorities are not supporting businesses and don't show any

interest for the progress. Second element that must be changed is bad image of BiH in eyes of European people, mostly because of the war. Changing of this image and perception could be very hard and long process but without succeeding in it development of tourism is not real option. Image of destination is crucial factor in every well developed touristic place. To achieve this goal good marketing and promotion strategy must be conceived. However there are positive examples as well, such as cities of Mostar and Sarajevo, rivers Una and Neretva and mountains Bjelašnica and Vlašić who have received great boost in marketing and promotion in the last years.

Branding of BiH as a country or Sarajevo as a city is one interesting solution and could have the most contribution to the tourism development. Branding destination is strategy of many successful touristic places and attracts enormous number of visitors. But to make brand of the place excellent promotion strategy, enough financial funds, time and good organization of this process are required. Conclusion is that BiH owns all necessary qualities and resources for developed tourism industry, but many things should be changed and a lot of effort and resources must be invested.

## 6. References

- Aaker, D. A.; Kumar, V. and Day, G. S. (2004), "Marketing Research", John Wiley & Sons
- Agency for statistics of BiH – Tourism reports for 2012, retrieved 23<sup>rd</sup> of February, 2013, from [http://www.bhas.ba/index.php?option=com\\_publicacija&view=publicacija\\_pregled&ids=3&id=16&n=Turizam](http://www.bhas.ba/index.php?option=com_publicacija&view=publicacija_pregled&ids=3&id=16&n=Turizam)
- Devine, A. and Devine, F. (2011), „Planning and developing tourism within a public sector quagmire: Lessons from and for small countries, *Tourism Management*, Volume 32, Issue 6, December 2011, Pages 1253–1261, DOI: 10.1016/j.tourman.2010.11.004
- Higgins-Desbiolles, F. (2006) „More than an “industry”’: The forgotten power of tourism as a social force“, *Tourism Management* 27, 1192–1208, doi:10.1016/j.tourman.2005.05.020
- Liua, A. and Wallb, G. (2006) „Planning tourism employment: a developing country perspective“, *Tourism Management* 27, 159–170, doi:10.1016/j.tourman.2004.08.004
- Riza, M. (2012) „City Branding and Identity“, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* Volume 35, Pages 293–300, DOI: 10.1016/j.sbspro.2012.02.091
- Saarinen, J. (2006) „Traditions of sustainability in tourism studies“ *Annals of Tourism Research*, Vol. 33, No. 4, pp. 1121–1140, doi:10.1016/j.annals.2006.06.007
- Sarajevo, the bridge of cultures 2014“, retrieved 21st of March, 2013, from <http://www.klix.ba/vijesti/bih/iz-sarajeva-2014-godine-poruke-mira/120916032>
- Stimulus to sustainable tourism, retrieved 14th of March, 2013, from <http://turizamplus.ba/2011/05/25/italijanski-tour-operateri-poticaaj-odrzivom-turizmu/>
- Sustainable tourism – resources, retrieved 5<sup>th</sup> of January, 2013, from [http://www.biodiversity.ru/coastlearn/tourism\\_eng/con\\_resources.html](http://www.biodiversity.ru/coastlearn/tourism_eng/con_resources.html)
- Technical assistance to support the tourism industry in BiH, retrieved 16th of March, 2013, from

[http://www.cepei.ba/bos/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5910&Itemid=72](http://www.cepei.ba/bos/index.php?option=com_content&view=article&id=5910&Itemid=72)

The Tourism Strategy Company - Destination positioning, retrieved 24th March 2013 from  
<http://www.tourismstratco.com/destinationpositioning.html>

Tosun, C. (2001) „Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey“, *Tourism Management* 22, 289-303

Zhang a, L. and Xiaobin Zhao, S. (2009), „City branding and the Olympic effect: A case study of Beijing“ *Cities* 26, 245–254, doi:10.1016/j.cities.2009.05.002

Zhong , L; Deng , J. and Xiang, B. (2008) Tourism development and the tourism area life-cycle model: A case study of Zhangjiajie National Forest Park, China, *Tourism Management* Volume 29, Issue 5, Pages 841–856, DOI: 10.1016/j.tourman.2007.10.002

# SAĞLIK ÇALIŞANLARININ SİNİK DAVRANIŞLAR GÖSTERME EĞİLİMİ<sup>3</sup>

Mahmut AKBOLAT\*

Oğuz IŞIK\*\*

Gülcan KAHRAMAN\*\*\*

**ÖZET:** Çalışmanın amacı, sağlık çalışanlarının genel ve örgütsel sinik davranış gösterme eğilimini, genel ve örgütsel sinizm arasındaki ilişkiyi ve sinizmin çalışanların sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık oluşturup oluşturmadığını incelemektir. Çalışmada genel sinizm (Wrightsman, 1992) ve örgütsel sinizmi (Brandes, 1997) ölçmek için iki ayrı ölçekten oluşan bir anket kullanıldı. Verilerin analizinde korelasyon analizi, bağımsız örneklerde t testi ve tek yönlü varyans analizinden yararlandı. Sonuçlar %95 güven aralığında değerlendirildi. Araştırma evrenini, Sakarya Eğitim ve Araştırma Hastanesi çalışanları oluşturmaktadır. Çalışmaya 211 sağlık çalışanı katılmıştır. Çalışanların genel sinizm eğilimleri, örgütsel sinizm eğilimlerine göre daha yüksektir. Çalışmanın sonuçlarına göre, genel sinizm ve örgütsel sinizmin alt boyutları arasında güçlü ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Buna karşılık, aynı ilişki örgütsel sinizm ile genel sinizm arasında bulunmamaktadır. Çalışmanın bir başka sonucu ise, genel sinizmin katılımcıların cinsiyet, medeni durum, çalışma süresi, eğitim durumları ve unvanları bakımından herhangi bir farklılık oluşturmadığıdır. Genel sinizmde davranışsal boyut daha fazla iken; örgütsel sinizmde bilişsel boyutun daha yüksek seviyede değer aldığı görülmektedir. Araştırmanın sonuçlarına göre, sağlık çalışanları arasında genel ve örgütsel sinizm eğilimi yüksek değildir. Sağlık çalışanların genel sinizm eğilimleri ile örgütsel sinizm arasında bir ilişki bulunmamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Genel Sinizm, Örgütsel Sinizm, Sağlık Çalışanları.

**JEL Kodları:** J23, J28, M54

## THE TENDENCY OF THE CYNICAL BEHAVIOR IN HEALTHCARE EMPLOYEES

**ABSTRACT:** The aim of this study is to examine general and organizational tendency of cynical behavior in healthcare employees, relationship between general and organizational cynicism and whether socio-demographic characteristics of employees generate any differences or not. In this study, a questionnaire consisting of two scales was used to measure general cynicism (Wrightsman, 1992) and organizational cynicism (Brandes, 1997). Correlation analysis, t-test in independent samples and one-way variance analysis were used in data analysis. The results were in 95% confidence interval. The population of study is composed of employees of Sakarya Training and Research Hospital. 211 healthcare employees participated in the study. Tendency of general cynicism in healthcare employees is

3 Bu makale, Konya Selçuk Üniversitesi'nde düzenlenen 7. Ulusal Sağlık ve Hastane İdaresi Kongresi'nde sunulmuş aynı başlıklı bildirinin geliştirilmiş halidir.

\* Yrd. Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, S. Yazar. [makbolat@sakarya.edu.tr](mailto:makbolat@sakarya.edu.tr)

\*\* Yrd. Doç. Dr., Kırıkkale Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, [oguz@kku.edu.tr](mailto:oguz@kku.edu.tr)

\*\*\* Arş. Gör., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, [gakhraman@sakarya.edu.tr](mailto:gakhraman@sakarya.edu.tr)

higher than organizational cynicism. There is a positive strong relationship between general cynicism and sub-dimensions of organizational cynicism. In contrast, the same relationship is not available between organizational cynicism and general cynicism. Another result of the study is that general cynicism does not any difference in terms of gender, marital status, working hours, training status and titles of participants. Cognitive dimension has higher level of value in organizational cynicism. On the other hand, behavioral dimension has higher level of values in general cynicism. According to the survey, the tendency of general and organizational cynicism among healthcare employees is not high. There is no relationship between the tendency of general and organizational cynicism in healthcare employees.

**Key Words:** General Cynicism, Organizational Cynicism, Healthcare Employees.

## GİRİŞ

Son yıllarda Türkiye’de sağlık sektöründe yapılan reformlar sonucunda, devletin sağlık hizmeti sunumu ve finansman rolleri birbirinden ayrılarak, hastanelerin özerkleşmesi gibi konular gündeme gelmiştir. Devletin hizmet sunumundaki rolünü özel sektörle paylaşımı giderek artmıştır. Sağlık sisteminde etkisi hızla hissedilen bu reformların, özellikle sağlık hizmetlerinin sunumunda önemli role sahip sağlık çalışanlarını etkilediği gözlenmektedir. Bu reformlar ve sürekli değişimlerin, teknoloji yoğun emek işletmeleri olan sağlık işletmelerinde çalışan insan kaynağının (Tengilimoğlu vd., 2012:789) çalıştıkları kuruma karşı giderek artan oranda olumsuz duygular ve sinik tutumlar gösterme eğiliminde oldukları söylenebilir (James, 2005:6).

Sağlık çalışanlarının çalıştıkları kuruma yönelik gelecek endişesi taşımaları, yönetime şüpheyle bakmaları ve sürekli sağlık sistemini eleştirmeleri, sunulan sağlık hizmetinin kalitesini de etkileyebilecek güçtedir. Çalıştığı kurumu olumsuz tutumlar geliştiren birey, daha düşük düzeyde iş tatminine sahiptir ve daha az örgütüne bağlılık hisseder. Düşük iş performansı ve artan devamsızlıklar da sinik eğilim gösteren bireylerde sıklıkla karşılaşılan durumlardır (Johnson ve O’Leary-Kelly, 2003:643). Dolayısıyla, sinizmin sağlık işletmeleri için büyük bir tehlike olduğu söylenebilir.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

**1. Genel Sinizm:** Sinizm kelimesi, Antik Yunan felsefesinde ortaya çıkmış, kökeni Sokrates’in öğrencisi olan Antisthenes ve Sinoplu Diyojen’e kadar uzanmaktadır. Diyojen, gün ışığında elinde bir fenerle dolaşmış, soranlara dürüst insan arıyorum diyerek sinizm ile ilgili ilk ipuçlarını vermiştir. Bu bakış açısıyla değerlendirildiğinde, sinizmin içinde büyük oranda bir ironi bulunmaktadır.

Sinizm, bir kişiye, bir gruba, ideolojiye, geleneğe ya da örgüte karşı hissedilen olumsuz duygulardır (Andersson’dan aktaran Yıldız, Akgün ve Yıldız, 2013:1261). Birey, sadece belirli bir nesneye karşı sinik eğilimler gösterebilirken, birden çok nesneye ve duruma karşı da bunu yansıtabilir (Andersson ve Bateman, 1997:450). Benzer şekilde, sinizmin birçok çeşit nesneye yönelik geliştirilebileceği vurgulanmaktadır (Andersson’dan aktaran Johnson ve O’Leary-Kelly, 2003:629). Sinik bireyler, sürekli kusur bulma ve eleştirme eğilimindedir (Erdost vd.,2007:514). Genel sinizme sahip birey, çoğunlukla iğneleyici, dalga geçer gibi konuşur. Sinik, daha baştan bir planın kötü gideceği hissine kapılır ve sürekli karamsar tahminleri vardır (Kutanis ve Dikili, 2010:271). Aynı ortamda bulunduğu diğer bireyleri bencil ve ben-merkezci bulmaktadır (Nafei, 2013:3; Eisinger, 2000:55; Barefoot vd. 1989:48).

**2. Örgütsel Sinizm:** Sinizm, sadece bireysel özelliklerden değil, aynı zamanda örgütsel nedenlerle de oluşmaktadır. Örgütsel sinizmde, eş zamanlı olarak örgüte karşı hem olumlu

duygular (örgütün geliştirilebilirliği) hem de olumsuz duygular (değişim çabalarının kaçınılmaz başarısızlığı) bir arada görülmektedir. Birey, işyerinde çözülmesi mümkün olan sorunlar olduğuna inanmaktadır; ancak bu eksikliklerin değişim ve gelişimine yönelik adımlar atılmadığını düşünmektedir (McClough vd., 1998:33). Örgütsel sinizm, örgütün bütünlükten ve dürüstlükten yoksun olduğuna inanç ve bireyin örgütü hakkındaki olumsuz tutumu gibi ifadelerle tanımlanmaktadır (Kutunis ve Çetinel, 2010:188).

Dean ve arkadaşlarına (1998:345) göre örgütsel sinizm, bilişsel (inanç), duygusal ve davranışsal olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Örgütsel sinizmin bilişsel boyutunda, kişi, çalıştığı örgütün dürüstlükten yoksun olduğuna inanç duymaktadır. Kurumıyla ilgili inanç eksikliği taşıyan birey, örgütündeki uygulamaların ilkelere dayalı olmadığını düşünmektedir. İnsan davranışlarına güvenilmeyeceği, ilişkilerin çikara dayandığını düşünmektedir (Karacaoğlu ve İnce, 2012:79). İkinci boyutu olan duygu boyutunda ise, inancın ötesinde çalıştığı kurum içinde olup bitenlere duygusal tepkiler gösterme eğilimindedir. Saygısızlık, kızgınlık, öfke, endişe, şüphe, soğukluk hissi gibi tepkiler, duygusal boyut altında incelenmektedir. Davranış boyutunu yaşayan çalışan, sadece içsel olarak yaşamamakta, içinde bulunduğu örgütü eleştirerek, karamsar tahminlerde bulunma eğilimleri göstermektedir. Büyük oranda örgüt içindeki ilişkileri olumsuzdur. Sıklıkla örgüt içindeki uygulamalar ile ilgili olarak dalga geçme eğilimindedir ve bunun için mizahı kullanır (Dean vd., 1998:346). Davranış boyutunda sürekli şikâyetle bulunan bireyler, beklentileri karşılanmadığında, birbirleriyle anlamlı bir şekilde bakışarak, küçümser tavırla gülümsedikleri görülmektedir (Brandes ve Das'tan aktaran Karacaoğlu ve İnce, 2012:79).

## YÖNTEM

Çalışmanın amacı, sağlık çalışanlarının genel ve örgütsel sinik davranış gösterme eğilimini, genel ve örgütsel sinizm arasındaki ilişkiyi ve sinizmin çalışanların sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık oluşturup oluşturmadığını incelemektir. Çalışmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formu, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin yer aldığı üç bölüm ve 30 sorudan oluşmaktadır. Wrightsman (1992) tarafından geliştirilen birinci ölçek, üç boyut altında toplanan 10 ifadeden oluşan *genel sinizm ölçeği*; Brandes (1997) tarafından geliştirilen ikinci ölçek ise üç boyut altında toplanan ve 14 ifadeden oluşan *örgütsel sinizm ölçeğinden* oluşmaktadır. Son bölüm ise katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin yer aldığı 6 ifadeden oluşmaktadır. 5'li Likert yapıda hazırlanan ifadeleri katılımcılar genel sinizm ölçeğinde *1= Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum*; örgütsel sinizm ölçeğinde ise *1=Asla, 2=Nadiren, 3=Ara sıra, 4=Sıklıkla, 5=Her zaman* ölçeğini kullanarak yanıtlamışlardır.

Araştırmanın evrenini, Sakarya Eğitim ve Araştırma Hastanesi çalışanları oluşturmaktadır. Çalışmada örneklem seçilmeden tüm çalışanlara ulaşılmaya çalışılmış ve bu amaçla, 300 anket dağıtılmıştır. Ancak, dağıtılan anketlerin 211'inin geri dönüşü sağlanabilmiştir (%70,33). Çalışmadan elde edilen verilerin analizinde tanımlayıcı istatistiksel yöntemlerin yanı sıra, korelasyon analizi, bağımsız örneklerde t testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Sonuçlar %95 güven aralığında,  $p=0,05$  anlamlılık düzeyinde yapılmıştır.

## Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

Verilerin geçerlilik ve güvenilirliğini analiz etmek amacıyla Cronbach Alpha katsayısı ve keşfedici faktör analizi kullanılmıştır. Anketin güvenilirliği alfa değeri temel alınarak ve her bir alt boyut için Cronbach Alfa katsayıları hesaplanarak yapılmıştır. Kabul edilebilir bir alfa değerinin en az 0,70 olması arzu edilmektedir. Ancak bazı araştırmacılar inceleme türü çalışmalarında 0,5'e kadar makul kabul edilebileceğini öngörmektedirler (Altunışık,

vd.2005:231). Bu araştırmada kullanılan ölçeklerin genel iç tutarlılık katsayıları hem genel sinizm (0,804) hem de örgütsel sinizm (0,818) ölçeği için kabul edilebilir sınır olan 0,70'nin üzerindedir. Ayrıca bulunan Cronbach Alpha değerleri daha önce bu konularda çalışma yapan Arslan ve arkadaşları (2012) tarafından yapılan çalışmaya yakın düzeylerde yer almaktadır.

**Tablo 1: Genel Sinizm Faktör Analizi**

|                                                                                                       |                       |                       |                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.                                                      |                       |                       | 0,771          |
| Bartlett's Test of Sphericity                                                                         | Anlamlı               | Sig.                  | 0,000          |
| Approx. Chi-Square                                                                                    | 994,401               | df                    | 45             |
| Açıklanan Toplam Varyans                                                                              | 71,774                | Cronbach Alpha Toplam | 0,804          |
|                                                                                                       | Genel Sinizm Boyutlar | Davranışsal Boyut     | Duygusal Boyut |
| İfadeler                                                                                              |                       |                       | Bilişsel Boyut |
| İnsanların çoğu kendini beğenmiştir                                                                   |                       | 0,903                 |                |
| Çoğu insan "başkası yapıyor ben niye yapmayayım" diye bir takım ahlaki değerleri görmezden gelebilir. |                       | 0,903                 |                |
| Çoğu insan fark edilmeyeceğinden emin olsa para ödemedenden sinemaya girer                            |                       | 0,897                 |                |
| Günümüzde çoğu kişi fedakâr insanlardan çıkar sağladığından fedakâr insanları görmek üzücüdür         |                       |                       | 0,920          |
| İnsanlar genelde dürüstlük ve ahlaki standartlara sahip olmalarına rağmen çok az insan bunlara uyar   |                       |                       | 0,869          |
| Çoğu insan başkalarına yardım etmek için kendini ortaya atmaz                                         |                       |                       | 0,845          |
| Çoğu insan fırsatını bulsa vergi vermekten kaçır                                                      |                       |                       | 0,775          |
| Çoğu insan arzu ettiği şeyler konusunda dürüst değildir                                               |                       |                       | 0,772          |
| Çoğu insan çıkarlarına uygunsa yalan söylemekten kaçınmaz                                             |                       |                       | 0,753          |
| İnsanlar gerçekte olduklarından daha fazla diğerlerini düşünür görünürler                             |                       |                       | 0,548          |
| Özdeğer                                                                                               | 2,592                 | 2,427                 | 2,158          |
| Açıklanan Varyans                                                                                     | 25,923                | 24,274                | 21,577         |
| Cronbach Alpha                                                                                        | 0,913                 | 0,872                 | 0,706          |

Verilerin geçerliliğini ortaya koymak için hem genel sinizm, hem de örgütsel sinizm ölçekleri ayrı ayrı keşfedici faktör analizine tabi tutulmuştur. Yapılan analiz sonucunda hem genel sinizm, hem de örgütsel sinizm ölçekleri beklenen uyumu göstermiştir. Yani daha önceki çalışmalarda ortaya çıkan yapıya uygun olarak maddelerin dağılımı söz konusu olmuştur. Genel sinizm ölçeğinden elde edilen verilerde KMO değer 0,771 ve BTS anlamlı bulunmuştur. Verilerin toplam açıklanan varyansı %71,774 olup, faktör yükleri ve boyutların açıklanan varyansı ve Cronbach Alpha değerleri Tablo 1'de görülmektedir. Tablo incelendiğinde de görüleceği üzere çalışmanın verileri geçerlilik için gerekli şartları sağlamaktadır.

Tablo 2'de Örgütsel sinizm ölçeğinden elde edilen verilerin keşfedici faktör analizi sonuçları görülmektedir. Ölçeğin KMO değer 0,800'dür ve BTS sonucu anlamlıdır. Toplam açıklanan varyansı %58,026 olan ölçeğin alt boyutlarına ait açıklanan varyans, faktör yükü ve Cronbach Alpha değerleri tabloda görülmektedir.

**Tablo 2: Örgütsel Sinizm Faktör Analizi**

| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.                                                                            |                              | 0,800          |                   |                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|----------------|-------------------|----------------|
| Bartlett's Test of Sphericity                                                                                               | Anlamli Sig.                 | 0,000          |                   |                |
| Approx. Chi-Square                                                                                                          | 1038,105 df                  | 91             |                   |                |
| Açıklanan Toplam Varyans                                                                                                    | 58,026 Cronbach Alpha Toplam | 0,818          |                   |                |
| İfadeler                                                                                                                    | Örgütsel Sinizm Boyutları    | Duygusal Boyut | Davranışsal Boyut | Bilişsel Boyut |
| Çalıştığım hastaneyi düşündüğümde içimi sıkıntı kaplar.                                                                     |                              | 0,868          |                   |                |
| Çalıştığım hastaneyi düşündüğümde sinirlenirim.                                                                             |                              | 0,867          |                   |                |
| Çalıştığım hastaneyi düşündüğümde gerilim yaşıyorum.                                                                        |                              | 0,845          |                   |                |
| Çalıştığım hastanenin slogan ve uygulamaları ile dalga geçtiğimi fark ettim.                                                |                              | 0,610          |                   |                |
| Çalıştığım hastane beni çileden çıkartır.                                                                                   |                              | 0,449          |                   |                |
| Çalıştığım hastane hakkında, hastane dışındaki arkadaşlarıma yakınırım.                                                     |                              |                | 0,800             |                |
| Diğer çalışanlarla çalıştığım kurumun uygulamalarını ve politikalarını eleştiririm.                                         |                              |                | 0,799             |                |
| Çalıştığım kurumda işlerin nasıl yürütüldüğü hakkında diğer çalışanlarla konuşurum.                                         |                              |                | 0,789             |                |
| Çalıştığım kurumla ilgili herhangi bir sorun gündeme geldiğinde çalışma arkadaşlarımız arasında anlamlı bakışmalar yaşanır. |                              |                | 0,688             |                |
| Çalıştığım hastanede bir şey yapılacağı söylendiğinde, gerçekten söylenenin yapılıp yapılmayacağına şüpheyle bakarım.       |                              |                |                   | 0,757          |
| Çalıştığım hastanenin amaçları politikaları ve uygulamaları arasında çok az ortak nokta vardır.                             |                              |                |                   | 0,748          |
| Çalıştığım hastane, çalışanlarına hak ettiği ödülü vermez                                                                   |                              |                |                   | 0,706          |
| Çalıştığım hastanede çalışanlara yönelik vaatler genellikle yerine getirilmez.                                              |                              |                |                   | 0,628          |
| Çalıştığım hastanede söylenenle, yapılan birbirini tutmaz                                                                   |                              |                |                   | 0,621          |
| Özdeğer                                                                                                                     |                              | 2,919          | 2,614             | 2,591          |
| Açıklanan Varyans                                                                                                           |                              | 20,850         | 18,670            | 18,506         |
| Cronbach Alpha                                                                                                              |                              | 0,813          | 0,748             | 0,748          |

## BULGULAR

Tablo 3'de katılımcıların sosyo-demografik özellikleri görülmektedir. Buna göre %31,3'ü erkeklerden oluşan katılımcıların %51,2'si evlidir. Katılımcıların büyük çoğunluğu 25-29 yaş aralığında yer almaktadır (%33,6) ve %60,2'si 5 yıldan daha az süredir çalışmaktadır. Ayrıca katılımcıların % 41,2'sini hemşire, %40,3'ünü idari personel, %11,4'ünü doktor ve % 7,1'ini sağlık teknisyenleri oluşturmaktadır. %62,6'sı ön lisans ve daha üst düzeyde eğitim alan katılımcıların eğitim düzeyi oldukça yüksektir.



**Tablo 3: Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri (n=211)**

|                | Özellik   | Sayı | Yüzde |              | Özellik           | Sayı | Yüzde |
|----------------|-----------|------|-------|--------------|-------------------|------|-------|
| Cinsiyet       | Kadın     | 145  | 68,7  | Medeni durum | Evli              | 108  | 51,2  |
|                | Erkek     | 66   | 31,3  |              | Bekar             | 103  | 48,8  |
| Çalışma süresi | <5        | 127  | 60,2  | Görev        | Doktor            | 24   | 11,4  |
|                | 5-9       | 50   | 23,7  |              | Hemşire           | 87   | 41,2  |
|                | ≥10       | 34   | 16,1  |              | Sağlık teknisyeni | 15   | 7,1   |
| Eğitim durumu  | Lise      | 79   | 37,4  |              | İdari personel    | 85   | 40,3  |
|                | Ön lisans | 60   | 28,5  | Görev        | <25               | 57   | 27,0  |
|                | Lisans    | 46   | 21,8  |              | 25-29             | 71   | 33,6  |
| Lisansüstü     | 26        | 12,3 | 30-34 |              | 40                | 19,0 |       |
|                |           |      |       |              | ≥35               | 43   | 20,4  |

Tablo 4’de genel sinizm ve örgütsel sinizmi oluşturan boyutların madde sayıları, aritmetik ortalamaları ve standart sapma değerleri görülmektedir. Tablo incelendiğinde de görüleceği gibi, bilişsel boyut genel sinizmde  $3,15 \pm 0,640$  olmasına karşılık, örgütsel sinizmde  $2,92 \pm 0,740$ ; duygusal boyut genel sinizmde  $3,45 \pm 0,980$  iken örgütsel sinizmde  $2,78 \pm 0,918$  ve davranışsal boyut genel sinizmde  $3,58 \pm 0,993$  olmasına karşılık örgütsel sinizmde  $2,87 \pm 0,692$  bulunmuştur. Genel olarak bakıldığı zaman da sağlık çalışanlarının genel sinizm ( $3,37 \pm 0,607$ ) düzeyleri, örgütsel sinizm ( $2,86 \pm 0,581$ ) düzeylerine oranla daha yüksek bulunmuştur.

**Tablo 4: Katılımcıların Genel ve Örgütsel Sinizm Düzeylerinin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri**

|                        | Madde Sayısı | Ortalama    | S.S.         |
|------------------------|--------------|-------------|--------------|
| Bilişsel Boyutu        | 4            | 3,15        | 0,640        |
| Duygusal Boyutu        | 3            | 3,45        | 0,980        |
| Davranışsal Boyutu     | 3            | 3,58        | 0,993        |
| <i>Genel Sinizm</i>    | <i>10</i>    | <i>3,37</i> | <i>0,607</i> |
| Bilişsel Boyutu        | 5            | 2,92        | 0,740        |
| Duygusal Boyutu        | 5            | 2,78        | 0,918        |
| Davranışsal Boyutu     | 4            | 2,87        | 0,692        |
| <i>Örgütsel Sinizm</i> | <i>14</i>    | <i>2,86</i> | <i>0,581</i> |

Ortalama olarak: Düşük Katılım (1,0–2,33); Orta Düzeyde Katılım (2,34–3,66) ve Yüksek Katılım (3,67–5,0)

Çalışmada katılımcıların genel sinizm ve örgütsel sinizm düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olup olmadığı Pearson Korelasyon yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir (Tablo 5). Yapılan analiz sonucunda, genel sinizm ve örgütsel sinizm arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Buna karşılık genel sinizm ve örgütsel sinizmin kendi alt boyutları arasında yüksek seviyede bir ilişki bulunmaktadır ( $p < 0,005$ ). Örgütsel sinizmin duygusal boyutu ile genel sinizm ( $r = 0,153$ ) ve genel sinizmin bilişsel boyutu ( $r = 0,214$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**Tablo 5: Sinizm ve Örgütsel Sinizm Arasındaki İlişki**

|                            | 1       | 2       | 3       | 4     | 5       | 6       | 7       |
|----------------------------|---------|---------|---------|-------|---------|---------|---------|
| <i>Genel Sinizm (1)</i>    | 1       |         |         |       |         |         |         |
| Bilişsel Boyut (2)         | 0,685** | 1       |         |       |         |         |         |
| Duygusal Boyut (3)         | 0,712** | 0,235** | 1       |       |         |         |         |
| Davranışsal Boyut (4)      | 0,745** | 0,303** | 0,261** | 1     |         |         |         |
| <i>Örgütsel Sinizm (5)</i> | 0,098   | 0,105   | 0,008   | 0,118 | 1       |         |         |
| Bilişsel Boyut (6)         | 0,003   | 0,014   | 0,054   | 0,059 | 0,705** | 1       |         |
| Duygusal Boyut (7)         | 0,153*  | 0,214** | 0,007   | 0,135 | 0,791** | 0,241** | 1       |
| Davranışsal Boyut (8)      | 0,038   | 0,029   | 0,06    | 0,042 | 0,685** | 0,333** | 0,342** |

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed), \* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Çalışmada katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin genel sinizm ve örgütsel sinizmin genelinde ve alt boyutlarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farka oluşturup oluşturmadığını test etmek amacıyla bağımsız örneklerde t testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların cinsiyet, medeni durum, çalışma süresi, eğitim durumları ve unvanlarının genel sinizm düzeylerinde istatistiksel açıdan herhangi bir anlamlı farklılığa sebep olmadığı bulunmuştur ( $p>0,05$ ). Buna karşılık, katılımcıların yaşları esas alınarak yapılan analiz sonucunda duygusal boyut ve genel sinizmde istatistiksel açıdan anlamlı fark bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Yapılan LCD analizi sonuçlarına göre duygusal boyutta farkın 25-29 yaş grubu ( $3,72\pm 1,041$ ) ile 30-34 yaş grubu ( $3,33\pm 0,906$ ) ve 35 ve daha üzeri yaşlardaki katılımcılardan ( $3,22\pm 0,936$ ) kaynaklandığı bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Genel sinizmde fark, 25-29 yaş grubu ( $3,51\pm 0,627$ ) ile 35 yaş ve üzeri katılımcılardan ( $3,18\pm 0,525$ ) kaynaklanmaktadır ( $p<0,05$ ) (Tablo 6). 25-29 yaş grubunda daha yüksek olan duygusal sinizm 30-34 ve 35 ve daha yukarı yaşlarda azalmaktadır. Benzer şekilde 25-29 yaş grubunda en yüksek seviyede görülen genel sinizm 35 ve daha yukarı yaşlarda en düşük seviyelerde bulunmaktadır.

**Tablo 6: Genel Sinizmin Fark Analizi Sonuçları**

|                                         | Yaş                | n  | Ort. | S.S.  | F     | p     |
|-----------------------------------------|--------------------|----|------|-------|-------|-------|
| Duygusal Boyut                          | $\leq 25^1$        | 57 | 3,38 | 0,935 | 2,889 | 0,037 |
|                                         | 25-29 <sup>2</sup> | 71 | 3,72 | 1,041 |       |       |
|                                         | 30-34 <sup>3</sup> | 40 | 3,33 | 0,906 |       |       |
|                                         | $\geq 35^4$        | 43 | 3,22 | 0,936 |       |       |
| POST HOC: 2-3 $p=0,045$ ; 2-4 $p=0,009$ |                    |    |      |       |       |       |
| Genel Sinizm                            | $\leq 25^1$        | 57 | 3,32 | 0,698 | 2,771 | 0,043 |
|                                         | 25-29 <sup>2</sup> | 71 | 3,51 | 0,627 |       |       |
|                                         | 30-34 <sup>3</sup> | 40 | 3,39 | 0,450 |       |       |
|                                         | $\geq 35^4$        | 43 | 3,18 | 0,525 |       |       |
| POST HOC: 2-4 $p=0,006$                 |                    |    |      |       |       |       |

Çalışanların sosyo-demografik özellikleri esas alınarak gerçekleştirilen analizi sonuçlarına göre katılımcıların yaş, çalışma süresi ve eğitim düzeyleri örgütsel sinizm düzeylerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık oluşturmamaktadır ( $p>0,05$ ). Buna karşılık katılımcıların cinsiyetleri esas alınarak yapılan analiz sonucunda örgütsel sinizmin bilişsel boyutunda istatistiksel açıdan anlamlı fark bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Bu boyutta kadın sağlık çalışanlarının bilişsel sinizm düzeyi erkeklerin bilişsel düzeyinden istatistiksel açıdan anlamlı fark yaratacak biçimde yüksektir.

Çalışanların medeni durumu esas alınarak yapılan analiz sonuçlarına göre, bilişsel boyut ve duygusal boyutta istatistiksel açıdan anlamlı fark bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Bilişsel boyutta evli sağlık çalışanlarının, duygusal boyutta ise bekâr çalışanların sinizm düzeyleri daha yüksek bulunmuştur.

Çalışanların unvanları esas alınarak yapılan analiz sonuçlarına göre, duygusal boyut ve davranışsal boyut ve genel olarak örgütsel sinizmde istatistiksel açıdan anlamlı fark bulunmuştur ( $p<0,05$ ). LSD analizi sonuçlarına göre duygusal boyutta fark, idari personel ( $3,08\pm0,900$ ) ile sağlık teknisyenleri ( $2,56\pm0,901$ ) ve hemşirelerden ( $2,55\pm0,875$ ) kaynaklanmaktadır. İdari personelin örgütsel sinizm düzeyi hemşire ve sağlık teknisyenlerin istatistiksel açıdan anlamlı fark oluşturacak düzeyde yüksektir. Davranışsal boyutta fark, hemşireler ( $2,71\pm0,726$ ) ile sağlık teknisyenleri ( $3,20\pm0,380$ ) ve idari personelden ( $2,94\pm0,690$ ) kaynaklanmaktadır. Hemşirelerin örgütsel sinizmin davranışsal boyutu sağlık teknisyeni ve idari personele göre daha düşük düzeydedir. Genel olarak örgütsel sinizmde fark hemşireler ( $2,68\pm0,617$ ) ile idari personelden ( $3,04\pm0,526$ ) kaynaklanmaktadır. Hemşirelerin örgütsel sinizm düzeyi idari personele göre daha düşük düzeydedir.

**Tablo 7: Örgütsel Sinizmin Fark Testi Sonuçları**

|                                         | <i>Cinsiyet</i>             | <i>n</i> | <i>Ort.</i> | <i>S.S.</i> | <i>t</i> | <i>p</i>  |
|-----------------------------------------|-----------------------------|----------|-------------|-------------|----------|-----------|
| Bilişsel Boyut                          | Kadın                       | 145      | 2,95        | 0,808       | 0,868    | 0,010     |
|                                         | Erkek                       | 66       | 2,87        | 0,563       |          |           |
|                                         | <i>Medeni durum</i>         | <i>n</i> | <i>Ort.</i> | <i>S.S.</i> | <i>t</i> | <i>p</i>  |
| Bilişsel Boyut                          | Evli                        | 108      | 2,94        | 0,626       | 0,256    | 0,011     |
|                                         | Bekâr                       | 103      | 2,91        | 0,845       |          |           |
| Duygusal Boyut                          | Evli                        | 108      | 2,74        | 0,827       | -0,635   | 0,027     |
|                                         | Bekâr                       | 103      | 2,83        | 1,007       |          |           |
|                                         | <i>Unvan</i>                | <i>n</i> | <i>Ort.</i> | <i>S.S.</i> | <i>F</i> | <i>p.</i> |
| Duygusal Boyut                          | Doktor <sup>1</sup>         | 24       | 2,72        | 0,894       | 5,661    | 0,001     |
|                                         | Hemşire <sup>2</sup>        | 87       | 2,55        | 0,875       |          |           |
|                                         | Sağlık teknis. <sup>3</sup> | 15       | 2,56        | 0,901       |          |           |
|                                         | İdari personel <sup>4</sup> | 85       | 3,08        | 0,900       |          |           |
| POST HOC: 2-4 $p=0,000$ ; 3-4 $p=0,036$ |                             |          |             |             |          |           |
| Davranışsal Boyut                       | Doktor <sup>1</sup>         | 24       | 3,00        | 0,603       | 3,364    | 0,020     |
|                                         | Hemşire <sup>2</sup>        | 87       | 2,71        | 0,726       |          |           |
|                                         | Sağlık teknis. <sup>3</sup> | 15       | 3,20        | 0,380       |          |           |
|                                         | İdari personel <sup>4</sup> | 85       | 2,94        | 0,690       |          |           |
| POST HOC: 2-3 $p=0,011$ ; 2-4 $p=0,029$ |                             |          |             |             |          |           |
| Örgütsel sinizm genel                   | Doktor <sup>1</sup>         | 24       | 2,86        | 0,548       | 5,912    | 0,001     |
|                                         | Hemşire <sup>2</sup>        | 87       | 2,68        | 0,617       |          |           |
|                                         | Sağlık teknis. <sup>3</sup> | 15       | 2,85        | 0,417       |          |           |
|                                         | İdari personel <sup>4</sup> | 85       | 3,04        | 0,526       |          |           |
| POST HOC: 2-4 $p=0,000$                 |                             |          |             |             |          |           |

## TARTIŞMA VE SONUÇ

Genel sinizm, insan davranışı ile ilgili genellikle olumsuz algıları yansıtan, doğuştan gelen ve kararlı bir kişilik özelliğidir (Abraham, 2000:270). Örgütsel sinizm ise bireyin çalıştığı

organizasyona karşı bilişsel, duygusal ve davranışsal boyutları içeren negatif tutumdur. (Dean vd., 1998:345).

Çalışmanın amacı doğrultusunda sağlık çalışanlarının genel ve örgütsel sinizm düzeyleri genel ve alt boyutlar esas alınarak belirlenmiş ve çalışanların farklı özelliklerine göre sinik davranışlarında da farklılaşma olup olmadığı incelenmiştir.

Sağlık çalışanlarında orta düzeyde genel sinizm ve örgütsel sinizm görülmekle birlikte genel sinizm düzeyleri daha yüksektir. Benzer durum hem genel sinizm, hem de örgütsel sinizmin alt boyutları için de söz konusudur. Aslan vd. (2012) tarafından akademisyenler üzerinde yaptığı bir çalışmada da genel ve örgütsel sinizm sonuçları benzer düzeylerde bulunmuştur. Bu sonuçlar, sinizmin kaynağının sağlık kuruluşu olmadığını göstermesi bakımından önemlidir. Ayrıca hem genel hem de örgütsel sinizmin alt boyutlarından davranışsal sinizm, diğer boyutlara göre daha yüksek düzeydedir ve örgütsel sinizmin orta düzeyde olduğunu gösteren başka çalışmalar da mevcuttur (Efilti vd., 2008:289; Tokgöz ve Yılmaz, 2008:302).

Çalışmanın sonuçlarına göre genel sinizm ve örgütsel sinizmin alt boyutları arasında güçlü ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Buna karşılık, aynı ilişki örgütsel sinizm ile genel sinizm arasında bulunmamaktadır. Yalnızca örgütsel sinizmin duygusal boyutu ile genel sinizm ve genel sinizmin alt boyutlarından bilişsel boyut arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Efilti vd. (2008) tarafından yapılan çalışmada da örgütsel sinizm ile genel sinizm arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ileri sürülmüştür. Ancak, bu iki değişken arasında düşük ilişki bulunan çalışmalar da mevcuttur (Tokgöz ve Yılmaz, 2008:299; Erdost vd. (2007:520). Ayrıca, Arslan vd. (2012:24) tarafından yapılan çalışmada da genel sinizmin bilişsel boyutu ile örgütsel sinizmin duygusal boyutu arasında ve genel sinizmin davranışsal ve duygusal boyutları ile örgütsel sinizmin bilişsel boyutu arasında anlamlı bir ilişki olduğu ileri sürülmektedir. Bütün bu sonuçlar, genel sinizm ile örgütsel sinizm arasında bir ilişki olmadığına dair bir uzlaşma olmadığını göstermekle birlikte, bulunan ilişkilerin de düşük seviyelerde kaldığını göstermektedir.

Çalışmanın bir başka sonucu ise, genel sinizmin katılımcıların cinsiyet, medeni durum, çalışma süresi, eğitim durumları ve unvanları bakımından herhangi bir farklılık oluşturmadığıdır. Benzer şekilde, Efilti vd. (2008), demografik bilgilerin, yönetici sekreterlerin genel ve örgütsel sinizm düzeyini etkilemediği bulgusuna ulaşmıştır. Tokgöz ve Yılmaz (2008), eğitim düzeylerinin farklı olmasının örgütsel sinizm düzeyini etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Bu araştırmaya göre, eğitim düzeyi arttıkça, örgütsel sinizm düzeyinin arttığı söylenebilir.

Çalışma sonuçlarına göre, genel sinizm örgütsel sinizmden daha yüksek düzeydedir. Genel sinizmde davranışsal boyut daha fazla iken; örgütsel sinizmde bilişsel boyutun daha yüksek seviyede değer aldığı görülmektedir. Araştırmaya göre, sağlık çalışanlarında kişilik sinizminin daha yaygın olduğu varsayımı ile kişilerin bireysel olarak sinizmle baş etmeleri gerekmektedir. Sinizm seviyesi yüksek olan kişi, kendisi de bu durumdan epeyce zarar gördüğü gerçeği ile mümkün olabildiğince sundukları hizmetin olumlu taraflarını görme, eleştirilerinde yapıcı olma, sadece eleştirmeye değil, aynı zamanda çözüm üretmeye yönelmeleri önemlidir.

Örgütsel sinizmin sonuçlarının uzun süre devam etmesi, işgörenlerin örgütüne yabancılaşmasına ve en sonunda da işten ayrılmaya kadar giden dramatik bir son haline gelebilir (Yıldız vd., 2013:1276). Ayrıca literatür incelendiğinde de görüleceği gibi, örgütsel sinizm, örgüt içinde yaşanan tecrübeler neticesinde ortaya çıkan bir tutum olup, doğuştan gelen ve değişmez nitelikte bir kişilik özelliği değildir (Gül ve Ağıröz, 2011:44). Bu sebeplerle, çalışmada sağlık çalışanlarında örgütsel sinizm değerleri çok yüksek seviyelerde bulunmamakla birlikte, yine de hastane yönetimlerinin sinizmin önlenmesine yönelik bir

takım tedbirler alması önemli bulunmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, işgören, genel sinizmi en aza indirmek ve sosyal ilişkiler geliştirerek örgütsel sinizmi önleyecek, işgörenin kendisini rahat hissedebileceği çeşitli uğraşlara yönlendirilebilir. Bu anlamda sağlık kuruluşu yöneticileri, çalışanların nöbet sistemi ve şiddet gibi iş-aile dengesini etkileyen çalışma koşullarını, hizmet sunulan toplumsal kesimin hastalardan oluşmasını ve çalışma koşullarının ağırlığı gibi durumları düşünerek, işgörelere yönelik destek programları oluşturmalı, örgütsel güven ve bağlılık hissedebilecekleri uygulamalar ve örgüt iklimi geliştirmeye çaba sarf etmelidirler.

Sağlık kurumlarında sinik davranışların yoğun bir şekilde görülmesi, hem yönetim uygulamalarını hem de sunulan sağlık hizmetinin kalitesini etkileyecektir. Dolayısıyla, sağlık sektöründe akademik anlamda sinizm kavramının araştırılması, sinizme neden olabilecek farklı durumların ortaya çıkarılması için yeni çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Abraham, Rebecca (2000), "Organizational Cynicism: Bases and Consequences", **Genetic, Social and General Psychology Monographs**, 126 (3), 269-292.
- Altunışık, Remzi; Coşkun, Recai; Bayraktaroğlu, Serkan ve Yıldırım, Engin (2005), **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı**, Sakarya Kitabevi,
- Andersson, Lynne M.; Bateman, Thomas S. (1997), "Cynicism in the Workplace: Some Causes and Effects", **Journal of Organizational Behavior**, 18(5), 449-469.
- Serez Arslan, Bahar; Şahin, Safiye ve Deniz Değer, Berrak (2012), "Büro Çalışanlarının Bireycilik-Kolektivizm Eğilimleri İle Bilgi Uçurma (Whistle Blowing) Davranışları Arasındaki İlişki", **11. Ulusal Büro Yönetimi ve Sekreterlik Kongresi**, 4-6 Ekim, Isparta, 113-120.
- Barefoot, D. J.; Dodge, K.A.; Peterson, B.L.; Dahlstrom, W.G. ve Williams, Jr. R. B. (1989), "The Cook-Medley Hostility Scale: Item Content and Ability to Predict Survival", **Psychosomatic Medicine**, 51 (1), 46-57.
- Brandes, Pamela M. (1997), **Organizational Cynicism: Its Nature, Antecedents, and Consequences**. PHD Dissertation, Division of Research and Advanced Studies of the University of Cincinnati, USA.
- Dean, James W.; Brandes, Pamela ve Dharwadkar, Ravi (1998), "Organizational Cynicism", **Academy of Management Review**, 23 (2), 341-352.
- Eisinger, Robert M. (2000), "Questioning Cynicism", **Culture and Society**, 37 (5), 55-60.
- Erdost, H. Ebru; Karacaoğlu, Korhan ve Reyhanoğlu, Metin (2007), "Örgütsel Sinizm Kavramı Ve İlgili Ölçeklerin Türkiye'deki Bir Firmada Test Edilmesi", **15. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı**, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, 514-524.
- Efiliti Seyran; Gönen, Yelda Özlem ve Ünal Öztürk, Fisun (2008) "Örgütsel Sinizm: Akdeniz Üniversitesinde Görev Yapan Yönetici Sekreterler Üzerinde Bir Alan Araştırması", **7. Ulusal Büro Yönetimi ve Sekreterlik Kongresi Kitabı**, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon, 137-159.
- Gül, Hasan; Ağıröz, Aliye (2011) "Mobbing ve Örgütsel Sinizm Arasındaki İlişkiler: Hemşireler Üzerinde Bir Uygulama", **Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi**, 13 (2), 27-47.

- James, Matrecia Shalonda Long (2005), **Antecedents and Consequences of Cynicism in Organizations: an Examination of the Potential Positive and Negative Effects on School Systems**, PHD Thesis, The Florida State University.
- Johnson, Jonathan L. ve O’Leary-Kelly, Anne M. (2003), “The Effects of Psychological Contract Breach and Organizational Cynicism: Not All Social Exchange Violations are Created Equal”, **Journal of Organizational Behavior**, 24, 627–647.
- Karacaoğlu, Korhan ve İnce, Fatma (2012), “Brandes, Dharwadkar ve Dean’in (1999) Örgütsel Sinizm Ölçeği Türkçe Formunun Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması: Kayseri Organize Sanayi Bölgesi Örneği”, **Business and Economics Research Journal**, 3 (3), 77-92.
- McClough, Anita C.; Rogelberg, Steven G.; Fisher, Gwenith G. ve Bachiochi, Peter D. (1998), “Cynicism and The Quality of an Individual's Contribution to an Organizational Diagnostic Survey”, **Organization Development Journal**, 16 (2), 31-42.
- Nafei, Wageeh A. (2013), “Examining the Relationship Between Organizational Cynicism and Organizational Change: A Study From Egyptian Context”, **Journal of Business Administration Research**, 2 (2), 1-12.
- Özen Kutanis, Rana ve Çetinel, Emine (2010), “Adaletsizlik Algısı Sinisizmi Tetikler mi?: Bir Örnek Olay”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 1 (26), 186-195.
- Özen Kutanis, Rana, Dikili, Ali (2010), “Değişim Boyutuyla Örgütlerde Sinisizm, (Ed. Derya Ergun Özler), **Örgütsel Davranışta Güncel Konular**, Ekin Basım Yayın Dağıtım, 267-285.
- Tengilimoğlu, Dilaver; Işık, Oğuz ve Akbolat, Mahmut (2012), **Sağlık İşletmeleri Yönetimi**, Ekim, 5. Basım, Nobel Yayıncılık.
- Tokgöz, Nuray ve Yılmaz, Hakan (2008), “Örgütsel Sinisizm: Eskişehir ve Alanya’daki Otel İşletmelerinde Bir Uygulama”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 8 (2), 283-305.
- Wrightsmann Lawrence S. (1992), **Assumptions about Human Nature Implications for Researchers and Practitioners**. Sage Publications, Inc., Newbury Park:
- Yıldız, Kaya; Akgün, Nuri ve Yıldız, Sevilay (2013), “İşe Yabancılaşma ve Örgütsel Sinisizm Arasındaki İlişki”, **The Journal of Academic Social Science Studies**, 6 (6), 1253-1284.

## Extended Abstract

Cynicism concept has emerged in Ancient Greek philosophy. It was originated Antisthenes who was disciple of Socrates and Diogenes who was lived in Sinop. Cynicism is negative emotions that are felt against to a person, a group, ideology, tradition or an organization. People who have general cynicism mostly talk as if sarcastic and sardonic. Cynical person has feelings that a plan will go bad at the beginning and he/she constantly makes pessimistic forecasts. According to organizational cynicism, the person is believe that some problems are in the workplace, which be possible to solve, but he/she thinks that anyone does not attempt

to the elimination of this problem. Generally cynicism is consists of three dimensions; cognitive cynicism, emotional cynicism and behavioral cynicism.

The aim of this study is to examine general and organizational tendency of cynical behavior in healthcare employees, relationship between general and organizational cynicism and whether socio-demographic characteristics of employees generate any differences or not. In this study, a questionnaire was used consisting of socio-demographical characteristics of participant and two scales were used to measure general cynicism (Wrightsman, 1992) and organizational cynicism (Brandes, 1997). The study population was consist of Sakarya Training and Research Hospital employees. 211 health workers participated in the study. The reliability and validity analyses of the data were performed. To this end, exploratory factor analysis and Cronbach's alpha coefficient was used. General internal coefficients of the scales was found suitable, both for general cynicism (0.804) organizational cynicism (0.818). According to the results of the factor analysis, both scales are grouped under three dimensions, as both original scales. KMO value was found 0.771 and BTS were significant. Total explained variance was 71.774% in scale of general cynicism. Similarly, KMO value was found 0.800, and BTS were significant and total explained variance was 58.026% in the organizational cynicism scale. Correlation analysis, independent samples t test and one-way analysis of variance were utilized in the data analysis. Results were evaluated within 95%-  $p=0.05$ .

Tendency of general cynicism in healthcare employees is higher than organizational cynicism. There were positive and strong relationship among subscales of general cynicism and sub-dimensions of organizational cynicism. In contrast, the same relationship is not available between organizational cynicism and general cynicism. Another important result of the study is that general cynicism does not any difference in terms of gender, marital status, working hours, training status and titles of participants. In contrast, some socio-demographical characteristics lead to differences in the organizational cynicism. For example, age created differences in the emotional subscale and organizational cynicism, and gender created differences in the cognitive dimension, and marital status created differences in the cognitive and emotional dimensions, and position created differences in the emotional and behavioral subscales and organizational cynicism. Cognitive dimension has higher level of value in organizational cynicism. On the other hand, behavioral dimension has higher level of values in general cynicism.

As a result, the tendency of general cynicism and organizational cynicism among healthcare employees are not high. There is no relationship between the tendency of general and organizational cynicism in healthcare employees. However, if to be seen of the cynical behavior in health institutions intensely, both management practices and quality of health services provided will be affected by this situation. Finally, there are need academic studies in the health sector to investigate the concept of cynicism. Many studies can be done about the reason of cynicism and what have to be done to eliminate the reasons of cynicism.

# TOPLUMSAL OLAYLAR VE ÜLKE TURİZMİ ÜZERİNDEKİ MUHTEMEL ETKİLERİ: KIRGIZİSTAN ÖRNEĞİ

Fazıl ŞENOL\*

Bakit TURDUMAMBETOV\*\*

**Özet:** Turizm, ülkeler arasında iyi bir iletişimin kurulmasına, dünya barışının sağlanmasına ve ülkelerdeki huzur ve güven ortamının oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Ancak turistik ürünlerin insanlar için zorunlu bir ihtiyaç olmaması ve alternatif ülkelerin çokluğu nedeniyle turizmde talep elastikiyeti yüksektir. Bu yönü ile turizm, ülke içinde ya da komşu ülkelerde meydana gelen her türlü olay ve gelişmelerden en çok ve en hızlı etkilenen sektörlerin başında gelmektedir. Bu nedenle turizmin bir ülkede uzun süre varlığını devam ettirebilmesi o ülkenin iç güvenliği ve siyasi istikrarının devamına bağlıdır. Bu süreçlerin kesintiye uğradığı ülkelerde turizm sektöründe önemli kayıplar yaşanmaktadır. Ülke turizmini etkileyen faktörlerin başında toplumsal olaylar başı çekmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada; yaşanan toplumsal olaylar ile turizm arasındaki ilişkiler tartışılmış ve Kırgızistan örneği ele alınarak yaşanan önemli toplumsal olayların ülke turizm üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Yapılan araştırmayla ülkede “devrim” olarak adlandırılan toplumsal olayların sonrasında ülkeye gelen turist sayılarında %70-80'lere varan düşüşlerin görüldüğü ve dolayısıyla da önemli ekonomik kayıpların yaşandığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca ülkenin dış dünyadaki imaj algısı zedelenmiştir. Ancak Kırgızistan, sahip olduğu zengin doğal turizm kaynaklarının ve devrimler sonrasında sağlayabildiği siyasi istikrar sayesinde turizmdeki kayıplarını kısa sürelerde telafi edebilmiştir. Nitekim hızlı ve dinamik bir şekilde gelişmekte olan Kırgız ekonomisinin lokomotifi turizmdir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Toplumsal Olay, Kırgızistan

**JEL Kodu:** M30, M31

## SOCIAL EVENTS AND THEREOF PROBABLE EFFECTS ON THE COUNTRY'S TOURISM: THE CASE OF KYRGYZSTAN

**Abstract:** Tourism has positive effects on establishing relationships, reaching the world peace and creating safe environments in the countries. However, tourism is a sector that has high demand elasticity. This is because products of tourism are not basic consumption materials, and their alternatives are available in many different markets. In this regard, tourism is one of the most and fastest-affected sectors by all kinds of events and changes within the country and in the neighboring countries. Therefore, maintaining the presence of tourism in a country for a long time depends on the continuation of internal security and political stability of the country. There have been significant losses in the tourism sector of the countries where these processes were interrupted. One of the leading factors affecting a country's tourism is social events. In this respect, the purpose of this research is to discuss the importance of social

\* Yrd.Doç.Dr., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü, Mira Caddesi 56, Bişkek: Kırgızistan; Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Tokat-Türkiye, fazil.senol@gop.edu.tr

\*\* Dr, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü Mira Caddesi 56, Bişkek: Kırgızistan



events for tourism in Kyrgyzstan and analyze the impact of important social events on tourism in this country. As a result of research conducted, it has been reached to the conclusion that after the social events named as “revolution” the number of tourists visiting the country declined up to 70 to 80% and thus there were significant economic losses. In addition, the image of the country suffered a lot because of these events.

However, thanks to its rich natural tourism resources and the political stability provided after the revolution, Kyrgyzstan was able compensate its losses in tourism in a short time. Indeed, tourism is the driving force of the rapid and dynamic developing Kyrgyz economy.

**Keywords:** Tourism, Social Events, Kyrgyzstan

**JEL Code:** M30, M31

## **Giriş**

Dünyanın her yerinde turizm sektörünün gelişmesini etkileyen çok farklı nedenler ortaya çıkabilmektedir ve bunlardan biri de toplumsal olaylardır. Toplumsal Olay kavramı, toplum içinde meydana gelen olaylar denilen küreselleşmeyi, yolsuzluğu, rekabeti, küçük ve büyük çatışmaları, savaşları, cehaletin neden olduğu vakaları v.b. akla getirmektedir. Bu tür her olay o ülkeye gelen turistler üzerinde caydırıcı bir etki yapmaktadır. Özellikle ekonomileri turizme dayalı ülkelerde bu tür olayların çok daha ayrı bir önemi vardır. Çünkü turizm sektöründeki durağanlık ülke ekonomilerini de doğrudan etkilemektedir.

Gelişen bir ülke olan Kırgızistan’ın ekonomisinde turizmin ayrı bir önemi vardır ancak bu sektörün şu an itibarıyla ülke ekonomisine yeterli katkıyı sağladığını söylemek zordur. Çünkü ülkede turizmin ivme kazandığı her dönemin sonunda yeniden ortaya çıkan büyük çaplı toplumsal olaylar her seferinde ülkede turizmi başa döndürmektedir. Oysa ülkede iç istikrar sağlanmış olması durumunda Kırgızistan, gelecekte Singapur, Malezya, Kore ya da Türkiye gibi turizmde belirli bir başarıyı yakalamış ülkelerin seviyesine gelebilecek zengin turistik potansiyele sahip bir ülkedir. Zira bu ülkenin sahip olduğu eşsiz doğal çekicilikleri, kültürel ve geleneksel mirası turizmde adını duyurabilmiş pek çok ülkeden hiç de geride değildir. Ülkenin ihtiyacı olan tek şey yatırımcının önünü görebileceği, turistlerin ise can ve mal güvenliğinin sağlanmış olduğu siyasi bir istikrardır.

Turizmi kendine bir gelecek olarak gören ve dünya turizminde adını duyurmak isteyen Kırgızistan’da zaman zaman yaşanan toplumsal olaylar ülke turizminde önemli ekonomik kayıpların yaşanmasına neden olmuştur. Bu alanda yapılan araştırmaların sınırlılığı nedeniyle de bu çalışmaya konu olarak toplumsal olay ve Kırgızistan turizmi seçilmiştir. Bu çalışmada, turizm açısından toplumsal olayların önemi tartışılırken, bağımsızlığına kavuştuğu 1992 yılından beri belirli periyodlarla ortaya çıkan toplumsal olayların yaşandığı Kırgızistan’da bu olayların ülke turizmi üzerindeki etkisi analiz edilmektedir. Çalışmayla ulaşılan sonuçların, toplumsal olayların nedenlerinin ortadan kaldırmaya ve insanların davranışlarını olumlu yönde değiştirmeye yönelik izlenecek politikalara katkı sağlaması beklenmektedir.

## **1.Kavramsal Çerçeve: Toplumsal Olay-Toplumsal Olgu-Toplumsal Değişim**

Toplum, ortak çıkarlarda birleşen, belli bir coğrafi alanı paylaşan ve ortak kültürleri bulunan insanları ifade eder. Toplumsal olay ise toplum hayatında tek tek ortaya çıkan, yeri ve zamanı belirli değişimlerdir. Toplumsal olaylar insanların bir arada yaşamalarından doğar ve toplumsal bir olayın olabilmesi insanlar arasındaki ilişkiyi gerektirir. Toplumsal olaylar sonrasında bireylerde meydana gelen değişimler sonraki kuşaklara geçer ve bunlar toplumsal geleneğe dönüşür.

Toplumsal olgu, aynı alanda gerçekleşen birçok toplumsal olayın genel adı olarak ifade edilir. Diğer bir yaklaşımla gözlem ve deneyden doğan, düşünce ve araştırmaya dayanak olan, süreklilik ve kararlılık gösteren olaylar serisidir (Kızılcıkel ve Ergen, 1986). Tek bir topluma ya da kişiye özgü değil, bütün toplumlara ya da kişilere özgüdür. Bu haliyle genel ve soyuttur. Örneğin göç, iç savaş, isyan ve ülkenin karşı karşıya kaldığı kuraklık gibi. Dolayısıyla etkisi az ya da çok tüm toplumlarda hissedilen genel bir değişimdir.

Toplumsal olay ve olgunun belirgin ortak özellikleri vardır; Her ikisinde kaynağı toplumdur. Bireylerin dışında oluşur ve kuşaktan kuşağa değişikliklerle aktarılır. Ortaya çıkış nedenleri çok farklıdır ve diğertoplumsal olaylar birbirleri ile karşılıklı etkileşim gösterebilir. Örneğin Ortadoğu ülkelerindeki birbirini etkileyen “arap baharı” adı verilen toplumsal olaylar gibi (<http://www.odtugvo.k12.tr>). Olay ve olgu arasındaki bariz farkları ise şu şekilde özetlemek mümkündür; Toplumsal yaşam içerisinde tek tek meydana gelen değişimlere ‘olay’ denilirken ‘olgu’ aynı türdeki olayları bir bütün olarak anlatmak için kullanılan bir kavramdır. Olgu, olaya göre daha soyut ve geneldir, belli bir yer ve zaman söz konusu değildir. Anadolu'nun Türkleşmesi ‘olgu’ ya bir örnektir. Zira Anadolu'nun Türkleşmesi bir günde bir ayda bir yılda gerçekleşebilecek bir sonuç değildir. Olay’ı olgu’dan ayıran en önemli özellik olayın başlangıç ve bitiş tarihinin belli olmasıdır. Örneğin, İstanbul'un Türkler tarafından fethi bir ‘olay’dır. Olaylar belli bir süre içerisinde meydana gelir. Dolayısıyla kısa sürede olup biten işler ‘olay’, uzun bir zaman diliminde oluşan durumlar ise ‘olgu’dur( <http://e-sosyoloji.blogspot.com>)

Toplumsal Değişme, toplumlarda görülen her türlü gelişme, ilerleme, evrim, ya da ihtilal, inkılap, isyan gibi kavramları çağrıştırmaktadır. Değişim, belli bir zaman süreci içinde toplumsal hayatın her alanında görülen ve gözlenen farklılaşma olarak ifade edilir. Bu bağlamda değişim, süreklilik arz eden ve hızı toplumdan topluma farklılık gösteren doğal bir olgu ve zorunluluktur. Özellikle bilim ve teknolojinin insan hayatına getirdiği yeniliklerin etkisi ile toplumsal hayatta daha yoğun gelişmeler gözlemlemek mümkün hale gelmiştir. Elektriğin, matbaanın ya da bilgisayarın toplum hayatına getirdiği değişim inkar edilemez.

Toplum hayatı üzerindeki etkili unsurlardan biri de turizmdir. Bir ülkeye yönelik turistik akımın olumlu sosyal-kültürel etkilerinin yanında gidilen ülke halkının toplumsal geleneklerinde, kültürlerinde, tüketim alışkanlıklarında dolayısıyla da kolektif yaşam tarzlarında önemli değişiklikleri kapsayan ciddi problemler ortaya çıkabilmektedir (Brayley ve Var, 1992:580). Gelenekleri bozma, kültürel dejenerasyon, tarihi sitlerin kirlenmesi, turiste benzeme arzusu ve taklit toplumu şeklinde ortaya çıkan yozlaşmaya karşı ve ülkede yabancı fobisi şeklinde gelişen bir sosyal tepkinin ortaya çıkması muhtemeldir (Berber, 2003:215).

Toplumsal değişim üzerinde etkili olan diğer bir faktör de kültürdür. Kültürel farklılıklar toplumların kültürünün çeşitlenmesini sağlarken insanlığın ortak mirasının da zenginleşmesine katkıda bulunmaktadır. Yine bir ülkede nüfus artış hızı ve bölgesel yoğunluklar toplumsal değişmeyi olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilemektedir. Günümüz bilgi çağında değişmeyen bir toplumsal yapıdan ve kurumdan söz etmek zordur. Şöyle veya böyle toplumlar bir şekilde aşağıdaki yöntemlerden biri şeklinde değişim yaşarlar. *Serbest Toplumsal Değişmeler*; Toplumlara kendiliğinden ve dışarıdan herhangi bir müdahale olmadan plansız programsız değişmeleridir. Örneğin, nüfus artışı, bilim ve teknoloji alanındaki yenilikler, bir bölgeye gelmeye başlayan turistlerden etkilenen yerel halkın sosyal yaşamlarının değişmesi gibi.

*Müdahale Yoluyla Toplumsal Değişmeler*: Bilinçli, planlı veya bir program çerçevesinde yapılan müdahalelertoplumsal değişmeye neden olabilmektedir. Bu durum ise ya demokratik planlı bir değişme ya da baskı yoluyla değişmeye zorlama şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Demokratik Planlı Değişmede, bir program çerçevesinde toplumsal hayata müdahale edilir, toplumun istenilen yönde ve belirli bir süre zarfında değişmesi sağlanır. Şiddet ve terörü içermez, evrensel hukuk normları çerçevesinde ve demokratik yollarla sağlanmaya çalışılır.

Ancak her zaman bu değişime direnen ve karşı koyan bir kesim bulunur. Baskı Yolu İle Değişme, içeriden ya da dışarıdan tek bir karar mekanizmasının hazırladığı plan ve programların uygulanması ile gerçekleşir. Dolayısıyla toplumlara dayatılan tek taraflı otoriter baskılar toplumsal kargaşalara yol açabilmektedir (<http://www.meb.gov.tr>).

## 2. Toplumsal Değişim ve Toplumsal Olayların Turizm İle İlişkisi

Toplumları değiştiren olgulardan biri de teknolojidir. Artık teknoloji dünyadaki turizm hareketlerinin yönünün belirlenmesinde aktif rol oynamaktadır. ITB Berlin Turizm Fuarı kapsamında yayımlanan “2010-2011 Turizm Trendleri” raporuna göre, sosyal paylaşım siteleri ve mobil telefon teknolojisi dünya turizminin çehresinin değişmesinde önemli bir etken konumuna gelmiştir. Turistler, Facebook, Twitter, Flickr gibi sosyal paylaşım siteleri, TripAdvisor, Travelocity ve Expedia, Lonely Planet gibi online seyahat siteleri ve akıllı telefonlar aracılığıyla nereye, nasıl gideceklerini, nerede yemek yiyeceğini, nereyi gezeceklerini artık kendileri planlamaktadırlar. Pisa World Travel Monitör Forumu toplantısına katılan ABD merkezli Mandala Araştırma Merkezi’nin yaptığı açıklamaya göre; ABD’de 152 milyon turistin yüzde 52’si; sosyal medyada yer alan öneriler doğrultusunda tatil planlamaya başlamışlardır. Aynı zamanda turistler her hangi bir seyahat acentasıyla irtibat kurmadan, tur ya da rehberlik hizmeti satın almadan gideceği destinasyonlarıakıllı telefonlarüzerinden kendisi belirlemektedirler. Son birkaç yıl içinde iPhone gibi akıllı telefonların insan hayatında yer alması ve bu yolla sunulan heyecan verici fırsatlar neredeyse seyahat acentalarına ihtiyaç bırakmamaktadır.

Konaklama ve turizm sektörü için bulut tabanlı servisler geliştiren Cloud Arena’nın kurucu ortağı Tolga Yalçınkaya’nın (2014) açıkladığı verilere göre, gecelik konaklama ve son dakika rezervasyonlarında, iş amaçlı seyahat edenlerin yaklaşık yüzde 36’sı işlemlerini mobil cihazlardan gerçekleştirmektedir. Tatil amaçlı seyahat edenlerin ise yaklaşık yüzde 40’ı satın alma ve rezervasyonlar için mobil cihazları tercih etmektedir. Verilere göre, gecelik konaklamalarda tatilcilerin yüzde 12’si, iş amaçlı seyahat edenlerin ise yüzde 17’si mobil uygulamaları tercih etmekte mobil tarayıcılarda ise bu oranlar yüzde 38’e ulaşmaktadır (<http://www.turizmdunyasi.com.tr>). Dolayısıyla turistlerin tercihlerinde yaşanan bu toplumsal değişime ayak uyduramayan ve turistik olgulardan yararlanmayan konaklama işletmelerini ve seyahat acentalarınıgelecekte zor günler beklemektedir (Erdem ve Kabakçı, 2004:120).

Turistlerin satın almak istedikleri bir paket turu önceden görme olasılığı yoktur ancak artık elindeki teknoloji ile dünyanın her yerine ulaşmak, sanal şehir turları yaparak adeta ürünü önceden tatma ve görme heyecanını yaşaması mümkün hale gelmiştir. Örneğin Hollanda başlattığı akıllı telefon uygulaması ile ülkenin 17 bin noktasını kapsayan bir veritabanı sayesinde turistlerin tüm turistik bilgilere ulaşabilmesi sağlanmıştır (<http://aynurgursoy.blogcu.com>).

Günümüzde Dünya insanların yönlendirmesi ve yaşam tarzlarını değiştirmeleri sadece teknolojik gelişmelerin etkisi ile değil aynı zamanda diğer bazı toplumsal olaylara bağlı olarak da ortaya çıkmaktadır. Turistik hareketlerin yönünü de belirleyen bu yöndeki toplumsal olayları iki açıdan ele almak mümkündür. Bunlardan biri deprem, sel, yangın, kuraklık gibi elde olmayan doğal olaylar diğeri ise insanların neden olduğu savaş veya toplumsal hareketlerdir. Her iki durumun da turistik talep üzerinde önemli etkisinin olduğu dünyada daki pek çok olayda görülmüştür. Örneğin, Mısır’da 2012 yılında yönetime karşı başlatılan halk isyanı ve devam eden istikrarsızlığın ardından 2013 yılındaki askeri ihtilal sonrası ülkenin en önemli turistik çekicilikleri olan pramitlerdünyanın ilgisi azalmış ve turizm sayesinde ayakta duran Mısır ekonomisi büyük yara almıştır. Ülkedeki belirsizlik,can ve mal güvenliğini önplanda tutan turistler için Mısır’ı cazip ülke olmaktan çıkarmıştır (<http://www.ebmhaber.com.tr>).

Yine 11 Mart 2011 Tohoku depremi ve tsunaminin ardından, Japonya'ya yönelik seyahatlerde büyük ölçüde bir azalma yaşanmış ve bunun sonrasında turizm gelirleri azalmıştır. Japonya, toplumsal bu olayın etkisini azaltmak ve artık ülkede bir tehlikenin kalmadığını, geleneksel Japon misafirperverliğinin ülkeye gelen ziyaretçileri ağırlamaya hazır olduğunu hazırladığı bir WEB sitesi üzerinden tüm dünyaya duyurmaya çalışmış ve yaşanan felaketin ülke turizmine olan olumsuz etkisini azaltmaya çalışmış bunda da başarılı olmuştur (<http://asiapacific.unwto.org>). Endonazya'daki deprem, Brezilya'daki sokak protestoları, İspanyadaki işçi eylemleri, Türkiye'de yaşanan askeri ihtilaller ve Gezi Parkı eylemleri, Yunanistan'daki ekonomik çöküş, Brezilya'da 2014 yılında yapılan Dünya Futbol Şampiyonası organizasyonu ve yapılan yatırımlar için harcanan paralara karşı yapılan halk protestoları bu ülkelere gelmeyi düşünen yabancı turistler üzerinde olumsuz etki yapmıştır. Tüm bu örnekler göstermektedir ki ülkelerde karşı karşıya kalınan küçük büyük tüm toplumsal olayların sonrasında ülkeni turizm dengeleri az ya da çok bozulmaktadır. Karşı karşıya kaldığı toplumsal olaylarla turizmi en fazla etkilenen ülkelerden birisi de Orta Asya'nın incisi Kırgızistan olmuştur.

### 3. Kırgızistan'da Turizm ve Turistik Arzı Potansiyeli

Orta Asya'nın demokratik Kırgızistan ülkesi sahip olduğu turizm arz potansiyeli ile turizm alanında iddialı bir ülkedir ve bu iddiasında haklı olduğunu gösteren önemli argümanları vardır. Tanrı Dağları'nın ülke içerisindeki uzantısını oluşturan ve bölgede Ala Dağlar (Alatau) olarak ifade edilen bu dağ silsilesi İsviçre'deki Alpleri aratmayacağı güzelliktedir. Ülkenin yüksek zirveli dağlarla çevrili olması bu coğrafyayı dağcılık turizmi açısından şanslı kılmaktadır. Tien-Shan sıradağları üzerinde yer alan 7.439 mt yükseklikteki Jeniş (Pobeda) Tepesi, 7.134 mt yüksekliğindeki Lenina, 6.995 mt yüksekliğinde Han Tengri ve 4.860 mt'lik Korona zirveleri ile yine üzerindeki 8000'e yakın buzul, 40 bine yakın akarsu ve 2000'e yakın irili ufaklı gölü ile (KAK, 2001:2) Uluslararası kabul gören ve dağcılar arasında tercih edilen 8 bölgeden 5 tanesi Tanrı Dağlarında, 3'ü ise Pamir Dağları'nda bulunmaktadır (<http://issikkolu.tr>). Dağcılık ve tırmanış firmaları bu ülkede yabancı dağcılara profesyonel hizmet vermektedir. Ülkede dağcılık yanında kayak, rafting ve trekking turizmine olan ilgi her geçen gün artmaktadır. Bunun yanı sıra ülke, şehirlerini çevreleyen dağların temiz havasını kirlenen şehir havasının dumanından bunalan Avrupa insanına ve çöl sıcaklığının etkisiyle yaşadıkları şehirlerde nefes almakta zorlanan Arap dünyası için bir oksijen deposudur. Doçaysısı ile Kırgızistan, bu çeşit turizme ilgi duyan turistler için eşsiz imkanlar sunmaktadır. Denizin dibinde çıkarılmayı bekleyen bir inci gibi Kırgızistan sahip olduğu bunca güzelliklerin keşfedilerek dünya turizmine sunulmasını beklemektedir. Bu nedenle ki ülke Orta Asya'nın İncisi' ünvanını hak etmektedir.

Kırgızistan'ın turizm açısından diğer bir avantajı ise, ülkenin Kuzeydoğu kesiminde deniz seviyesinden 1600 metre yükseklikteki dünyanın ikinci büyük krater gölü olma özelliğine sahip Issık Göl'üdür. Tuzlu ancak berrak suyu, 6200  $km^2$  yüzölçümü ve 668 mt ile dünyanın en derin göllerinden biri olan Issık Gölü'nün çevresi kıyı turizminin yanı sıra, sportif oyunlar, avcılık, tedavi imkânı termal kaynakları, at sporları ve dağ yürüyüşleri ile ziyaretçilerine alternatif turizm olanakları sunmaktadır (Küçük, 2011:7).

Ülkede ilan edilen 22 milli park, 10 orman, 16 avlanma Alanı, 22 Botanik ve 18 Jeoloji parkı ülkede turizm adına atılmış önemli adımlardır. Yine Çatkal Dağları eteklerindeki Sarı Çelek, 170  $km^2$  yüzölçümlü Çatır Göl ve 287  $km^2$  yüzölçümlü Son Göl çevresi doğal güzelliklerle çevrili ve atlı gezi güzergahlarına sahiptir.

Kırgızistan'ın dağlık orman bakımından da son derece zengindir. Bunlardan biri Celalabad bölgesinde ve milli park sınırları içerisinde yer alan Arstanbap Köyü dünyanın en büyük doğal ceviz ormanlarına sahiptir. Yine ülkede 72 farklı bölgede avlanabilecek av hayvanları av meraklılarını bu ülkeye çekmektedir. Kırgızistan doğa turizmi kapsamında üç bölgeye ayrılmıştır. Bunlar Narın, Celal-Abad ve Koçorkaşehirleridir. Bu bölgeler 2000 yılında İsviçre'nin küçük ölçekteki ticareti destekleme projesi olan "Helvest" birliğinin Programına katılmış ve ilk deneyiminin sonucunda olumlu sonuçlar elde edilmiştir. Bu projede (CBT) yerel halkın kendi gelenek ve göreneklerini koruyarak turizme katılmalarını ve gelir elde etmelerini sağlamak amaçlanmaktadır. Kırgızistanat sporları açısından da son derece iyi bir potansiyele sahiptir. Ülkede kesin olmayan rakamlara göre 260 binden fazla at, özel şirketlerce işletilen 4 at işletmesi ve at yarışlarının yapıldığı ve binicilik kurslarının verildiği 2 hipodrom vardır. Halkın atçılık üzerine bir kültür ve geleneğe sahip olması, ülkede at gezintileri için uygun güzergahların bulunması bu turizm çeşidi için eşsiz fırsatlar sunmaktadır.

Ülkeye gelen turistler 'Cayloo' olarak adlandırılan yaylalarında Kırgız geleneğinde önemli yeri olan Bozüy'lerde konaklatılmakta ve kendilerine Kırgız halk yemekleri ikram edilerek geleneksel içecekleri olan 'kımız' tattırılmaktadır. Gelen konuklara Kırgız halk oyunları izlettirilirken bürküt (kartal) ile av yapılmakta ve atlı geziler düzenlenerek seyahatler unutulmaz yapılmaya çalışılmaktadır (Çegirtkeyeva, 2011:64).

Tarihi büyük İpek Yolunun Kırgızistan sınırları içerisinde kalan güzergahındakitarihi dokunun hala muhafaza ediliyor olması, Orta Asya'nın en eski şehirlerinden Oş'daki kutsal Süleyman Dağı ülkeyi tarih ve kültür turizmi açısından da cazip kılmaktadır (Coldoşov, 2007: 64-65). Kırgızistan'da UNESCO tarafından korunma altına alınan önemli tarihi-kültürel-doğal zenginlikler vardır ki bunların başlıcaları (<http://unesco.org>);

1. Fergana dağ sıralarında yer alan SaymaluuTaş Kaya Resimleri
2. Şah-Fazil Türbesi, (10-12.yy)
3. Özgön Tarihi ve Mimari Kompleksi,(12-13.yy)
4. Çolpan-Ata Petroglifleri,
5. Burana, (İpek Yolu'nun geçtiği ana güzergah üzerinde yer alan ve Karahanlı Devleti'nin ikinci başkenti Burana yerleşim yerinin ayakta kalan tek tarihi yapısı Burana (Minare) adıyla anılan kule 10-12.yy arasında yapılmıştır).
6. Oş'da bulunan ve Orta Asya'nın en eski kutsal mekanı olarak ziyaret edilen Süleyman Dağı Ayrıca Sarı-Çelek Gölü ve çevresi ile Issık-Köl UNESCO'nun Dünya Biosfer Rezervleri Ağı'na dahil edilmiştir

#### **4. Kırgızistan Turizminin Temel Sorunları**

Kırgızistan'da bağımsızlık sonrası turizmin gelişmesine önem verilmiştir. Ancak ülkenin zaman zaman karşı karşıya kaldığı bir takım sorunlar ve sektörün dünya standartlarında bir donanımına sahip olmaması nedeni ile turizmde istenilen ivme yakalanamamıştır. Dolayısıyla turizm sektörü ülke ekonomisinde beklenen katkıyı sağlamamıştır. Ülkede Turizm amaçlı yatak kapasitesinin büyük bir kısmı başkent Bişkek, Çüy ve Issık Göl bölgelerinde yoğunlaşmıştır. Fakat mevcut konaklama tesisleri içerisinde kaliteli ve uluslararası standartlara sahip denilebilecek 5 yıldızlı oteller ve 5 yıldızlı otellerin %80'den fazlası da sadece ülkenin başkentinde toplanmıştır. Bu otellerin pek çoğu ise yabancılar tarafından işletilmektedir. Yaz turizminin Issık Göl civarında yoğunlaşması ve sezonun 45 gün kadar sürmesi nedeniyle göl çevresine 4-5 yıldızlı konaklama tesisi yapmak girişimcilerce cazip bulunmamaktadır. Oysa Kırgızistan'da kaliteli yatak ve kaliteli hizmet sunan işletmelere şehir merkezlerinde değil özel ilgi turizminin yoğunlaştığı destinasyonlarda kurulmasına ihtiyaç

vardır. Bu noktalarda kurulacak tesisler, turistin tırmanma, yürüme, kayak yapma ve at sırtında geçen yorucu gününün ardından kendisini dinlenmiş olarak ertesi güne hazır hissettirebildikleri bir hizmet kalitesi geliştirmeye ihtiyaç vardır.

Ülke turizminin gelişmesinin önündeki bir başka engel de ülkedeki turizm sektörü ilgili her şeyin devletten beklenmesidir. Oysa ekonomik anlamda daha yeni gelişen Kırgızistan finansman bakımından kaynaklarını turizme aktarabilecek durumda değildir. Dolayısıyla ülkede yabancı yatırımcıları teşvik eden bir turizm politikası izlenmektedir. Bu bağlamda Kırgızistan'ın turizm alt ve üst yapısına yatırım yapan ülkelerin başında Çin ilk sırada yer almaktadır (Kaparov, 2001:251). Ancak yabancıların teşviki yönünde izlenen politikalara rağmen Kırgızistan'da turizm alanında devletin bugüne kadar hiçbir şey yapmadığını söylemek de yanlış olacaktır. Zira hükümetler turizm için birçok faaliyetler yapmakta ve paralar harcamaktadırlar. Örneğin; sonuç olarak beklentileri karşılamamış olsa da Kırgızistan'da turistik piyasanın canlandırılması doğrultusunda 2006-2008'de turizm alanının piyasa stratejisi kabul edilmiş ve Kırgızistan'ın turizm ülkesi olarak gelişebilmesi yönünde Kırgızistan-İsviçre ortaklığında uluslararası ortak bir porje (CBT=Community Based Tourism) başlatılmış ve başarılı olmuştur (Komissarov, 2010: 4-5). Ülkenin farklı şehirlerinde açılan CBT ofisleri ülkeye gelen yabancılar için gidecekleri güzergahlarda kalacak yer bulma, araç temini ve ehberlik gibi önemli turizm hizmetleri sunmaktadır. Bugün bu organizasyona dahil olan kırsal alanlarda yaşayan dar gelirli Kırgız insanı ev pansiyonculuğundan ve bozöylerinden (Kırgızların yaşadıkları keçeden yapılan büyük çadır) kazanç elde etmektedirler.

Ülkede meydana gelen toplumsal olaylardan dolayı siyasi istikrarın sağlanamaması ve buna bağlı olarak ortaya çıkan turistik talep yetersizliği 2010 yılına kadar ülkede altyapı konusunda ciddi bir adımın atılmamasına neden olmuştur. Bu yıldan sonra turist sayısında hızlı bir yükseliş başlamış fakat turistler bu seferde bu güne kadar el atılmayan alt ve üst yapıdaki bu sorunlarla karşı karşıya kalmıştır. Bu durum, hazırlıksız yakalanan Kırgızistan turizminin imajına halen zarar vermektedir. Çünkü gelen turistin memnuniyetsizliği diğerlerinin de gelmemesine neden olmaktadır. Ülke turizminin gelişmeme nedenleri arasında en büyük sorun olarak ülkede yaşanan toplumsal olaylar ve bunun dış dünyada oluşturduğu olumsuz algı görülüyorsa da ülkede turizmin gelişmemesinin önündeki olumsuzlukları önem sırasına göre şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Güvenlik ve istikrarlık problemleri
- Dış dünyada pazarlanma problemleri
- Ülkeye erişim
- Altyapı
- Eğitimli personel ve hizmet kalitesi

Görüldüğü üzere güven ve istikrar sorunu bu ülkenin turizminin önündeki en büyük engel olduğu gerçeği herkeze kabul edilmiştir. İkinci önemli engel olarak dile getirilen pazarlama sorunu da aslında güven ve istikrar sorunu ile bağlantılıdır. Ülkenin dış dünyadaki güven ve istikrar algısı olumsuz olunca ülkenin tanıtımı için yapılan girişimler de sonuçsuz kalmaktadır. Haliyle turislerin ülke seçiminde önceliği olan can ve mal güvenliğini konusundaki tereddütler giderilmediği sürece ülkenin diğer çekicilikleri için ziyaretçilerin ikna edilmesi zor gözükmektedir.

Kırgızistan'ın turist gönderen ülkelere olan uzak olması ve çoğu ülkeler ile arasında doğrudan havayolu bağlantısının olmaması bu ülkeye gelecek turistler için uçuşları cazip olmaktan çıkarmaktadır. Turizm kanununun 3.maddesinin 1.bendinde; Turizmin ülke ekonomisinin önemli bir parçası olduğu ve bu alandaki faaliyetlerin gelişmesi için bütün şartların oluşturulması öngörülmesine rağmen bu güne kadar bu konuda da güçlü bir siyasi iradenin ortaya konulduğunu söylemek zordur.

Ülkede turizm sektörü için uzman ya da yönetici kademeleri için personel yetiştiren yükseköğretim okullarının sayısı yeterli düzeydedir ancak özellikle sektöre orta ve alt yönetim düzeyinde eleman yetiştiren okulların sayısı yeterli değildir. Diğer yandan teorik eğitim ağırlıklı öğrenci mezun eden üniversiteler bu yönü ile sektörün ihtiyaç duyduğu yetişmiş kalifiye eleman beklentisine cevap verememektedir. Oysa bir ülkede turizmin ivme kazanabilmesi için dünya standartlarında turizm işletmeleri, dış dünyada algılanan olumlu imajının yanında sektörde, o ülkeye gelenlerimemnun edebilecek eğitilmiş ve deneyimli işgörenlerin istihdam edilmesi de önemlidir.

Son zamanlarda ülkeye girişler konusunda vizeler ilgili tüzüklerde olumlu adımlar atılmış olmasına rağmen komşu ülkelere geçişlerde ve turistlerin transit geçişlerindeki yaşanan problemler tam manasıyla çözülmüş değildir. Turist grupları genelde Kırgızistan ve komşu ülkeleri kapsayan turları yeğlemekte ancak sınırlardan geçişlerdeki sorunlar ve uzun bekleyişler önemli bir sorundur. Oysa sınır kapılarındaki geçişlerde yaşanan zorluklar ülkelerin imajı açısından oldukça önemlidir. Kırgızistan'ın komşu ülkeler arasındaki transit geçişlerdeki vize muafiyet sorununu halletmesi ülkenin yararına olacaktır ki Türkiye Cumhuriyetleri arasında serbest dolaşımı öngören bir çalışmanın 2014 yılından itibaren devletler nezdinde başlatılacak olması en önemli adımlardan biri olacaktır.

Ancak yukarıda sayılan gerekçelerle bugüne kadar, ülkenin sahip olduğu mevcut turizm potansiyelinin sadece küçük bir kısmının turizme arz edilebilmiş olması aslında olumlu bir netice de doğurmuş ve ülkede doğal yapının bozulmadan günümüze kadar gelmesini sağlamıştır. Bu durum eko turizme olan ilginin arttığı bir dünyada ülkeyi gelecek adına şanslı kılmaktadır (Yusupov, 2010: 44-45).

## 5. Kırgızistan'da Toplumsal Olaylar: Öncesi ve Sonrasında Kırgızistan Turizmi

Kırgızistan bağımsızlığına kavuştuğu 1992 yılından sonra ülkeye olan yabancı turist ilgisi artmaya başlamıştır. Eski Sovyetler Birliği ülkelerinden yaz tatili amacıyla gençlik ve izci kamplarına gelen turist sayısı azalmış buna karşın batılı ve komşu ülkelere iş amacıyla gelen yabancı sayısı artmıştır. 1993 yıllarında başlayan turistik ziyaretler 2004 yılına kadar artarak devam etmiş ancak sonrasındaki olumsuz gelişmeler ülke turizmindeki bu hızlı artışı yavaşlatmıştır.

Kırgızistan'a yönelik turistik seyahatlerin azalmasında dünyanın farklı ülkelerinde meydana gelen toplumsal hareketlerin, Orta Asya'nın tamamındaki güvenlik ve istikrarsızlık problemlerinin ya da küresel krizlerin de etkisinin olduğunu söylemek mümkündür ancak bunların hiç biri ülkede 'devrim' olarak adlandırılan toplumsal olaylar kadar etkili olmamıştır. Kırgızistan'da ülke turizmine zarar veren ve dünyanda izlediği önemli toplumsal hareketler yaşanmıştır. 01 Eylül 1998'de Kumtör Bölgesindeki altın madenine siyanür taşıyan bir kamyonun Barskun Nehrine düşmesi ve siyanürün IssıkGöl'üne ulaşması sonucu ortaya çıkan gelişmeler bu ülkede daha sonra da yaşanacak önemli toplumsal olayların ilki olmuştur. Nitekim 24 Mart 2005'de ülkede yaşanan devrim, peşinden 13 Mayıs 2005 tarihinde komşu ülke Özbekistan'da yaşanan kanlı Andican olayları, 2010 yılında Özbek ve Kırgız halkı arasındaki Oş olayları ve yine dışsal faktörlerden Afganistan ve Irak savaşı, Çin'deki şiddetli akut solunum sendromu (SARS) ve kuş gribi salgını gibi gelişmeler nedeniyle ne yazık ki turizm anlamında ülke bir türlü istikrarı yakalayamamış ve her seferinde ülke turizminin durağan dönemler yaşamasına neden olmuştur. Dolayısıyla Kırgızistan, dünyada göçmen Kırgızların geleneksel yaşam kültürü ve oksijen deposu yüksek dağları ile hatırlanması gerekirken yaşanan olaylar nedeniyle dünyada isyanların, soygunların, yağmaların yaşandığı bir ülke olarak algılandığı süreçlerle karşı karşıya kalmıştır. Oysa Kırgızistan, Orta Asya ülkeleri içerisindeki en demokratik ve halkının en özgürce yaşadığı bir ülkedir.

Kırgızistan, parlamenter sisteme geçiş ve yaşanan toplumsal değişim sürecinin de etkisi ile zaman zaman karşı karşıya kaldığı tüm bu olumsuzlukların üstesinden gelebilecek halk iradesine sahiptir ve dünya turizminde de hak ettiği yere geleceği günleri çok uzakta değildir. Çünkü ülke, istikrarın sağlandığı süreçlerde ülkeye olan tursitik talebi çok hızlı bir şekilde artırabildiğini göstermiştir. Örneğin Batken olaylarının ardından girilen siyasi istikrarlı süreç ve demokratik dönüşümler ve izlenen turizm politikaları neticesinde ülke turizmi büyük gelişme göstermiştir. Ancak her toparlanma sonrası yaşanan yeni bir toplumsal olay turizmde tekrar tekrar başa dönülmesi sonucu doğurmuştur. Turizm talebinin elastik olması ülkedeki toplumsal olaylar en çok ve en hızlı şekilde bu sektörün etkilenmesi sonucunu doğurmaktadır. Haliyle de ülkede yaşanan toplumsal olaylar her seferinde ülke turizmi üzerinde önemli sonuçlar doğurmaktadır. Toplumsal olayların Kırgızistan turizmine ne denli zarar verdiğini resmi istatistiklerle ortaya koymak mümkündür

Örneğin, 1997 yılı verilerine göre ülkeye gelen yabancı turist sayısı 87.368'dir ve bunun 60.000 bine yakını Issık Gölü civarına gelen turistlerdir. 1998'deki siyanür kazası nedeniyle sezon boyunca Issık Gölü çevresine gelen turist sayısı 29.000'lere düşmüştür. Olayların etkisinin sürdüğü 1999 yılında ise ülkeye gelen yabancı turist sayısı 48.000'lerde kalmıştır. Olayların etkisinin azaldığı 2000 yılında hükümet göl çevresinde önemli bir fuar etkinliği düzenlemesine rağmen turistik talepler ancak 2001 yılından itibaren yeniden yükselmeye başlamıştır.

1997'de Seyahat Acentelerinin tur organize sayısı 195 iken olaylar sonrası büyük düşüş göstererek 2000 yılında 82'ye gerilemiştir (Kırgız Milli İstatistik Komitesi 2001:34). Tur sayısındaki yükselmeler de ancak 2001 yılından sonra başlayabilmiştir. Yine 1997'de faaliyet gösteren kayıtlı otel sayısı 88 iken 1998'de kapanan oteller olmuş ve sayı 78'e düşmüştür. 1997 yılında da ülkede faaliyette bulunan yabancı şirket sayısı 6 iken 1998 yılında 3'e inmiştir. 1997 yılında turistik rekreasyon hizmetleri hacmi 1996 yılına nazaran 5 kat büyüme göstermişken 1998'deki Barskon kazası sonrası 1997'ye nazaran %32 azalmıştır. Dolayısıyla turizmdeki daralma turizm gelirlerinin azalmasına neden olarak 1997'de 3,7 milyon dolar olan turizm gelirleri 3,5 milyona gerilemiştir.

Kırgızistan'da 1997 yılındaki toplumsal olaylar sonrasında turizm istatistiklerinde görülen olumsuz tablonun benzerini ülkede daha sonraki yıllarda yaşanan olayların sonrasında da görmek mümkündür.

2005 yılı Mart ayı içerisinde başlayan olayların etkisi ile ülkeye gelen yabancı turistlerin sayısında % 60, Issık Göl'ü ve çevresini ziyaret edenlerin sayısında ise % 70 oranında azalma kaydedilmiştir. Turist sayısındaki azalma ile birlikte ülkede otellerin doluluk oranları ve yeni otel yatırımları durmuş ve pek çok seyahat acentası kapanmıştır.

Kırgızistan'ı 2002 yılında 139.600 kişi, 2004 yılında ise 1.527.500 kişi ziyaret etmiştir.2004 yılında ülkede 175 Seyahat Acentesi ve gezi bürosu varken bu rakam olayların olduğu 2005 yılında 119'a 2006 yılında ise 92'ye düşmüştür. Yine 2004 yılında Turistik merkez sayısı 1012 iken 2005 yılında 962'ye ve 2006 yılında ise 938'egerilemiştir (KCUİK, 2009:29-33) Olayların etkisinin azaldığı 2006 yılı sonrasında itibaren bu rakamlar tekrar artmaya başlamıştır.

Ülkede 2008 yılında 888.000'e çıkan yabancı turist sayısı 2009'da 806.000'e ulaşmış ve ülke turizminde önemli bir ivme yakalanmıştır. Ancak herşeyin iyiye gittiği düşünülürken bu seferde tarihi Oş şehrinde Kırgız ve Özbekler arasındaki tatsızlıklar ülkede büyük toplumsal bir olaya dönüşmüştür. 07 Nisan 2010 tarihinde başlayan olayların sezon öncesine denk gelmesi bu sektörde çalışanların ve sektörde faaliyet gösteren turizm işletmelerinin beklentilerini ortadan kaldırarak önemli ekonomik kayıplar yaşanmıştır. Oş olaylarının neticesinde Kırgızista'a gelen turist sayısında yüzde 30-35'lik bir düşüş görülmüştür. Bu bağlamda 2009 yılında 800.000'i geçen yabancı turist sayısı olayların etkisi ile 2010 yılında



584.000'e gerilemiştir (Kırgızistan Milli İstatistik Komitesi 2007–2011). Turist sayısının azalmasının bir sonucu olarak ülkede otel sayısı, spor ve sağlık kampları, dinlenme tesisleri ve doğa koruma park sayıları azalmıştır. Olaylar öncesi ülkede 95 Seyahat İşletmesi faaliyet gösterirken olaylar sonrası bu sayı 73'e gerilemiştir. Ülke içinde düzenlenen tur sayısı azalmıştır. Bunun bir yansıması olarak da ülke GSMH içerisinde 2009 yılında %5,2 olan turizmin payı olaylar sonrası 3,7'ye düşmüştür. Çünkü daha çok adrenalin tutkunu genç turistlerin rağbet ettiği ve ülkede yapılabilirliği bulunan macera, tırmanış, trekking, at biniciliği ve rafting için gelen turistlerin sınırların ve yolların kapatılmasıyla olaylar süresince ülkeye gelmekten vaz geçmişlerdir. Dolayısıyla ekonomik hayatları tamamen turizme endeksli olan ve özellikle de Issık Göl'ü çevresinde yaşayan halk maddi ve manevi yönden büyük kayıplara uğramıştır. Boş kalan pansiyonlar ve oteller sektörde çalışanların işsiz kalmasına neden olmuştur. Ülkede yaşanan güvensizlik ortamı zaten zor ikna olan yabancı yatırımcının bu olaylar sonrası ikna edilmesinidaha da zorlaştırmıştır. Bazı ülkelerin Kırgızista'a yatırımları tamamen dururken pek çok ülkenin yatırımlarında çok ciddi azalmalar olmuştur. Örneğin olaylar öncesinde turizm alanında ülkeye yatırım yapmaya başlayan İsrail, Hindistan, Litvanya, İngiltere ve Ermenistan yatırımları 2010 yılında tamamen durmuşülkeye en çok yatırım yapan Çin, Almanya, Bağımsız Devletler Topluluğu gibi ülkelerin yatırımları da minimum seviyeye düşmüştür. Fakat sevindirici olan tüm bunların olayların olduğu 2010 yılı ile sınırlı kalması ve etkisinin daha sonraki yıllara sarkmamasıdır. Çünkü sağlanan istikrar ile 2011 yılında turizm verileri tekrar yükselmeye başlamış ve 2011 yılında ülkeye gelen yabancı turist sayısı 816.000'e çıkarak 2009 yılının rakamı yakalamıştır. Ülkede devam eden istikrar turizme olumlu yansımıştır. Ülkede turizmin geliştirilmesi yönünde uygulamaya konulan yeni turizm politikaları çerçevesinde 44 ülkeye tanınan vizesiz giriş imtiyazının da etkisiyle 2013 yılı itibariyle ülkeye gelen turist sayısı 3 milyonu aşmıştır. Görüldüğü üzere ülkedeki siyasi istikrarla birlikte Kırgızistan'ın turizmdeki yıldızı daha da parlamaktadır.

Son 10 yıldır Kırgızistan'daki yerel turizm işletmeleri Avrupa ve Asya fuarlarında profesyonel anlamda aktif olarak yer almış ve internet kaynaklarını da etkin olarak kullanmaya çalışmışlardır. Değişen siyasi iradeler, uygulamaya koydukları bir takım yeniliklerle ülkede turizm sezonlarını canlandırmaya çalışmaktadırlar. Diğer ülkelerle geliştirilen ikili ilişkiler ve vize muafiyetleri ile o ülkelere gelecek insanların önü açılmaya çalışılmaktadır. Bu bağlamda 2005 olayları ile azalan turist sayısının 2006 yılında telafisi adına Kazakistan ile Kırgızistan arasındaki kurulan dostane ilişkiler neticesinde Cumhurbaşkanı N.Nazarbayev'in Kazak halkına Kırgızista'a turist olarak gitmeleri yönündeki tavsiyesi karşılık bulmuş ve bir kaç gün içinde 15.000 bine yakın Kazakistanlı turistik amaçla Issık Göl'e akın etmiştir.

Ülkenin turizm politikasında turizmin geliştirilmesi yönünde ciddi gayretler gösterilmektedir. Olaylar sonrasında ekonomik alanda iyi bir performans gösteren Çin ve Hindistan'dan turist çekilmesi yönünde de birtakım girişimlerde bulunulmuş ancak yapılan uğraşlarbenzer olayların ülkede her an tekrar edebileceği endişesi bu ülkeden gelebilecek potansiyel turistleri ikna etmeye yetmemiştir (Kencebayev, 2006). Nitekim Kırgızistan halen de ileridebenzer olayların tekrarlanmayacağı konusunda henüz dış dünyayı tam manasıyla ikna edebilmiş ve istikrarsız ülke algısını üzerinden atabilmiş değildir. Olaylar sona ermesine rağmen bu olaylarla ilgili görüntüler uzun süre dünya basınında en korkunç karelerle yer almaya devam etmiş ve ülkeye gelmek isteyenlerin endişeleri sürdürülmüştür. Oysa geçici süreli toplumsal olaylar bilinçli turist üzerinde uzun süre etkili olmamalıdır ve zaten de öyledir. Turistler duydukları ve gördükleri her haberin etkisinde kalmış olsalardı bozulan psikolojileri nedeniyle bir daha seyahate çıkmaları mümkün olmazdı. Dünya'nın en demokratik toplumlarında bile artık zaman zaman büyük toplumsal olaylar yaşanmakta ve olaylar sonrası her şey kaldığı yerden devam edebilmektedir. Dünya'nın her yerinde tursitlerinçok farklı olayların içinde kalmaları mümkündür. Toplumsal olayların ne zaman ortaya çıkacağını

önceden kestirmek zordur. Tehlike her zaman ve her yerdedir. Nitekim bilinçli bir turist için Newyork sokaklarında dolaşırken karşına çıkacak bir sokak serserisinin bıçaklı saldırısına uğrama ihtimali ile dünyanın her hangi bir yerinde birileri tarafından kaçırılma ya da toplumsal bir olayın ortasında kalma ihtimali arasında çok büyük bir fark yoktur. Bugün isyan fakat yarın tekrar istikrar olabilir. Ayrıca bir ülkede yaşanan toplumsal olaylar her zaman yabancılar için bir tehlike oluşturacağı anlamına gelmemelidir. Neticede ülkede yaşayan insanlar kendi ülkelerinin dış dünyada imajına zarar verecek olaylara sebebiyet vermeme konusunda duyarlıdır. Dolayısıyla dünyanın pek çok ülkesinde yaşanan toplumsal olaylar sırasında ülkede turistik amaçla bulunan yabancılar karşı yapılan saldırılara çok fazla rastlanılmaz. Nitekim Kırgızistan'da defaten büyük olaylar olmuş fakat ülkede turistlere yönelik kasti saldırıların olduğuna dair önemli olaylar yaşanmamıştır. Halkın %60'dan fazlasının sokaklara döküldüğü 2005 yılında ve 2010 yılındaki Oş olaylarında da turistlere yönelik saldırılar yaşanmamıştır. Bu durum Kırgızistan açısından oldukça önemli bir sonuçtur. Dolayısıyla olayların durulması ile birlikte ülkeye gelen turist sayısındaki hızlı artışın nedenini buna bağlamak da mümkündür. Tabi ki yaşanan toplumsal olay sürecinde oluşan ortamın turistik talebi ya da turizm işletmelerini etkilemeyeceğini söylemek imkansızdır. Çünkü nerede ve ne zaman turist gruplarının yollarının kesileceği yada işletmelerine ne zaman bir saldırı olacağı endişesinin yaşandığı bir ortam hem turistleri hem de turizm işletme sahiplerini olumsuz etkilemiştir. Burada ifade edilmek istenilen şey, ülkeye gelen turistler saldırı hedefine konulmadığı sürece toplumsal olayların bilinçli turistler üzerinde uzun süreli kalıcı bir etki bırakmayacağı ve ülkenin istikrarlı günlere dönmesiyle birlikte ülkenin tekrar eski ilgiyi görmesinin mümkün olabileceğidir. Yeterki ülkede can ve mal güvenliği konusunda olumlu bir algı oluşmuş olsun.

Turizm, sunulan farklı alternatiflerle ülkelerin birbirlerine rakip olduğu bir sektördür. Dünyanın her hangi bir yerindeki bir turist için satın alabileceği pek çok alternatif tur seçeneği vardır. Dünyada; can ve mal güvenliği konusunda turisti sigortalayan Malezya, turistin her türlü hak ve hukukunu yasalarla güvence altına alan Avrupa, antik çağın ülkesi Mısır, karnavallarıyla ünlü Brezilya, 10'larca medeniyetin kalıntılarını bir arada görebileceğiniz Türkiye gibi birbirine alternatif onlarca seçenek saymak mümkündür (Aleksandrov, 2011). Turistler alternatif ülkelerden sadece can ve mal güvenliğinin olmadığını düşündüğü ve bu yönde istikrarsız olarak algıladığı bir ülkeyi seçeneklerinden çıkaracaktır. Öyle ise bir ülkenin her yönüyle turiste aradığını sunabilmesinin ön koşulu; sağlanmış siyasi iç istikrar ve güvenlidir. Dolayısıyla turizmde umduğunu alabilmesi için Kırgızistan'ın çözmesi gereken en önemli problemi istikrarsızlıktır. İstikrarı sağlayacak olan ise adaletli, çalışkan ve yasalara uyan ve herkesin yasaların herkese eşit olduğu algısını sağlayabilecek güçlü bir iktidardır. Neticede hangi ülkede olursa olsun çok farklı nedenlerden dolayı ortaya çıkabilen her toplumsal olay o ülke turizmine kısa vadede de olsa önemli kayıplara neden olabilmektedir. Ancak siyasi iktidarlar, istikrar ve güvenliği sağlamak için bu konuda ellerini ne kadar çabuk tutarlarsa ülkenin kaybı da o nispette az ve süreç de o denli kısa olacaktır. Kırgızistan'da siyasi iradeler kendi dönemlerinde turizmi geliştirmek adına yeni uygulamalar deniyor ve vaadlerde bulunuyor olsalarda kabul etmek gerekir ki 2005 yılından beri yabancı yatırımcıların bu konudaki tereddütlerini ortadan kaldırabilmiş değillerdir. Ancak 2011 yılından sonra ülkede günden güne iyi giden bir istikrar sürecine girildiğini söylemek mümkündür. Açıklanan resmi rakamlara göre ülkeye 2013 yılında gelen 3,5 milyon turist sayısı bu istikrarın bir göstergesidir.

### **Sonuç ve Değerlendirme**

Kırgızistan yaşadığı büyük toplumsal olaylar neticesinde turizm gelirlerinde büyük kayıplar yaşamış bir ülkedir ancak olayların sonrası her defasında da turizm sektörünü yeniden

canlandırabildiğini göstermiştir. Tek sorun, güven ve istikrar konusunda insanların kafasındaki terddütlerin tamamen ortadan kaldırılamamış olmasıdır. Bu durum yerli ve yabancı sermayenin önündeki en önemli engeldir. İstikrar konusundaki şüpheleri ortadan kaldırmanın yollarından biri ise dünyada kaliteli ve isim yapmış uluslararası zincir otellerden birkaç tanesinin ülkede açılmasını sağlamaktır. Zira tanınmış uluslararası otel zincirlerinin ülkeye yatırım yapması batılı turistlerin ve tur operatörlerinin ikna edilmesini kolaylaştıracaktır. Bu bağlamda hükümetlere düşen, siyasi istikrarı sağlamak, turizm sektörünün alt ve üst yapısını kurmak, sektörün ihtiyacı olan eğitilmiş işgücünü yetiştirmek, çevreyi ve eko sistemi koruyucu yasal düzenlemeleri yaparak ülkenin turistik potansiyelini dünya piyasasında tanıtacak şartları oluşturmaktır.

Kırgızistan bozulmamış doğası ve Orta Asya'daki jeopolitik durumu ile gelecek adına turizmde önemli bir noktaya geleceği konusunda umut vaatmektedir. Ancak ülke finansman sıkıntısı nedeniyle ülkedeki bu arzın değerlendirilebilmesi için daha çok sektöre yabancı yatırımcının çekilmesi yönünde bir turizm politikası izlemektedir. Oysa ülkenin doğal güzelliklerinin turistik amaçla şekillendirilmesinin tamamen yabancıların insafına bırakmak sürdürülebilirlik adına çok akıllıca değildir. Çünkü yabancı yatırımcı kısa vadede yatırımının geri dönmesini düşüneneğinden kontrolsüz kullanımın sonucunda ülkenin, uzun vadede telafisi mümkün olmayan çevresel problemlerle karşı karşıya kalması ihtimaller dahilindedir. Dünyanın tüm ülkelerinde yeni nesil artık çevreye karşı çok duyarlıdır ve hükümetlerin çevre konusundaki duyarsızlıklarına sosyal medya üzerinde çok hızlı organize olarak toplumsal tepki verebilmektedirler. Doğal çevreye karşı duyarsız olan ülkeler hem turist kaybetmekte hemde uluslararası kamuoyunda zor durumlarla karşı karşıya kalabilmektedirler. Dolayısıyla Kırgızistan daha yolun başında iken diğer ülkelerin deneyimlerinden yararlanmalı ancak onların ülkedeki faaliyetlerini yasalar çerçevesinde yapmaları sağlanmalıdır. Ülkenin turizm arzının değerlendirilmesi yönündeki en doğru adım, artan turistik taleplere bağlı olarak alt ve üst yapının iyileştirilmesini tamamen yabancı sermayeden beklemek yerine ülkedeki Kırgız iş adamlarına verilecek teşviklerle bu işleri onların yapmalarını sağlamaktır. Zaten yabancı yatırımcı Kırgızistan'ı gelecek 10-20 yıl için önünü görebildiği istikrarlı bir ülke olarak algıladığında zaten kendilerine büyük imtiyazlar tanımaya gerek kalmadan yatırımlarını gönüllü olarak bu ülkeye yönlendireceklerdir.

Kırgızistan'da meslek tanımı ve eğitim standartlarının yasal zemine oturtulamamış olması turizm sektöründe de bir eksikliklerdir. Nitekim turizmde gelişme gösteren ülkelerin bu başarısında sadece ülkenin sahip olduğu çekicilikler ve kaliteli turizm işletmelerinin varlığı değil aynı zamanda sektörde istihdam edilen personelin eğitim kalitesinde etkisi unutulmamalıdır. Ürün satışında turistlerle yüzyüze olmayı gerektiren bu sektörde isteyen herkesin değil, belirlenen eğitim ve meslek standartlarını sağlayanların istihdam edilmesi yönünde yasal düzenlemeler ihtiyaç vardır. Ülkede turist rehberi olmak için üniversitenin rehberlik bölümünden mezun olmak ya da resepsiyonda çalışmak için turizm eğitimi almış olmak gerekmemektedir. Bunun sonucu olarak da sektörde hizmet kalitesi dünya standartlarının altında kalmaktadır. Bir diğer sorun turizm işletme sahiplerinin turizm okullarından mezun olan öğrencilerin uygulama konusundaki eksikliklerinden memnun olmamalarıdır. Dolayısıyla meslek standartlarının yanında üniversitelerdeki turizm bölümlerinin uygulamalı yaklaşımı benimseyen bir eğitim sistemine kavuşturulmasına da ihtiyaç vardır.

Kırgızistan yaşadığı büyük toplumsal olayların dışarıda sebep olduğu olumsuz imaj algısı silebilmesi için turist gönderen pazarlarda müşteri odaklı bir strateji izleyerek tutundurma metotlarını en etkin bir şekilde kullanmalıdır. Özellikle ülkede turizm politikası olarak turistleri ülkelerinde ağırlamaya hazır oldukları konusunda turist gönderen ülkelerdeki ajanslarla çalışmaya ağırlık verilmelidir. Batılı turistler için bu coğrafya bir bilinmeyendir ve bilinmeyen bu denklemin anlatılması batılı pazarlama uzmanlarının ağızıyla olmalıdır. Çünkü

bir turist gideceği ülkeyi seçerken kendi ülke vatandaşının kurduğu ve güven sağlamış bir tur operatörünün tavsiyesine önem vermektedir. Bu nedenle Kırgızistan'nın tanıtımında görev alacak profesyoneller hedef pazarın vatandaşı olmalı ancak tanıtım konusunda Kırgız gibi düşünmeleri sağlanmalıdır. Profesyonel ajanslar ve ülke ateşelerinin organizeli çalışmaları ve yerel halkla kuracakları iletişim Kırgızistan hakkındaki algıların değişmesinde önemli rol oynayacaktır.

Bu ülke alternatif turizm kaynakları bakımından zengindir ancak dünya turizm gelirlerinden hak ettiği ölçüde yararlanamamaktadır. Bu nedenle hem hükümetlere hem de yerel turizm girişimcilerine önemli görevler düşmektedir. Bu bağlamda ülkenin standları turistik fuarlarda yer alarak yabancı partnerlere ülkedeki istikrar, sahip olunan güzellikler ve Kırgız halkının misafirperverliği anlatılmalıdır. Diğer yandan pek çok ülkenin yaptığı gibi turist gönderen ülkelerdeki tur operatörleri, okuyucu ve izleyicileri üzerinde etkili basın mensupları, program yapımcıları ülkeye davet edilerek haber yapımları sağlanmalı, uluslararası yazılı ve görsel basında yayınlamak için belgeseller hazırlattırılmalıdır.

Ülkenin turist deposu ülkelere uzaklığı ve tanınmış uluslararası havayolu şirketlerinin tarifeli uçuşlarının çok az ve olanların da aktarmalı gerçekleşmesi ülkeye gelmek isteyenler açısından önemli bir sorundur. Bu nedenle Avrupa'dan aktarmasız uçak seferlerinin yapılabilmesi için şartlar zorlanmalı ve bunun öncesinde de Manas Havaalanı uluslararası standartlara uygun olarak modernize edilmelidir.

Ülkede faaliyet gösteren ulusal ve uluslararası 52 tane üniversitenin ülkenin tanıtımına katkısı sağlanmalı bu bağlamda bu üniversitelerin Kırgızista'a turist gönderme potansiyeli olan ülke üniversiteleri ile ortak çalıştay yapımları ve uluslararası dergilerde Kırgız turizmi ile ilgili yayınlar yapımları sağlanmalıdır.

Ülke konaklama fiyatları açısından oldukça pahalı bir ülkedir. Otel konaklama ücretleri turizmde marka olmayı başarmış pek çok ülkelerden daha ucuz değildir. Mesafe uzaklığı nedeniyle artan ulaşım gideri de düşünüldüğünde ülkeye gelecek turistler açısından maliyetler caydırıcı olmaktadır. Özellikle turistlerin kalmayı tercih ettikleri 4 ve 5 yıldızlı otellerin sayısının az olması ve bunların tamamında başkentte bulunması arz ve talep dengesini talebin aleyhine bozmakta dolayısıyla fiyatlar yüksek olmaktadır. Bunun için ülkede 4 ve 5 yıldızlı otellerin sayısının artırılması teşvik edilmeli ve kaliteli otellerin hep başkent Bişkek'te toplanması yerine destinasyonlara yakın yerlere yönlendirilmesi yönünde özel çaba sarfedilmelidir.

## Kaynakça

- Aleksandrov, B. (2010). Туманные перспективы сезона 2011 года. Бишкек: Сборник Туризм Кыргызстана No:6
- Brayley, R. & Var, T. (1992). "Canadian Perceptions of Tourism's Influence on Economic and Social Conditions", **Annals of Tourism Research**, Vol.16, Nu. 4, New York: Pergamon Press Ltd
- Berber, Ş. (2003). "Sosyal Değişme Katalizörü Olarak Turizm Ve Etkileri", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9, 205-222.
- Çegirtkeyeva, A. (2011) Kırgızistan Turizm Dağıtım Sisteminin İncelenmesi, Bişkek: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm ve Otelci Y.O Bitirme Tezi.
- Erdem, B. ve Kabakçı, E. (2004). "Otel İşletmelerinde İnternet Üzerinden İşe Alım (E-İşe Alım) Üzerine Ampirik Bir Araştırma", **3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi**, Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F.25-26 Kasım 2004, Eskişehir, s.119-131.
- Joldoshev, A. (2007). Bağımsızlık Sonrası Kırgızistan Ekonomisi Ekonomik Yapıda ve Emek Piyasasındaki Gelişmeler, <http://www.belgeler.com/blg/15rt/baımsızlık-sonrası-kırgızistan-ekonomisi-ekonomik-yapıda-ve-emek-piyasasındaki-gelişmeler-economy->

of-kyrgyzstan-after-the-independence-development-on-the-economical-structure-and-labor-market: (27.02.2013)

- Kaparov, M. (2001). **Turizmin Gelişmesi Bağımsız Kırgızistan, Düşümler ve Çözümler.** (Gürsoy Naskali, E.Derl.) Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, 2692, Türk Dünyası Edebiyatı Dizisi, 72.
- Kencebayev, B. (2006). **Влияние Политических Процессов на Развитие Туризма, Кыргызстана**
- Kırgızistan Milli İstatistik Komitesi, (2001).
- Kırgızistan Milli İstatistik Komitesi,(2000 –2011).
- Kırgızistan Milli İstatistik Komitesi,(2007–2011).
- Kızılcılık S. , Ergen Y. (1986). **Açıklamalı Sosyoloji Sözlüğü**, Saray Kitabevi, İZMİR.
- Komissarov, B. (2010). **Основные проблемы туристической отрасли, Кыргызстана** KUIK: Kırgızistan Ulusal İstatistik Komitesi,(2009).Turizm ve Kırgızstane, Bişkek
- Küçük, A. (2011). **Kırgızistan’da Turizm Pazarlama Stratejileri ve Otel İşletmelerinde Uygulama Yöntemleri**, Bişkek:Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi,TOYO Bitirme Tezi
- Yalçınkaya, T. (2014). <http://www.turizmdunyasi.com.tr/arsiv/yazi/120-rezervasyonlarin-yuzde-40i-mobil-yapiliyor> (11.04.2014)
- Yusupov, K. (2010). **Ekonominin Kalkınmasında Turizmin Önemi**, Bişkek: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, TOYO Bitirme Tezi

### Web Adresleri

<http://aynurgursoy.blogcu.com/turizmde-teknoloji-devri/9887650>, (27.06.13).

<http://www.ebmhaber.com.tr /detay /44997/devrimden-sonra-giza-piramitleri-ilgi-bekliyor.htm>(01.04.2013)

<http://asiapacific.unwto.org/en/content/unwto-supports-japan-tourism-recovery>. (22.05.2013)

<http://www.iaau.edu.kg/aas/AAS51.pdf# page=172>. (15.04.2013)

<http://issikkolu.tr.gg/Turizm-%C7e%FEitleri.htm>. (11.04.2013)

<http://unesco.org>. (20.05.2013)

<http://e-sosyoloji.blogspot.com/2008/09/toplumsal-olay-ve-olgu.html> (26.05.2013)

[http://www.odugvo.k12.tr/ diger/ webue/dersler/felsefe\\_grubu /Sosyoloji/sosyoloji\\_Ck/1\\_Sosyoloji\\_tanimi.pdf](http://www.odugvo.k12.tr/ diger/ webue/dersler/felsefe_grubu /Sosyoloji/sosyoloji_Ck/1_Sosyoloji_tanimi.pdf). (03.02.2013)

[http://www.meb.gov.tr /aok/aok\\_kitaplar/AolKitaplar/Sosyoloji\\_2/2.pdf](http://www.meb.gov.tr /aok/aok_kitaplar/AolKitaplar/Sosyoloji_2/2.pdf). (27.03.2013)

### EXTENDED ABSTRACT:

Tourism has positive effects on establishing relationships, reaching the world peace and creating safe environments in the countries. However, tourism is a sector that has high demand elasticity. This is because products of tourism are not basic consumption materials, and their alternatives are available in many different markets. In this regard, tourism is one of the most and fastest-affected sectors by all kinds of events and changes within the country and in the neighboring countries. Therefore, maintaining the presence of tourism in a country for a long time depends on the continuation of internal security and political stability of the

country. There have been significant losses in the tourism sector of the countries where these processes were interrupted. One of the leading factors affecting a country's tourism is social events.

In many parts of the world based on various reasons uprisings occurring in the outside world in terms of life and property safety are caused negative perceptions. Negative perception of that country which is a cause of being alternative. Because of the low cease to be an alternative of losing tourists and the economy of that country means losing revenue. Many countries in the world have been confronted with this situation. One of those countries is Kirghizistan that it can said about its it is the most democratic countries in Central Asia.

In this study, social events taking place in the country with the relationship between the number of tourists coming to the country by taking out the example of Kyrgyzstan were discussed. The purpose of this study, occurring in Kyrgyzstan certain period of social events is to investigate the impact on tourism in the country and is to emphasize the importance of stability for tourism in the country.

As a result of research conducted; after the four major revolution in Kyrgyzstan number of tourist arrivals decline by up to 70 to 80% was observed.

Kyrgyzstan, as soon as possible after each event has been able to compensate for the loss in tourism but After each event has since been restored and reinstated in tourism therefore in the economy has experienced significant losses. However, tourism is locomotive of the booming Kyrgyz economy. The revolution in the country lost one of the most important events too the negative image is the perception of the outside world. Indeed, it is not easy to regain the positive image disappears.

However, important social events in Kyrgyzstan and the threat of an attack on tourists during the perception did not occur. To rectify this situation in terms of negative perceptions of the outside world is an important advantage. Because of Kyrgyzstan and its rich natural tourism resources can provide in a short time after the revolution thanks to political stability and tourism in Kyrgyzstan soon to make up for the losses in the outside world as well as the negative perception towards advancing with sure steps are reversed. Matter of fact The future of Kyrgyzstan, Singapore, Malaysia, Korea or Turkey in tourism as countries reached a certain level of success that can come to is a country with rich tourism potential and Kyrgyzstan in terms of natural and cultural heritage is richer than many countries. The country's most important need investors can see the future and ensuring the security of life and property of the tourists is political stability.

# DEMOKRAT PARTİ (DP) DÖNEMİNDE TÜRKİYE’DE ORMAN POLİTİKALARI (1950-1960)

Nadir YURTOĞLU\*

## Özet:

Tek Parti Yönetiminin 8 Şubat 1937 tarihinde çıkardığı 3116 sayılı Orman Kanunu başta olmak üzere çıkarılan ormanlarla ilgili diğer kanunlar Cumhuriyet Döneminde orman rejimine yaklaşımın ilk adımını atmışsa da bu kanunlar rasyonel anlamda halkın ihtiyacını temin etmede yetersiz kalmıştır. Bu nedenle, ormanlarla ilgili beklenen yasal düzenleme 31 Ağustos 1956 tarihinde kabul edilen 119 madde ve beş geçici maddeden oluşan 6831 sayılı Orman Kanunu’ olmuştur. Kanun, ormanların tarifi, taksimi, idare ve denetimi konularında geniş çaplı temel önlemler ortaya koyarak bu konuda meydana gelen boşluğu kapatmıştır.

DP yönetimi, parti programının 66-70 maddelerini ormancılık politikasına ayırmış, birinci, ikinci ve üçüncü hükümet programlarında da orman politikalarına geniş yer vermiştir. Türkiye’de ormancılığın inkişafını engelleyen birçok olumsuz etkene rağmen, DP yönetimi ormanların korunması ve geliştirilmesine yönelik çeşitli çabalara girmiştir. Öncelikle ormanların yangından korunması hedeflenmiş, ağaçlandırma ve orman yollarının inşası çalışmalarına da önem verilerek ormanların inkişafı gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, bu çalışmaların orman endüstrisi alanında da kendini göstermesini bu dönemde elde edilen orman ürünlerinin miktar artış rakamlarından anlıyoruz. Bu çalışmada DP’nin iktidarda kaldığı 1950 ile 1960 yılları arasında Türkiye’de uyguladığı orman politikaları ele alınmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Demokrat Parti, Orman Politikası, Orman Kanunu

**Jel Kodu:** Q51

## FOREST POLICIES IN TURKEY DURING THE DEMOCRAT PARTY (DP) PERIOD (1950-1960)

### Abstract:

Although laws about forests, the Forest Law numbered 3116 made by the single-party rule on the 8<sup>th</sup> of February 1937 being in the first place, were the first steps of approach to forest regime in the Republic Period, these laws failed to satisfy the needs of people rationally. Thus, the anticipated legal regulation concerning forests came true on the 31<sup>st</sup> of August 1956 when the Forest Law numbered 6831 consisting of 119 articles and five provisional clauses was accepted. This law introduced extensive basic measures in the matters of description, distribution, management, and control of the forests, thereby eliminating the gap in this matter.

The Democrat Party (DP) allocated the articles 66 to 70 of the party programme for forestry policy, and gave wide coverage to forest policies in the first, second, and third government programmes. Though there were many negative factors preventing the growth of forestry in

---

\* Öğr. Gör. Dr. Kastamonu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, İlköğretim Bölümü, Sosyal Bilgiler Anabilim Dalı, nyurtoglu@kastamonu.edu.tr

Turkey, DP made various attempts for protecting and growing forests. Firstly, an attempt was made to protect forests from fire. The development of forests was ensured by attaching importance to afforestation and the construction of forest roads. In addition, increase in the amount of forestry products obtained in that period indicates that the above-mentioned efforts manifested themselves in the field of forest industry. The present study focused on the forest policies implemented by DP between 1950 and 1960 when it remained in power.

**Key Words:** Democrat Party, Forest Policy, Forest Law

**Jel Code:** Q51

## Giriş

Doğal olarak yetişen veya emekle yetiştirilen, herhangi bir orman ürününü veren ya da verecek olan çok sayıda ağaçların bir araya gelmesinden müteşekkil ağaç topluluğuna yerleriyle birlikte orman denir (TBMMKD, 1956: 1431);(BCA, Fon No: 30 1 0 0-Kutu No:80-Dosya No:508-Sıra No: 3). Orman sahası itibariyle, sayılamayacak kadar ağaçları ihtiva ettiğinden bu ağaçların kapladığı arazide o denli geniş ve büyük olmuştur. Kuru ormanları ve baltalık ormanlar biçiminde iki kısma ayrılan ormanlardan en değerli olanı kerestelik alanda kullanılması ve uzun, kalın, düzgün gövdeli ağaçları barındırması hasebiyle koru ormanlarıdır. Kök ve gövde sürgünlerinin büyümesiyle yapraklı ağaçlardan meydana gelen baltalık ormanlar ise 15 ile 30 yaş arasında kesilerek yakacak ve kömür odunu halinde kullanılmıştır (Asmaz ve Seren, 1954: 20-21).

Geçmişten itibaren Anadolu'nun her parçasında tarihi orman izlerine rastlanmaktadır. Doğanın hemen her köşesine gizlenmiş dar yapılarıyla bu gerçeğe işaret eden ulu ve kutsal nitelikli bu ağaç kümeleri orman davasının adeta nirengileri durumunda yer almıştır. Eski devirlerden bu yana Türkiye'de bir avuç toprak kazanmak için hiç de az orman sökülmemiş, ağaç yakılmamıştır. Büyük ihmalin kurbanı olarak, balta ve ateşin elinden kurtulabilen bu ağaçlar, sarp dağlara, derin vadilere gizlenmelerine rağmen, orman avcıları hâlâ bunları kovalayıp durmuştur (Toker, 1946: 11-12).

Türkiye'nin coğrafi durumunun orman yetiştirmesine elverişli olmamasına rağmen üç tarafının deniz ve dağlarla çevrili bulunması bu elverişsizliği bir dereceye kadar telafi etmiştir. Ormanlarımız, Karadeniz ve Akdeniz kıyılarında 50-150 km genişliğinde bir şerit halinde sahili takip etmiştir. Marmara ve özellikle Ege bölgesinde dağlar ve vadiler sahillere dik olarak uzandığından bu uzantı kıyılardan 400 km içerilere kadar sokulabilmiştir (Tarım Dergisi, 1952: 43).

Türkiye'de Cumhuriyet döneminden itibaren orman varlığının geliştirilmesi yolunda alınan kararlar ve uygulanan politikalar iktidar partilerinin parti ve hükümet programlarında önemli ölçüde yer bulmuştur. Çevresel etkileri yanı sıra bilhassa yağın yağmurun sele dönüşmesini engelleyerek erozyona mani olan ormanlar, bu sayede tarım arazilerini ve toprak servetini korumayı temin etmiştir.

Bu çalışmada, DP'nin iktidara geldiği 14 Mayıs 1950 tarihinden askeri darbe ile iktidardan uzaklaştırıldığı 27 Mayıs 1960 tarihine kadar uyguladığı orman politikalarını temel kaynaklardan yararlanılmak suretiyle incelenmektedir. Bu amaçla izlenen bölümde DP öncesi yürürlüğe giren orman kanunları ve orman faaliyetlerine kısa bir bakış, DP döneminde uygulanan ormancılık faaliyetleri, DP dönemi ormancılığın gelişimine engel olan bazı faktörler ve buna karşı alternatif önlemler ele alınacak bu suretle DP'nin takip ettiği orman politikalarına dayanak oluşturan kurumsal ve kanunla ilgili düzenlemeler ortaya konulacak ve bu düzenlemeler DP'nin orman politikasını daha iyi anlamamıza yardımcı olacaktır.



## 1.DP Öncesi Yürürlüğe Giren Orman Kanunları ve Orman Faaliyetlerine Kısa Bir Bakış

Birçok bakımdan doğanın ekolojik dengesini korumada mihenk taşı kabul edilmesi hasebiyle tarihin hemen her döneminde önemini koruyan ormanlar, yağın yağmurun sele dönüşmesine engel olarak suyun toprak üzerinde muhafazasına yardım etmiş, buharlaşmayı azaltarak su akışlarını düzenlemiş ve erozyonu önleyerek toprak servetini korumuştur (Cillov, 1965:240).

Tek Parti Yönetimi tarafından 8 Şubat 1937 tarihinde çıkarılan 136 madde ve 8 geçici maddeden oluşan 3116 sayılı *Orman Kanunu*'yla, Cumhuriyet döneminde orman rejimine yaklaşımın ilk adımı atılmıştır (TBMMKD, 1937: 186-205);(Resmi Gazete, 18 Şubat 1937). Bu kanun ile ormanların devlet tarafından işletileceği ilkesi getirilmiş, bu işletmeciliğinin ise Tarım Bakanlığı'na bağlı Orman Genel Müdürlüğü tarafından yürütüleceği öngörülmüştür (Taraklı, 1990: 19). Ayrıca, bu kanunun 40. maddesine göre Bakanlar Kurulu'nca karar verilmek koşuluyla, ormanların orman idaresiyle, millî sermayeli Türk şirketleri veya millî bankalar tarafından müştereken işletilebileceği uygun görülmüştür (TBMMKD, 1937: 191); (Resmi Gazete, 18 Şubat 1937).

8 yıl aradan sonra orman rejimi konusunda kabul edilen 9 Temmuz 1945 tarih ve 4785 sayılı *Orman Kanunu'na Bazı Hükümler Eklenmesine ve Bu Kanunu'nun Birinci Maddesinde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun*'la orman rejiminin temelden değişikliğe uğradığına şahit olmaktayız. Bu maddeye göre, kanunun yürürlüğe girdiği tarihte var olan gerçek veya tüzel, özel kişilere vakıflara ve köy, belediye, özel idare, kamu tüzel kişiliklerine ilişkin bütün ormanlar devletleştirilmiştir (TBMMKD, 1945: 816);(Resmi Gazete, 13 Temmuz 1945); (Taraklı, 1990: 20).

Ormanlarla ilgili kanuni düzenlemelere ilerleyen yıllarda devam edilerek yeniliklere gidilmiştir. 24 Mart 1950 tarih ve 5658 sayılı Yasa bu düzenlemelerden biri olarak kabul edilmiştir. Bu yasayla 4785 sayılı Kanunla devletleştirilmiş orman kapsamına alınan ancak devlet ormanları içinde olmayan ve etrafı tarla, bağ ve bahçe gibi kültür arazisi, özel orman, şehir, kasaba, köy merası ve Orman Kanunu'nun birinci maddesine göre orman sayılmayan yerlerle çevrili olmak şartıyla, devlet ormanlarından tamamen ayrılmış bulunan, köy, belediye tüzel kişiliklerine ve gerçek kişilere ait ormanlar, sahipleri ve mirasçıları istedikleri takdirde geri verileceği öngörülmüştür (TBMMKD, 1950: 1411);(Resmi Gazete, 31 Mart 1950); (Taraklı, 1990: 20-21).

Ormanlarla ilgili gerçekleştirilen çalışmalara rağmen, halkın ihtiyacına cevap verebilecek nitelikte kapsamlı bir orman kanunu çıkarılamamıştır. Buna rağmen, orman ve ağaç sevgisine yönelik faaliyetlere ise devam edilmiştir. 1946 yılının nisan ayında Ankara'da yapılan ağaç bayramı etkinlikleri bunlardan biridir. Çalışma Bakanı Sadi İrmak, Halkevi adına Köycülük Şubesi Başkanı H. Sezai Erkut, Orman Fidanlığı Müdürü Kâzım Mihçioğlu ve Sincan köyünden gelen köylüler başta yer almak üzere binlerce vatandaşın iştirak ettiği bu bayram etkinliklerinde 3.290 meyvesiz fidan dikilmiştir (Olca, 1946: 24).

Ayrıca, 1948 yılında Türkiye ormanlarında bir tetkik gezisi yapan İsviçreli bilim adamı Prof. Dr. M. Neuslund, ormanlarla ilgili gözlemlerinde bilhassa memleket taksasyonu (sınıflandırma) üzerinde ısrarla durmuş, İsviçre Araştırma Enstitüsü'nün iki görevinden birini memleket orman taksasyonu olarak vasıflandırmıştır (Atakan, 1953: 35).

## 2.DP Dönemi Ormanlık Faaliyetleri

DP'nin 7 Ocak 1946 tarihinde kurulmasıyla yürürlüğe koyduğu Parti Programına orman işleri ile ilgili bazı maddeler de dâhil edilmiştir. DP Programınının 66. maddesine göre milli servetin büyük ve önemli bir kısmını teşkil eden ormanların korunma ve geliştirilmesi, devletin daima

büyük titizlikle üzerinde duracağı bir konu olarak kabul edilmiştir. Aynı programın 67. maddesine göre de köylü kesiminin kereste, odun, kömür ihtiyacının zamanında ve gerekli miktarda ucuz olarak temin edebilmesi ve bu işlerde köylünün vasıtalarından da faydalanılması, köylü halkı rahatlatacak ve devlet orman işletmelerinin işlerini ve masraflarını hafifletecek tedbirler olarak görülmüştür (DP Programı, 1946: 19-20).

Tek Parti Yönetiminin uyguladığı orman politikasını halkın ihtiyacına cevap veremediğini gerekçesiyle tenkit eden DP yönetiminin, iktidara gelmesiyle bu politikaları değiştirecekleri belliydi. Nitekim, 14 Mayıs 1950 genel seçim zaferi ardından 29 Mayıs'ta Menderes tarafından TBMM'de açıklanan İlk Hükümet Programı bu düşüncüyü doğrular nitelikte işaretlerini vermiştir. Adnan Menderes, 29 Mayıs 1950 tarihinde I. Hükümet Programı'nı açıklarken mevcut orman mevzuatını tenkit ederek bu konuyla ilgili düşüncelerinde şu sözlere yer vermiştir: *“Orman meselesine gelince; derhal ve katıyetle söyleyelim ki, bugünkü sisteme behemehâl son vereceğiz. Çünkü bugünkü sistem ormanların muhafaza için büyük fedakârlıkları istilzam etmekte, öteden beri ormanla alakalı milyonlarca vatandaşımızı mahrum ve meyas bir halde yaşatmakta ve bütün orman mahsullerini çok pahalıya mal olması neticesini vermektedir. Diğer taraftan da bugünkü orman mevzuatı halkla hükümet arasında derin bir sevgisizlik yaratmakta çeşitli ahlaki zaafılara ve her türlü kötülöklere zemin teşkil etmektedir.”* (TBMMTD, 1950: 28-29);(Akşam 30 Mayıs 1950); (Arar, 1968: 220); (Sükan, 1991: 10).

30 Mart 1951 tarihinde İkinci Hükümet Programı'nı izah ederken zamanına kadar izlenen ormancılık politikasını eleştirmeyi sürdüren ve bu durumu değiştirecek kanun tasarısı çalışmalarının TBMM'ne intikal edeceği müjdesini veren Menderes, bu hususla ilgili şu sözlere değinmiştir: *“Şimdiye kadar tatbik olunan ormancılık politikasının, memlekette fayda ve halka refah sağlamaktan ziyade yurt ve yurttaş için bir ızdırıp kaynağı olduğunu göz önünde tutarak hazırladığımız kanun tasarısı önümüzdeki günlerde Büyük Meclise takdim edilmiş bulunacaktır.”*<sup>4</sup> *Bu kanun tasarısı haklı şikâyet mevzularını halledecek, ormancılık tatbikatına, memleket ve halk menfaatine, ormanın korunmasına, kalkınmaları orman mahsulatına bağlı vatandaşların yakacak ve pazar ihtiyaçlarını temine yarayacak hükümleri ihtiva etmektedir.”*(TBMMTD, 1951: 64);(Milliyet 31 Mart 1951);(Arar, 1968: 220);(Sükan, 1991: 60).

Menderes, 24 Mayıs 1954 tarihinde TBMM'ne sunduğu Üçüncü Hükümet Programı ile ilgili yaptığı konuşmada orman kanununu çıkaramamanın teessürü içerisinde ifadelerini şu şekilde sürdürmüştür: *“Ormanlarımızın mevzuunda teessürle kaydedeceğimiz cihet, yeni orman kanununun geçen devreye çıkarılamamış olmasıdır. Ancak iktidara geldiğimiz günden itibaren mevcut kanunun halkımız aleyhinde olan tatbikatını hafifletmiş, hâd bir halde bulunan umumi şikâyeti kanun değişmemiş olduğu halde asgari hadde indirmiş bulunuyoruz. Kanunu süratle çıkarmak yüksek heyetinize mevdu bir keyfiyet olduğu gibi önümüzdeki yıllarda memleket ormancılığını kıymetlendirmek için gereken tedbirleri peyderpey almakta devam edeceğiz.”* (TBMMZC, 1954: 31);(Arar, 1968: 268);( Sükan, 1991: 175).

Nihayet, ormanlarla ilgili beklenen yasal düzenleme 31 Ağustos 1956 tarihinde kabul edilen 119 madde ve beş geçici maddeden oluşan geniş kapsamlı 6831 sayılı *Orman Kanunu*yla gerçekleşmiştir (TBMMKD, 1956: 1431-1453);(Resmi Gazete, 8 Eylül 1956). Bu kanunla 3116 ve 5653 sayılı yasa yürürlükten kaldırılmıştır. 6831 sayılı Orman Kanunu'nun 1. maddesiyle orman sayılamayacak yerlerin geniş bir biçimde tanımı yapılmıştır (Taraklı, 1990: 21) Yasa, ormanların tarifî, taksimi, idare ve denetimi konularında temel önlemler ortaya

<sup>4</sup>1952 yılında Tarım Bakanlığı İhtisas Komisyonunca Orman Kanunu tasarısının hazırlanmasında göz önünde tutulması gereken prensipler tespit edilmiştir. **BCA**, Fon No: 30 1 0 0-Kutu No: 80-Dosya No: 508-Sıra No: 3.

koymuştur. Bu yasanın verdiği kolaylıkla orman köylerinin kalkınması amacıyla Ziraat Bankası'nın sermayesine yirmi yıl süreyle miktarı 50 milyon liranın altında olmamak koşuluyla ödenek konulması zarureti getirilmiştir (Albayrak, 2004: 339).

Genel yönetim anlayışı icabı Devlet Orman İşletmeciliği kuralları geçerli ormanlar, Tarım Bakanlığı'na bağlı, hükmi şahsiyeti haiz, merkez kuruluşunda bir fen heyeti ile gerekli idare, teknik ve işletme şubeleri bulunan Orman Genel Müdürlüğü'nce idare edilmiştir. Orman Genel Müdürlüğü ademi merkezîyet ve idare biçimine göre faaliyet göstererek halkın ihtiyaç ve dileklerini zamanında ve hızla yerine getirebilmek için ülkede 15 başmüdürlük ihdas etmiştir (Tarım Dergisi, 1952: 44).

4 Haziran 1937 tarih ve 3204 sayılı Yasa ile kurulan Orman Genel Müdürlüğü, ülke ormanlarını korumak, işletmek, imar etmek, yeniden orman yetiştirme işleri yapmak ve orman verimlerini çoğaltmak ve bu görevlerin yerine getirilmesi için gerekli müesseseleri kurmak, fen adamları yetiştirmek ve özel kanunlarla verilen görevleri ve ormanla ilgili hizmetleri yerine getirmekle yetkili Ziraat Vekâleti'ne bağlı bir kuruluş olarak orman işletmeciliğini en iyi şekilde yerine getirmeye çalışmıştır (TBMMKD, 1937: 867);( Resmi Gazete, 14 Haziran 1937);(Tarım Dergisi, 1952: 44);(Zincirli, 1994: 16).

Tarım Bakanlığı ülkede ormancılığın içinde bulunduğu geri durumdan kurtulması için bir takım yeni çalışmalara teşebbüs etmiştir. Bu çalışmalardan biri bakanlığın talebi üzerine İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi'yle işbirliğine gidilerek ve akademisyenlerin yardımına müracaat edilerek, ormanların korunması ve geliştirilmesine yönelik önem arz eden ve Türk Ekonomisi Dergisi tarafından kısaltılarak yayınlanan ormancılıkla ilgili 21 maddelik bir rapor hazırlaması olmuştur (Tataç, 1951: 26).

## **2.1. Ormanların Korunması ve Geliştirilmesine Yönelik Faaliyetler**

Ormanların korunması Cumhurbaşkanı Celal Bayar'ın da önemle üzerinde durduğu konulardan biri haline gelmiştir. Ormanların korunmasını rasyonel bir üretim ve istifade yöntemiyle ilişkilendiren Celal Bayar, bunun gerçekleşmesi için yurttaşlarla işbirliğine gidilmesinin lüzumunu gerekli görmüştür (TBMMTD, 1952: 9).

Ormanı olmayan ülkelerde tarımın bir step manzarası arz ettiğini ifade eden Tarım Bakanı Nedim Ökmen, Türkiye'de bu durumun Orta Anadolu'da yaşandığını ve bu bölgedeki verimsizliğin köylünün bütün çalışmalarını boşa çıkardığını sözlerine ilave ederek ülkenin içinde bulunduğu bu durumdan yakınmıştır (Tataç, 1951: 182).

Bu bakımından, memleketin refahı ve halkın varlığı yanı sıra bilhassa sert ve şiddetli bir iklimin kuraklığıyla kavruken Küçük Asya yaylalarında ikamet edenler için ormanların, korunması ve ihyası hayati derecede bir ehemmiyet arz etmiştir (Yund, 1953: 47).

Tarım Vekâleti ülke ormancılığının korunması ve daha da geliştirilmesi için önemli bazı kararlar almıştır. Ülkedeki bütün orman teşkilatına bir genelge ile bildirilen bu kararlardan biri de, içinde ve civarında bir köy bulunmadığı için hiçbir zarara uğramamış ormanlarla korunması kolay olan ormanların tespit edilerek bakım, imar ve işletme çerçevesi içine alınmasının temin edilmesi olmuştur. Türkiye'de 500 bin hektar olduğu tahmin edilen bu tür ormanların hektar başına yıllık artışı bir metreküptür ki bu oran Orta Avrupa ormanlarına oranla onda bir olarak hesaplanmıştır. 1954 yılında, her orman başmüdürlüğü kendi mıntıkası içinde 100 hektarlık bir alanda hazırlanan program gereğince ıslahata başlayacaktır (Tataç, 1953: 309). Ekonomik ve sosyal alanda büyük faydaları ve önemli etkileri göze çarpan ormanların korunması ve geliştirilmesi yolundaki çalışmaların bütün devletçe desteklendiği bilinmektedir (TBMMZC, 1955: 9).

Cumhurbaşkanı Celal Bayar, TBMM'nin 11. Dönem Üçüncü Toplantı yılının açılış konuşmasında ormanların tahribi ile ilgili şu sözlere yer vermiştir. *“Ormanlarımızın uzun yıllar boyunca tahribe uğradığına, bu yüzden memleketimizin yakın bir gelecekte ağaçsız kalmaya mahkûm olduğuna dair söylentiler, vatandaşlar üzerinde endişe uyandırmıştır. Bugün, artık böyle bir endişeden kendimizi kurtarmamızın zamanı gelmiştir. Hükümetçe ve milletlerarası ekiplerce son defa yapılan ilmi tetkikler, Türkiye'deki ormanların, orman yollarının inşaaı ve nakil vasıtalarının temini halinde yalnız memleket ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayarak, aynı zamanda yeni ve mühim ihraç imkânı sağlayacak genişlikte olduğunu ortaya koymuştur.”* (TBMMZC, 1959: 8).

Ayrıca, Orman Genel Müdürlüğü, ilkokul öğrencilerine ormancılık bilgisi öğretmek onlara ağaç ve orman sevgisini aşılacak maksadıyla içerisinde ormancılık konusunda dört adet çeşitli renkte afiş, beş adet renkli broşür, orman yayınları pulu, kurutma kâğıdı ve bir de şiir kitabı bulunan bir eğitim dosyası hazırlayarak başta Bolu, Zonguldak, Ankara ve Çankırı illeri olmak üzere bütün ilkokullara dağıtmıştır (Zafer 5 Mart 1955).

1957 yılında ormancılığın 100. yıl dönümü münasebetiyle kutlama çalışmaları için Orman Genel Müdürlüğü, Orman Fakültesi, Türkiye Ormanlılar Cemiyeti, Orman Fakültesi Talebe Cemiyeti, Orman Mühendisleri Odası ve diğer cemiyet ve teşekküller kendi bünyelerinde oluşturdukları komite ile faaliyet programını hazırlamada çaba harcamışlardır (Bülten, 1956: 11).

### **2.1.1. Ormanları Yangından Koruma, Araştırma ve Ağaçlandırma Çalışmaları ve Orman Yolları Yapım Faaliyetleri**

DP döneminde ormanların yangından korunma, ağaçlandırma ve orman yollarını inşaaı işleri üzerinde bilhassa ciddiyetle durulmuştur. Özellikle, iklim bakımından büyük bir tehlike arz eden Güney Anadolu Bölgesi yangın kuleleri ile donatılmış, mücadele ekipleri telsizle teçhiz edilmiştir. Yangınların yoğun yaşandığı dönemlerde ormanlar daima gözetim altında bulundurulmuş, motorlu yangın söndürme ekipleri hali hazırda kullanılmıştır. Orman yangınlarına karşı alınan bu tedbirler sayesinde yangınların sayı ve alan bakımından miktarında önemli oranda azalmalar gerçekleşmiştir (TBMMZC, 1959: 8-9).

Ülkenin orman varlığının azlığı sebebiyle ağaçlandırma çalışmalarına önem veren DP hükümetinin Tarım Bakanlığı 1950-1952 yılları ortalamasına göre her yıl 2.145 hektar alana 18.000 kilo orman ağacı tohumu ekmesi yanı sıra 913.000 fidan da dikmiştir. Ayrıca, köy ve belediyelerle diğer bazı resmi kurumlar ve özel şahıslara 1.849.500 adet fidan dağıtılmıştır (Tarım Dergisi, 1952: 44). Bu ağaçlandırma çalışmalarının Anadolu'nun orta yaylalarını da içine alan birçok yerinde başladığı bilinmektedir. Devletin ormancılık alanında yaptığı geleceğe yönelik ağaçlandırma faaliyetleri köylü vatandaşlar tarafından tam ve gerçek manada desteklenmiştir (Bilbaşar, 1952: 41).

Tarım Bakanlığı, ormancılık konusunda yaptığı çalışmalara bir yenisini daha ekleyerek rasyonel bir ormancılık kurulmasına esas olacak ve iklim farklılıklarına göre ihtiyaçları karşılayacak bir orman araştırma istasyonunu Bolu'da kurmuştur. Karabük'te Büyükdüz, Kızılcahamam'da Çamkoru, Adapazarı'nda Süleymaniye ormanları tecrübe ormanı olarak belirlenmiş ve Orman Araştırma Müdürlüğü'ne bağlanmıştır (Tataç, 1953: 24). Tarım Bakanlığı, Orman Genel Müdürlüğü tecrübe ormanları oluşturmasının yanı sıra ülkede bulunan 25 adet orman fidanlığını, gittikçe artan fidan istek ve ihtiyaçlarını temin edecek şekilde geliştirmeye karar vererek uygulamaya geçmiştir. Fidan türleri ihtiyacına kâfi derecede cevap vermek üzere, fidanlıkların durumu ele alınmış, yılda en az 15 milyon fidan yetiştirebilecek biçimde kapasiteleri artırılmıştır (Ziraat Dünyası, 1954: 26).

Ayrıca, 01.09.1955 tarihi itibarıyla Tarım Bakanlığı'na, Devlet Üretim Çiftlikleri ve haralarda olduğu gibi uygun orman aralarında ve orman fidanlıklarında da meyvelikler tesis edilmesine karar verilmiştir. Bunun için Orman Genel Müdürlüğü ile işbirliğine gidilerek gerekli çalışmalar başlatılmıştır (Türkiye Ziraat Mecmuası, 1955: 65).

Ormancılığın geliştirilmesi ve güçlü hale gelmesi için Türkiye'de zaman zaman ağaçlandırma seferberlikleri başlatılmış ve bu konuyla ilgili bir hayli masraf edilmiştir. Büyük emek harcanarak Karabucak'ta (Tarsus) gerçekleştirilen ağaçlandırma çalışmalarına sonraki yıllarda Dursunbey'de de (Balıkesir) iştirak edilmiş bu konuda başarılı sonuçlar alınmıştır (Alaçam, 1957: 2). Ağaçlandırma konusunda daha verimli ve süratli iş görebilmek amacıyla, Orman fidanlarının sayısı gittikçe artırılmış ve fidan üretim kapasitesi 1950 yılından itibaren sekiz yılda 12.000.000 dan 60.000.000 yükseltilmiştir (TBMMZC, 1959: 9).

Türkiye'de orman ve orman ürünlerine olan ihtiyacı karşılayabilmenin yanı sıra daha olgun ve rasyonel bir ormancılık kurulmasına hizmet etmek ve gerekli teknik esasları belirlemek üzere Ankara'da bir Ormancılık Araştırma Enstitüsü kurulmuştur. Enstitüye Birleşik Milletler Gıda ve Tarım Teşkilatı tarafından İsviçre Ormancılık Araştırma Enstitüsü bilim adamlarından Doçent Dr. Etter, uzman olarak gönderilmiştir (OMO, 1956: 9).

Tarım Bakanlığı Orman Müdürlüğüne bağlı olarak 1952 yılında Bolu'da kurulan Orman Araştırma İstasyonu'yla ülkede müstakil anlamda ormancılık araştırmasına başlanmıştır. Amenajman ve Hâsılat, Orman Koruma ve Mücadele, Ormanların Kolektif Tesirleri ve Toprak Muhafazası, Orman Ekonomisi ve Politikası, Orman Mahsullerini Kıymetlendirme ve Silvikültür ve Orman Botaniği şubeleri olmak üzere toplam altı şubede çalışmalara başlanmıştır (OMO, 1956: 9).

Türkiye'deki ormanların Batı Avrupa'daki ormanlar kadar verimli ve rasyonel hale getirilmesi için Orman işletmelerince hazırlanan projelerin, dış finansman imkânları da temin edilerek uygulanmasına başlanmıştır (TBMMZC, 1959: 8).

TBMM'nin 10. Dönem 3. Toplantı yılının açılış konuşmasında Cumhurbaşkanı Celal Bayar, içerisine girilemediğinden değerli ürünleri olduğu gibi çürümeye terk edilen ormanların rasyonel bir biçimde işletilmesi için yapılan yol çalışmalarında 1950 yılında 223 km'den ibaret olan orman yollarının 1955 yılında 1.717 km, 1956 yılında ise 3.592 km ulaştığını bildirmiştir (TBMMZC, 1956: 6). Orman yollarının yapılmasına ait uygulanan program kapsamında yol yapım çalışmalarının hızla devam edildiğini söyleyen Bayar, 1950 yılından itibaren sekiz yılda 14.000 km'lik orman yolunun faaliyete geçirildiğini ifade etmiştir. 1959 yılı sonuna kadar 3.560 km'lik yol yapım çalışmalarıyla ikinci beş yıllık programın tamamlanacağı açıklamalarıyla sözlerine devam eden Bayar, üçüncü beş yıllık programa 1960 yılında başlanacağını ve her yıl 4.000 km. orman yolu yapılacağını konuşmasına ilave etmiştir (TBMMZC, 1959: 9).

### **3. DP Döneminde Orman Varlığının Yetersizliğinin Yol Açtığı Sonuçlar ve Buna Karşı Alınan Alternatif Önlemler**

DP döneminde Anadolu'da görülen orman varlığının yetersizliği hususu tarımsal gelişmeyi olumsuz etkilemesinin yanı sıra bol ve ucuz kereste teminine de engel teşkil etmiştir. Nüfus başına harcanması gereken ortalama kereste oranıyla, Türkiye'de harcanan miktar, karşılaştırıldığı zaman, rakamlarda büyük bir fark olduğu göze çarpmaktadır. Bu bakımdan, ihtiyaç hâsılı kereste Türkiye ormanlarından temin edilmek istendiği takdirde, zaten tahrip edilmiş olan bu milli servetin tamamen yok olacağı tehlikesiyle karşı karşıya kalınacağı kabul edilmiştir (TBMMTD, 1951: 7).

Cumhurbaşkanı Celal Bayar, TBMM'nin 9. Dönem 3. Toplantı yılının açılış konuşmasında kereste ihtiyacına olan talebin artması ve buna karşı alınan tedbirler hakkında şöyle demiştir: *“Türkiye’de ekonomik ilerlemeye paralel olarak başlayan imar hareketi, kereste ihtiyacını artırmıştır. Buna karşı ormanlarımızın takatinden normal olarak istifade tedbirleri alınırken, hariçten de, gümrük resmi, mühim miktarda indirilmek suretiyle, kereste ithali teşvik olunmuştur. Geçen sene bu maksatla kabul buyurduğunuz kanunun faydası, şimdiden görülmeye başlanmıştır. Memlekette, 1951’de bütün bir sene zarfında, kırk beş bin metreküp kereste getirilmiş iken, 1952 yılının Temmuz ayına kadar ithal yükünü, kırk altı bin metreküpü bulmuştur. Sene nihayetine kadar, bu miktarın yüz bin metre küpü bulacağı tahmin olunmaktadır.”* (TBMMTD, 1952: 9).

Türkiye’de DP döneminden önce verilen 1948 yılı orman yüzölçümü rakamlarına göre 15.886.601 hektar olan orman alanlarının 3.223.117 hektarı normal kuru, 4.702.055 hektarı bozuk kuru, 2.185.757 hektarı normal baltalık, 5.775.672 hektarı bozuk baltalık olduğu tespit edilmiştir<sup>5</sup> (Adalı, 1948: 7). 1951 yılında Türkiye’de orman yüzölçümü 10.417.560 hektar olarak verilirken 1959 yılında bu rakam 10.583.687 hektara yükselmiştir (DİE, 1952: 265); (DİE, 1953: 240);(DİE, 1959: 223). Bunun 6.715.886 hektarı bozuk, 3.867.801 hektarı normal vasıfta ormanlardır (TBTPG, 1964: 179).

DP döneminde bütün ormanların kapladığı alan Türkiye genel arazisinin % 13,7 sini oluşturur iken buna karşılık dünya ormanlarının kara parçalarına oranı % 27’dir. Komşu ülkelerden Rusya’da bu oran % 39, Yugoslavya’da % 30,5, Bulgaristan’da % 28, Romanya’da % 22, Yunanistan’da % 18,5 olarak verilmektedir (Asmaz ve Seren, 1954: 76).

Arazisi dağlık olan yabancı ülkelerden İsviçre’de tarımı sel ve afetlerden korumak maksadıyla çeşitli ön tedbirler alınarak başarılı sonuçlara gidilmiştir.<sup>6</sup> Bu uygulamalardan biri ormansız iki dağ arasındaki geçitleri ağaçlandırmak suretiyle ekili arazileri vakitsiz ve yoğun bir biçimde yağın yağışlardan korumak olmuştur. Böylece, orman ziraatının sigortasıdır sözü gerçek manada yerini bulmuştur (Yund, 1956: 6).

Türkiye genel arazisinin ancak % 13,7’ sini ormanların teşkil etmesi ülkeyi ormanca, nicelik ve nitelik yönünden fakir hale getirmektedir. Gerek orman veriminin ülkenin yakıt vb. ihtiyaçlarını giderememesi, gerekse ormanların belirli çevrelerde yoğunlaşması ülke ormancılığının gelişmesini olumsuz etkilemektedir. Alan olarak orman arazisi % 33’den fazla 4 ilin bulunması ve 23 ilde de orman miktarı genel arazinin % 10’nun altında yer alması bu durumu teyit eder niteliktedir (Köylü, 1954: 9).

Türkiye’de nüfusun hızla artması ve imar hareketlerde yaşanan yoğunluk ormanlara olan ihtiyacın her geçen gün daha da artmasına vesile olmuştur. 1956 yılı itibariyle Türkiye’de ormanların senelik verim artışı 4-5 milyon metreküp olmasına rağmen odun ve yakacak vs. olarak harcama miktarı 17 milyon metreküptür (Çakıroğlu, 1956: 2).

Nüfusun artması karşısında ormanların gittikçe azalması ve yaşama düzeyinin orman mahsullerine daha çok ihtiyaç göstermesi üzerine Orman Müdürlüğü ve halk, kolay yetişen ağaçlar içinde en başta gelenlerden olan kavağa ilgi duymaya başlamıştır. Bu nedenle 1 Eylül 1955 tarih ve 9101 sayılı Resmi Gazete ’de yayınlanan Bakanlar Kurulu’nun 15. 08. 1955 gün ve 4-5698 sayılı Kararnamesi ile Türkiye Milli Kavak Komisyonu Talimatnamesi yürürlüğe girmiştir (Yund, 1955: 46-47).

<sup>5</sup>Bu rakamlar DİE rakamlarıyla karşılaştırıldığı zaman abartılı rakamlar olduğu göze çarpar.

<sup>6</sup>Ancak, Türkiye’de Orman potansiyelinin yetersizliğinin felaketlere sebebiyet verdiğini 1951 yılında Adapazarı; 1952 yılında Amasya yöresinde meydana gelen sel felaketinden anlıyoruz. Nizamoglu, **Tomurcuk**, S. 1, Ocak 1952; Faruk Şeker, **Tarım Dergisi**, C. 1, S. 3, Haziran 1952.

Türkiye’de Ormancılığın meydana getirdiği, sıkıntıların giderilmesi, mevcut ormanları imar ve ıslahı ve yeniden oluşturulması konusunda prensipleri belirlemek üzere toplanan *Türkiye Ağaçlandırma ve Kavakçılık Kongresi* kararları gereğince hazırlanan *Türkiye Ağaçlandırma Planı* Orman Genel Müdürlüğüne hazırlanmış ve uygulamaya konmuştur. Kongre kararları gereğince, uzun vadeli, şümulü ve her tür ağaçlandırma faaliyetleri esas alınarak oluşturulan bu plan beş ana bölüm halinde hazırlanmıştır. Bunlar içerisinde en önemlileri 1958-1963 dönemi orman içi ağaçlandırma planı; 1956-1960 dönemi kuraklık sahaları planı ve 1956-1960 dönemi orman dışı ağaçlandırma planıdır (OMO, 1956: 10).

Başbakan Menderes, orman kanunu münasebetiyle TBMM’de yaptığı bir konuşmada ormanları kurtarmak maksadıyla orman bölgesinde yaşayan köylülerin başka yerlere iskân edilmesinin doğru bir yaklaşım olmadığını kanaatindedir (Sükan, 1991: 353).

1960 yılı sayımına göre 27.754.820 toplam nüfusun içinde köyde oturan nüfusun toplamı 18.895.089 dur (DİE, 1962: 70-72). Bu nüfusun % 14,3’ü orman içinde, % 25,1 orman kenarında % 19,8 ormana 10 km mesafe içindeki köylerde ikamet etmektedir. Yani, köylü nüfusun % 59,2 si orman köyü nüfusunu oluşturmaktadır (DPT, 1972: 118). Orman nüfusunun bu denli yoğunluğu Menderes’in ormanları korumak adına orman köylülerinin başka alanlara taşınmasındaki zorluluğunu ortaya koymada fikirlerini ne kadar isabetli olduğunu görmekteyiz.

1951 yılı itibariyle ormanların % 47,5’ini koru, % 52,5’ini baltalık ormanlar teşkil ederken bunların yarıya yakını çeşitli tahrip faktörlerinin tesiriyle evsafi bozuk ve verimsiz durumda yer almıştır. Ormanların içerisinde en fazla % 38,5 oranıyla çam türleri % 22,4 oranıyla meşe türleri yaygın haldedir. Bunları yapraklılardan sırayla kayın, gürgen ve kestane, ibrelilerden köknar, sedir ve ladin takip etmiştir (Tarım Dergisi, 1952: 43).

1954 yılı itibariyle 10,5 milyon hektar olan bu orman alanlarının % 45’i ekseriyet itibariyle Karadeniz Bölgesi’nde çoğunluğunu yapraklı ağaçların oluşturduğu Kayın, Akçaağaç, Gürgen, Karaağaç, Ladin, Köknar ve Çam türlerinden meydana gelmiştir. Orman alanlarının % 31’ini ihtiva eden ve ekseriyetini ibrelili ağaçların teşkil ettiği Çam, Köknar, Sedir türlerinin yanı sıra az miktarda Meşe ve Kayın türlerinin yer aldığı Güney Anadolu Bölgesi ormanları ikinci sırada bulunmaktadır. % 11’ni Meşe ve Çam ağaçlarının oluşturduğu Ege Bölgesi ormanları üçüncü sırada; % 10’nu Meşe, Kayın ve Çam ağaç türlerini ihtiva eden Marmara Bölgesi ormanları dördüncü sırada, % 2’ sini Meşe ağacının oluşturduğu Doğu Anadolu ormanları beşinci sırada ve ülke ormanlarının % 1’ni oluşturan Orta Anadolu ormanları son sırada yer almaktadır (Asmaz ve Seren, 1954: 75-77).

Ormanların kıyı bölgelerinde ve bir kısım dağlık arazide yoğun bir biçimde yetişmesine rağmen, ülkenin geniş bir kesimini içine alan Orta Anadolu Bölgesi, neredeyse ormandan tamamen yoksun durumda kalmıştır (Tarım Dergisi, 1952: 43).

#### **4. DP Döneminde Orman Üretimi ve Orman Endüstrisi Alanında Yaşanan Gelişmeler**

En önemli mahsulü ağaç olan ormanlar, büyük bir gelir kaynağına sahip milli zenginliklerden biri kabul edilmektedir. Ağaç, sanayi alanında hem bünyesi hem de şekli değişime uğratılarak değerlendirilmektedir. Bünyesi değişime uğrayan ağaç, odun kömürü, odun gazı, selüloz ve şeker elde edilmesinde; şeklinin değişime uğratılmasıyla da marangozlukta mobilyacılıkta ve yapıcılıkta kullanılmaktadır (Yund, 1954: 6).

Bu bakımdan DP döneminde, ormanların istihsal artışı olarak kalan ve halen çürümekten başka bir işe yaramayan odun kısımları değerlendirmek suretiyle talaş levhaları ve lif

levhaları yapılması için teşebbüse geçilmiştir. Piyasada kontralit, sunta, elka ve çeşitli isimlerle bilinen ve inşaatlarda kereste yerine kullanılan talaş veya lif levhaları üretecek fabrikaları tesis etmek üzere Orman Genel Müdürlüğü, Sümerbank, Etibank, Ziraat Bankası ve Emlak Kredi Bankası gibi devlet kurumlarının iştiraki ve 8 milyon liralık sermayeyle *Suni Tahta Anonim Şirketi* kurulmuştur. Orman Genel Müdürlüğü tarafından 3 yıldan beri yapılan etütlere istinaden hemen faaliyete geçen şirket ilk etapta beş suni tahta fabrikası kurulması için çalışmalara başlamıştır (OMO, 1956: 10);(Türkiye Ziraat Mecmuası, 1955: 66).

Ormanlar iktidar partilerinin her döneminde olduğu gibi DP döneminde de köylü için oldukça geniş bir kazanç alanı olmuştur. 1950 yılında orman işletmeleri tarafından köylüye hizmet mukabili 19 milyon 260 bin lira ücret ödenmiştir (TBMMZC, 1956: 6). 1952 yılı rakamlarına göre ormanlarda yapılan üretim miktarının 593.000 metreküp tomruk, 21.500 metreküp tel direği, 82.000 metreküp maden direği, 180.000 metreküp kereste ve 3.250.000 ton yakacak odundur. Üretilen tomruğun 190.000 metreküpü özel ihtiyaçlar, okul, câmi, köprü yapımında, felaketzedelere yardım ve pazar satışları için, yakacak odunun ise 2.950.000 tonu özel ihtiyaç ve pazar satışı için köylülere tahsis edilmiştir. Devlet orman işletmelerinin üretim, imalat, nakliyat ve orman bakım çalışmaları dolayısıyla ayrıca çevre köylülere ödediği para miktarının toplamı ortalama 21,5 milyon lirayı bulmuştur (Tarım Dergisi, 1952: 44).

1954 yılı için kullanılacak ormanların verimi, 1 milyon 118.360 metreküp, yakacak olarak da 11.449.900 kental odundur. Ziraat Vekâleti ormanlardaki üretim, nakliye ve el imalatı işlerinin orman köylülerine tevdi edilmesi üzerinde çalışmıştır. Bu işlerden de köylülerin eline yılda ortalama olarak 21 milyon lira para geçmiştir. Yapılan hesaplara göre ormandan üretilen mallardan köylü ailelere yılda 250 bin metreküp zatî ihtiyaç tomruğu ve 30 milyon kental yakacak odun dağıtılmaktadır. Bunların dışında okul, cami, köprü inşaatı, felaketzedelere ve göçmenlere ücretsiz olarak yılda 35 milyon metreküp dolaylarında kerestelik ağaç ve tomruk verilmiştir (Ziraat Dünyası, 1954: 29).

Aşağıda görülen Tablo 1’de 1950 ile 1960 yılları arasında orman mahsulleri üretim rakamları gösterilmiştir.

TABLO 1’de verilen orman mahsulleri değerlerine göre 1950 yılında üretilen tomruk miktarı 571.339 m<sup>3</sup> iken 1960 yılında 1.023.929 m<sup>3</sup> artışla 1.595.826 m<sup>3</sup>’e; biçilmiş kereste miktarı 145.009 m<sup>3</sup> iken 56.129 m<sup>3</sup> artışla 201.138 m<sup>3</sup>’e; maden direği miktarı 86.078 m<sup>3</sup> iken 145.231 m<sup>3</sup> artışla 231.309 m<sup>3</sup>’e; travers miktarı 14.793 m<sup>3</sup> iken 19.375 m<sup>3</sup> artışla 34.168 m<sup>3</sup>’e; odun miktarı 3.679.742 ton iken 2.441.528 ton artışla 6.121.270 tona; sanayi odunu miktarı 22.283 m<sup>3</sup> iken 32.371 m<sup>3</sup> artışla 54.654 m<sup>3</sup>’e ulaşmıştır. Sadece, telefon, telgraf elektrik direği miktarı 1950 yılında 23.432 m<sup>3</sup> iken 5.782 m<sup>3</sup> azalmayla 1960 yılında 17.650 m<sup>3</sup>’e düşmüştür.



**TABLO 1: Orman Mahsulleri (1950-1960)**

| Yıllar | Tomruk<br>(m <sup>3</sup> ) | Biçilmiş<br>Kereste<br>(m <sup>3</sup> ) | Maden<br>Direği<br>(m <sup>3</sup> ) | Telefon<br>Telgraf<br>Elektrik<br>Direği (m <sup>3</sup> ) | Travers<br>(m <sup>3</sup> ) | Odun<br>( ton ) | Sanayi<br>Odunu<br>(m <sup>3</sup> ) |
|--------|-----------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------|-----------------|--------------------------------------|
| 1950   | 571.339                     | 145.009                                  | 86.078                               | 23.432                                                     | 14.793                       | 3.679.742       | 22.283                               |
| 1951   | 700.726                     | 139.347                                  | 73.726                               | 37.115                                                     | 46.331                       | 3.254.870       | 43.485                               |
| 1952   | 890.072                     | 146.481                                  | 73.737                               | 25.696                                                     | 26.002                       | 3.757.316       | 63.673                               |
| 1953   | 855.570                     | 175.162                                  | 55.606                               | 33.602                                                     | 5.494                        | 3.922.099       | 77.613                               |
| 1954   | 980.373                     | 179.677                                  | 44.629                               | 24.972                                                     | 10.771                       | 4.091.279       | 271.758                              |
| 1955   | 1.119.698                   | 204.989                                  | 97.094                               | 38.357                                                     | 15.558                       | 4.487.066       | 54.493                               |
| 1956   | 1.306.202                   | 200.100                                  | 170.532                              | 81.885                                                     | 19.532                       | 3.395.361       | 91.301                               |
| 1957   | 1.575.151                   | 184.994                                  | 208.587                              | 46.072                                                     | 28.102                       | 4.871.440       | 56.529                               |
| 1958   | 1.460.404                   | 179.419                                  | 231.494                              | 35.413                                                     | 24.062                       | 5.261.243       | 89.795                               |
| 1959   | 1.518.826                   | 183.794                                  | 226.712                              | 36.112                                                     | 28.008                       | 5.354.167       | 55.115                               |
| 1960   | 1.595.268                   | 201.138                                  | 231.309                              | 17.650                                                     | 34.168                       | 6.121.270       | 54.654                               |

Kaynak: DİE, 1959: 223; DİE, 1962: 215; DİE, 1963: 203.

Böylece, 1950'den 1960'a tomruk miktarında % 179, 21; biçilmiş kereste miktarında % 38,70; maden direği miktarında % 168, 72; travers miktarında % 130, 97; odun miktarında % 66,35 ve sanayi odunu miktarında % 145,27 oranında artış sağlanmıştır. Ancak, telefon, telgraf ve elektrik direği miktarında 1950-59 arası % 54,11 oranında artış sağlanırken 1959-1960 yılı arası bir yıllık dönemde % 104,60 oranında bir gerileme söz konusu olmuştur. Verilen bu rakamlardan DP hükümetinin 10 yıllık icraatı boyunca nüfusun artışına ve ülkenin gelişimine paralel olarak gerek orman endüstrisi alanında, gerekse orman ürünlerinden istifade etmede en üst düzeyde fayda sağladığı bununla da milli ekonomiye önemli ölçüde katkı sağladığı anlaşılmaktadır.

1955 yılında orman işletmeleri tarafından köylüye hizmet mukabili olarak ödenen miktarın 62 milyon 580 bin lira olduğunu Celal Bayar'ın TBMM'nin 10 Dönem 3. Toplantı yılının açılış konuşmasından anlıyoruz (TBMMZC, 1956: 6).

### Sonuç

Tek Parti dönemi hükümetleri zamanında ormanlarla ilgili 3116, 4785 ve 5658 sayılı yasal düzenlemelerle başlayan orman politikalarına yönelik çalışmalar, Cumhuriyet dönemi orman rejimine yaklaşımın ilk adımını teşkil etmişse de bu kanunlar halkın talebini karşılayacak yeterlilikte olmamıştır. 7 Ocak 1946 tarihinde DP'nin kurulmasıyla Parti Programı'nın 66-70. maddelerine giren orman işleri, Adnan Menderes'in TBMM'de açıkladığı hükümet programlarına da konu olmuştur.

Ormanların korunmasının büyük fedakârlıklar gerektirmesi nedeniyle milyonlarca insanın madur edilmesi, orman mahsullerinin çok pahalıya mal olması ve mevcut orman mevzuatının halkla hükümet arasında güvensizlik yaratması, DP Başbakanı Adnan Menderes tarafından Tek Parti Döneminden kalma başlıca orman sorunları olarak kabul edilmiştir. Bu sorunları gidermek amacıyla 31 Ağustos 1956 tarihinde kabul edilen 6831 sayılı yasal düzenleme ormanlarla ilgili meselelerin çözümüne yönelik olarak atılan önemli bir adımı teşkil etmiş ve bu konuda oluşan büyük kanuni bir boşluğu doldurmuştur. Bu sayede, DP hükümeti, ormanların tarifi, taksimi, idare ve denetimi konularında temel önlemler alarak orman köylerini kalkındırması, devlet orman işletmeciliğinin oluşturduğu fen, teknik ve idare heyeti, işletme şubeleri ve 15 adet başmüdürlükle halkın ihtiyaç ve dileklerine anında cevap verebilmiştir. Böylelikle halk, ilk defa orman ürünlerinden bilinçli olarak yararlanma fırsatı yakalayarak bu yolla gelir sağlamış, alım gücünü artırmış buda devletle halk arasında oluşan güvensizliği yok etmiştir.

Ormanların geliştirilmesi ve sorunlarının giderilmesi çabalarına bir yenisi ekleyen DP hükümeti, Tarım Bakanlığı vasıtasıyla İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesiyle işbirliği ederek ormancılığın akademik düzeyde çalışmalarına ön ayak olmuş, meselelere aklın ve bilimin ışığında çözüm yolları arayarak bu hususla ilgili raporlar hazırlatmıştır. Bu raporlar sayesinde hükümet orman sorunlarına eğilmede daha realist ve ciddi yollardan yaklaşım fırsatı yakalamıştır.

Türkiye’de orman varlığı ve potansiyelinin dünya ortalamalarının altında kalması bu döneme damgasını vuran ciddi problemlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Dahası, nüfusun hızla yükselmesinin orman ürünlerine olan gereksinimi artırması bu sorunu daha da ciddi boyutlara ulaştırmıştır. Bu nedenle Tarım Bakanlığı, ülkede ağaç bakımından yeterli olmayan başta Orta Anadolu Bölgesi de dâhil yurdun değişik birçok yöresinde ağaçlandırma seferberlikleri başlatarak milyonlarca ağaç dikilmesine vesile olmuştur. Bu sayede, tarımda makineleşme ile işlenerek ekilen arazi sınıfına giren ve böylelikle önemli ölçüde yaşam alanlarını kaybeden ormanlar, sayı ve alan itibarıyla tekrar çoğalmaya ve nüfusun ihtiyacına cevap vermeye yüz tutmuştur. Tarım Bakanlığı, rasyonel bir ormancılık kurulmasına esas olacak ve iklim farklılıklarına göre ihtiyaçları karşılayacak orman araştırma istasyonları tesis ederek ülkenin çeşitli yörelerinde kurduğu tecrübe ormanlarını bu müesseselere bağlamıştır. Bu enstitüler sayesinde DP hükümetinin uyguladığı orman politikası daha rasyonel hale gelerek rayına oturmuştur.

Ayrıca, bu dönemde yolu olmadığı gerekçesiyle girilemeyen ve mahsulleri çürümeye terk edilen ormanların, yolları inşa edilmeye başlanmıştır. 1950 yılında 223 kilometreden ibaret olan bu orman yolları DP’nin ilk sekiz yıllık iktidarı döneminde 14.000 km’ye çıkarak tarihi bir rekor kırmıştır. Bu yol yapımı sayesinde ormanların içlerine kadar girilerek bütün mahsullerinden en üst seviyede yararlanma fırsatı neticesinde üretimde ciddi bir artış elde edilmiştir. Üretimin artmasıyla beraber milli ekonomide hissedilir derecede canlanma kaydedilmiştir.

Tarım Bakanlığı ayrıca, ilkokul öğrencilerinin küçük yaştan itibaren ağaç ve ormana karşı daha duyarlı hale getirmek için ülkenin hemen bütün ilkokullarına ormancılıkla ilgili hazırladığı pul, kurutma kâğıdı, çeşitli renkte afiş, broşür ve şiir kitabından oluşan bir eğitim setini ücretsiz dağıtmıştır. Bu sayede çocukların ağaca ve ormana karşı olan muhabbet ve sevgileri artmış, yetişkin hale geldiklerinde de ormanları yangınlara karşı korumada ve bilinçsizce ağaç kesimini önlenmede onları daha hassas ve dengeli bir duruma getirmiştir.

DP iktidarı Türkiye’de ormancılığın gelişimine mani olan birçok faktöre rağmen, 1950 ile 1960 yılları arasında uyguladığı orman politikaları sayesinde orman üretimi ve ağaç sanayi alanında önemli gelişmeler kaydetmiştir. Bu gelişmelerden biri suni tahta fabrikası kurulması

maksadıyla iktisadi devlet teşekküllerinin iştirak ettiği sermaye ile Suni Tahta Anonim Şirketi kurulması olmuştur. Bu yolla, ağaç ve orman sanayi alanında yaşanan gelişmelerle 1950'den 1960'a kadar tomruk miktarında % 179,21; biçilmiş kereste miktarında % 38,70; maden direği miktarında % 168, 72; travers miktarında % 130, 97; odun miktarında % 66,35 ve sanayi odunu miktarında % 145,27 oranında artış sağlanmıştır.

Son tahlilde; DP hükümetinin uyguladığı 10 yıllık orman politikaları sayesinde gerek nüfusun artışına ve ülkenin gelişimine paralel olarak orman mahsullerinden en üst düzeyde yararlanmada, gerekse orman endüstrisi alanında randıman sağlamada önemli bir gelişme kaydedildiği tartışılmaz bir gerçek halini almıştır. Bu durum, yalnız milli ekonominin gelişmesini temin etmekle kalmamış ileriye dönük olarak Türkiye'de uzun vadeli diğer bazı gelişmeleri de tetiklemiştir. Bu düşünce, aynı zamanda günümüz ülke şartlarına uygun rasyonel ve gerçekçi orman politikalarının izlenmesinin ne denli önemli hale geldiği vurgusunu ortaya koyması bakımından da ehemmiyet arz etmektedir.

## Kaynakça

Adalı, Fuad (1948), "Ormanlarımız ve Ormancılığımız", **Tarım Bakanlığı Dergisi**, Sayı: 6, s. 7.

**Akşam**, 30 Mayıs 1950, Sayı No: 11363.

Alaçam, Refik (1957) "Ormancılığın 100. Kuruluş Yılına Kutlama Eşiğinde", **Bülten**, Sayı: 21, s. 2.

Albayrak, Mustafa (2004), **Türk Siyasi Tarihinde Demokrat Parti 1946-1960**, Phoenix Yayınları, Ankara.

Arar, İsmail (1968), **Hükümet Programları, 1920-1965**, Burçak Yayınevi, İstanbul.

Asmaz, Hasan ve Seren, Haluk (1954), **Ormancılık Bilgisi**, Ziraat Vekâleti Orman Umum Müdürlüğü Yayınları, Ankara.

Atakan, Muzaffer (1953), "Memleket Orman Taksasyonu ve Ehemmiyeti", **Türkiye Ziraat Mecmuası**, S. 1, s. 35.

**BCA**, Fon No: 30 1 0 0-Kutu No: 80-Dosya No: 508-Sıra No: 3.

**BCA**, Fon No: 30 1 0 0-Kutu No: 62-Dosya No: 383-Sıra No: 6.

Bilbaşar, Hasan (1952), "Köylünün Saadeti, Köylü Ormanlarındandır.", **Tarım Dergisi**, S. 5, s. 41.

**Bülten** (1956), Sayı: 10, s. 11.

Cillov, Haluk (1965), **Türkiye Ekonomisi**, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları, İstanbul.

Çakıroğlu, Selçuk (1956), "Orman Kanunu Hakkında Düşünceler", **Bülten**, Sayı: 13, s. 2.

DİE, **İstatistik Yıllığı 1952** (1952), Yayın No: 342, Ankara.

DİE, **İstatistik Yıllığı 1953** (1953), Yayın No: 360, Ankara.

- DİE, **1959 İstatistik Yıllığı** (1959), Yayın No: 380, Ankara.
- DİE, **İstatistik Yıllığı 1960-1962** (1962), Yayın No: 460, Ankara.
- DİE, **1963 Türkiye İstatistik Yıllığı** (1963), Yayın No: 490, Ankara.
- DP Programı 1946. <http://www.tbmm.gov.tr/eyayin/GAZETELER/WEB/KU.Erisim>  
Tarihi: 12.03.2014.
- DPT (1972), **Genel Tarım Politikaları ve Sorunları Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Ankara.
- Kazım Köylü (1954), “Türkiye Ziraatında Özellikler Prodüktivite ve Envestisman İmkânları”, **Türk Ekonomisi**, Sayı: 127, s. 9.
- Milliyet**, 31 Mart 1951, Sayı No: 329.
- Nizamoglu, Kahraman (1952), “Yeni Bir Epidemiy Sebebi”, **Tomurcuk**, Sayı: 1, s. 5.
- Olca, Hamdi (1946) “Günler Boyunca; Ağaç Bayramı”, **Ülkü**, C. 10, S. 111, s. 24.
- Orman Mühendisleri Odası (1956), “Ormancılık Araştırması”, **Bülten** Sayı: 6, s. 9.
- Orman Mühendisleri Odası (1956), “Beş Senelik Türkiye Ağaçlandırma Planı Tatbikata Konuyor”, **Bülten**, Sayı: 8, s. 10.
- Orman Mühendisleri Odası (1956), “Orman Atıkları Kıymetlendiriliyor”, **Bülten**, Sayı: 3, s. 10.
- Sükan, Faruk (1991), **Başbakan Adnan Menderes’in Meclis Konuşmaları, 1950-1960**, TBMM, Ankara.
- Şeker, Faruk (1952), “Ziraatta Mühim Bir Emniyet Unsuru,” **Tarım Dergisi**, Cilt: 1, Sayı: 3, s. 20.
- Taraklı, Duran (1990), **Ormanlarımız ve Yerleşimleri** (Akçakoca, Mudurnu, Yığılca Örnekleriyle) ODTÜ Yayınları, Ankara.
- Tarım Bakanlığı Teşkilat Proje Grubu (1964), **Tarım Hizmetleri ve Teşkilatının Yeniden Düzenlenmesi Hakkında Rapor**, Ankara.
- Tarım Dergisi** (1952), C. 1, S. 4, s. 43.
- Tataç, Ziya (1951), “Olaylara Bakış; Ziraat Ekonomisi”, **Türk Ekonomisi**, S. 91, s. 26.
- Tataç, Ziya (1951), “Olaylara Bakış; Nisan 1951”, **Türk Ekonomisi**, S. 96, s. 182.
- Tataç, Ziya (1953), “Olaylara Bakış, Ağustos 1953; Ormanlarımız İçin Alınan Kararlar”, **Türk Ekonomisi**, S. 124, s. 309.
- Tataç, Ziya (1953) “Olaylara Bakış, Aralık 1952; Orman Araştırma İstasyonu Kuruldu”, **Türk Ekonomisi Dergisi**, Sayı: 115, s. 24.
- TBMM, **Kanunlar Dergisi**, Dönem: 5, C. 17, 08.02.1937; **Resmi Gazete**, Sayı No: 3537, 18 Şubat 1937.
- TBMM, **Kanunlar Dergisi**, Dönem: 5, C. 17, 04.06.1937; **Resmi Gazete**, Sayı No: 3630, 14 Haziran 1937.
- TBMM, **Kanunlar Dergisi**, Dönem: 7, C. 27, 09.07.1945; **Resmi Gazete**, Sayı No: 6056, 13 Temmuz 1945.
- TBMM, **Kanunlar Dergisi**, Dönem: 8, C. 32, 24.03.1950; **Resmi Gazete**, Sayı No:7471, 31 Mart 1950.

- TBMM, **Kanunlar Dergisi**, Dönem: 10, C. 38, 30.08.1956; **Resmi Gazete**, Sayı No: 9402, 8 Eylül 1956.
- TBMM, **Tutanak Dergisi**, Dönem: 9, Toplantı: Olağan, C. 1, Üçüncü Birleşim, 29.05.1950.
- TBMM, **Tutanak Dergisi**, Dönem: 9, Toplantı: 1, C. 6, 58. Birleşim, 30.03.1951.
- TBMM, **Tutanak Dergisi**, Dönem: 9, Toplantı: 2, C. 10, Birinci Birleşim, 01.11.1951.
- TBMM, **Tutanak Dergisi**, Dönem: 9, Toplantı: 3, C. 17, Birinci Birleşim, 01.11.1952.
- TBMM, **Zabıt Ceridesi**, Dönem: 10, Toplantı: F, C. 1, Üçüncü Birleşim, 24.05.1954.
- TBMM, **Zabıt Ceridesi**, Dönem: 10, Toplantı: 2, C. 8, Birinci Birleşim, 01.11.1955.
- TBMM, **Zabıt Ceridesi**, Dönem: 10, Toplantı: 3, C. 14, Birinci Birleşim, 01.11.1956.
- TBMM, **Zabıt Ceridesi**, Dönem: 11, Toplantı: 3, C. 10, Birinci Birleşim, 01.11.1959.
- Toker, Tarhan(1946) “Yeşil Türkiye Ülküsü,” **Ülkü**, C. 4, S. 115, s. 11-12.
- Türkiye Ziraat Mecmuası** (1955), Sayı: 27, s. 65.
- Yund, Kerim (1953), “Devletler Hukuku Bakımından Türkiye Ormanları”, **Tarım Dergisi**, Cilt: 1, Sayı:7, s. 47.
- Yund, Kerim (1954), “Orman Ağaçlarından Neler Yapılır”, **Ziraat Dünyası**, Sayı: 48-49, s. 6.
- Yund, Kerim (1955), “Türkiye Milli Kavak Komisyonu”, **Türkiye Ziraat Mecmuası**, Sayı: 26, s. 46-47.
- Yund, Kerim (1956), “Orman Ziraatın Sigortasıdır”, **TMO Dergisi**, Sayı: 14, s. 6.
- Zafer**, 5 Mart 1955, Sayı No: 2220.
- Zincirli, Öncel (1994), **Türkiye’de Tarım Teşkilatının Tarihçesi**, Ankara.
- Ziraat Dünyası** (1954), Sayı: 56-57, s. 26.
- Ziraat Dünyası** ( 1954), Sayı: 50-51, s. 29.

### Extended Abstract

The Forest Law dated 8<sup>th</sup> of February 1937, numbered 3116, and composed of 136 articles and 8 provisional clauses entered into force during the single-party period. It was both the first legal regulation concerning forests in the Republic Period and the first important step of approach to forest regime. The forest regime underwent a fundamental change 8 years later when “The Law Concerning Adding Some Provisions to the Forest Law and Amending the First Article of the Said Law” dated 9.7.1945 and numbered 4785 was accepted. Legal regulations regarding forests continued in the subsequent years, and certain innovations were introduced. One such regulation was “The Additional Law to the Law Concerning Adding Some Provisions to the Forest Law and Amending the First Article of the Said Law” dated 24<sup>th</sup> of March 1950 and numbered 5658.

However, since the above-mentioned legal regulations failed to satisfy the needs of the people, the gap in this matter was closed by the “Forest Law” numbered 6831 and composed of 119 articles and 5 provisional clauses accepted by the DP rule on the 31<sup>st</sup> of August 1956. This law made a broad definition of the areas that would not be considered forest. In addition,

basic measures were taken in the matters of description, distribution, management, and control of forests. An obligation was imposed to appropriate funds for the capital of Ziraat Bankası for twenty years, provided that such funds would not be less than 50 million liras, so that forest villages could develop thanks to the facility provided by the above-mentioned law.

During the DP period, information about forest affairs was included in the articles 66 to 70 of the party programme and in the government programmes announced by Adnan Menderes in the Grand National Assembly of Turkey (TBMM), and extensive explanations were made in this matter. With the authority granted by the law dated 4<sup>th</sup> of June 1937 and numbered 3204, the General Directorate of Forestry was founded as an institution affiliated to the Ministry of Agriculture and responsible for protecting, operating, and improving forests and providing all forest services.

Although there were many negative factors preventing the growth of forestry in Turkey, DP concentrated on the protection and growth of forests. In this regard, one of the most important steps was creating motorized fire extinguishing teams, equipping such teams with walkie-talkies, and keeping a close watch on forests in order to protect forests from fire. Moreover, since there was tree deficiency in the country, afforestation campaigns were launched from time to time, and thousands of kilos of forest tree seeds and millions of saplings were planted. The Ministry of Agriculture founded forest research stations that would form a basis for the establishment of a rational forestry and meet needs according to climatic differences. Also, it affiliated the proving forests established in various regions across the country to the above-mentioned research stations. The DP government constructed roads of thousands of kilometers through concentrating on road construction works in order to ensure high efficiency in the forests whose products could not be utilized enough due to lack of roads allowing access. What is more, although population increased and a bigger need for forest products occurred, forests decreased gradually. Thus, the General Directorate of Forestry tried to cultivate tree types that could be alternative to forest by showing an interest in poplar, one of the primary trees growing easily. Legal regulations and measures taken in regard to forests proved fruitful in a short time. As a result, maximum efficiency was achieved in the forest industry, forest products being in the first place, thereby making a considerable contribution to national economy. Based on primary sources, the current study examined the forest policies implemented by DP from the 14<sup>th</sup> of May 1950 when it came to power until the 27<sup>th</sup> of May 1960 when it was discharged from power by coup d'état.

# MOBBİNG, ÖRGÜTSEL SESSİZLİK VE ÖRGÜTSEL SİNİZM İLİŞKİSİ: ÖRNEK BİR UYGULAMA

Faruk KALAY\*  
Abdullah OĞRAK\*\*  
Zehra Nuray NIŞANCI\*\*\*

## ÖZET

Bir kamu üniversitesinde çalışan akademik ve idari personel olmak üzere toplam 240 kişiden alınan verilerle gerçekleştirilen bu çalışmanın amacı, mobbing, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Araştırma sonuçlarına göre; katılımcılar düşük düzeyde mobbing algısı, orta düzeyde örgütsel sinizm ve örgütsel sessizlik tutumu sergilemektedirler. Akademik ve idari personellerin mobbinge maruz kalma düzeyleri ve örgütsel sessizlik tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmişken, örgütsel sinizm tutumları arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Ayrıca mobbing ile örgütsel sessizlik, mobbing ile örgütsel sinizm ve örgütsel sessizlik ile örgütsel sinizm arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Mobbing, örgütsel sessizlik, örgütsel sinizm

**JEL Kodu:** M12

## THE RELATIONSHIP BETWEEN MOBBING, ORGANIZATIONAL SILENCE AND ORGANIZATIONAL CYNICISM: AN EMPIRICAL STUDY

### ABSTRACT

This study carried out with data from a total of 240 academic and administrative staff that working in a public university. The aim of study is determine the relationship between mobbing, organizational silence and organizational cynicism. According to the results; participants have low level of mobbing, mid-level of organizational silence and organizational cynicism. There is a significant difference between the levels of mobbing and organizational silence of academic and administrative staff but, not for organizational cynicism. In addition, significant and positive relationship has been found between mobbing and organizational silence, mobbing and organizational cynicism and, organizational silence and organizational cynicism.

**Keywords:** Mobbing, organizational silence, organizational cynicism

**JEL Code:** M12

\* Yrd.Doç.Dr., Yüzüncü Yıl Üniversitesi. Erciş İşletme Fakültesi, [faruk.kalay@yyu.edu.tr](mailto:faruk.kalay@yyu.edu.tr)

\*\* Yrd.Doç.Dr., Yüzüncü Yıl Üniversitesi. Erciş İşletme Fakültesi, [aograk47@gmail.com](mailto:aograk47@gmail.com)

\*\*\* Yrd.Doç.Dr. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, [zehranuray.nisanci@ikc.edu.tr](mailto:zehranuray.nisanci@ikc.edu.tr)

## 1. GİRİŞ

Çalışanlar, işletme başarısı için kritik faktörler olan değişim, yaratıcılık, öğrenme, rekabet ve inovasyonun ana kaynağı olarak kabul edilmektedir. Bununla birlikte literatür incelendiğinde mobbing, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizmin oluşmasına neden olabilecek, yerine getirilmemiş sözler (Pugh vd., 2003: 201), yönetim tarafından önemsenmeme düşüncesi, saygılı ve onurlu bir muamele görmeme, şiddete maruz kalma (O'Brien vd., 2004), karar alma süreçlerine gerçek bir katılımın olmaması, gerçek anlamda yönetim desteği eksikliği (O'Brien vd., 2004 ) ve örgütsel iki yüzlülük (Fleming, 2005; Urbany, 2005) gibi çalışanlar tarafından algılanan birçok uygulamanın işletmelerde var olduğu görülmektedir.

Mobbing davranışları çok çeşitli, doğrudan veya dolaylı, planlı ve bilinçli olan saldırgan davranışları kapsamaktadır. İsveç'te yapılan bir araştırmaya göre 4,4 milyon işgücünün %3,5'i yani, kadın ve erkek olmak üzere 154.000 kişi iş hayatında mobbinge maruz kalmakta, bir yıldaki intiharların %10 ile %20 arasındaki kısmının işyerlerindeki yıldırma sonucu olduğu tahmin edilmektedir (Leymann, 1996). Benzer şekilde İngiltere'deki çalışanların %53'ünün mobbing mağduru olduğu ve %78'ninde mobbinge tanıklık ettiği belirtilmişken, Avrupa Birliğinde de mobbing mağdurlarının oranı daha önceki oran olan %8'den %15'e çıkmıştır (Keim ve McDermott, 2010).

İşletmelerin çalışanların düşüncelerine ve kaygılarına ihtiyaçları vardır. Bununla birlikte çalışanlar, çalıştıkları kurumlardaki önemli meseleler hakkında çoğunlukla sessiz kalmayı tercih etmektedirler. Örgütsel sessizlik olarak adlandırılan bu olgu, örgütsel değişim ve gelişim için bir engel teşkil etmektedir. Birçok araştırmacı, işletmelerde genellikle muhalefet tolere edilmediğinden, çalışanların örgütsel meseleler hakkındaki fikirlerini dile getirme konusunda isteksiz davrandıklarını dile getirmişlerdir (Nemeth, 1997). Bunun yanı sıra literatürde, çalışanların kaygıları ya da sorunlar karşısında sessiz kalmaya zorlandığına ilişkin ampirik bulgular mevcuttur. Örneğin farklı işletmelerden 845 yöneticiyle yapılan bir anketin sonuçlarına göre; yöneticilerin sadece %29'u işletmelerinde, fikirlerini açıkça dile getirmeleri için çalışanların cesaretlendirildiğini ifade etmiştir (Moskal, 1991). Benzer şekilde, Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunan 22 farklı işletmeden 260 çalışan ile yapılan görüşmelerde, çalışanların %70'ten fazlası, çalıştıkları kurumlarda karşılaştıkları problemler hakkında düşüncelerini ve kaygılarını dile getirmekten korktuklarını ifade etmişlerdir (Ryan ve Oestreichs, 1991).

Olumsuz işletme koşullarının neden olduğu bir diğer çalışan davranışı ise örgütsel sinizmdir. Örgütsel sinizm, hayal kırıklığı ve umutsuzluk sonucu bir kişiye, gruba, ideolojiye, sosyal düzene ve kuruma yönelik gelişen negatif davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Andersson, 1996). Son zamanlarda yapılan araştırmalar, örgütsel sinizmin dünya yüzeyindeki yaygınlığına dikkat çekmektedirler. Dean ve arkadaşları (1998), sinizmin her yerde – Amerika Birleşik Devletleri, Avrupa ve Asya'daki işletme çalışanları arasında – yaygın olduğunu ifade etmektedirler. Araştırma sonuçları, Amerika Birleşik Devletlerindeki işgücünün yaklaşık %43'ünün prensip olarak sinik tutumlara sahip olduğunu ve çalışma ilişkilerinde güvenin %70'ten %15'e düştüğünü göstermiştir (Mirvis ve Kanter, 1991). Daha yakın bir tarihte yapılan bir araştırma sonucuna göre, çalışanların %50'den fazlası kendilerini sinist olarak tanımlarken, geri kalanı da son zamanlarda ortaya çıkan şirket skandallarının örgütsel sinizmi arttırdığını ifade etmişlerdir (Brandes vd., 2000).

Mobbing, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm kavramları birbirleriyle ilişkili, birbirlerinin nedeni ya da sonucu olabilen önemli kavramlardır. Söz konusu unsurların minimum düzeye indirilmesi örgütsel başarı açısından önemlidir. Bu bağlamda çalışmanın amacı; çalışanların mobbing, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm düzeylerini çalışan görüşleri doğrultusunda belirleyerek, mobbing, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm



arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Bu bağlamda araştırma kapsamında yanıtları aranan üç tane araştırma sorusu bulunmaktadır:

1. Çalışanlarının mobbing, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm düzeyleri nedir?
2. Çalışanların mobbing, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm düzeyleri, demografik özelliklerine göre farklılık göstermekte midir?
3. Mobbing, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

### 1.1. Mobbing

Mobbing kavramı, etki ve sonuçlarıyla tüm süreci tarif eden “yıldırma” kavramıyla Türkçede karşılığını bulmuştur (Köse ve Uysal, 2010). Leyman (1996), mobbing kavramını, bir veya birkaç kişinin bir kişiye yönelik olarak sergilediği organize ve süreklilik arz eden nitelikte, fiziksel ve/veya psikolojik zarara yol açan, çok sık (en az haftada bir kez) ve uzun bir dönem boyunca (en az 6 ay) süren tacizci davranışlar-saldırganlıklar olarak tanımlamaktadır. Mobbing eylemi dikey olabileceği gibi yatay olarak da ortaya çıkabilmektedir. Dikey yıldırma çeşitli nedenlerden dolayı üst kademelerden alt kademelere doğru yapılan psikolojik şiddeti içerirken, yatay yıldırma kıskançlık, çekememezlik ve rekabet gibi nedenlerden dolayı eşit statüde bulunanlar arasında gerçekleşen yatay şiddet kapsamaktadır (Kaya, 2011). Leymann (1996), yıldırma beş boyuttan oluşan bir süreç olarak ve beş boyutu da toplam 45 farklı yıldırma davranışı ile ifade etmiştir. Leymann’a (1996) göre mobbing boyutları şunlardır:

*1) İletişim olanaklarına – kişisel ilişkilere saldırı:* Üst konumundaki kişilerin mağdurun kendini ifade etme olanaklarını kısıtlamasıdır. Örneğin, mağdurun sürekli sözünün kesilmesi, yüzüne bağırılması veya yüksek sesle azarlanması, susturulması, yaptığı işin sürekli eleştirilmesi, iletişim kurma ve kişisel ilişkilerini geliştirme imkanının kısıtlanması, işle ilgili yeteneklerine sözlü saldırılar yapılması ve sözlü tehditler yapılmasıdır.

*2) Sosyal ilişkilere yönelik saldırılar:* Çevresindeki insanların mağdurdan uzaklaşması, konuşmaması, sanki orada değilmiş gibi davranması vb. davranışlardır. Bu davranışların amacı, mağduru sosyal ilişkilerinden izole etmektir.

*3) Kişisel itibara yönelik saldırılar:* İnsanların mağdurun arkasından kötü konuşması, asılsız söylentilerin ortada dolaşması, gülünç durumlara düşürülmesi, mağdurun değerleriyle, yürüme şekliyle veya konuşma şekliyle alay edilmesi, cinsel imalar yapılması vb. davranışlardır.

*4) Mesleki duruma yönelik saldırılar:* Mağdura hiçbir özel görev verilmemesi ya da verilen işlerin geri alınması, işle ilgisi olmayan anlamsız basit görevler verilmesi, işinin sürekli değiştirilmesi, mali yük getirecek ve genel zararlara sebep olacak işlerin verilmesi vb. davranışlardır.

*5) Fiziksel sağlığa yönelik saldırılar:* Mağdura fiziksel olarak zarar görebileceği tehlikeli görevlerin verilmesi, fiziksel olarak ağır işler yapmaya zorlanması, fiziksel şiddet tehditleri yapılması, fiziksel zarar görmesi, cinsel tacize uğraması vb. davranışlardır.

Mobbing sürecinin başlıca nedenleri; sosyal ve örgütsel nedenler, iş koşulları, mobbing davranışını uygulayanlardan kaynaklanan nedenler ve mobbing davranışına maruz kalan kişilerden kaynaklanan nedenler olmak üzere gruplandırılabilir (Zapf vd., 1996; Davenport vd., 2003). Leyman, işyerlerinde yıldırma eyleminin ortaya çıkmasına neden olan dört belirgin özelliği; (1) iş tasarımında belirsizlik, (2) lider yetersizliği, (3) mağdurun sosyal açıdan yetersizliği ve (4) departmanlardaki düşük ahlaki standartlar olarak vurgulamaktadır (Einarsen, 2000). Literatürde yıldırma neden olan örgütsel faktörleri, örgüt kültürü ve

iklimi ile açıklayan araştırmalar bulunmaktadır (Yaman, 2010). Aşırı iş yükü, iş güvensizliği, liderlik stili (Baillien vd., 2009), rekabet, başarı ve statü odaklılık, aşırı bireysellik, aşırı çalışma, yenilikçilik, direkt etkileşim, dengesiz yetki dağıtımı, stres, iş monotonluğu, örgütsel değişim ve yüzeysel kişilerarası ilişkiler gibi örgüt iklimi ve kültürü ile ilişkili örgütsel karakteristikler, mobbing davranışlarının oluşmasına zemin hazırlayabilirler (Soljan vd., 2009).

Mobbing davranışında bulunanlar, genel olarak ilgi açlığı çeken, övgüye aşırı muhtaç, kişisel korkuları ve yetersizlikleri olan, şişirilmiş benlik algısı içinde olan ve kendi eksikliklerinin telafisi için yıldırmaya başvuran insanlardır (Davenport vd., 2003). Mobbing ile bazı kişilik özellikleri arasındaki ilişki üzerine yapılan araştırma sonuçlarına göre, psikolojik dayanıklılık ve hakkını arama kişilik özellikleri ile mobbing mağduru olma arasında ters yönde ve kuvvetli bir ilişki tespit edilmiştir (Karavardar, 2010). Bunun yanı sıra literatürde, bireylerin yüksek performans göstermesinden dolayı mobbing davranışına maruz kaldığına dair açıklama ve yorumlar bulunmaktadır. Buna göre yıldırmaya maruz kalanlar, çoğunlukla yüksek idealli, çalışkan, dürüst, üretken insanlardır ve iş yaşamında başarıları kıskanıldığından ilerlemeleri engellenmeye çalışılmaktadır (Gül, 2009).

Araştırmalar, insani ve sağlıklı çalışma koşullarının kaybolduğu, mobbing gibi negatif davranışlara zemin oluşturan bir örgüt kültürünün çalışanları olumlu yönde güdülemeyeceğini, aksine yabancılaşma sürecinin başlamasına, iş doyumsuzluğuna ve işten ayrılma niyetini tetikleyeceğini, örgütsel güveni yok edeceğini, örgütsel ve iş bağlılığını azaltacağını, tazminat davalarını arttıracığını, itibar ve müşteri kaybı ile rekabet gücünün azalmasına neden olacağını ve sonunda da bir örgütsel entropiye neden olacağını göstermektedir (Leymann, 1996; Nield, 1996; Zapf vd., 1996; Einarsen ve Raknes, 1997; Einarsen vd., 1998; Einarsen, 2000; Quine, 2001). Norveç işçi sendikası üyesi 2215 çalışan üzerinde yapılan bir araştırma sonucuna göre, çalışanların %27'si yıldırmanın örgüt verimliliği üzerinde negatif etkiye sahip olduğunu belirtmişlerdir (Einarsen, 2000). Yapılan araştırmalar mobbinge hedef olan çalışanların uykusuzluk, konsantrasyon güçlüğü ve yüksek düzeyde kaygı yaşadıklarını (Mikkelsen ve Einarsen, 2002b), benlik değerlerinin ve öz saygılarının daha düşük olduğunu (Matthiesen ve Einarsen, 2007) göstermektedir. Benzer şekilde araştırma sonuçları, tükenmişlik, travma sonrası stres bozukluğu (Matthiesen ve Einarsen, 2004), depresyon, psikosomatik sağlık şikayetleri (Björkqvist vd., 1994; Quine, 2001) fiziksel rahatsızlıklar (Groeblichhoff ve Becker, 1996; Leymann ve Gustafson, 1996; Zapf vd., 1996) vb. sorunların mobbing mağdurları arasında daha yaygın olarak görüldüğüne işaret edilmektedir (Josipovic-Jelic vd., 2005; Balducci vd., 2009).

## 1.2. Örgütsel sessizlik

Morrisson ve Milliken (2000), örgütsel sessizlik kavramını, çalışanların potansiyel örgütsel problemler hakkındaki kaygı ve düşüncelerini yöneticilerden negatif geri bildirim alma veya dikkate alınmama korkusuyla, kolektif bir şekilde saklı tutmaları olarak tanımlamaktadır. Pinder ve Harlos (2001), örgütsel sessizlik kavramını, örgütsel işleyişleri değiştirebilme kapasitesine sahip olan çalışanların, örgütsel işleyişleri "*davranışsal*" (behavioural), "*bilişsel*" (cognitive) ve/veya "*duyuşsal*" (affective) olarak değerlendirmeleri sonucunda, doğru bildiklerini dile getirmemeleri olarak tanımlamaktadır. Söz konusu araştırmacılar, "*uysal sessizlik*" (acquiescent silence) ve "*sakin sessizlik*" (quiescent silence) olmak üzere iki tür örgütsel sessizlikten söz etmektedirler. Uysal sessizlik, bireyin hoş olmayan bir şeyin kabul edilmesine dayalı olarak, değerli düşünce ve bilgilerini kendisinde tutmasıdır. Sakin sessizlik ise bireyin konuşması durumunda karşılaşılabileceği kötü sonuçların korkusuna dayalı olarak, kendisini korumak için değerli düşünce ve bilgilerini kendisinde

tutması olarak tanımlanmaktadır. Benzer şekilde bazı araştırmacılar, “*boyun eğmeye dayalı*” (resignation) vazgeçme davranışı, “*korkulara dayalı*” kendini korumacı davranış ve “*işbirliğine dayalı*” (cooperation) amaç odaklı davranış olmak üzere üç tür örgütsel sessizlik davranışı üzerinde durmuşlardır (Scott, 1993; Milliken ve Morrison, 2003; Van vd. 2003). Boyun eğme; bireyin iş koşullarının değişmeyeceğine inandığı durumlarda işle ilgili önemli bilgi ve düşüncelerini dile getirmekten vazgeçip kendisinde tutmasıdır. Kendini korumacı ve amaç odaklı davranışlar ise bireylerin sergilediği daha proaktif stratejilerdir. Birincisini birey kendisini dış tehlikelerden korumak için sergiler. İkincisi ise bireyin, diğer insanların menfaatlerini veya işletmeyi korumak için sergilediği olumlu sosyal (prosocial) sessizliktir. Bu bağlamda işletmelerde çalışanların sessiz kaldığı konular ve bireyler çok çeşitlilik göstermektedir. Örneğin bir birey bazı konularda sessiz kalmayı tercih edebilir (iş süreçlerinin geliştirilmesi gibi), fakat diğer bazı konularda sessiz kalmayabilir (işletmedeki illegal işleyişler gibi) veya bilgi ve düşüncelerini bazı kişilerden saklayabilir (üst düzey yöneticiler gibi), fakat bazılarında saklamak istemeyebilir (iş arkadaşları gibi).

İşletmelerde sessizlik tutumlarının gelişmesine etki birçok faktör vardır. Morrison ve Milliken (2000), örgütsel sessizliğin gelişmesine etki eden dinamikleri aşağıdaki gibi ifade etmişlerdir.

- 1) Üst yönetim takımı: Yönetim kurulunda uzun süre değişmeyen üyeler olması, üst yönetimin alt yönetim kademelerinden ve diğer çalışanlardan demografik açıdan çok farklı olması ve yüksek güç mesafesinin olmasıdır.
- 2) Örtük yönetsel inançlar: Yönetim kademesindeki kişilerin, diğer çalışanların sadece kendi çıkarlarını düşündükleri, yönetimin en iyisini bildiği, birlik ve tek sesliliğin en iyi yol ve muhalefetin iyi bir şey olmadığı yönünde inançlara sahip olmasıdır.
- 3) Yöneticilerin negatif geri besleme korkusu: Yöneticilerin alt kademelerden gelecek eleştirel fikirlere korkmasıdır.
- 4) Örgütsel ve çevresel faktörler: Düşük maliyet stratejisi, düşük kaynak koşulları, dikey farklılaşma ve dışardan transfer edilen tepe yöneticilerinin olmasıdır.
- 5) Örgüt yapısı ve politikaları: Karar yapılarında merkezleşmenin olması ve alt kademelerden üst kademelere doğru geribesleme yapacak resmi bir mekanizmanın olmamasıdır.
- 6) Yönetimsel uygulamalar: Yönetim tarafından diğer çalışanlardan gelecek negatif fikirleri reddetme veya negatif fikirlere muhalif muamelesi yapma eğiliminin gösterilmesidir.
- 7) Çalışan etkileşimini etkileyen faktörler: Çalışanlar arasındaki demografik benzerlikler, işgücünün durağanlığı ve iş süreçlerindeki dayanışmadır.

Örgütsel sessizlik ikliminin hakim olduğu işletmeler; çalışanlar tarafından konuşmanın boş ve tehlikeli olduğu yerler olarak algılanan işletmelerdir (Donaghey vd., 2011: 53). Örgütsel sessizliğin işletmeler ve çalışanları üzerinde; bilgisel girdilerde çeşitlilik eksikliği, fikirlerin ve alternatiflerin detaylı bir analizinin yapılamaması, negatif dahili geri beslemenin olmaması, çalışanlar arasında dikkate alınmadıkları yönünde bir düşüncenin oluşması, çalışanlar arasında kontrol eksikliği algısının oluşması, çalışanların bilişsel çelişki yaşamaları, örgütsel karar yapılarının etkili olmaması, hata algılama ve düzeltme yeteneğinin zayıf olması, düşük örgütsel bağlılık, örgütsel güven eksikliği, örgütsel değişim süreçlerinin ve inovasyon yeteneğinin zayıf olması, çalışanların içsel motivasyonlarının düşük olması, iş doyumuzluğu, işgücü devrinin yüksek olması, sabotaj, stres vb. birçok olumsuz etkileri

vardır (Ryan ve Oestreich, 1991; Morrison ve Milliken, 2000; Ashforth ve Anand, 2003; Vokalo ve Bouradas, 2005; Tangirala ve Ramanujam, 2008).

### 1.3. Örgütsel sinizm

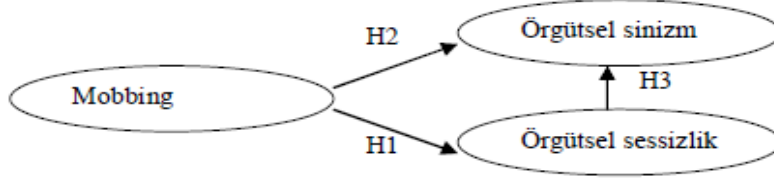
Üst yönetim ve özel iş organizasyonu birimlerini çalışan sinizmine neden olan unsurlar olarak değerlendiren Andersson'a (1996) göre; örgütsel sinizm a) yönetimin sadece örgütsel çıkarlar doğrultusunda hareket ettiği, b) işlerin örgütsel çıkarlar doğrultusunda ve çıkarıcı yönetim tarafından yapıldığı ve c) bu çıkarıcı koşulların değişmeyeceği inancıyla şekillenen bir davranıştır. Dean ve arkadaşlarına (1998) göre; örgütsel sinizmin, her biri örgütsel bağlılığı ve iş performansını etkileme özelliğine sahip olan *bilişsel* (cognitive), *duyuşsal* (affective) ve *davranışsal* (behavioural) olmak üç boyutu bulunmaktadır. Birinci boyut olan *bilişsel boyut*; işletmenin dürüstlükten yoksun olduğu yönünde çalışanlarda oluşan inançlardır. Böylece sinik tutumlara sahip olan bireyler, işletmelerinde faaliyetlerin adalet, dürüstlük ve samimiyet ilkelerinden yoksun bir şekilde yürütüldüğüne, bu ilkelerin örgütsel çıkarlara kurban edildiğine, ahlaki olmayan bu davranışların aslında örgütsel bir norm olduğuna, örgütsel seçimlerin tamamen örgütsel çıkarlar doğrultusunda yapıldığına, örgütteki işgörenlerin davranışlarının tutarsız ve güvenilmez nitelikte olduğuna inanırlar. Örgütsel sinizmin ikinci boyutu, işletmeye yönelik duygusal reaksiyonları kapsayan *duyuşsal* boyuttur. Dean ve arkadaşları (1998), sinik tutum gösteren işgörenlerin, yalnızca örgütlerine ilişkin inançları olan kişiler olmadıklarını, diğer bir açıdan örgütlerinde duygular yaşayan bireyler olarak görülmeleri gerektiğini belirtmektedirler. Bu açıdan *duyuşsal* sinizm boyutunda öfke, endişe, gerilim, sıkıntı, kızgınlık, saygısızlık, utanma, küçümseme gibi güçlü duygular, çalışanlar tarafından ortaya konmaktadır (Abraham, 2000; Dean vd., 1998). Örgütsel sinizmin son boyutu ise ilk iki boyuttaki inançlar ve duygularla şekillenen, işletmeyi aşığılama eğilimi ile kritik davranışları kapsayan *davranışsal* boyuttur. *Davranışsal* boyutta, örgüte ilişkin olarak olumsuz inançları ve negatif duyguları olan çalışanlar, örgütlerine karşı şikayet etme, imalı bakışma, eleştirme, dalga geçme gibi davranışlarda bulunabilmektedirler (Dean vd., 1998). Andersson (1996), özsaygı, denetim odaklılık, hakkaniyet hassasiyeti, olumsuz duygular, iş etiği, demografik özellikler ve grup normları gibi ruhsal ve durumsal özelliklerin de etkili olduğu örgütsel sinizmin gelişmesine etki eden işyeri faktörlerini aşağıdaki gibi üç ana grup altında toplamıştır (Andersson, 1996):

- 1) *İş ortamına ilişkin faktörler*: Yüksek idari maaşlar, sert işten çıkartma, adaletsiz şirket karları ve şirketin sosyal sorumluluğu konularıdır.
- 2) *Örgütsel faktörler*: Zayıf iletişim, sesli ifade sınırlılığı, çalışanlara kaba davranma, yönetsel beceriksizlikler ve yönetim tekniklerinin kullanım biçimi konularıdır.
- 3) *İşin kendisi ve rolden kaynaklanan faktörler*: Rol belirsizliği, rol çatışması ve aşırı iş yükü konularıdır.

Araştırmalar örgütsel sinizmin çalışanlar ve örgütler üzerinde birtakım olumsuz etkilere sahip olduğunu göstermiştir. Sinizmin duygusal tükenme, iş doyumsuzluğu, işe devamsızlık, adalet algısı, örgütsel değişim faaliyetlerine katılma isteği, yorgunluk, iş performansı ve örgütsel bağlılık üzerinde etkili olduğu belirtilmiştir (Andersson ve Bateman, 1997; Armenakis ve Bedeian, 1999; Abraham, 2000; Brandes vd., 2000; Maslach, 2003; Pugh vd., 2003; Stanley vd., 2005; Bernerth vd., 2007; Kim vd., 2009)

## 2. MODEL ve HİPOTEZLER

Araştırma konusu olan mobbing, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm arasında doğrudan ya da dolaylı ilişki olabileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda araştırmanın amacı doğrultusunda ve literatür araştırması sonucunda, araştırma modeli ve hipotezler Şekil 1'deki gibi kurgulanmıştır.



**Şekil 1. Model Önerisi**

Örgüt liderleri çoğu zaman örgüte zarar verecek mobbing davranışı içerisine girerler ya da mobbing davranışlarına zemin hazırlayacak koşullar yaratırlar (Wayne vd., 2008). Caldwell ve Canuta (2010), organizasyonel terörist olarak tanımladıkları zorba liderlerin olduğu işletmelerde, çalışanların işletmeye nasıl yardımcı olacaklarını en iyi bildikleri konularda bile, aşağılanma ve suçlanma hedefi olmamak için işletmedeki meselelere omuzları üzerinden baktıklarını ve işletmeye yardımcı olmadıklarını ifade etmişlerdir. Söz konusu yazarlara göre zorba liderlerin olduğu işletmelerde, çalışanların karar yapılarına katılma hakları ellerinden alınarak susturulurlar. Leymann'a (1996) göre, mobbing süreci boyunca mağdurun kişisel ilişkileri ile sosyal ilişkilerini geliştirmesi engellenerek iletişim kurması engellenir ve mağdur susturma yoluna gidilir. Benzer şekilde Scott (1993), işletme içinde iletişimin bastırılmasının, muhalefet olgusunu ortadan kaldırarak örgütsel sessizlik davranışının oluşmasına neden olabileceğini ifade etmektedir. Bu bilgiler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

**H1:** *Mobbing algısı ile örgütsel sessizlik tutumu arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.*

İnsanlar hem günlük yaşamda hem de iş yaşamında duygularla kuşatılırlar. Duygular sadece dramatik durumlarda oluşmaz. Çoğu zaman anlaşılmayan ancak bireyin çalışma performansını etkileyen günlük iş koşullarında da ortaya çıkar. Yeni mesleklerin zihinsel talepleri analizinin yapıldığı bir araştırma, duyguların yabancılaşma, sosyo-mesleki stres, sinizm ve örgütsel sessizliğe neden olduğunu göstermiştir (Gramma ve Boitone, 2009). Naus ve arkadaşlarına (2007) göre; hayal kırıklığına uğramış ve işlerinden hoşnut olmayan bireyler, kendilerini ifade etme ve yeteneklerini kullanma yollarını ararken, olumsuz işletme koşullarına birçok farklı şekilde cevap verebilmektedirler. Benzer şekilde literatürde, örgütsel sinizmi, çalışanların olumsuz işletme koşullarına verdikleri cevap olarak tanımlayan açıklamalar bulunmaktadır (Reichers vd., 1997; Huang vd., 2005; Naus vd., 2007). Andersson (1996), zayıf iletişimin ve çalışanlara kaba davranmanın örgütsel sinizme neden olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

**H2:** *Mobbing algısı ile örgütsel sinizm tutumu arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.*

Örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm kavramları, çalışanların örgütsel işleyişleri *davranışsal, bilişsel ve/veya duyuşsal* olarak değerlendirmeleri sonucunda, takındıkları tutumlar olarak tanımlanmaktadır. Birçok araştırmacı, alt kademelerden üst kademelere doğru bilgi akışının organizasyonel sağlık açısından önemine dikkat çekmişlerdir (Floyd ve Wooldridge, 1994). Huang ve arkadaşları (2005), işletme içinde tesis edilen fikirleri dile getirme mekanizmalarının, örgütsel sessizlik ile ilişkili olan kaygı, yönetime güvensizlik, örgütsel sinizm ve ümitsizlik duygusu gibi negatif etkileri ve duyguları düşürüp

düşürmediğinin araştırılması gerektiğini ifade etmişlerdir. Tamuz'a (2001) göre, çalışanların sergilediği sessizlik davranışı aynı zamanda stres, sinizm ve iş tatminsizliğine neden olabilir. Andersson (1996) da, sesli ifade sınırlılığının ve zayıf iletişimin örgütsel sinizme neden olduğunu belirtmektedir. Bu doğrultuda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

*H3: Örgütsel sessizlik tutumu ile örgütsel sinizm tutumu arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.*

### 3. YÖNTEM

Araştırma kapsamında kavramlar arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amacıyla inceleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada veriler, güvenilirlik ve geçerliliklerinin önceki çalışmalarla denendiği mobbing, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm ölçekleri ile katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin soruların yer aldığı anket formuyla toplanmıştır. Mobbing ölçeği olarak Leymann'ın (1993) tanımladığı 45 farklı yıldırma davranışından oluşan Leymann Psikolojik Terör Envanteri (LIPT) kullanılmıştır (Devenport vd., 2003). Soru sayısında sınırlamaya gitmek için 45 yıldırma davranışından 38 tane ölçekte kullanılmıştır. Ölçek "kişisel iletişime saldırılar" (10 madde), "sosyal ilişkilere yönelik saldırılar" (3 madde), "itibara yönelik saldırılar" (14 madde), "kişinin yaşam kalitesi ve mesleki durumuna saldırılar" (6 madde) ve "kişinin sağlığına doğrudan saldırılar" (5 madde) olmak üzere 5 grup olumsuz davranışı temsil eden 38 maddeden oluşmaktadır. Örgütsel sessizliğe ait verileri toplamak için kullanılan ölçek, Çakıcı ve Çakıcı (2007) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek, "yönelimsel ve örgütsel nedenler" (13 madde), "işle ilgili konular" (6 madde), "tecrübe eksikliği" (4 madde), "izolasyon korkusu" (4 madde) ve "ilişkileri zedeleme korkusu" (3 madde) olmak üzere beş boyutu temsil eden 30 maddeden oluşmaktadır. Örgütsel sinizm için ise, Dean ve ark.'nın (1998), "bilişsel sinizm", "duyuşsal sinizm" ve davranışsal sinizm" şeklinde ele aldıkları kavramsallaştırmalarından hareket edilmiştir. Bu bağlamda, Brandes (1997) tarafından geliştirilen ölçekten faydalanılmıştır. Ölçek, "bilişsel" (5 madde), "duyuşsal tepki" (5 madde) ve "davranışsal" (4 madde) olmak üzere üç boyutu temsil eden toplam 14 maddeden oluşmaktadır. Veri toplama araçlarının güvenilirliği bu çalışmada yeniden test edilmiş, araştırma anketinde kullanılan tüm ölçeklerin güvenilirlikleri (cronbach's alpha katsayısı) mobbing ölçeği için 0,95, örgütsel sessizlik ölçeği için 0,96 ve örgütsel sinizm ölçeği için 0,88 olmak üzere yeterli bulunmuştur. Tüm ölçeklerde beşli Likert derecelemesi kullanılmıştır.

Araştırmanın evrenini, bir devlet üniversitesi ve bağlı birimlerinde çalışan akademik ve idari personel oluşturmaktadır. Uygulama, kolayda örnekleme yöntemi ile yüz-yüze ve bırak-topla teknikleri kullanılarak yürütülmüştür. Uygulama süreci sonunda, 240 adet kullanılabilir anket elde edilmiştir. Araştırma verilerini çözümlemede "SPSS for Windows 16.0" paket programı kullanılmıştır. Veri setine ait dağılımın normallik varsayımı Kolmogorov-Smirnov Testi ile sınanmıştır. Ölçekler ve tüm alt boyutlarına ilişkin dağılımın normal dağılım göstermediği tespit edilmiştir ( $p < 0.01$ ). Bundan dolayı araştırma sorularını yanıtlamak için parametrik olmayan istatistiksel yöntemler tercih edilmiştir. Araştırma modelinde belirtilen mobbing, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm arasındaki ilişkileri tespit etmek için Korelasyon analizi ile Regresyon analizi yapılmıştır. Ayrıca tanımlayıcı bulgular için K-means kümeleme yöntemi, yüzde, frekans dağılımı ve aritmetik ortalamalar kullanılmıştır.

### 4. BULGULAR

Araştırmaya katılanların çeşitli demografik özellikleri şu şekilde özetlenebilir: Araştırmaya 68 kadın (%28) ve 172 erkek (%72) olmak üzere toplam 240 kişi katılmıştır. Katılımcıların %47,5'i (114 kişi) akademik personel ve %52,5'i (126 kişi) ise idari personel olarak istihdam edilmektedir. Araştırmanın birinci sorusunu yanıtlayabilmek için yapılan

analiz sonuçlarına göre; katılımcılar orta düzeyde örgütsel sinizm ( $\bar{X}=2,52$ ) ve örgütsel sessizlik tutumu ( $\bar{X}=2,64$ ) sergilerken, düşük düzeyde bir mobbing algısına ( $\bar{X}=1,36$ ) sahiptirler. Alt boyutlar bazında ele alındığında katılımcıların en fazla bilişsel sinizm boyutunda sorun yaşadığı ( $\bar{X}=2,81$ ), en fazla yönetsel ve örgütsel nedenlerden ötürü sessizlik davranışı sergilediği ( $\bar{X}=2,92$ ) ve en çok kişisel iletişime saldırılar boyutunda mobbinge maruz kaldığı ( $\bar{X}=1,59$ ) görülmektedir. Bunun yanı sıra katılımcıların örgütsel sessizlik, mobbing ve örgütsel sinizm ölçeklerine verdikleri skorlar K-Means yöntemiyle “*düşük düzeyde*”, “*orta düzeyde*” ve “*yüksek düzeyde*” olmak üzere üç gruba ayrılmıştır. Kümeleme analizi sonuçlarına göre çalışanların %87’si düşük düzeyde (1,18), %9’u orta düzeyde (ortalama=2,25) ve %4’ü ise yüksek düzeyde (ortalama=3,23) mobbinge maruz kalmaktadır. Çalışanların %25’i düşük düzeyde (ortalama=1,41), %63’ü orta düzeyde (2,82) ve %12’si de yüksek düzeyde (ortalama=4,33) örgütsel sessizlik tutumu sergilemektedir. Ayrıca çalışanların %32’si düşük düzeyde (ortalama=1,53), %59’u orta düzeyde (ortalama=2,79) ve %9’u ise yüksek düzeyde (ortalama=4,28) örgütsel sinizm tutumu sergilemektedir.

Araştırmanın ikinci sorusunu yanıtlamak için, cinsiyet ve personel sınıfı değişkeni açısından mobbing algısı, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm tutumlarının karşılaştırılması Mann-Whitney-U Testiyle yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, akademik personel ile idari personelin mobbing algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülürken ( $p<0.01$ ), mobbing algısının cinsiyete göre değişmediği görülmektedir ( $p>0.05$ ). Sıra ortalamaları dikkate alındığında idari personelin mobbing algısının (sıra ortalaması=1442), anlamlı bir şekilde akademik personelin mobbing algısından (sıra ortalaması=94,53) daha yüksek olduğu görülmektedir. Benzer şekilde akademik personel ile idari personelin örgütsel sessizlik tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülürken ( $p<0.01$ ), örgütsel sessizlik tutumunun cinsiyete göre değişmediği görülmektedir ( $p>0.05$ ). Sıra ortalamaları dikkate alındığında, akademik personele (sıra ortalaması=106,64) nazaran idari personelin (sıra ortalaması=133,04) daha fazla örgütsel sessizlik tutumu sergilediği görülmektedir. Ayrıca cinsiyetin örgütsel sinizm tutumu üzerinde etkili olmadığı ve akademik personel ile idari personelin örgütsel sinizm tutumları arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir ( $p>0.05$ ).

Araştırma modelinde belirtilen hipotezleri test ederek araştırmanın üçüncü sorusunu yanıtlayabilmek için öncelikle korelasyon (Bivariate Correlations-Spearman Testi) analizi yapılmış, daha sonra modeldeki yapıların birbirlerine etkisini tespit etmek için ise regresyon analizi yapılmıştır. İkili korelasyon analizi sonucuna göre; mobbing ile örgütsel sessizlik ( $r=0.379$ ,  $p<0.01$ ), mobbing ile örgütsel sinizm ( $r=0.394$ ,  $p<0.01$ ) ve örgütsel sessizlik ile örgütsel sinizm ( $r=0.540$ ,  $p<0.01$ ) arasında orta düzeyde, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Buna göre mobbing arttıkça örgütsel sessizliğin ve örgütsel sinizmin arttığı ve örgütsel sessizlik arttıkça örgütsel sinizmin arttığı söylenebilir. Araştırma modelinde belirtilen yapılar arasındaki ilişkinin yönü ve şiddeti belirlendikten sonra, yapıların birbirleri üzerindeki etkisini ortaya çıkartmak için regresyon analizi yapılmıştır. Mobbingin örgütsel sessizlik üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonucu Tablo 1’de, mobbingin örgütsel sinizm üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonucu Tablo 2’de ve örgütsel sessizliğin örgütsel sinizm üzerindeki etkisine ilişkin regresyon analizi sonucu da Tablo 3’te verilmiştir. Analiz sonuçlarına göre; oluşturulan modeller anlamlıdır ( $P<0.01$ ). Bu durumda örgütsel sessizliğe ilişkin toplam varyansın (değişimin) %,6,3’ü ve örgütsel sinizme ilişkin toplam varyansın %12’si mobbing ile açıklanabilir. Örgütsel sinizme ilişkin toplam varyansın %29’u da örgütsel sessizlik ile açıklanabilir. Bu bağlamda araştırma modelinde belirtilen H1, H2 ve H3 hipotezleri kabul edilmiştir.

**Tablo 1. Mobbingin Örgütsel Sessizlik Üzerindeki Etkisi**

|         | Standardize edilmemiş katsayılar |           | Standardize edilmiş katsayılar | t      | p    |
|---------|----------------------------------|-----------|--------------------------------|--------|------|
|         | B                                | Std. hata | Beta                           |        |      |
| Sabit   | 2,026                            | ,164      |                                | 12,353 | ,000 |
| Mobbing | ,450                             | ,113      | ,251                           | 3,994  | ,000 |

Bağımlı değişken: Örgütsel sessizlik; R: 0,25; R<sup>2</sup>: 0,063; Düzeltilmiş R<sup>2</sup>: 0,059; D-W: 1,860; Model için F(1,238)=15,950; p<.01.

**Tablo 2. Mobbingin Örgütsel Sinizme Üzerindeki Etkisi**

|         | Standardize edilmemiş katsayılar |           | Standardize edilmiş katsayılar | t      | p    |
|---------|----------------------------------|-----------|--------------------------------|--------|------|
|         | B                                | Std. hata | Beta                           |        |      |
| Sabit   | 1,717                            | ,152      |                                | 11,322 | ,000 |
| Mobbing | ,594                             | ,104      | ,347                           | 5,702  | ,000 |

Bağımlı değişken: Örgütsel sinizm; R: 0,347; R<sup>2</sup>: 0,120; Düzeltilmiş R<sup>2</sup>: 0,117; D-W: 1,494; Model için F(1,238)=32,516; p<.01.

**Tablo 3. Örgütsel Sessizliğin Örgütsel Sinizm Üzerindeki Etkisi**

|                    | Standardize edilmemiş katsayılar |           | Standardize edilmiş katsayılar | t     | p    |
|--------------------|----------------------------------|-----------|--------------------------------|-------|------|
|                    | B                                | Std. hata | Beta                           |       |      |
| Sabit              | 1,179                            | ,147      |                                | 8,040 | ,000 |
| Örgütsel sessizlik | ,509                             | ,052      | ,534                           | 9,734 | ,000 |

Bağımlı değişken: Örgütsel sinizm; R: 0,534; R<sup>2</sup>: 0,29; Düzeltilmiş R<sup>2</sup>: 0,282; D-W: 1,623; Model için F(1,238)=94,759; p<.01.

## 5. TARTIŞMA

Bu araştırma bulgularına göre, mobbing eylemlerine maruz kalmada cinsiyet farkının etkili olmadığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde Mikkelsen ve Einarsen (2002a:401), İsveç'te yaptıkları araştırma sonuçlarına göre; yıldırma eylemlerine maruz kalmada cinsiyet farkının anlamlı bir değişken olmadığını bulmuşlardır. Cinsiyetin, yıldırmanın yaşanmasında etkili olmadığını ifade eden diğer iki araştırma da, Leymann (1993) ve Niedl'in, (1996) çalışmalarıdır. Ayrıca Einarsen ve Skogstad'ın (1996), Norveç'te 13 ayrı iş kolunda, 7986 çalışan üzerinde yürüttükleri bir çalışmaya göre de; yıldırma eylemlerine maruz kalmada cinsiyet farkının anlamlı bir değişken olmadığı tespit edilmiştir.

Bu araştırma bulgularına göre; mobbing davranışına maruz kalma ve örgütsel sessizlik düzeyi açısından idari ve akademik personel arasında istatistiksel olarak anlamlı bir



fark olduğu tespit edilmiştir. Literatürdeki birçok araştırmada da, örgüt hiyerarşisinde alt kademelerde bulunanların, mobbinge daha fazla maruz kaldıkları ve daha fazla sessizlik davranışı sergiledikleri ifade edilmiştir (Fox ve Stallworth, 2005). Benzer şekilde Çakıcı da (2008), sessiz kalmayı tercih etme nedenlerinin başında “yönetmel ve örgütsel nedenlerin” geldiğini ve örgütsel sessizlik düzeyinin akademik ve idari personel arasında anlamlı bir şekilde farklılaştığını tespit etmiştir.

Bu araştırma bulgularına göre mobbing ile örgütsel sessizlik, mobbing ile örgütsel sinizm ve örgütsel sessizlik ile örgütsel sinizm arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Literatürdeki birçok açıklama ve bulgu bu sonucu desteklemektedir. Leymann’a (1996) göre, mobbing davranışlarından biri de mağdurun kişisel ilişkiler ile sosyal ilişkilerini geliştirmesi engellenerek susturulmasıdır. Benzer şekilde Scott (1993), işletme içinde iletişimin bastırılmasının, sessizlik davranışının oluşmasına neden olabileceğini ifade etmektedir. Andersson (1996), zayıf iletişimin ve çalışanlara kaba davranmanın örgütsel sinizme neden olduğunu ifade etmektedir.

Örgütsel sinizmi, örgütsel sessizlik ikliminin hakim olduğu işletmelerde, çalışanların kendilerini ifade etme şekli olarak ele alan açıklamalar bulunmaktadır. Huang ve arkadaşlarının (2005), yaptıkları araştırmada, işletme içinde tesis edilen fikirleri dile getirme mekanizmalarının, örgütsel sessizlik ile ilişkili olan kaygı, yönetime güvensizlik, örgütsel sinizm ve ümitsizlik duygusu gibi negatif etkileri ve duyguları düşürüp düşürmediğinin araştırılması gerektiğini ifade etmişlerdir. Tamuz’a (2001) göre, çalışanların sergilediği sessizlik davranışı aynı zamanda sinizme neden olabilir. Andersson (1996) da, sesli ifade sınırlılığının ve zayıf iletişimin örgütsel sinizme neden olduğunu belirtmektedir. Bu doğrultuda araştırma bulgularının literatür tarafından desteklendiği görülmektedir.

## 6. SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırma bulgularına göre; katılımcılar orta düzeyde örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm tutumu sergilerken, düşük düzeyde mobbing algısına sahiptirler. Alt boyutlar bazında ele alındığında katılımcıların en çok “*kişisel iletişime saldırılar*” boyutunda mobbinge maruz kaldığı, en fazla “*yönetmel ve örgütsel nedenlerden*” ötürü sessizlik tutumu sergilediği ve en fazla “*bilişsel sinizm*” boyutunda sinist tutum sergilediği görülmektedir. Araştırma bulgularına göre; çalışanların %87’si düşük düzeyde, %9’u orta düzeyde ve %4’ü ise yüksek düzeyde mobbinge maruz kalmaktadır. Çalışanların %25’i düşük düzeyde, %63’ü orta düzeyde ve %12’si yüksek düzeyde örgütsel sessizlik tutumu sergilerken, %32’si düşük düzeyde, %59’u orta düzeyde ve %9’u ise yüksek düzeyde örgütsel sinizm tutumu sergilemektedir. Ayrıca akademik personele nazaran idari personel, istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde daha fazla mobbing davranışına maruz kalmaktadır ve daha fazla örgütsel sessizlik tutumu sergilemektedir. Akademik ve idari personelin örgütsel sinizm tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur. Mobbing algısı, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm tutumlarının cinsiyete göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Mobbing ile örgütsel sessizlik, mobbing ile örgütsel sinizm ve örgütsel sessizlik ile örgütsel sinizm arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Araştırmanın bulgularından hareketle aşağıdaki önerilerde bulunulabilir:

- Mobbing, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm kavramlarının birbirleriyle ilişkisi ve işletme ile çalışanlar üzerindeki etkisi düşünüldüğünde, işletme içerisinde söz konusu davranışların yönetilmesi gerekmektedir.
- İşletme içinde mobbingin etik dışı ve yasal olmayan bir davranış olarak kabul edilmesi ve suç sayılması için, gerekli hukuki alt yapının oluşturulması ve caydırıcı cezalarla bu tür davranışların önlenmeye çalışılması gerekir. Mobbingin nedenleri, süreci, sonuçları ve nasıl önenebileceği hakkında çalışanlar bilgilendirilmelidir.

- Başta idari personel olmak üzere tüm çalışanlar ve yöneticiler arasında iletişim daha çok güçlendirilmeli, iletişim kanallarının hiyerarşiye bağlı kalmaması sağlanarak etkin biçimsel iletişim sistemleri oluşturulmalıdır. Çalışanların duygu ve düşüncelerini dile getirirken kendilerini güvende hissedecekleri bir örgüt kültürü ve ikliminin oluşturulması gerekir.
- Örgüt içerisinde hak edene hak ettiği ödül verilerek özellikle ikramiye, terfi vb. uygulamalarda adil davranılması gerekir.
- Politika ve stratejilerin belirlenmesinde işgören katılımı sağlanarak, amaçların tüm işgörenler tarafından benimsenmesi, işgörenlerin hayal kırıklıkları yaşamalarını engelleyerek işgören-örgüt arasındaki güven ilişkisinin geliştirilmesi gerekir. Özellikle idari personelin örgüte olan güven duygularının artırılması açısından özlük haklarının korunması ve kararlara katılımlarının sağlanması önemlidir.

Bu araştırma, bir kamu üniversitesinde çalışan akademik ve idari personel olmak üzere 240 kişiden elde edilen verilerle sınırlıdır. Bundan sonraki araştırmalarda çalışma alanı daha da genişlettilererek, hatta farklı sektörlerde çalışanlardan elde edilecek verilerle mobbing, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm arasındaki ilişkinin ortaya konulması, önlem ve önerilerin belirlenmesi literatüre ve sektöre önemli katkılar sağlayacaktır.

#### **Extended Abstract:**

This study carried out with data from a total of 240 academic and administrative staff that working in a public university. The aim of study is determine the relationship between mobbing, organizational silence and organizational cynicism. According to the results; participants have low level of mobbing, mid-level of organizational silence and organizational cynicism. There is a significant difference between the levels of mobbing and organizational silence of academic and administrative staff but, not for organizational cynicism. In addition, significant and positive relationship has been found between mobbing and organizational silence, mobbing and organizational cynicism and, organizational silence and organizational cynicism.

#### **KAYNAKÇA**

- ABRAHAM, R. (2000). Organizational cynicism: Bases and consequences. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 126(3), 269–92. ss.
- ANDERSSON, L. M. (1996). Employee cynicism: An examination using a contract violation framework. *Human Relations*, 49(11), 1395–418. ss.
- ANDERSSON, L.M., BATEMAN, T.S. (1997). Cynicism in the workplace: Some causes and effects. *Journal of Organizational Behavior*, 18(5), 449–69. ss.
- ARMENAKIS, A. A., BEDEIAN, A. G. (1999). Organizational change: A review of theory and research in the 1990s. *Journal of Management*, 25(3), 293–315. ss.
- ASHFORTH, B. E., ANAND, V. (2003). The normalization of corruption in organizations. R. M. Kramer, B. M. Stav (ed.), *Research in organizational behavior*.
- BAILLIEN, E., NEYENS, I., WITTE, H., CUYPER, N.(2009). Towards a three way model of workplace bullying: A qualitative study. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 19, 1–16. ss.

- BALDUCCI, C., ALFANO, V., FRACCAROLI, F. (2009). Relationships between mobbing at work and mmpi-2 personality profile, posttraumatic stress symptoms and suicidal ideation and behavior. *Violence and Victims*, 24(1), 52–67. ss.
- BERNERTH, J. B., ARMENAKIS, A. A., FEILD, H. S., WALKER, H.J. (2007). Justice, cynicism, and commitment: A Study of important organizational change variables. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 43(3), 303–326. ss.
- BJÖRKQVIST, K., ÖSTERMAN, K., HJELT-BÄCK, M. (1994). Aggression among university employees. *Aggressive Behavior*, 20(3), 173–184. ss.
- BRANDES, P., CASTRO, S. L., JAMES, M. S. L., MARTINEZ, A. D., MATHERLY, T. A., FERRIS, G. R., HOCHWARTER, W. A. (2000). The interactive effects of job insecurity and organizational cynicism on work effort following a layoff. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 14(3), 233–247. ss.
- BRANDES, P. M. (1997). *Organizational cynicism: Its nature, antecedents and consequences*. Unpublished PhD dissertation. The University of Cincinnati.
- ÇAKICI A., ÇAKICI A. C. (2007). İşgören Sessizliği: Konuşmak mı Zor, Sessiz Kalmak mı Zor? 15. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Sakarya Üniversitesi, 389–400. ss.
- ÇAKICI, A. (2008). Örgütlerde sessiz kalınan konular, sessizliğin nedenleri ve algılanan sonuçları üzerine bir araştırma. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 117-134. ss.
- CALDWELL, C., CANUTO-CARRANCO, M. (2010). Organizational terrorism and moral choices – exercising voice when the leader is the problem. *Journal of Business Ethics*, 97, 159–171. ss.
- DAVENPORT, N., SCHWARTZ, R. D, ELLIOTT, G. P. (2003). Mobbing: İşyerinde duygusal yıldırma. (Çev. O. C. ÖnerToy). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- DEAN, J.W., BRANDES, P., DHARWADKAR, R. (1998). Organizational cynicism. *Academy of Management Review*. 23(2), 341–52. ss.
- DONAGHEY, J., CULLINANE, N., DUNDON, T., WILKINSON, A. (2011). Reconceptualising employee silence: problems and prognosis. *Work employment and society*, 25(1), 51–67. ss.
- EINARSEN, S. (2000). Harassment and bullying at work: A review of the scandinavian approach. *Aggression and Violent Behavior*, 5(4), 379–401. ss.
- EINARSEN, S., RAKNES, B. I. (1997). Harassment in the workplace and the victimization of men. *Violence and Victims*. 12, 247–263. ss.
- EINARSEN, S., SKOGSTAD, A. (1996). Bullying at work: Epidemiological findings in public and private organizations. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5, 185—201. ss.
- EINARSEN, S., MATHIESEN S. B., SKOKSTAD, A. (1998). Bullying, burnout and well being among assistant nurses. *Journal of Occupational Health and Safety*, 14, 263–268. ss.
- FLEMING, P. (2005). Workers’ playtime? Boundaries and cynicism in a ‘culture of fun’ program. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 41(3), 285–303. ss.

- FLOYD, S. W., WOOLDRIDGE, W. (1994). Dinosaurs or dynamos? Recognizing middle management's strategic role. *Academy of Management Executive*, 8(4), 47–57. ss.
- FOX, S., STALLWORTH, L. E. (2005). Racial/ethnic bullying: Exploring links between bullying and racism in the US workplace. *Journal of Vocational Behavioral*, 66(3), 438–456. ss.
- GRAMA, B., BOŢONE, D. (2009). The role of emotions in organizational behaviour. *Annals Of The University Of Petroşani, Economics*, 9(3), 315–320. ss.
- GROEBLINGHOFF, D., BECKER, M. (1996). A case study of mobbing and the clinical treatment of mobbing victims. *European Journal Work and Organizational Psychology*, 5, 277–294. ss.
- GÜL, H. (2009). An important psychosocial risk in occupational health: Mobbing. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 8(6), 515–520. ss.
- HUANG, X., EVERT VLIERT, V., VEGT, G. V. (2005). Breaking the silence culture: Stimulation of participation and employee opinion withholding cross-nationally. *Management and Organization Review* 1(3), 459–482. ss.
- JOSIPOVIC-JELIC, Z., STOINI, E., CELIC-BUNIKIC, S. (2005). The effect of mobbing on medical staff performance. *Acta Clin Croat*, 44, 347–352. ss.
- KARAVARDAR, G. (2010). Psikolojik yıldırma ile bazı kişilik özellikleri arasındaki ilişki. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 5(3), 212–233. ss.
- KAYA, İ. (2011). Yıldırma faktörü ile otel işletmelerinin rekabet gücü arasındaki ilişkinin irdelenmesi. *12. Ulusal Turizm Kongresi*, Akçakoca.
- KEIM, J., MCDERMOTT, J. C. (2010). Mobbing: Workplace violence in the academy. *The Educational Forum*, 74, 167–173. ss.
- KIM, T., BATEMAN, THOMAS S., GILBREATH, B., ANDERSSON, LYNNE M. (2009). Top management credibility and employee cynicism: A comprehensive model. *Human Relations*, 62(10), 1435–1458. ss.
- KÖSE, S., UYSAL, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler*, 8(1), 263–278. ss.
- Leymann, H. (1993). *Mobbing*, Hamburg. Rowohlt.
- LEYMANN, H. (1996). The content and development of bullying at work. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5, 165–184. ss.
- LEYMANN, H., GUSTAFSON, A. (1996). Mobbing at work and the development of post-traumatic stress disorders. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5, 251–275. ss.
- MASLACH, C. (2003). Job burnout: New directions in research and intervention. *Current Directions in Psychological Science*, 12(5), 189–192. ss.
- MATTHIESEN, S. B., EINARSEN, S. (2004). Psychiatric distress and symptoms of PTSD among victims of bullying at work. *British Journal of Guidance & Counselling*, 32, 335–356. ss.
- MATTHIESEN, S. B., EINARSEN, S. (2007). Perpetrators and targets of bullying at work: Role stress and individual differences. *Violence and Victims*, 22, 735–753. ss.
- MIKKELSEN, E., EINARSEN, S. (2002a). Relationships between exposure to bullying at work and psychological and psychosomatic health complaints: The role of state

- negative affectivity and generalized self-efficacy. *Scandinavian Journal of Psychology*, 43, 397-405. ss.
- MIKKELSEN, E., EINARSEN, S. (2002b). Basic assumptions and symptoms of post-traumatic stress among victims of bullying at work. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 11 (1), 87–111. ss.
- MILLIKEN, R., MORRISON, E., HEWLIN, P. (2003). An exploratory study of employee silence: Issues that employees don't communicate upward and why. *Journal of Management Studies*, 40(6), 1453–76. ss.
- MIRVIS, PHILIP H., KANTER, DONALD L. (1991). Beyond demography: A psychographic profile of the workforce. *Human Resource Management*, 30(1), 45–68. ss.
- MORRISON, E. W., MILLIKEN, F. J. (2000). Organizational silence: A barrier to change and development in a pluralistic world. *Academy of Management Review*, 25(4), 706–725. ss.
- MOSKAL, B. S. (1991). Is industry ready for adult relationships? *Industry Week*, 21, 18- 25. ss.
- NAUS, F., ITERSAN, AD W., ROE, R. (2007). Organizational cynicism: Extending the exit, voice, loyalty, and neglect model of employees' responses to adverse conditions in the workplace. *Human Relations*, 60(5), 683–718. ss.
- NEMETH, C, J. (1997). Managing innovation: When less is more. *California Management Review*, 40(1), 59–74. ss.
- NIEDL, K. (1996). Mobbing and well-being: Economic and personnel development implications. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5(2), 239-249. ss.
- O'BRIEN, A.T., HASLAM, S.A., JETTEN, J., HUMPHREY, L., O'SULLIVAN, L., POSTMES, T. (2004). Cynicism and disengagement among devalued employee groups: The need to aspire. *Career Development International*, 9(1), 28–44. ss.
- PINDER, C. C., HARLOS, H. E. (2001). Employee silence: Quiescence and acquiescence as responses to perceived injustice. *Research in Personnel and Human Resource Management*, 20, 331–69. ss.
- PUGH, S.D., SKARLICKI, D.P., PASSELL, B.S. (2003). After the fall: Layoff victims' trust and cynicism in reemployment. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 76(2), 201–212. ss.
- QUINE, L. (2001). Workplace bullying in nurses. *Journal of Health Psychology*, 6, 73–84. ss.
- REICHERS, A. E., WANOUS, J. P., AUSTIN, J. T. (1997). Understanding and managing cynicism about organizational change. *Academy of Management Executive*, 11(1), 48–59. ss.
- RYAN, K. D., OESTREICH, D. K. (1991). *Driving lear out of the workplace: How to overcome the invisible barriers to quality, productivity, and innovation*. San Francisco: Jossey-Bass.
- SCHAUFELI, WILMAR B., GREENGLASS, ESTHER R. (2001). Introduction to special issue on burnout and health. *Psychology and Health*, 16(5), 501–510. ss.

- SCOTT, R. L. (1993). Dialectical tensions of speaking and silence. *The Quarterly Journal of Speech*, 79, 1–18. ss.
- SOLJAN, I., JOSIPOVIĆ-JELIĆ, Z., TITLIĆ, M. (2009). Organizational circumstances for the occurrence of mobbing in health care organizations. *Macedonian Journal of Medical Sciences*. 2(3), 239–244. ss.
- STANLEY, DAVID J., MEYER, JOHN P., TOPOLNYTSKY, L. (2005). Employee cynicism and resistance to organizational change. *Journal of Business and Psychology*, 19(4), 429–459. ss.
- TAMUZ, M. (2001). Learning disabilities for regulators: The perils of organizational learning in the air transportation industry. *Administration and Society*, 3(3), 276–302. ss.
- TANGIRALA, S., RAMANUJAM, R. (2008). Employee silence on critical work issues: The cross level effects of procedural justice climate. *Personnel Psychology*, 61, 37–68. ss.
- URBANY, J.E. (2005). Inspiration and cynicism in values statements. *Journal of Business Ethics*, 62, 169–82. ss.
- VAN, D. L., ANG, S., BOTERO, I. C. (2003). Conceptualizing employee silence and employee voice as multidimensional constructs. *Journal of Management Studies*, 40, 1359–1392. ss.
- WAYNE, S. J., HOOBLER, J., MARINOVA, S. V., JOHNSON, M. M. (2008). Abusive behavior: Trickle-down effects beyond the dyad. *Academy of Management Proceedings*, 1–6. ss.
- YAMAN, E. (2010). Perception of faculty members exposed to mobbing about the organizational culture and climate. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 10(1), 567-578. ss.
- ZAPF, D., KNORZ, C., KULLA, M. (1996). On the relationship between mobbing factors, and job content, social work environment, and health outcomes. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5(2), 215–237. ss.

**Annex 3. General Economic Indicators -2**

| <b>Years</b> | <b>GDP<br/>(Billion \$)</b> | <b>Growth<br/>(%)</b> | <b>Per capita<br/>income (\$)</b> | <b>Inflation rate<br/>(%)</b> | <b>Export<br/>(Billion<br/>\$)</b> | <b>Import<br/>(Billion<br/>\$)</b> |
|--------------|-----------------------------|-----------------------|-----------------------------------|-------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| <b>2001</b>  | 1.317                       | 8,3                   | 1.050                             | -0,3                          | 266,1                              | 232,1                              |
| <b>2002</b>  | 1.456                       | 9,1                   | 1.160                             | -0,4                          | 325,7                              | 281,5                              |
| <b>2003</b>  | 1.651                       | 10                    | 1.310                             | 3,2                           | 438,3                              | 393,6                              |
| <b>2004</b>  | 1.943                       | 10,1                  | 1.530                             | 2,4                           | 593,4                              | 534,4                              |
| <b>2005</b>  | 2.287                       | 11,3                  | 1.790                             | 1,6                           | 762,5                              | 628,3                              |
| <b>2006</b>  | 2.793                       | 12,7                  | 2.180                             | 2,8                           | 969,7                              | 751,9                              |
| <b>2007</b>  | 3.504                       | 14,2                  | 2.720                             | 6,5                           | 1.220                              | 904,6                              |
| <b>2008</b>  | 4.547                       | 9,6                   | 3.510                             | 1,2                           | 1.434,6                            | 1.073,9                            |
| <b>2009</b>  | 5.105                       | 9,2                   | 3.910                             | 1,9                           | 1.203,8                            | 954,3                              |
| <b>2010</b>  | 5.950                       | 10,4                  | 4.530                             | 4,6                           | 1.581,4                            | 1.327,2                            |
| <b>2011</b>  | 7.212                       | 9,2                   | 5.460                             | 4,1                           | 1.903,8                            | 1.660,3                            |
| <b>2012*</b> | 8.097                       | 7,8                   | 6.090                             | 4,0                           | 2.066                              | 1.789,9                            |

Resource: Economist Intelligence Unit, Republic of Turkey Ministry of Economy (EIU) (\*): EIU 2012 estimations

## A PRODUCTION BASE ON THE SILK ROAD: AN EVALUATION ON THE DEVELOPMENT OF CHINESE ECONOMY

Bilge AFŞAR\*

**Abstract:** In the recent years, one of the most spoken issues, not only spoken about them but also the most discussed ones, is Chinese economy. When Chinese economy is examined, it is seen that it is a dynamic that is growing the most rapidly all over the world. Especially, with the reforms it realized beginning from 1978, China became the most exporting country and the most attracting foreign capital in the world, following USA. The aim of this study, by examining, in particular, the last 30 years of enormous Chinese economy, is to assess the process from less developedness to becoming the production base of the world from economic point of view. The main argument of paper is that, for China to be able to restore its growth, improvement, and economic transformation to a healthier structure, its economy has entered a structural transformation process. Much as the outcomes China that has a long history obtained from economic point of view are converged to capitalism, its administrators did never put capitalism into words. Thus, Chinese economy, the second largest economy of the world, is termed as socialist market economy. Chinese socialist market, in respect with that it has today reached the point, is a great economic and global actor that was opened to the world, and that has a foreign trade surplus.

**Keywords:** Silk Road, Chinese Economy, foreign capital investment, reform

**JEL Code:** 053

### İPEK YOLU' NDA BİR ÜRETİM ÜSSÜ: ÇİN EKONOMİSİNİN GELİŞİMİNE İLİŞKİN BİR DEĞERLENDİRME

**Özet:** Son yıllarda en çok konuşulan ve konuşulmakla da kalmayıp en çok tartışılan konulardan biri Çin ekonomisidir. Çin ekonomisi incelendiğinde dünyada en hızlı ve en çok büyüyen bir dinamik olduğu görülmektedir. Özellikle 1978 yılından itibaren gerçekleştirdiği reformlarla en çok ihracat yapan ülke ve aynı zamanda Amerika'dan sonra en çok yabancı sermaye yatırımı çeken ülke Çin olmuştur. Bu çalışmanın amacı da devasa Çin ekonomisinin bilhassa son otuz yılını incelemek suretiyle az gelişmişlikten, dünyanın üretim üssü olmasına giden süreci iktisadi açıdan değerlendirmektir. Makalenin temel savı ise; Çin'in büyümesini, ilerlemesini ve iktisadi dönüşümünü daha sağlıklı bir alt yapıya kavuşturabilmek için ekonomisinin yapısal bir dönüşüm sürecine girmiş olduğudur. Uzun bir geçmişe sahip olan Çin'in iktisadi açıdan elde ettiği sonuçlar her ne kadar kapitalizme yakınsansa da yöneticileri hiçbir zaman kapitalizmi dile getirmemişlerdir. Nitekim dünyanın en büyük ikinci ekonomisi olan Çin ekonomisi sosyalist piyasa ekonomisi olarak adlandırılmaktadır. Çin sosyalist piyasası bugün geldiği nokta itibariyle; dünyaya açılmış, yüksek ihracat rakamları olan, dış ticaret fazlası olan büyük ve küresel bir ekonomik aktördür.

**Anahtar kelimeler:** İpek Yolu, Çin Ekonomisi, yabancı sermaye yatırımı, reform

**Jel Kodu :** 053

---

\* Assistant. Prof.Dr, KTO Karatay University, International Trade Department, [bilge.afsar@karatay.edu.tr](mailto:bilge.afsar@karatay.edu.tr)



## 1. Introduction

The Silk Road, beginning from to China and extending to Africa, connects the three continents, Asia, Africa, and Europe, to each other. It lent its name from silk, the most valuable material of that period and both a commodity and medium of exchange. From the old ages to the present days, among the countries being effective commercially, culturally, and economically on the Silk Road, the most occupying country the economic agenda is China. The process beginning with the agricultural reform in 1978 was combined with the reform in 1980s and today's China emerged. While China, on the one hand, was attracting the foreign capital investments into its boundaries, on the other hand, continued to give support to its domestic producers. Thus, domestic producer, encouraged more production, played a great role in the economic development. In respect with the export figure and foreign trade volume, China taking places in the first ranks, by means of these figures, has also proved the large share it obtained from globalization. Hence, the studies carried out on the internal and external markets confirm this proof. High export figures of China sometimes make a current issue the discussions it became dependent on the foreign trade and this dependency that is possible will make China more sensitive to the global wave and shocks. This sensitivity, while examining and assessing such a large economy, will become an opportunity for us to confirm that it should be read better the elements that provide its improvement and transformation.

**Map 1: Silk Road**



## 2. Silk Road

The Silk Road, lent its name from the silk a major good transported, the most used both in BC and AC, and of course, today, and one of common commercial routes, in B.C. years, connected Chinese and Rome Empires to each other in commercial meaning. In B.C. 50, and here the trader from Parbia made transaction as agent (Steger, 2006:46) the Silk Road reaching Italian Peninsula (Steger, 2006:46) has an importance in the world trade from the point of both our country and China and all world economies. The increasing share of the countries on the Silk Road (China, Turkey, Turkmenistan, Kazakhstan, Russia, Kyrgyzstan, Uzbekistan, Tajikistan...), one of the oldest trade roads, in today's world trade is the most

obvious indicator of that this oldest trade road is still also one of the most active and effective commercial routes. Apparently, the growth rates that are promising of countries on the Silk Road will get the importance and effect of this commercial route continued. For example, China has been still continuing to use the Silk Road in Central Asia and its own eastern seaports (Friedman, 2012:125).

This road, through which the goods such as silk and spices were transported, rapidly improves at the present days in the way of becoming energy transfer line. Together with detecting and processing the new energy resources. Only evaluating the Silk Road as a commercial road connecting Asia with Europe will be to ignore the historical and cultural dimension of this road that serves the archive of history and culture for thousands of years. The Silk Road not only transported Chinese Civilization to the world, but also, for example, India originated Buddhism reached and spread Fareast via this road.

The north route of the Silk Road passing through the west of agricultural basin, according to the definition by Herodotus in B.C. 450, passes through the caravan road, on the Tanrı mountains, beginning from the mouth of Don River and ending in the city Kansu in the west of China, and also its south route begins from Mesopotamia (Küçükıldız, 2012:61). In our country, Silk Road begins from Antalya and passing through Gaziantep, reaches Iran and Afghanistan (Küçükıldız, 2012:61).

When we regard to it from the point view of today, especially China, the producer and supplier position of Asian countries particularly reveals the need of developing logistic networks between East and West and because of this, modernizing the Silk Road is an opportunity for global economy. Thus, economic activities of Central Asia will be diversified (Kulaklıkaya, 2013). Silk Road bringing both commercial and cultural diversity and wealth in the nations taking place in the area, beginning from China and through Central Asia and Caucasians, reaching Europe, lost its boom together with geographical discoveries (Küçükıldız, 2012:59), but when we regard to the economic and political polices of today, it is seen that reestablishment has been conducted in respect with its geopolitical position and the increasing economic effectiveness of the countries in the vicinity of it.

### **3. China: Poor or Less Developed?**

The country economies in the world are classified according to their richness or poorness in terms of the developedness level. When what is under consideration is richness, it is necessary to consider whether the developedness level is an absolute or relative concept. Because if there was no developed, rich and high welfare level economies forming one part of these concepts emerging after Second World War, the concepts and qualifications such as less developedness and developing would not emerge (Aren, 2011:191-192). But, undoubtedly, all countries on the earth was rich or poor before this date. That these concepts are mutually in interaction draws a conclusion that they are relative. And on just this point, it is important to discuss and understand the waking process of China and qualification of becoming the factory of the world it has obtained at the moment. China that has the most crowded population and the second largest economy of the world exhibited a characteristic to be less developed country in large part of 20<sup>th</sup> century and experienced the disadvantages of this situation on the basis of not only nation and government but also on that of individual. This disadvantage reflected on the Chinese citizens as lowness in the income level and living standards. China, in its struggle, defining the problem of less developedness and diagnosing it, successfully skipped the first step. Especially after 1980s, Chinese administrators very clearly recognized that they were far below the world standards in

production and marketing and the fact that they should benefit from the world to be able to reach the standards.

Thus, they benefitted from the USA and Canada originated multinational companies in production and from Hong Kong and Taiwan in marketing and sale. Hence, the fact that China defined the problem of less developedness very well and that identified the solution felicitously are clearly understood from its power of today's production, sale, and export and this reality has been accepted by all economies of the world. China attributing its developedness to its success in the world economy overcame its technological backwardness and today became a global production base. This global base had its country benefitted from the technology the developed countries produced by means of multinational companies and thus, on the one hand, while learning, on the other hand, it made the developed countries advantageous for itself. In this advantage, the contribution of Chinese educational system should not be forgotten. For, it will not be wrong to attribute the realization of China this breakthrough before India and in healthier way to its educational system. Via the increasing potential of China together with the education, the relevant industrial branches have rapidly reached the contemporary level. Thus, China managed to develop the production technology, industrial development, and knowledge level together and the most importantly, to use these in a useful way so that the problem of capital will be overcome. Inasmuch as China can learn the developedness components in such a way that it will bring maximum benefit and then use it, turned to its own favor the high profit and advantages the multinational companies provided and this reality is the most rational point distinguishing China from the other developing countries. It not only transferred the technology that is just ready but also information by means of multinational companies.

Hence, it also accelerated the process of economic improvement and made it more permanent. It brought the resources it obtained from multinational companies into its own national resource and thus increased the rate of being able to invest from its own resources. Apparently, the concern of China to make the developedness permanent is in fact an indicator of that it sees in quite well the global economic system and the facts of capitalism driving this system and also its continuity. The case is not only improving and developing, but also sustaining this across the global world process. The case of China at the moment is its target to spread the development to all population and it will be able to realize this with only social equity. That is, enlarging the cake should not only be enough, but also one should succeed to equally distribute to each individual.

#### **4. The Awakening China and Integration Process with Global Economy**

While scrutinizing Chinese economy, undoubtedly, it would be wrong not to refer to the concept of globalization. The concept of globalization having the different definitions is that the economic, political and sociological relationships become timeless and non-space. Polat (2002), in his study, defined globalization as a common name of transformations the physical, normative, and symbolic elements emerging in the changing world conditions formed by an influence different from the previous one (Polat, 2012:51). Globalization eliminating the national borders and gaining speed together with industrialization, today, also develops the international trade actualizing on the world in the same speed. Increase of international trade, and in turn, of the links between countries is the most important factor in our qualifying China as the "awakening China", because the commercial partnerships that becomes fact on the world foster this awakening. In addition, for some reasons such as that US Dollar is a currency unit that is acceptable and used in the world, the economic relationships of USA keeping globalization under control and even being center of

globalization with China also multiply the effects of awakening of this giant. According to the data of World Bank and IMF, China takes more share from the increasing world trade compared to the other countries. The increase of this share every passing days brings China into the position of the factory of the world. On the one hand, China experiencing the positive effects of globalization we mention about, like in some other countries; took its share from the instable economic development. China experienced this case of instability in the front of labor that is particularly cheap and the amount of monthly wage obtained by the labor is of the evidences of this.

In China that was poorer than Kameron in the large part of 20<sup>th</sup> century and administrated by communism, at the end of 1950s, millions of people died of famine; in 1960s, university system was collapsed; and educated citizens were obliged to work in rural areas (Harford, 2008:264). We see that China initiating the reforms in 1978 had an extremely small place in global economy, when one reached to 1990s. From 1978 to the mid -1990s, concentrating on increasing the agricultural effectiveness and the primary goods such as oil in export became the main factors from the point of growth process of China and instead of one program for all country, the programs that are consistent with their own conditions were prepared for each geographical region and economic sector (Aktaş vd, 2012:35-38). In addition, direct privatizations of public enterprises that is the major feature of reforms applied is under consideration and thanks to this, any personals were not removed from public enterprises and any decrease did not occur in employment (Yılmaz, 2012:39). In the frame of the aim for the growth of economy, beginning from 1990, limitations were largely removed and as a requirement and result of free market economy, the works on the foundation of banking system were started (Yılmaz, 2012:39). But, at the present days, banking and finance sectors in China are still problematic. This problem is especially with the credit leg. But, even though all of these negativities, how has China arrived to its today's economic level? It will be more appropriate to give the answer of this question together with globalization. The increase of effectiveness of free movement in the world became extremely effective. The most striking actual example of this situation is China (Greau, 2007:77).

According to Harford, the answer of this question depends on (Harford, 2008:265);

1. the highway and railway network;
2. educational system;
3. working of everybody – women, men, young people, and old people,
4. turning of savings made by individual into investment by the government
5. having the human resources, infrastructure, and financial capital that are necessary for the traditional models of economic growth.

China, together with these advantages, entered the global economy with labor intensive goods and invested the foreign currencies it gained via export on the raw materials and new technology to reconstruct the country (Harford, 2008:279). The technology and capital that are brought into together with the cheap labor, i.e. foreign direct capital made China the cheapest production center of the world (Palley, 2005:280). It is not necessary not to forget the share of foreign capital. Especially, American and Japanese companies, investing on transportation and electronic, transformed this country into the advanced technology producer and the investments of interest kept the Chinese reforms in the right direction and made a contribution to the sustainability of competitive process of China (Palley, 2005:280). The other point that should be understand here is that the domestic market of China has a satisfactory growth and development potential in terms of investor. This potential has already accounted for that China can attract more foreign capital investment compared to the

other developing countries. Chinese government, in addition, applied the principle of “National Treatment” that provides an equal treatment for the domestic and foreign investors (Bakkal vd, 2012:58).

In respect with today, China, whose place in world economy is foreign trade based, were governed by socialist system since 1949, but from time to time, the governments, partly reducing the control of center in allocation of economic resource, gave chance to the new firms, on the other hand, continued to protect the firms in strategic sectors (Dural, 2007:38). Thus, the resources were begun to be used more effectively and providing the political stability, dynamic growth were realized (Dural, 2007:40).

China is a global economic actor that can realize the production of exportable goods and services in its own country borders. China worrying and, so to speak, frightening the other economies in the world is in our face as an effective and serious problem, but a main problem in economic stage. According to Greau (2007), China is the most actual representative of capitalist economy surrounded by a communist political hierarchy and this proves that a capitalist economy will fit to a political superstructure taking place the opposite side of its respective social ideology of capitalist economy. A point that should not be ignored in this evidence is district – maybe contrast- between the capitalist production structure of China and its political structure. China having the most population in the world seems to accept the export as an instrument in the way going to the development. As the best evidence of using the export as an instrument, the share of this instrument i.e. export in national income in export can be indicated. This rate continuously ranged more than 25 % in China; that is, at least one –fourth of national income were provided by export. As it will be recognized, this rate is quite high and the increase rate of export in China is much higher and potent than the increase rate in national income. This structure of China that is effective in being high of its commercial relationships with USA results in USA to give trade deficit in the face of China. This case is an indicator of that the commercial relationships between USA and China were in the favor of China. Despite all of these advantages, the reality of insufficient infrastructure of China in the energy area should not be forgotten and this reality seems to rasp the steps of China in the direction of becoming factory of the world in the next years. The coal beds China currently has and becoming dense in the north of country do not suffice to the production potential.

The large contribution of foreign trade to the growth of China accounts for China to lead in the developmental process in the world and to be the busiest (Greau, 2007:78).

According to Greau (2007), there are four causes of that Chia has acquired the export markets. These causes are;

1. Being in active of companies with foreign capital in China: Especially, Japanese and American companies, founding factories and workshops, made production and consequently export by means of cheap Chinese labor force. The production realized in China also became diverse than that foreseen.
2. Especially large American and European distributor firms became effective in addressing the manufacturing activities to the another place, because there is almost no manufacturing product, whose production was not moved to China.
3. Low Relative Wage: Thus, China increases its actual contribution share in the world every passing days.
4. Reasonable Transportation Prices: This item supports the item of low relative wage. China turned its expenditures in the transportation area into advantage in the production are.

Except for all of these, after 1980s, the free regions, especially located to the south and east coasts had been effective in the export increase of free regions. In 2002, after it became the member to World Trade Organization, the investments of foreign capital it drew to its country (Dural, 2007:40). China has an increasing trade volume especially in the market of textile and ready-made (Baklacı, 2007:132). But, as many countries in the world, the export of China fell by 30% after 2008 global crisis (Dursunoğlu, 2009:96). Due to the fact that the economy is export based, this economy that are more vulnerable to the external shocks, also the amount of foreign capital it has, reduces its sensitivity of this. Thus, by means of specific economic regions, first founded in 1979, it will be true to say how felicitous the work of attracting foreign capital is. At the moment, China, a country attracting the most foreign capital, following USA, especially together with its membership to World Trade Organization, became attracting more foreign capital.

According to the ranking of per capital national income, China, neither rich nor poor, together with the countries such as Brazil and Argentina, takes place in the group of middle income countries (Dasgupta, 2011:32). China advances in the direction of making feel to its economical developedness to each individual in its country. Undoubtedly, it is necessary to consider these features of China while talking about the world and its economic future. For example, in the last 30 years, China showing growth holds approximately one-fourth of world population (Friedman, 2012:123). A large part of Chinese population live on the lands 20 miles inside from the coast in one-third part of the country in the east (Friedman, 2012:125). The coast sections get the largest share, in the meaning of wealth and development, from economic improvement rather than internal sections. Becoming rich of coast sections began in the mid-19<sup>th</sup> century with the use of coasts in international trade, but less developedness in the internal sections continued and communism coming together with Mao triggered this course (Friedman, 2012:125-126). The president declares the strategy of China mainly preferring to spread its development and developedness over the years with the following statement: “Follow calmly, be ready for action, conserve your abilities, and be sufficient to be successful” (Yılmaz, ).

The other dimension of these strategies are savings. In response to the highest level of growth, the welfare level of the important part of its population is still extremely low. In addition, China is a country, whose individual saving rate is high and the main reason for this is insufficient social security system (Özatay, 2011:184-186).

In fact, although China economy fluctuates from time to time over the history of reform, it has an increasing course in the rates of saving (Barnett ve Brooks: 2010). As a result, it will not be wrong to say that savings that sometimes decrease, sometimes increase, but generally are in the tendency to increase replaced with the security system of the future for the Chinese people.

## **5. Instead of Conclusion**

China has been growing for thirty years in an earlier unseen rapidity in the example of any country. China, whether or not it will be one number economic and political power of the world, superseding USA in a near future is continuously discussed and wondered; with the application of socialist market economy, has opened its doors to the world, especially foreign capital, with some other instruments. This situation is a return of globalization for China, rather than a preference. This situation gained acceleration, particularly in the year 2001, with the membership of World Trade Organization. The process of membership specifically in the favor of foreign investments. Foreign capital investments under

consideration especially concentrated on the coastal cities and thus foreign capital unwittingly became supporting the developedness gap between the coastal and inner sections. These crowded population experiencing a different developedness level is major resource of cheap labor. In respect with this feature of its, economy, by means of cheap labor costs, is based on the production and export.

China having a foreign trade centric place in the world economy, leaving the self-enclosed economic model it applies, provides today's export figures and economic growth. In respect with today, a foreign trade volume exceeding billions dollars is the most important actor of economic development process of China. The cheap labor China has reflecting on the other economies in the world negatively, allowing a high competitive power for China, conduced China to leave behind the countries in its own segment. China, thanks to the foreign demand to the goods it produces, seems to be able to compensate the stagnation in economy temporally. In fact, the developing China also serves the global development by means of specialization. Hence, while examining these countries, referring to the cheap and also specialist labor force will be more objective the export figures it has, because the contribution of labor force it has to the foreign trade volume of interest is extremely high.

In summary;

1. The influence of China on the world trade became a threat for a number of economy. This threat, especially by USA, returns to China as economic press with the application demands such as revaluation.
2. China is a country giving the most current surplus in the word and a great part of its foreign currency reserve is in US Dollar.
3. In Asia, it has begun to share the responsibility and power with Japan. Here, it should not be ignored that China sold a large part of its production to USA, invested a big majority of its income on the papers of American Treasury; and in turn, is a financier of American deficits (Eğilmez, 2012:162). Because of this, each crisis America experienced and will experience after this, due to commercial connection between two countries will affect China, in turn, the countries in the supply chain of China (Roubini ve Mihm, 2012:131).
4. Paper money was first used in China in 1024 (Eğilmez, 2012:164).
5. In the last global crisis, it is foreseen that China, in contrast with the world, exhibiting growth, with the increase in its national income in the future period, places to the first rank in the world, leaving behind America (Çoban, 2012:237-243). In this growth realized in 2008 crisis, foreign trade surplus and balanced interest rates had been effective. In addition, together with this crisis, the increase of demands of the consumers, whose national incomes fall, to the Chinese goods that are cheaper made China profitable in the crisis (Karabıçak, 2010:258).
6. From the export competition of China, a number of countries, especially Turkey, were affected in the group of labor intensive goods. China not neglecting labor intensive sectors is also highly successful in the industry, whose technology and value added. That is, from export competition, exposure did not occur in only the group of labor intensive goods.
7. To the competitive advantage Chins obtained in the global economy, the contribution the applications of low exchange rate provided should not also be forgotten
8. In respect with its specific expenditures and financial system, China exhibiting a capitalist characteristic does not provide a clear distinction with capitalism about capital formation, because capital production is not constituted by the market in the rate of 100% (Friedman, 2012:126).

9. In reaching of China economy the high growth rate and in the amount of foreign currency reserve, the influence of chronic saving deficit of USA is quite much (Karaçor vd, 2012:155). The power behind high growth indicators is the developments in foreign trade as well as private, collective, and foreign capital enterprises (Bakkal vd, 2012:10). China, one of the most receiving foreign capital economies (Zeng, 2005) owes this result to the policy of foreign expansion it realized.
10. According to the data of TR Foreign Ministry, the share of China in the world trade is over 10%.
11. According to the official Chinese statistics, China growing by average 9.5% in the period of 1978 -2003 (Yılmaz, 2012), according to the expectations of IMF and World Bank, in the following ten years, will show a growth in the range of 7-8% (In this period, the expectation about the growth of world economy is around 2.9%).
12. In China adopting socialist market economy, the government is still the basis of economy.
13. Depending on the rise of China in the global economy, oil consumption also increases every passing day. It is foreseen that China will be foreign dependent in the year 2040 in the rate of 87% (Düğen, 2013).
14. The value of Yuan that is not fully convertible is specifically kept low by the authorized people so that China can keep its competitive power in the export.
15. China is among the countries consuming energy the most of the world. Because of this, for China to be able to sustain its economic improvement, it needs various and continuous energy resources.

### **Extended Abstract**

After the end of Cold War, globalization in the world and economy has led to the emergence of new structures. China is one of the first countries to notice this change about economics. China also measures the economic area and get successful reason. China's economy is on the rise so. Because of this, in the recent years, one of the most spoken issues, not only spoken about them bit also the most discussed ones, is Chinese economy.

When Chinese economy is examined, it is seen that it is a dynamic that is growing the most rapidly all over the word. Especially, with the reforms it realized beginning from 1978, China became the most exporting country and the most attracting foreign capital in the world, following USA. The aim of this study, by examining, in particular, the last 30 years of enormous Chinese economy, is to assess the process from less developedness to becoming the production base of the world from economic point of view.

The main argument of paper is that, for China to be able to restore its growth, improvement, and economic transformation to a healthier structure, its economy has entered a structural transformation process. Much as the outcomes China that has a long history obtained from economic point of view are converged to capitalism, its administrators did never put capitalism into words. Thus, Chinese economy, the second largest economy of the world, is termed as socialist market economy.

Chinese socialist market, in respect with that it has today reached the point, is a great economic and global actor that was opened to the world, and that has a foreign trade surplus. And also China has been growing for thirty years in an earlier unseen rapidity in the example of any country. China, whether or not it will be one number economic and political



power of the world, superseding USA in a near future is continuously discussed and wondered; with the application of socialist market economy, has opened its doors to the world, especially foreign capital, with some other instruments. This situation is a return of globalization for China, rather than a preference.

## REFERENCES

- Aren, Sadun, (2011), **100 Soruda Ekonomi El Kitabı**, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Bakkal, Muharrem, Bakkal, Süreyya, Ulusoy ve Ozan, Fehameddin, (2012), **Çin Halk Cumhuriyetinin 2009 Mali Krizden Büyüyerek Çıkma Nedenleri**, Hiper Link Yayınları, İstanbul.
- Baklacı, Pınar, (2007), “Dünya Ticaret Örgütü Kuralları Çerçevesinde Çin’ e Özgü Korunma Önlemleri”, **UEDTP**, 2(3), 131-153.
- Barnett, Steven, (2010), “China: Does Government Health and Education Spending Boost Consumption?”, IMF Working Paper, <http://www.imf.org>, Access: 14.04.2012.
- Çoban, Yasin, (2012), **Türkiye Ekonomisi**, İkinci Sayfa Yayınları, İstanbul.
- Dasgupta, Partha, (2011), **İktisat**, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Dural, Betül Yüce, (2007), **Geçiş Ekonomileri-Plandan Piyasaya**, Beta Yayınları, İstanbul.
- Dursunoğlu, Abdulkadir (2009), **Teori ve İlişkileri ile Global Ekonomik Kriz**, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Düğen, Turgay, (2013), “İpek Yolu’nda “Ejderha”nın Adımları”, <http://www.21yyte.org/tr/arastirma/orta-asya-arastirmalari-merkezi/2013/09/28/7230/ipekyolunda-ejderhanin-adimlari>, Access: 12.11.2013.
- Eğilmez, Mahfi, (2012), **Kolay Ekonomi**, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Friedman, George, (2012), **Gelecek 100 Yıl-21.Yüzyıl İçin Öngörüler**, Pegasus Yayınları, İstanbul.
- Greau, Jean-Luc, (2007), **Kapitalizmin Geleceği**, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Harford, Tim, (2008), **Görünmeyen Ekonomist**, Pegasus Yayınları, İstanbul.
- Karabıçak, Mevlüt, (2010), “Küresel Krizleri Tetikleyen Nedenler ve Küresel Krizin Türkiye Boyutu”, **SDÜ İ.İ.B.F Dergisi**, 2010(15/3), 251-270.
- Karaçor, Zeynep, Alptekin Volkan ve Gökmenoğlu, Korhan, (2012), **Finansal Kriz Üzerine-Öngörülebilirlik ve Politikalar**, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Kulaklıkaya, Ömercan, (2013),”Modern İpek Yolu-Orta Asya’ nın Küresel Ekonomiye Açılan Kapısı”,[http://www.tepav.org.tr/upload/files/1361895321-7.Modern\\_Ipek\\_Yolu\\_Orta\\_Asya\\_\\_\\_nin\\_Kuresel\\_Ekonomiye\\_Acilan\\_Kapisi.pdf](http://www.tepav.org.tr/upload/files/1361895321-7.Modern_Ipek_Yolu_Orta_Asya___nin_Kuresel_Ekonomiye_Acilan_Kapisi.pdf), Access: 14.09.2013.

Küçük yıldız, Cihan, (2012), “Modern İpek Yolunda Bakü-Tiflis-Kars Kesintisiz Demiryolu Hattı Projesi”, **Turan Stratejik Araştırmalar Merkezi Dergisi**, Sayı: 16, Cilt: 4, 59-64.

Özaty, Fatih, (2011), **Finansal Krizler ve Türkiye**, Doğan Kitap, İstanbul.

Palley, Thomas, (2005), “China and the Global Economy”, <http://web.ebschost.com>, Access: 08.11.2012.

Polat, Mustafa Haşim, (2012), **Küreselleşen Kalkınma-Bir Eleştiri-**, Açılım Kitap, İstanbul.

Roubini, Nouriel ve Mihm, Stephen, (2012), **Kriz Ekonomisi**, Pegasus Yayınları, İstanbul.

Steger, Manfred B, (2006), **Küreselleşme**, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.

Yılmaz, İlkey, (2012), ” Çin Ekonomisinde Büyümenin Dinamikleri”, <http://www.econstor.eu/bitstream/10419/81693/1/726109398.pdf>, Access: 09.09.2013.

Yılmaz, Sait. “Çin Stratejisi”, <http://www.beykent.edu.tr/WebProjects/Uploads/yilmaz-aralik.pdf>, Access: 22.12.2013.

Zeng, Douglas Zhihua, (2005), “China’s Employment Challenges and Strategies After the WTO, Accession”, 2005, <http://www.worldbank.org>, Access: 16.06.2012.

<http://www.mfa.gov.tr/cin-halk-cumhuriyeti-ekonomisi.tr.mfa>.

<http://www.imf.org/external/index.htm>

<http://www.worldbank.org/en/country/china>

**Annex 1.Information about China**

|                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>OFFICIAL NAME</b>                                            | Chinese Public Republic                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>CAPITAL</b>                                                  | Beijing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>SPOKEN LANGUAGES</b>                                         | Standard Chinese or Mandarin, Yue, Wu, Minbei, Xiang, Gan, Hakka dialects ( Mongolian in Nei Mongol, Uygur in Sinjiang Uyghur region, Tibet language in Xizang)                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>DATE OF INDEPENDENCE</b>                                     | November 1,1949(Foundation of Chinese Public Republic )                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>STYLE OF ADMINISTRATION</b>                                  | Communist Party Administration                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>THE PRESIDENT</b>                                            | XI Jinping ( Since March 14, 2013)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>PRIME MINISTER</b>                                           | Li Keqiang ( Since March 16, 2013)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>RELIGION</b>                                                 | Taoist, Buddhist, Christian 3-4%, Mussulmen 1-2 % (officially Ateist)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>SURFACE AREA</b>                                             | 9,596,961 km <sup>2</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>LENGTH OF BORDER COAST</b>                                   | 22,117 km and 14,500 km                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>CLIMATE</b>                                                  | From tropical climate in the south from semi-arctic climate in Not, quite changeable                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>POPULATION</b>                                               | 1,34 billion(June 2012, estimated) (in the first rank in the world )                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>MAJOR CITIES AND POPULATIONS (2001 CENSUS)</b>               | Shanghai 16.5 million, Beijing 12.2 million, Changqing 9.4 million, Shenzhen 9 million, Guangzhou 8.8 million.                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>AVERAGE AGE</b>                                              | 35.9                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>ETHNICAL STRUCTURE (%)</b>                                   | Han Chinese 91.5%), Zhuang, Manchu, Hui, Miao, Uygur, Tujia, Yi, Mongol, Tibet, Buyi, Dong, Yao, Korean And the other nations 8.5%).                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>THE MAJOR INTERNATIONAL AGENCIES OF WHICH IT IS A MEMBER</b> | APEC, ARF, ASEAN (dialog partner),FAO, FATF, G-20, G-24 (observer), G-77, IADB, IAEA, IBRD, ICAO, ICC, ICRM, IDA, IFAD, IFC, ILO, IMF, IMO, IMSO, Interpol, IPU, ISO, ITSO, ITU, LAIA (observer), MIGA, NAM (observer), NSG, OAS (observer), PIF (partner), SAARC (observer), SCO, SICA (observer), UN, UNAMID, UNCT AD, UNESCO, UNSC (permanent member), UNWTO, WCO, WHO, WIPO, WTO |

**Resource:** Economist Intelligence Unit, Central Intelligence Agency,  
 Republic of Turkey  
 Ministry of Economy

## Annex 2. General Economic Indicators -1

|                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>GDP- WORLD RANKING</b>                              | <b>\$ 8,4 trillion (2012) – in 2<sup>nd</sup> rank</b><br><i>9,5 trillion USD (2013 EIU estimated)</i>                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>POPULATION</b>                                      | 1,34 billion people                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>PER CAPITA GDP</b>                                  | <b>6,290 \$ (2012)</b><br><i>7.080 \$ (2013 EIU estimated)</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>GDP GROWTH RATE</b>                                 | <b>% 7,8 (2012)</b><br><i>%7,5 (2013 EIU estimated)</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>EXPORT</b>                                          | <b>1,97 trillion USD (2012)</b><br><i>2,13 trillion USD (2013 EIU estimated)</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>IMPORT</b>                                          | <b>1,65 trillion USD (2012)</b><br><i>1,76 trillion ABD \$ (2013 EIU estimated )</i>                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>INFLATION RATE</b>                                  | <b>2,5 %</b><br><b>(2012)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>FOREIGN DEBT</b>                                    | <b>728,0 billion ABD \$ (2012)</b><br><i>779,1 billion ABD \$ (2013 EIU estimated )</i>                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>TOTAL RESERVES</b>                                  | <b>3,3 trillion USD (2012)</b><br><i>3,5 trillion USD (2013 EIU estimated )</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>TOTAL FDI STOCK</b>                                 | <b>1.019,7 billion USD (2012)</b><br><i>1.284,7 billion USD (2013 EIU estimated)</i>                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>SUM OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT (ANNUAL)</b>       | <b>116,8 billion USD (2012)</b><br><i>125,2 billion USD (2013 EIU estimated)</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>TOTAL LABOR FORCE</b>                               | <b>798,5 million people (2012)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>UNEMPLOYMENT RATE</b>                               | <b>6,5% (2012)</b><br><i>6,4% (2013 EIU estimated)</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>PARITY OF CURRENCY UNIT PARİTESİ</b>                | Yuan (Renminbi), 1 \$ = 6,23 RMB (the end of 2012)                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>WORLD BANK RANKING OF EASINESS TO MAKE BUSINESS</b> | It takes places in 91 <sup>st</sup> order<br>(Hong Kong takes place in 2 <sup>nd</sup> rank; Taiwan, in 16 <sup>th</sup> rank; Turkey, 71 <sup>st</sup> rank.                                                                                                                                                                                                    |
| <b>DISTRIBUTION OF GDP ACCORDING TO THE SECTORS</b>    | Agriculture 10,1 Industry % 46,8 %, Services 43,1%                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>NATURAL RESOURCES*</b>                              | Coal, iron ore, oil, natural gas, mercury, tin, wolfram, manganese, vanadium, magnetite , aluminum, lead, zinc, rare earth elements, uranium, water power potential (in the first rank in the world )                                                                                                                                                            |
| <b>MAJOR INDUSTRIAL BRANCHES*</b>                      | Mining, iron, steel, aluminum , coal mining, machinery manufacturing, arm industry, textile, oil, cement, chemicals, food, processing; consumer products such as toy, shoes, electronic ;<br>Automotive, railway transportation, ship and airway transportation; telecommunication, satellite (in industrial outputs, in the first rank in terms of gross value) |
| <b>MAJOR AGRICULTURAL RESOURCES *</b>                  | Rice, wheat, potatoes, corn, peanut, tea, maize, barley, apple,cotton, oily seed, pig, fish (in agricultural outputs, in the first rank in terms of gross value)                                                                                                                                                                                                 |

**Resource:** Economist Intelligence Unit, Republic of Turkey Ministry of Economy

\*CIA Factbook

**Annex 3. General Economic Indicators -2**

| <b>Years</b> | <b>GDP<br/>(Billion \$)</b> | <b>Growth (%)</b> | <b>Per capita<br/>income (\$)</b> | <b>Inflation rate<br/>(%)</b> | <b>Export<br/>(Billion \$)</b> | <b>Import<br/>(Billion \$)</b> |
|--------------|-----------------------------|-------------------|-----------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| <b>2001</b>  | 1.317                       | 8,3               | 1.050                             | -0,3                          | 266,1                          | 232,1                          |
| <b>2002</b>  | 1.456                       | 9,1               | 1.160                             | -0,4                          | 325,7                          | 281,5                          |
| <b>2003</b>  | 1.651                       | 10                | 1.310                             | 3,2                           | 438,3                          | 393,6                          |
| <b>2004</b>  | 1.943                       | 10,1              | 1.530                             | 2,4                           | 593,4                          | 534,4                          |
| <b>2005</b>  | 2.287                       | 11,3              | 1.790                             | 1,6                           | 762,5                          | 628,3                          |
| <b>2006</b>  | 2.793                       | 12,7              | 2.180                             | 2,8                           | 969,7                          | 751,9                          |
| <b>2007</b>  | 3.504                       | 14,2              | 2.720                             | 6,5                           | 1.220                          | 904,6                          |
| <b>2008</b>  | 4.547                       | 9,6               | 3.510                             | 1,2                           | 1.434,6                        | 1.073,9                        |
| <b>2009</b>  | 5.105                       | 9,2               | 3.910                             | 1,9                           | 1.203,8                        | 954,3                          |
| <b>2010</b>  | 5.950                       | 10,4              | 4.530                             | 4,6                           | 1.581,4                        | 1.327,2                        |
| <b>2011</b>  | 7.212                       | 9,2               | 5.460                             | 4,1                           | 1.903,8                        | 1.660,3                        |
| <b>2012*</b> | 8.097                       | 7,8               | 6.090                             | 4,0                           | 2.066                          | 1.789,9                        |

**Resource:** Economist Intelligence Unit, Republic of Turkey Ministry of Economy

(EIU) (\*): EIU 2012 estimations

## EDGAR SCHEIN’İN KARIYER ÇAPALARI IŞIĞINDA BURÇLAR VE İŞ TATMİNİ ARASINDAKİ İLİŞKİ\*

Sercan EDİNSEL\*\*

Orhan ADIGÜZEL\*\*\*

**ÖZET:** Süregelen zaman içerisinde dünyadaki en büyük sıkıntılardan birini artan genç nüfusun yeteneklerine uygun şekilde yönlendirilememesi sonucu işlerinde başarısız olmaları ve beraberinde gelen işgücü kaybı oluşturmaktadır. Bu sorunun temelden çözümlenmesinin en önemli noktasını ise genç nüfusun daha iş hayatına atılmadan önce becerileri ve yeteneklerinin ölçülerek hangi alana daha yatkın olduğunun belirlenmesi meydana getirmektedir. Bu noktada ise bireylerin doğuştan sahip olduğu yetenekleri belirlemede karşımıza etkili unsurlardan biri olarak burçlar çıkmaktadır. Bu çalışmada bireylerin hangi iş kollarında başarıyı sağlayacakları hususunda Edgar Schein tarafından ortaya atılan kariyer çapaları ışığında burçların iş tatminine etkisi araştırılmıştır. Araştırmanın amacı kariyer çapalarının ışığında burçlar ile iş tatmini arasındaki ilişkiyi bulabilmektir.

**Anahtar Kelimeler:** Kariyer, Kariyer Çapaları, Burçlar, İş Tatmini

**Jel Kodu:** J24, J28

## THE RELATIONSHIP BETWEEN JOB SATISFACTION AND HOROSCOPES IN THE LIGHT OF EDGAR SCHEIN’S CAREER ANCHORS

**ABSTRACT:** One of the major problems of the developing countries is not to provide skill-matched employment opportunities because of the improper guidance of the ever growing young population thus inefficient usage of the magnificent labor force. The major thing to solve this problem is to learn about abilities of new generation to find out what kinds of jobs are suitable for them. At this point horoscopes are one of the main elements to find out their ability which comes from their birth. From the light of Career Anchors the topic of “which persons to be satisfied and reach for success which put forwarded by Edgar Schein; horoscope factor in the job satisfaction has been studied. Main goal of this research is to emerge the correlation between job satisfaction and horoscopes by the view of the Career Anchors

**Key Words:** Career, Career Anchors, Horoscopes, Job Satisfaction

**Jel Kodu:** J24, J28

---

\* Edinsel, S., (2012). Edgar Schein’in Kariyer Çapaları Işığında Burçlar ve iş tatmini arasındaki ilişki (Isparta İlindeki Özel Bankacılık Sektöründe Uygulama), (Post Graduate Thesis, SDÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü), [sedinsel@gmail.com](mailto:sedinsel@gmail.com)

\*\* Sercan EDİNSEL Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Bölümü Doktora Öğrencisi, S. Yazar

\*\*\* Doç.Dr. Orhan ADIGÜZEL Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sağlık Yönetimi Bölümü Öğretim Üyesi, [orhanadiguzel@gmail.com](mailto:orhanadiguzel@gmail.com)

## GİRİŞ

Kariyer kavramı zaman içerisinde daha da değerli bir olgu haline gelmektedir. Özellikle zaman içerisinde eğitim ve öğretim seviyesinin artması ve kadın nüfusun iş gücüne katılması ile daha da önemli hale gelmiştir. Fakat çalışan bireylerin kendi yetenek ve ilgi alanlarına uygun işlerde çalışmaması sebebi ile işlerden sağladıkları tatmin azalmaktadır. Bu azalma sebebi ile işgücü oranında büyük kayıplar yaşanmaktadır.

Yeni yetişen genç nüfusun kariyer tercihlerinde yardımcı olarak yetenek sahibi oldukları işlerde çalışarak iş tatminini en üst seviyede tutmak böylece işgücü kaybını en aza indirmek gerekmektedir. Bu tercihe yardımcı olmak amacı ile bu çalışmada Edgar Schein 'ın " Kariyer Değerleri" modeli kullanılmıştır. Schein'in Kariyer Değerleri/Çapaları modeli bu anlamda kişilik ve kariyer değerlerini açıklayan bir modeldir.

Çalışmanın ilk bölümünde kariyer kavramı, Edgar Schein 'ın Kariyer Çapaları modeli, ikinci bölümde iş tatmini ve burçlar, üçüncü ve son bölümde ise Isparta ili özel bankacılık sektöründe yapılan uygulamaya ilişkin bilgiler verilecektir.

### 1. KARIYER KAVRAMI VE KARIYER ÇAPALARI

Geniş anlamda ve kullanıma sahip olan kariyer; yüksek gelir arzusu, sorumluluk alma, toplumsal statü, saygınlık ve güç, elde etme fikrini ifade eder. (Ivancevich v.d, 1983: 238) Diğer bir görüş ise kariyeri, bireyin ömrü boyunca kazandığı işe yönelik tecrübe ve olaylarla ilgili algıladığı tutum ve davranışlar dizisi şeklinde tanımlamaktadır.(Can,1999: 303)

Bireyin, belirli gereksinimlerini karşılamak amacıyla giriştiği eylemlerin tümü olarak ifade edilen kariyer kavramı, birçok nedenden dolayı önemlidir. Kariyer yukarıda da bahsedildiği gibi, bireylere toplumsal bir statü kazandırmaktadır. Bunun yanında kariyer, bireyin birçok bireyle yakınlaşmasını sağladığından sosyal bir anlamda taşımaktadır. İş yaşamında bireyin gerekli maddi gücü elde edebilmesi kariyer kavramıyla yakından ilişkilidir.(Can,1999: 303) Edgar Schein kariyer kavramına daha farklı bir yaklaşım getirerek kariyer çapalarını ortaya atmıştır.

#### 1.1. Kariyer Çapaları

Kariyer çapaları; Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'nden Edgar Schein'in; 44 yüksek lisans mezunu kişiyle, 10-12 yıl süren derinlemesine mülakatlarla ve boylamsal bir çalışma oluşturarak kişilerin iş tercihlerinin sebeplerini ortaya çıkartmaya çalışan bir modeldir. Bu modele göre, kişilerin ne çeşit değerlere sahip olduklarını ve hangi mesleklerin kendilerine daha uygun olduğunu ifade eden değerler olup sekiz gruba ayrılmıştır.

##### 1.1.1. Teknik Fonksiyonel Yetkinlik

Bireylerin iş seçimi yapmak için teknik mücadelesi üzerine kuruludur. Örnek olarak bir mali analizcinin bu alanda kalma savaşı verilebilir. Bu kişiler, yapmak için eğitildikleri iş gurubundaki yeteneklerinden faydalanmaya devam etmek isterler. Bireysel kabiliyetlerinden uzaklaştırılacak veya onları yöneticiliğe yöneltecek mevkilerden kaçınırlar. Bir diğer deyişle İnsanların kariyer seçiminin teknik yetenek üzerine dayalı olmasıdır. Bu kişiler yapmak istedikleri işin eğitimini alırlar ve başka bir işe yönelmek istemezler. (Aytaç,2005: 102-105; Adıgüzel, 2009: 277-292; Schein, 1990: 27-28; Çalık ve Ereş,2006: 63)

##### 1.1.2. Genel Yönetmel Yetkinlik

Kariyer değeri genel yönetmel yetkinlik olan kişiler organizasyonda yükselme ve terfi olanakları sayesinde yükselerek diğer çalışanların çalışmalarına yön verme ve karışma yetkisiyle birlikte belirli bir bölümün sonuçlarından sorumlu olma fırsatı yakalayacaklardır.

Diğer bir tabirle herhangi bir kısmın amiri veya şirkette yönetim kademesinde yerleri olması gereken kişilerdir. (Schein, 1990: 28-30 Schein, 2006: 7; Adıgüzel,2009:277–292)

### **1.1.3. Girişimcilik Yaratıcılık**

Bu kariyer çapasına sahip insanlar yüksek seviyede sorumluluk, liderlik fırsatları, zorlu çeşitli ve bütünleştirici çalışma ve şirketlerine katkıda bulunmak için fırsat istemektedirler. Bu kişiler bir işin çekiciliğini o işin organizasyondaki başarısındaki önemi olarak değerlendirmekteler ve yaptıkları işteki başarıları organizasyonun başarılı olması veya olmaması ile ölçmektedirler. Bu değerdeki kişiler kendilerini gelir dereceleri ile ölçerler ve yüksek miktarda maaş istemektedirler. Teknik/ Fonksiyonel kariyer çapasına sahip insanların aksine dış eşitlikten daha çok iç eşitliğe yönelmişlerdir. Bu çapadaki insanlar tamamen kendilerini karakterize ederler. Bu bir ürün, bir örgüt için olabileceği gibi bireyin geleceği uğruna olabilir. Kendi başarılarını kişisel servetleri olarak görürler. (Schein, 2006: 8;Çalık ve Ereş,2006: 63)

### **1.1.4. Özerklik/Otonomi-Bağımsızlık**

Anahtar kariyer değerleri özerklik/bağımsızlık olan kişiler kendi işlerini kendi fırsatları ile tanımlamak isterler. Diğer bir deyişle işlerinde sınırlamalara yer yoktur. Baskı altında ve bağımlı olarak çalışmak yerine kendi başlarına çalışmayı istemektedirler. Herhangi bir organizasyonda çalışıyorlar ve o işte kalmaları isteniyorsa nasıl ve ne şekilde çalışmalarını konusunda kendilerine yeterli esnekliğin sağlanması gerekmektedir. Çünkü herhangi bir örgütsel kural ve kısıta katlanamamaktadırlar. (Schein,1990:1-8; Erdoğan 2003: 17; Adıgüzel, 2009: 277–292 )

### **1.1.5. Güvenlik-İstikrar**

Örgütte kalma ve istikrar güvenlik-istikrar çapasına sahip kişilerin önemsendiği konulardır. Bu çapadaki insanlara göre seçtiği işte uzun süre kalmak kariyer tercihlerinde etkili bir yere sahiptir. Bireyler için iş güvenliği, sosyal güvenlik oldukça değerlidir ve önemlidir. Bireyler ilerleyen yaşlarında karşılaşılabilecekleri sorun ve sıkıntılardan sosyal güvenlik vasıtasıyla korunmak istemektedirler. Emekli olduklarında ise maddi ve sosyal olarak güvenceyi sağlamak kariyer seçiminde büyük öneme sahiptir. Bir diğer deyişle bireylerin gelecekte karşılaşılabileceği tehlikelerden sosyal güvenlik aracılığıyla korunmak amacıyla, emekliliğe ayrıldığında da bu korunmayı sürdürmek isterler. Bu değere sahip bireyler, kariyer seçiminde buna dikkat ederler. (Adıgüzel,2009:277–292; Aytaç, 2005:102–105; Çalık ve Ereş,2006: 63)

### **1.1.6. Hizmet veya Bir Olaya Kendini Adamak**

Anahtar kariyer çapası hizmet veya bir olaya kendini adamak olan kişiler dünyayı daha iyi yaşanabilir bir yer yapmak, çevresel problemleri çözmek, insanlar arasındaki sorunları gidermek ve uyum süreçlerini kolaylaştırmak, diğer insanlara yardım etmek, insanların güvenliğini arttırmak ve yeni ilaçlar sayesinde tedavi ve bunun gibi insanlık faydasına olabilecek şeyler gibi yararlı bir şey elde edilmesinin sağlayacak işler ve çalışmalar üzerinde yoğunlaşmaktadırlar. Belli bireysel ve sosyal değerlere saygı, başkalarına yardım ve başarıya adanmışlık bu değeri yansıtan özelliklerdir. (Schein, 1990:20; Erdoğan, 2003: 17)

### **1.1.7. Saf Meydan Okuma**

Anahtar kariyer değeri saf meydan okuma olan kişiler çözülmesi imkânsız gibi görünen problemlerle üzerinde çalışmak, zorlu rakipleri karşısında başarılı olmak ya da zor engellerin üstesinden gelmeyi gerektiren işlerle uğraşmaktadırlar. Onlar için bir kariyerin peşinde koşmalarının tek nedeni o işin imkânsızlık gerçeği karşısında başarılı olabileceklerini kanıtlamalarıdır. Zor problemlerle uğraşmayı sevmek, rekabetten ve kazanmaktan hoşlanmak



bu değerin varlığını gösterir. (Schein, 1990:28-30; Erdoğmuş, 2003: 17; Adıgznel, 2009: 277–292)

### 1.1.8. Hayat Tarzı

Yaşam tarzındaki eksikliğini yoluna koyan bir kişi diğer manada kariyerlerinin onlar için daha önemsiz olduğunu ve bu sebepten kariyer değerlerinin olmadığını düşüneceklerdir. Bu kişiler kariyer apaları içinde bir tartışma içine girecek ve kendisinin hangi kariyer değerinde olduğunu bulamayacaktır. Buna rağmen işlerinde anlamlı bir kariyer çevresinde yüksek bir motivasyon ve iş tatminine sahip kişi bütün bu değerlerin (hayat tarzı, aile, yaşadığı yer, iş) birbirine entegre olmasına çalışmaktadır.(Schein ,2006 :8; Adıgznel,2009:277–292). Farklı kariyer çapalarına sahip olan bireyler her iş grubundan farklı derecede iş tatmini elde edeceklerdir.

## 2. İş Tatmini ve Burçlar

### 2.1. İş Tatmin Kavramı

İş tatmini, kişinin kendisine göre değerlendirdiği bir olgudur ve bu olgu içerisinde çalışanın değerleri (his, duygu, tecrübe) bulunmaktadır (Lawler,1987: 20-25). Locke’a göre iş doyumunu; çalışanların iş ve iş tecrübelerini değerlendirme sonuçlarına karşı kullandığı hoşa giden ve olumlu duygusal ifadelerdir (Testa,1999: 154–161.). Diğer bir ifade ile işyerinde çalışanın umduğu parasal ve duygusal, olan durum ile aynı olması sonucunda iş tatmini mümkün olmaktadır (Oya, Erat ve Diğerleri, 2004: 17–28.)

İş tatmini, iş görenlerin ruhsal ve biyolojik sağlıklarının ve duygularının bir ifadesidir. İş tatmini kelimesi, işten elde edilen maddi faydalar ile işgören ile birlikte çalışmaktan zevk aldığı iş arkadaşları ve eser meydana getirmenin sağladığı hoşnutluk akla gelir. Çalışanların görevlerinden hissettikleri mutluluk veya mutsuzluktur. İşin zellikleri ile işgörenlerin istekleri birbirlerine uyduğunda iş tatmini gerçekleşir .(Bingl,1996: 56; Davis, 1988: 96-97) Yoğun rekabetin görüldüğü global pazarlarda, örgütlerin ayakta kalabilmek ve rekabet edebilmek maksadıyla ellerinde bulunan değerleri etkin biçimde kullanmaları, bu suretle performans değerlerini yükseltmeleri önem arz etmektedir. Örgütlerin en değerli ve değişken kaynaklarından birisi çalışanlardır ve işgörenlerin çalışma gücü işletmelerin başarisını etkileyen faktörlerin basında gelmektedir. İşgörenlerin performanslarını arttırmaları ve daha etkili bir Şekilde çalışabilmeleri ise, onların işlerinden tatmin olmalarına bağlıdır Ayrıca iş tatmini bir örgütün kalifiye işgörenlerinin örgüte bağlılıklarını arttırıp işte tutulmalarında da önemli rol oynar (Vecchio, 1991: 118–119; Erdil ve diğerleri, 2004: 17–18)

### 2.2. İş Tatminini Belirleyen rgtsel Faktörler

İş tatminine etki eder faktörler iki grupta incelenmektedir. Bunlar bireysel ve kişisel faktörlerdir. İşgörenin isinden tatmin olmasında etkili olan faktörlerin içinde genel görünümü, işgörene kazandırdığı sosyal ve ekonomik çıkarlar ile iş ortamı Őartlarının büyük bir önemi vardır. Öncelikle bu faktörler işgörenlerin iş doyumunu arttırmak için, yöneticilerin etki edebileceği ve işlemde bulunabileceği faktörlerdir. İşgörenin iş ve iş ortamına dair faktörlere karşı tutumlarının toplamı, iş tatmini olarak ortaya çıkılmaktadır. İşin genel görünüşü ve zorluk katsayısı, kazanılacak para, örgütün sosyal değeri, alışma Şartları ve iş güvenliği, ilerleme olanağı, uygun dllandirme sistemi, üst kademe, işgörenlerin verilen kararlardaki katılım derecesi, iş tatminini etkileyen iş ortamına bağlı faktörlerdir. (Bakan ve Büyükbeşe, 2004: 7; Erdoğan,1996: 235) İş tatminini belirleyen faktörler Şu Şekildedir;

- cret
- İşin özelliği
- Çalışma Koşulları

- Yöneticiler ile İlişkiler
- Terfi ve İlerleme Olanakları
- İş Arkadaşları ile İlişkiler
- İş Güvencesi Eksikliği
- Denetim ve Sıklığı

### 2.3. İş Tatminini Belirleyen Bireysel Faktörler

İş tatminini meydana getiren bireysel faktörler; personelin işten umdukları, personelin yapısı, personelin görevi hakkındaki çalışmışlık süresi, personelin sosyalitesi, personelin eğitim düzeyinden etkilenir. Bu faktörler yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, medeni durum, kıdem, kişilik yapısı ve kültürel farklılıklardır. Bu faktörler çeşitli işgören grupları arasındaki iş tatminini tahmin etmede kullanılabilir. (Bakan ve Büyükbeşe,2004: 1-30; Gazioğlu, Şaziye ve Aysıt, 2002: 38; Schultz ve Schultz, 1990: 277).

- Yaş
- Cinsiyet
- Eğitim Düzeyi
- Medeni Durum
- Kıdem
- Kişilik Yapısı
- Kültürel Farklılıklar

İş tatminini belirleyen bu faktörlerin yanında insanın doğduğunda sahip olduğu özelliklerin, huyların v.b. diğer değişkenlerin sahip olduğu burca göre ortaya çıktığı da düşünülmektedir.

### 2.4. Burçlar Ve Özellikleri

#### 2.4.1. Koç Burcu

Koçlar; yaşamın güzelliklerinden keyif alan, içgüdülerine güvenen, içlerinden geldiği gibi hareket eden, orijinal, son derece girişken, genel olarak yüksek zekâ kapasitesine sahip, tepkisel insanlardır. Gayretli, hareketli ve güler yüzlü, bir o kadar da öfkeli, sabırsız ve kolay vazgeçmeyen bir yapıya sahiptirler. Çözülmemiş problemlerden, eksik kalan işlerden hoşlanmazlar. Acelecidirler ve sabırsızdırlar; uzun zaman gerektiren işlerden sıkılırlar, sabır gösteremezler. Lider burcudur. Bu burcun üstün yeteneği canlılık ve harekettir. (Milliyet Gazetesi Astroloji Dergisi 2000:8-9;<http://astroloji.aksam.com.tr>; Erişim Tarihi:12.12.2013; Bugün Gazetesi Rüyalarda Burçlar ve Fal Ansiklopedisi 2000: 473-476)

#### 2.4.2. Boğa Burcu

Boğalar cana yakın ve sorumlu kişiler olmalarının yanı sıra, sabırları ile heyecana kapılmadan çalışırlar. Güçlü, sakin, temkinli, pratik, inatçı, müşfik ve sadıktırlar. Doğuştan sevgiye ihtiyaç duyduklarından de yakın ilişkilerinde sahiplenici bir tutum sergilerler. Kabul görmek ve ilgi çekmek isterler. Parasal konularda titiz olmalarına rağmen kendilerini kontrol etmezlerse kolaylıkla cimriliğe kayabilirler. Boğa burcunun özelliği; Ciddiyet, kararlılık ve sebatır. Çalışılan işin para getirmesi ve güvenli olması onlar için çok önemlidir Opera ve sahne sanatçılarından birçoğu boğa burcunun etkisi altında doğmuştur. Ticaret ve iş alanında başarılı olurlar. Hemen hemen her mesleğe yetenekleri vardır. (Küçük,2012: 210;Bugün Gazetesi Rüyalarda Burçlar ve Fal Ansiklopedisi 2000: 476-479; <http://astroloji.aksam.com.tr>; <http://blog.milliyet.com.tr/>; Erişim Tarihi: 12.12.2013)

#### 2.4.3. İkizler Burcu

İkizler'in karakteristik değerleri, iki karakteri olması ve çabuk uyum sağlamalarıdır. Çabucak düşünür ve eyleme geçerler. Bu burca sahip kişiler çok konuşmalarından ve heyecanlı el, kol hareketlerinden fark edilmektedirler. En belirgin özellikleri, rüzgâr gibi sürekli değişken

olmalarındır. Her görevi ve işi rahatlıkla yaparlar. İki işi aynı anda yaptıkları halde bile başarılı olabilirler. Ruh halleri değişken olup anlaşılması zor insanlar sınıfına girerler. (<http://astroloji.aksam.com.tr>, Erişim Tarihi:12.12.2013; Milliyet Gazetesi Astroloji Dergisi 2000 :12-13)

#### **2.4.4. Yengeç Burcu**

Yengeç burcunu astrolojik özelliği ay tarafından yönetilmesidir. Hiçbir şeyin doğrudan icabına bakmadıkları gibi yavaş yavaş yapmayı severler. Kötü bir şeylerin de kendilerine aynı şekilde, belli etmeden yaklaşmakta olduğu konusunda bir korku besliyor olabilirler. Bu burcun diğer burçlara göre en önemli üstünlüğü sabırlarıdır. Çok dikkatsiz olmalarına rağmen merhametli, yumuşak huylu ve iyi niyetli (<http://astroloji.aksam.com.tr>, Erişim Tarihi:12.12.2013; Bugün Gazetesi Rüyalar Burçlar ve Fal Ansiklopedisi 2000 : 482-486)

#### **2.4.5. Aslan Burcu**

Cesaret ve Egemenlik en büyük özellikleridir. Güçlü ve asaletli olmalarının yanı sıra sükûnetlerini koruyamamaktadırlar. İyi öğüt verirler fakat bunu gerekli gereksiz her zaman yapmaktadırlar. Açık sözlülükle getirdikleri eleştiriler de ne yazık ki bu suçlamayı daha da güçlendirir. Dürüst ve doğruluktan asla sapmazlar. Hakem rolünü adaletli ve bonkör olması sayesinde kaparlar. Kuvvetli sadakati ile çoğu meslek tarafından tercih edilmelerine rağmen patron havasında olmaları sebebiyle üst düzey görevler hariç zorlanmaktadırlar. (<http://astroloji.aksam.com.tr>; www.12burc.com Erişim Tarihi:12.12.2013 )

#### **2.4.6. Başak Burcu**

Başak burcuna sahip kişiler düz bakımlı saçları, keskin hatlı burun ve çeneleri ile kendilerini gösterirler. Hayatları boyunca bitmek bilmez hazırlık içindedirler. Uzun uzun gelecek planları yaparlar ve bu planlarını nasıl uygulayacaklarını en ince ayrıntısına kadar hesaplarlar. Başaklar olaylara tepkisizlikleri ile bilinirler. Tepkisiz kalmaları karşılaştıkları durumun samimiyetini ölçmelerinden dolayı olmaktadır. Tatmin olduktan sonra yardımsever ve cana yakındırlar. Katı kurallara sahip olduklarından kuralları olmayan insanları çok sevmezler. (<http://astroloji.aksam.com.tr>, Erişim Tarihi:12.12.2013; Milliyet Gazetesi Astroloji Dergisi 2000:18-19; Küçükkel,2012: 201)

#### **2.4.7. Terazi Burcu**

En büyük özellikleri her iki tarafı da dinleyip tarafsızlıklarını bozmayarak doğru kararlara ulaşmalarıdır. Terazi burcunun adalet duygusu çok gelişmiştir. Bu sayede de bir olayın karşılığını ve gereğini yerine getirirken aşırıya kaçmazlar. Uyumsuz bir durum gördüklerinde adalet saçmaya başlarlar. Hoşgörü göstermeyen ortamda büyük sıkıntı çeken terazi burcu dengeyi kurmakta en güçlü burçtur. (Asımgil,2010: 93-97; Küçükkel,2012: 210)

#### **2.4.8. Akrep Burcu**

Su gruplarının itaatkar görüşünün aksine tek burç olan akrepler, toplumda genellikle kıskançlık, kincilik, cimrilik, sinsilik, sadistlik, cinsel düşkünlük ve aykırı zevkler gibi olumsuz özellikler ile ilişkilendirilirler. Uçlarda yaşayan akrepler asla itici ve kötü yönleriyle bilinmemeleri gerekmektedir. Hisleri çok kuvvetli olup sezgisel kararlarla doğruyu bulabilmektedir (<http://astroloji.aksam.com.tr>, Erişim Tarihi:12.12.2013, Asımgil,2010:93–97)

#### **2.4.9. Yay Burcu**

Yay burçları iyimser, girişken, güncel olaylara açık ve vasat olandan sakınan kişiler olarak tanınırlar. Tek amacı gelişmek olan yay burcu vardıkları noktayı yeterli bulmama gibi kötü bir arayışın içine girebilmektedirler. İnsanın kavrayabileceğinden daha fazlasını öğrenmeye

çalışırlarken kendilerini çok fazla yorabilirler. İdealleri uğruna hareket ederken iyi niyetlerini ahlaklarını ve dürüstlüklerini asla kaybetmezler. Su gibi harcadıkları para sebebiyle sıkıntılı durumlara gelebilirler. Başkaları tarafından yapılmayan işler onlar tarafından ilgi çekicidir.(Bugün Gazetesi Rüyalar Burçlar ve Fal Ansiklopedisi 2000:498-500; [www.burc.web.tr](http://www.burc.web.tr) :Erişim Tarihi:12.12.2013)

#### **2.4.10. Oğlak Burcu**

En önemli özelliği güvenilir kişiler olmalarıdır. Suni hiçbir şeyi sevmeyen oğlaklar mantık ve otokontrolleri ile ünlüdürler. İçtenliği ve gerçekliği, alıştıkları geleneksel olan kavramlarda bulduklarından, gelenekçi olup yenilikleri pek sevmeyebilirler. İhtiyaç duyduklarına sahip olan, bununla yetinen ve fazlalıkta gözü olmayan yapıya sahiptirler. (Camelot, Tüzman, Bottoni ve Eker; 2000:43; Asımgil,2010: 93-97)

#### **2.4.11. Kova Burcu**

Bili birikimleri ve güçlü matematiksel zekâları ile ünlüdürler. Zihinsel enerjileri güçlü olduğu gibi fiziksel enerjileri de çok güçlüdür. Bu enerjileri sebebi ile ne yerlerinde ne de fikirlerinde sabit duramamaktadırlar. Geleneksellikten nefret ederler ve bu yolda karşılarına çıkan herkesi yenmek için çabalarlar. İleri görüşlerini, devrimci ve yenilikçi kapasitesini değerlendirecekleri alanları seçmelidirler. Uçarı konuşmaları ve aşırılıkları ile muhafazakar kişileri sinirlendirmek için, inanmadıkları fikirleri savunur gibi gözükebilirler.( Asımgil,2010: 93-97; <http://astroloji.aksam.com.tr>; [blog.milliyet.com.tr](http://blog.milliyet.com.tr); Erişim Tarihi: 12.12.2013)

#### **2.4.12. Balık Burcu**

Balıklar, burçlar aleminin en duygusal insanlarıdır. Sert çatışma ve tartışma ortamlarından çekindiklerinden kararlarında her zaman baskın olan tarafı seçerler. Kendi düşüncelerini koruyamadıkları gibi taklit yetenekleri oldukça gelişmiştir. Çatışmamak için esnek olmayı çabucak öğrenirler. Sevdiklerine verdikleri değer ile onların anne şefkatlerinden, yumuşak başlılıklarından ve oluşturdukları ortamın huzurunun yanında canlı hayal güçlerinden de faydalanırlar. (<http://astroloji.aksam.com.tr> :Erişim Tarihi: 12.12.2013; Bugün Gazetesi Rüyalar Burçlar ve Fal Ansiklopedisi 2000: 516–520; Camelot, Tüzman, Bottoni ve Eker; 2000,43;)

### **3. Araştırma**

Bireylerin kariyer eğilimlerinin belirlenmesinde etkili olan faktörler olarak ilgi alanları, beklentileri, becerileri ve yetenekleri gibi faktörlerden bahsedilmektedir. Bu faktörlerin yanı sıra insanların burçlara olan ilgilerinden dolayı hayatlarının her alanında burca göre hareket etmemelerine rağmen yine de göz önünde bulundukları bir unsurdur. Bu unsur hayatlarında büyük bir öneme sahip olmasa bile göz ardı edilmemektedir. Bireyin tercihleri, duygu ve düşünceleri, huyları, yetenekleri, yatkınlıkları, v.b. değerler de burçlar tarafından etkilenmektedir. Yani bireyin başarılı ve mutlu olacağı mesleğin seçiminde burçların da bir etkisi bulunmaktadır. Bireyler iş hayatları özel hayatlarını da şekillendirdiğinden mutsuz bir kariyer yaşantısı kişinin özel hayatında da büyük bir mutsuzluğa neden olacaktır. Bu sıkıntılı durum ile karşılaşmamak için kişilerin kendilerini iyi tanımaları değer yargılarını netleştirmeleri ve “kariyer değerlerine” uygun hareket etmeleri gerekmektedir. Schein’in Kariyer Değerleri/Çapaları modeli bu anlamda kişilik ve kariyer değerlerini açıklayan bir model olup bu araştırmada yararlanılan modeldir.

Bu çalışmanın amacı Isparta ilindeki özel bankacılık sektöründe çalışan bireylerin burçları ile iş tatmini arasındaki uyumlu ilişkiyi saptayabilmektir. Araştırma çeşitli burçlara sahip olan özel bankacılık sektörü çalışanlarının kariyer değerlerinden hangisi ya da hangilerine dâhil

olduklarını belirleyerek yapmış oldukları tercihten iş tatmini sağlayanların bulunmasını amaçlamaktadır. Bu temel amacın yanı sıra bazı alt amaçlar belirlenmektedir:

- Belirlenen örnekleme'deki çalışanların hangi kariyer değerlerine sahip olduklarını belirlemek,
- Belirlenen örnekleme'deki çalışanların hangi kariyer değerinde yoğunlaştığını belirlemek,

### 3.1. Araştırmanın Kapsamı ve Örneklem Seçimi

Araştırma Isparta il merkezindeki özel bankalara uygulanmıştır. Devlet bankasında çalışan bireylerin işten çıkarılma korkusu olmadığı düşünüldüğü ve bu sebeple anketteki sorulara güvenilir ve tam cevap vermeyeceğinden dolayı iş rotasyonu ve işten çıkarılma korkusunun daha iyi yaşandığı özel bankacılık sektöründe uygulanmıştır. Toplam 240 çalışandan 127 sine ulaşılmış olup geçerli anket sayısı 100 dür. 27 adet anket formu kullanıcıların anketi uygun şekilde doldurmamasından ve güvenilir cevap vermemesinden dolayı geçersiz sayılmış olup, 113 çalışana da hastalık, izin, görevli olması, bankanın anket uygulamasına izin vermemesi veya çalışanın anketi uygulamak istememesi nedeni ile anket uygulanamamıştır.

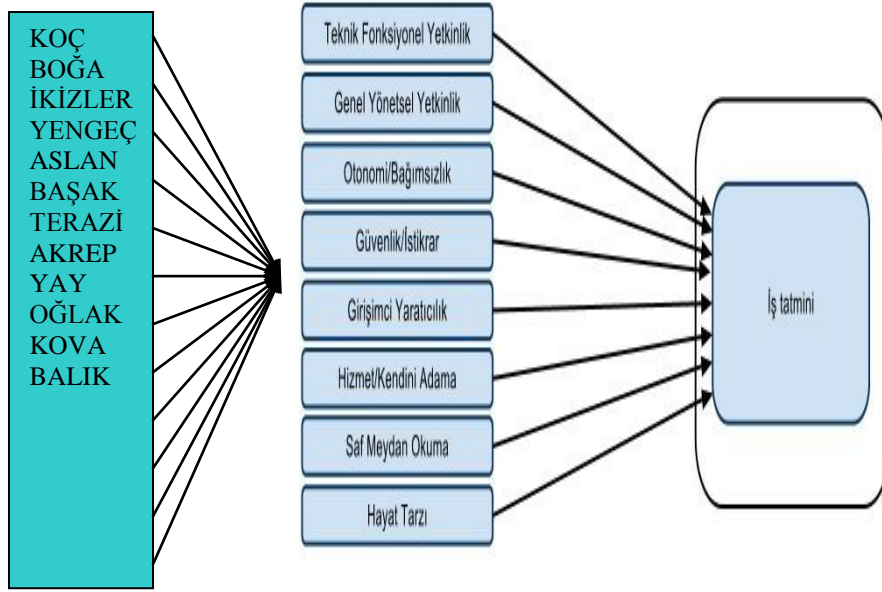
### 3.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma “tarama modeli” olarak tasarlanmıştır. “Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekilde betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Onları herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez” (Karasar, 2009:77).

Veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu bir ön bilgilendirme yazısı ile başlamakta ve 2 temel bölümden oluşmaktadır. Yapılan literatür taraması Schein “Kariyer çapaları”, (2006:1-5) sonucu oluşturulan kariyer eğilimlerine yönelik ölçek kullanılarak bir anket formu oluşturulmuştur. Birinci bölümde Isparta ilindeki özel bankacılık sektöründe çalışanların iş hayatlarına bakış açıları ve kariyer değerlerinin ne olduğunu ilişkin sorular bulunmaktadır. Anketin bu kısmında çalışanlar kariyer eğilimlerini ölçecek ve sınıflandıracak 8 kariyer çapası ( Teknik Fonksiyonel Yetkinlik, Güvenlik ve İstikrar, Özerklik Otonomi ve Bağımsızlık, Genel Yönetsel Yetkinlik, Girişimcilik ve Yaraticılık, Saf Meydan Okuma, Kendini Adama, Hayat Tarzı ) bulunmaktadır. Araştırmada kullanılan likert ölçek için kişilerin verilen önermelerle ilgili görüşlerini, çok olumludan çok olumsuzu kadar sıralanan seçeneklerden belirtmeleri istenmiştir. Buna göre; (5) Tümüyle Doğru, (4) Büyük ölçüde doğru, (3) kararsızım, (2) Büyük ölçüde yanlış, (1) Tümüyle yanlış şeklinde bir ölçek kullanılmıştır. Ölçek sonuçları 5.00-1.00=4.00 puanlık bir genişliğe dağılmışlardır. Bu genişlik beşe bölünerek ölçeğin kesim noktalarını belirleyen düzeyler belirlenmiştir.

İkinci bölümde çalışanların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik (cinsiyet, eğitim durumu, yaş, burcu, bölümü, mesleği, anne baba durumu, ailenin aylık geliri, meslek) sorularından oluşmaktadır.

Anket formunda yer alan sorular alanında uzman kişiler tarafından Türkçeye çevrilmiş ve yapılan çeviri sonucunda ortaya çıkan soru maddelerinin kolayca anlaşılır ve yanıtlanabilir olabilmesini sağlamak ve anket formuna son şeklini vermek üzere örnekleme sunulmadan önce konunun uzmanı akademisyenlerden görüş alınmıştır. Soru maddelerinin 8 kariyer çapasını kapsadığı düşünülmektedir.



**Şekil 1: (Başlangıç Modeli)**

### 3.3. Analiz ve Bulgular

#### 3.3.1. Güvenilirlik Analizi

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Kullanılan anket katılımcıları kariyer değerlerini belirlemeye yönelik soruları içeren 40 madde, katılımcıların iş tatminlerini içeren 5 maddeden oluşan birinci bölümü ile demografik farklılıkları belirlemeye yönelik soruları içeren 10 adet sorudan oluşmaktadır. Kariyer değerleri ölçeğinin genel güvenilirliği %87,9 olarak, iş tatmini ölçeğinin genel güvenilirliği %71,5 olarak yüksek bulunmuştur.

**Tablo 1: Kariyer Değerleri ve İş Tatmin Ölçeklerinin Güvenirlik Katsayıları**

| Boyutlar                     | Cronbach's Alpha |
|------------------------------|------------------|
| İş tatmini                   | 0,715            |
| Teknik Fonksiyonel Yetkinlik | 0,745            |
| Genel Yönetsel Yetkinlik     | 0,785            |
| Otonomi/Bağımsızlık          | 0,792            |
| Güvenlik/İstikrar            | 0,768            |
| Girişimci Yaratıcılık        | 0,712            |
| Hizmet/Kendini Adama         | 0,774            |
| Saf Meydan Okuma             | 0,801            |
| Hayat Tarzı                  | 0,798            |

“İş tatmini” boyutunun güvenilirlik katsayısının  $\alpha=0,715$ , “Teknik Fonksiyonel Yetkinlik” boyutunun güvenilirlik katsayısının  $\alpha=0,745$ , “Genel Yönetsel Yetkinlik” boyutunun güvenilirlik katsayısının  $\alpha=0,785$ , “Otonomi/Bağımsızlık” boyutunun güvenilirlik katsayısının  $\alpha=0,792$ , “Güvenlik/İstikrar” boyutunun güvenilirlik katsayısının  $\alpha=0,768$ , “Girişimci Yaratıcılık” boyutunun güvenilirlik katsayısının  $\alpha=0,712$ , “Hizmet/Kendini Adama” boyutunun güvenilirlik katsayısının  $\alpha=0,774$ , “Saf Meydan Okuma” boyutunun güvenilirlik katsayısının  $\alpha=0,801$  ve “Hayat Tarzı” boyutunun güvenilirlik katsayısının  $\alpha=0,798$  olduğu görülmektedir.

Cronbach's Alpha Katsayısının değerlendirilmesinde kullanılan değerlendirme kriteri (Özdamar, 2004);

$0,00 \leq \alpha < 0,40$  ise ölçek güvenilir değildir.

$0,40 \leq \alpha < 0,60$  ise ölçek düşük güvenilirliktedir.

$0,60 \leq \alpha < 0,80$  ise ölçek oldukça güvenilirdir.

$0,80 \leq \alpha < 1,00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Kariyer değerleri ölçeğinin genel güvenilirliği %87,9 olup yüksek derecede güvenilirdir. İş tatmini ölçeğinin genel güvenilirliği %71,5 olarak oldukça güvenilir bulunmuştur. Ölçeklere ve alt boyutlara ait önermelerin iç tutarlılıklarının sağlandığı görülmektedir.

Araştırmada Schein “Kariyer çapaları “, (2006:1-5) sonucu oluşturulan kariyer eğilimlerine yönelik ölçek kullanılarak bir anket formu oluşturulmuştur. Anket formunda yer alan sorular alanında uzman kişiler tarafından Türkçeye çevrilmiş ve yapılan çeviri sonucunda ortaya çıkan 40 soru maddesinin kolayca anlaşılır ve yanıtlanabilir olabilmesini sağlamak ve anket formuna son şeklini vermek üzere örnekleme sunulmadan önce konunun uzmanı akademisyenlerden görüş alınmıştır. Soru maddelerinin 8 kariyer çapasını kapsadığı düşünülmektedir. İş tatmini ile ilgili soru faktör analiz geçerliliğini ortaya koymak üzere yapılan faktör analizi sonuçlarına göre örneklemin uygunluğu için bulunan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,857’dir. Bu değişkenler arasında kısmi korelasyonun düşük olup olmadığını göstermektedir. 0,5 den küçük KMO değerleri, değişken çiftleri arasındaki korelasyonun diğer değişkenlerle açıklanmayacağını ve faktör analizinin uygun olmayabileceğini gösterir. (Kalaycı, 2008:322) Analizde bulunan değer (0,857) Kullanılan verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Barlett testi  $p = 0,00 < 0,05$  olacak şekilde bulunmuştur. Faktör analizi sonucunda toplam varyans %57,25 olacak şekilde sorular tek faktör altında toplanmıştır. Faktör analizi sonrasında özdeğeri (2,363) bulunmuştur. Özdeğerin birden büyük olmasına, faktör analizinin de 0,04 den büyük olmasına dikkat edilmiştir. Bu veriler sonucunda ölçeğin güvenilir ve geçerli bir ölçek olduğu saptanmıştır.

Araştırmada kullanılan likert ölçek için kişilerin verilen önermelerle ilgili görüşlerini, çok olumludan çok olumsuzu kadar sıralanan seçeneklerden belirtmeleri istenmiştir. Buna göre; (5) Tümüyle Doğru, (4) Büyük ölçüde doğru, (3) kararsızım, (2) Büyük ölçüde yanlış, (1) Tümüyle yanlış şeklinde bir ölçek kullanılmıştır. Ölçek sonuçları 5.00-1.00=4.00 puanlık bir genişliğe dağılmışlardır. Bu genişlik beşe bölünerek ölçeğin kesim noktalarını belirleyen düzeyler belirlenmiştir. Ölçek ifadelerinin değerlendirilmesinde aşağıdaki kriterler esas alınmıştır.

**Tablo 2: Ölçeklerin Puan Aralığı tablosu**

| Seçenekler     | Puanlar | Puan Aralığı | Ölçek Değerlendirme |
|----------------|---------|--------------|---------------------|
| Tümüyle Yanlış | 1       | 1,00 - 1,79  | Çok düşük           |
|                | 2       | 1,80 - 2,59  | Düşük               |
|                | 3       | 2,60 - 3,39  | Orta                |
|                | 4       | 3,40 - 4,19  | Yüksek              |
| Tümüyle Doğru  | 5       | 4,20 - 5,00  | Çok yüksek          |

### 3.3.2. Araştırmanın Hipotezleri

Isparta ilindeki özel bankacılık sektöründe çalışanların burçları ve iş tatminleri arasındaki ilişkinin kariyer değerleri perspektifinde incelenmesi çalışmanın temel konusudur.

Buna göre araştırmanın hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

H1: Çalışanların iş tatmini burç değişkenine göre farklılık göstermektedir.

### 3.4. Verilerin İstatistiksel Analizi

Araştırmada elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 17.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotları (Sayı, Yüzde, Ortalama, Standart sapma) kullanılmıştır.

Niceliksel verilerin karşılaştırılmasında iki grup arasındaki farkı Mann Whitney U testi, ikiden fazla grup durumunda parametrelerin gruplar arası karşılaştırmalarında Kruskal Wallis H-Testi kullanılmıştır.

Araştırmanın bağımlı ve bağımsız değişkenleri arasındaki ilişkiyi Spearman korelasyon, etki ise regresyon analizi ile test edilmiştir. Ölçekler arasındaki korelasyon ilişkileri aşağıdaki kriterlere göre değerlendirilmiştir (Kalaycı, 2006:116);

**Tablo 3.: Puanlara Göre İlişki Oranları**

| <i>Puanlar</i> | <i>İlişki</i> |
|----------------|---------------|
| 0,00-0,25      | Çok Zayıf     |
| 0,26-0,49      | Zayıf         |
| 0,50-0,69      | Orta          |
| 0,70-0,89      | Yüksek        |
| 0,90-1,00      | Çok Yüksek    |

Elde edilen bulgular %95 güven aralığında %5 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

### 3.5. Analizler ve Bulgular

Bu bölümde, araştırma probleminin çözümü için, araştırmaya katılan katılımcılardan ölçekler yoluyla toplanan verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır. Elde edilen bulgulara dayalı olarak açıklama ve yorumlar yapılmıştır.

### 3.6. Örneklem Grubunun Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

**Tablo 4: Örneklem Grubunun Yaşlarına Göre Dağılımı**

|                | Frekans | Yüzde (%) |
|----------------|---------|-----------|
| 25 yaş ve altı | 11      | 11,0      |
| 26-30 yaş      | 37      | 37,0      |
| 31-35 yaş      | 24      | 24,0      |
| 36-40 yaş      | 18      | 18,0      |
| 41 yaş ve üstü | 10      | 10,0      |

Örneklem grubunun yaşlarına göre dağılımı Tablo 4'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılan katılımcıların 11'i (% 11,0) 25 yaş ve altı, 37'si (% 37,0) 26-30 yaş, 24'ü (% 24,0) 31-35 yaş, 18'i (% 18,0) 36-40 yaş, 10'u (% 10,0) 41 ve üstü yaş aralığındadır.

**Tablo 5: Örneklem Grubunun Cinsiyetlerine Göre Dağılımı**

|       | Frekans | Yüzde (%) |
|-------|---------|-----------|
| Kadın | 52      | 52,0      |
| Erkek | 48      | 48,0      |

Örneklem grubunun cinsiyetlerine göre dağılımı Tablo 5'de incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılan katılımcıların 52'si (% 52,0) kadın, 48'i (% 48,0) erkektir.



**Tablo 6: Örneklem Grubunun Burçlarına Göre Dağılımı**

|         | Frekans | Yüzde |
|---------|---------|-------|
| Koç     | 10      | 10,0  |
| Boğa    | 5       | 5,0   |
| İkizler | 4       | 4,0   |
| Yengeç  | 11      | 11,0  |
| Aslan   | 11      | 11,0  |
| Başak   | 9       | 9,0   |
| Terazi  | 5       | 5,0   |
| Akrep   | 12      | 12,0  |
| Yay     | 14      | 14,0  |
| Oğlak   | 6       | 6,0   |
| Kova    | 9       | 9,0   |
| Balık   | 4       | 4,0   |
| TOPLAM  | 100     | % 100 |

Örneklem grubunun burçlarına göre dağılımı Tablo 6'da incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılan katılımcıların 10'unun (% 10,0) Koç, 5'inin (% 5,0) Boğa, 4'ünün (% 4,0) İkizler, 11'inin (% 11,0) Yengeç, 11'inin (% 11,0) Aslan, 9'unun (% 9,0) Başak, 5'inin (% 5,0) Terazi, 12'sinin (% 12,0) Akrep, 14'ünün (% 14,0) Yay, 6'sının (% 6,0) Oğlak, 9'unun (% 9,0) Kova, 4'ünün (% 4,0) Balık burcundan olduğu görülmektedir.

### 3.6.1. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Kariyer Değer ve İş Tatmin Düzeylerinin Ortalamaları

**Tablo 7: Araştırmaya Katılan Katılımcıların Kariyer Değer ve İş Tatmin Düzeylerinin Ortalamaları**

|                              | N   | Ort.         | S.s   | Min.  | Max.  |
|------------------------------|-----|--------------|-------|-------|-------|
| İş tatmini                   | 100 | <b>3,594</b> | 0,794 | 2,000 | 5,000 |
| Teknik Fonksiyonel Yetkinlik | 100 | <b>4,020</b> | 0,459 | 2,800 | 4,800 |
| Genel Yönetmel Yetkinlik     | 100 | <b>3,560</b> | 0,729 | 1,400 | 4,800 |
| Otonomi/Bağımsızlık          | 100 | <b>3,602</b> | 0,680 | 1,800 | 5,000 |
| Güvenlik/İstikrar            | 100 | <b>3,982</b> | 0,542 | 2,800 | 5,000 |
| Girişimci Yaratıcılık        | 100 | <b>3,936</b> | 0,538 | 2,600 | 5,000 |
| Hizmet/Kendini Adama         | 100 | <b>3,932</b> | 0,482 | 2,800 | 4,800 |
| Saf Meydan Okuma             | 100 | <b>3,760</b> | 0,697 | 1,800 | 5,000 |
| Hayat Tarzı                  | 100 | <b>3,998</b> | 0,517 | 2,800 | 5,000 |

Araştırmaya katılan katılımcıların kariyer değer ve iş tatmin düzeylerinin ortalamaları incelendiğinde; iş tatmini düzeyi ortalaması  $3,594 \pm 0,794$ ; teknik fonksiyonel yetkinlik düzeyi ortalaması  $4,020 \pm 0,459$ ; genel yönetsel yetkinlik düzeyi ortalaması  $3,560 \pm 0,729$ ; otonomi/bağımsızlık düzeyi ortalaması  $3,602 \pm 0,680$ ; güvenlik/istikrar düzeyi ortalaması  $3,982 \pm 0,542$ ; girişimci yaratıcılık düzeyi ortalaması  $3,936 \pm 0,538$ ; hizmet/kendini adama düzeyi ortalaması  $3,932 \pm 0,482$ ; saf meydan okuma düzeyi ortalaması  $3,760 \pm 0,697$ ; hayat tarzı düzeyi ortalaması  $3,998 \pm 0,517$ ; olarak bulunmuştur.

### 3.6.2. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Kariyer Değer ve İş Tatmin Düzeylerinin Demografik Özelliklere Göre Farklaşması

**Tablo 8: Araştırmaya Katılan Katılımcıların Kariyer Değer ve İş Tatmin Düzeylerinin Yaş Değişkenine Göre Farklaşması**

|                              | Grup                  | N  | Ort.         | Ss.   | KW.    | p.           |
|------------------------------|-----------------------|----|--------------|-------|--------|--------------|
| Teknik Fonksiyonel Yetkinlik | 25 yaş ve altı        | 11 | 4,091        | 0,554 | 7,016  | 0,135        |
|                              | <b>26-30 yaş</b>      | 37 | <b>4,157</b> | 0,417 |        |              |
|                              | 31-35 yaş             | 24 | 3,983        | 0,412 |        |              |
|                              | <b>36-40 yaş</b>      | 18 | <b>3,833</b> | 0,481 |        |              |
|                              | 41 yaş ve üstü        | 10 | 3,860        | 0,472 |        |              |
| Genel Yönetmel Yetkinlik     | <b>25 yaş ve altı</b> | 11 | <b>3,891</b> | 0,339 | 7,812  | 0,099        |
|                              | 26-30 yaş             | 37 | 3,714        | 0,716 |        |              |
|                              | <b>31-35 yaş</b>      | 24 | <b>3,333</b> | 0,848 |        |              |
|                              | 36-40 yaş             | 18 | 3,411        | 0,691 |        |              |
|                              | 41 yaş ve üstü        | 10 | 3,440        | 0,711 |        |              |
| Otonomi/Bağımsızlık          | <b>25 yaş ve altı</b> | 11 | <b>3,945</b> | 0,872 | 10,805 | <b>0,029</b> |
|                              | 26-30 yaş             | 37 | 3,697        | 0,651 |        |              |
|                              | 31-35 yaş             | 24 | 3,392        | 0,735 |        |              |
|                              | 36-40 yaş             | 18 | 3,611        | 0,612 |        |              |
|                              | <b>41 yaş ve üstü</b> | 10 | <b>3,360</b> | 0,295 |        |              |
| Güvenlik/İstikrar            | <b>25 yaş ve altı</b> | 11 | <b>4,273</b> | 0,441 | 6,892  | 0,142        |
|                              | 26-30 yaş             | 37 | 3,995        | 0,504 |        |              |
|                              | <b>31-35 yaş</b>      | 24 | <b>3,792</b> | 0,506 |        |              |
|                              | 36-40 yaş             | 18 | 3,989        | 0,645 |        |              |
|                              | 41 yaş ve üstü        | 10 | 4,060        | 0,597 |        |              |
| Girişimci Yaratıcılık        | <b>25 yaş ve altı</b> | 11 | <b>4,091</b> | 0,383 | 3,651  | 0,455        |
|                              | 26-30 yaş             | 37 | 3,941        | 0,614 |        |              |
|                              | <b>31-35 yaş</b>      | 24 | <b>3,817</b> | 0,276 |        |              |
|                              | 36-40 yaş             | 18 | 3,911        | 0,700 |        |              |
|                              | 41 yaş ve üstü        | 10 | 4,080        | 0,543 |        |              |
| Hizmet/Kendini Adama         | <b>25 yaş ve altı</b> | 11 | <b>4,255</b> | 0,430 | 14,020 | <b>0,007</b> |
|                              | 26-30 yaş             | 37 | 4,027        | 0,462 |        |              |
|                              | 31-35 yaş             | 24 | 3,825        | 0,487 |        |              |
|                              | 36-40 yaş             | 18 | 3,889        | 0,481 |        |              |
|                              | <b>41 yaş ve üstü</b> | 10 | <b>3,560</b> | 0,310 |        |              |
| Saf Meydan Okuma             | <b>25 yaş ve altı</b> | 11 | <b>4,182</b> | 0,724 | 4,500  | 0,343        |
|                              | 26-30 yaş             | 37 | 3,805        | 0,555 |        |              |
|                              | 31-35 yaş             | 24 | 3,650        | 0,655 |        |              |
|                              | <b>36-40 yaş</b>      | 18 | <b>3,533</b> | 0,897 |        |              |
|                              | 41 yaş ve üstü        | 10 | 3,800        | 0,748 |        |              |
| Hayat Tarzı                  | <b>25 yaş ve altı</b> | 11 | <b>4,345</b> | 0,311 | 7,978  | 0,092        |
|                              | 26-30 yaş             | 37 | 3,930        | 0,595 |        |              |
|                              | <b>31-35 yaş</b>      | 24 | <b>3,917</b> | 0,363 |        |              |
|                              | 36-40 yaş             | 18 | 3,989        | 0,604 |        |              |
|                              | 41 yaş ve üstü        | 10 | 4,080        | 0,444 |        |              |
| İş tatmini                   | 25 yaş ve altı        | 11 | 3,673        | 0,602 | 9,254  | 0,055        |
|                              | 26-30 yaş             | 37 | 3,730        | 0,587 |        |              |
|                              | 31-35 yaş             | 24 | 3,592        | 1,066 |        |              |
|                              | <b>36-40 yaş</b>      | 18 | <b>3,089</b> | 0,720 |        |              |
|                              | <b>41 yaş ve üstü</b> | 10 | <b>3,920</b> | 0,744 |        |              |

Araştırmaya katılan katılımcıların kariyer değerleri ve iş tatmini puanı ortalamalarının yaş değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; otonomi/bağımsızlık ve hizmet/kendini adama kariyer değeri hariç diğer kariyer değerleri ve iş tatmini grup ortalamaları arasındaki fark

anlamli bulunmamıştır. Kariyer değeri ve iş tatmini unsurları yaş değişkenine göre farklılık göstermemektedir. Kariyer değerlerinin ve iş tatmininin yaşa bağlı olmayan unsurlar olduğu ortaya çıkmıştır.

Yukarıdaki sonuçlara göre 25 yaş ve altı bireyler genç yaşta olmaları ve kariyerlerinin başında olmaları sebebi ile bağımsız ve bir hiyerarşi altında olmadıkları veya daha bağımsız oldukları işleri tercih etmektedirler. Bu sebepten dolayı Otonomi/bağımsızlık kariyer değerinde en yüksek puana sahiplerdir. 41 yaş ve üstü bireyler ise artık kariyer yaşamlarında belli bir tecrübe ve olgunluğa ulaştıklarından otonomi/bağımsız olma kendileri için bir önem taşımamakta olduğu değerlendirilmektedir. 25 yaş ve altı bireyler mesleğe yeni atılmanın verdiği heyecan ile işlerine dört elle sarıldıkları bu sebepten dolayı hizmet kendini adama kariyer değerinde en yüksek puanı aldıkları değerlendirilmektedir. 41 yaş ve üstü çalışanların da artık belli bir doyunluğa ulaşmaları ve emekliliklerinin yaklaşması sebebi ile bu değerden en düşük puanı aldıkları düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların kariyer değerleri ve iş tatmin puanları ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı değerlendirilmemiştir. Kariyer değeri ve iş tatmin unsuru cinsiyet faktörüne göre farklılaşmamaktadır. Yani kariyer değerlerinin ve iş tatmininin cinsiyet göre değişmediği ortaya çıkmıştır.

**Tablo 9: Araştırmaya Katılan Katılımcıların Kariyer Değer ve İş Tatmin Düzeylerinin Burç Değişkenine Göre Farklılaşması**

|                                     | Grup          | N         | Ort          | Ss           | KW     | p            |
|-------------------------------------|---------------|-----------|--------------|--------------|--------|--------------|
| <b>Teknik Fonksiyonel Yetkinlik</b> | Koç           | 10        | 4,280        | 0,253        | 28,748 | <b>0,002</b> |
|                                     | Boğa          | 5         | 3,840        | 0,607        |        |              |
|                                     | İkizler       | 4         | 3,800        | 0,693        |        |              |
|                                     | <b>Yengeç</b> | <b>11</b> | <b>4,455</b> | 0,324        |        |              |
|                                     | Aslan         | 11        | 3,927        | 0,413        |        |              |
|                                     | Başak         | 9         | 3,778        | 0,406        |        |              |
|                                     | Terazi        | 5         | 3,480        | 0,335        |        |              |
|                                     | Akrep         | 12        | 4,033        | 0,458        |        |              |
|                                     | Yay           | 14        | 3,929        | 0,500        |        |              |
|                                     | <b>Oğlak</b>  | <b>6</b>  | <b>4,333</b> | <b>0,273</b> |        |              |
|                                     | Kova          | 9         | 4,022        | 0,323        |        |              |
|                                     | Balık         | 4         | 3,900        | 0,200        |        |              |
| <b>Genel Yönetmel Yetkinlik</b>     | Koç           | 10        | 3,000        | 0,874        | 40,619 | <b>0,000</b> |
|                                     | Boğa          | 5         | 2,880        | 0,576        |        |              |
|                                     | İkizler       | 4         | 3,500        | 0,346        |        |              |
|                                     | <b>Yengeç</b> | <b>11</b> | <b>4,273</b> | 0,313        |        |              |
|                                     | Aslan         | 11        | 3,382        | 0,547        |        |              |
|                                     | Başak         | 9         | 3,489        | 0,558        |        |              |
|                                     | Terazi        | 5         | 3,440        | 0,410        |        |              |
|                                     | Akrep         | 2         | 3,300        | 0,770        |        |              |
|                                     | Yay           | 4         | 3,786        | 0,610        |        |              |
|                                     | <b>Oğlak</b>  | <b>6</b>  | <b>4,267</b> | 0,207        |        |              |
|                                     | Kova          | 9         | 3,578        | 0,595        |        |              |
|                                     | Balık         | 4         | 3,600        | 1,470        |        |              |
| <b>Otonomi/Bağımsızlık</b>          | Koç           | 10        | 3,640        | 0,735        | 22,348 | <b>0,022</b> |
|                                     | Boğa          | 5         | 2,840        | 0,654        |        |              |
|                                     | İkizler       | 4         | 3,500        | 0,346        |        |              |
|                                     | <b>Yengeç</b> | <b>11</b> | <b>4,182</b> | <b>0,352</b> |        |              |
|                                     | Aslan         | 11        | 3,600        | 0,420        |        |              |
|                                     | Başak         | 9         | 3,400        | 0,300        |        |              |
| Terazi                              | 5             | 3,560     | 0,654        |              |        |              |

|                              | Grup          | N         | Ort          | Ss           | KW     | p            |
|------------------------------|---------------|-----------|--------------|--------------|--------|--------------|
|                              | Akrep         | 12        | 3,300        | 1,077        |        |              |
|                              | Yay           | 14        | 3,771        | 0,358        |        |              |
|                              | <b>Oğlak</b>  | <b>6</b>  | <b>3,800</b> | <b>1,173</b> |        |              |
|                              | Kova          | 9         | 3,467        | 0,387        |        |              |
|                              | <b>Balık</b>  | <b>4</b>  | <b>3,800</b> | <b>0,766</b> |        |              |
| <b>Güvenlik/İstikrar</b>     | <b>Koç</b>    | <b>10</b> | <b>4,160</b> | <b>0,450</b> | 22,973 | <b>0,018</b> |
|                              | Boğa          | 5         | 3,600        | 0,748        |        |              |
|                              | İkizler       | 4         | 3,800        | 0,231        |        |              |
|                              | <b>Yengeç</b> | <b>11</b> | <b>4,455</b> | <b>0,530</b> |        |              |
|                              | Aslan         | 11        | 3,945        | 0,457        |        |              |
|                              | Başak         | 9         | 4,089        | 0,247        |        |              |
|                              | Terazi        | 5         | 3,560        | 0,590        |        |              |
|                              | Akrep         | 12        | 4,100        | 0,711        |        |              |
|                              | Yay           | 14        | 3,800        | 0,514        |        |              |
|                              | <b>Oğlak</b>  | <b>6</b>  | <b>4,133</b> | <b>0,273</b> |        |              |
|                              | Kova          | 9         | 3,667        | 0,316        |        |              |
|                              | Balık         | 4         | 4,050        | 0,737        |        |              |
| <b>Girişimci Yaratıcılık</b> | <b>Koç</b>    | <b>10</b> | <b>3,880</b> | <b>0,738</b> | 23,586 | <b>0,015</b> |
|                              | Boğa          | 5         | 3,160        | 0,329        |        |              |
|                              | İkizler       | 4         | 4,000        | 0,231        |        |              |
|                              | <b>Yengeç</b> | <b>11</b> | <b>4,455</b> | <b>0,347</b> |        |              |
|                              | Aslan         | 11        | 3,836        | 0,294        |        |              |
|                              | Başak         | 9         | 3,889        | 0,511        |        |              |
|                              | Terazi        | 5         | 3,800        | 0,600        |        |              |
|                              | Akrep         | 12        | 3,933        | 0,412        |        |              |
|                              | Yay           | 14        | 3,857        | 0,454        |        |              |
|                              | Oğlak         | 6         | 3,933        | 0,918        |        |              |
|                              | Kova          | 9         | 4,022        | 0,323        |        |              |
|                              | <b>Balık</b>  | <b>4</b>  | <b>4,200</b> | <b>0,653</b> |        |              |
| <b>Hizmet/Kendini Adama</b>  | <b>Koç</b>    | <b>10</b> | <b>3,960</b> | <b>0,645</b> | 17,458 | 0,095        |
|                              | Boğa          | 5         | 3,440        | 0,219        |        |              |
|                              | İkizler       | 4         | 3,800        | 0,231        |        |              |
|                              | <b>Yengeç</b> | <b>11</b> | <b>4,273</b> | <b>0,546</b> |        |              |
|                              | Aslan         | 11        | 3,873        | 0,450        |        |              |
|                              | Başak         | 9         | 3,889        | 0,459        |        |              |
|                              | Terazi        | 5         | 3,680        | 0,303        |        |              |
|                              | Akrep         | 12        | 3,833        | 0,518        |        |              |
|                              | Yay           | 14        | 3,971        | 0,281        |        |              |
|                              | <b>Oğlak</b>  | <b>6</b>  | <b>4,267</b> | <b>0,273</b> |        |              |
|                              | Kova          | 9         | 3,867        | 0,548        |        |              |
|                              | Balık         | 4         | 4,050        | 0,640        |        |              |
| <b>Saf Meydan Okuma</b>      | <b>Koç</b>    | <b>10</b> | <b>3,960</b> | <b>0,587</b> | 29,182 | <b>0,002</b> |
|                              | Boğa          | 5         | 2,880        | 0,303        |        |              |
|                              | İkizler       | 4         | 3,600        | 0,231        |        |              |
|                              | <b>Yengeç</b> | <b>11</b> | <b>4,291</b> | <b>0,423</b> |        |              |
|                              | Aslan         | 11        | 4,073        | 0,602        |        |              |
|                              | Başak         | 9         | 3,556        | 0,343        |        |              |
|                              | Terazi        | 5         | 3,680        | 0,110        |        |              |
|                              | Akrep         | 12        | 3,400        | 1,248        |        |              |
|                              | Yay           | 14        | 3,843        | 0,344        |        |              |
|                              | <b>Oğlak</b>  | <b>6</b>  | <b>4,200</b> | <b>0,179</b> |        |              |
|                              | Kova          | 9         | 3,356        | 0,773        |        |              |
|                              | Balık         | 4         | 3,800        | 0,653        |        |              |
| <b>Hayat Tarzı</b>           | <b>Koç</b>    | <b>10</b> | <b>3,760</b> | <b>0,556</b> | 26,689 | <b>0,005</b> |
|                              | Boğa          | 5         | 3,400        | 0,548        |        |              |
|                              | İkizler       | 4         | 3,400        | 0,693        |        |              |
|                              | Yengeç        | 11        | 4,273        | 0,516        |        |              |

|            | Grup          | N         | Ort          | Ss           | KW     | p            |
|------------|---------------|-----------|--------------|--------------|--------|--------------|
|            | Aslan         | 11        | 4,018        | 0,340        |        |              |
|            | Başak         | 9         | 4,067        | 0,100        |        |              |
|            | Terazi        | 5         | 3,960        | 0,537        |        |              |
|            | Akrep         | 12        | 4,000        | 0,615        |        |              |
|            | Yay           | 14        | 4,000        | 0,314        |        |              |
|            | <b>Oğlak</b>  | <b>6</b>  | <b>4,533</b> | <b>0,273</b> |        |              |
|            | Kova          | 9         | 3,822        | 0,474        |        |              |
|            | <b>Balık</b>  | <b>4</b>  | <b>4,600</b> | <b>0,283</b> |        |              |
|            | Grup          | N         | Ort          | Ss           | KW     | p            |
| İş tatmini | Koç           | 10        | 3,680        | 0,860        | 22,968 | <b>0,018</b> |
|            | Boğa          | 5         | 2,480        | 0,502        |        |              |
|            | İkizler       | 4         | 3,800        | 0,693        |        |              |
|            | <b>Yengeç</b> | <b>11</b> | <b>4,182</b> | <b>0,610</b> |        |              |
|            | Aslan         | 11        | 3,400        | 1,016        |        |              |
|            | Başak         | 9         | 3,044        | 0,915        |        |              |
|            | Terazi        | 5         | 3,360        | 0,167        |        |              |
|            | Akrep         | 12        | 3,733        | 0,850        |        |              |
|            | Yay           | 14        | 3,671        | 0,518        |        |              |
|            | Oğlak         | 6         | 3,467        | 0,450        |        |              |
|            | <b>Kova</b>   | <b>9</b>  | <b>3,978</b> | <b>0,474</b> |        |              |
|            | Balık         | 4         | 3,650        | 0,957        |        |              |

Araştırmaya katılan katılımcıların kariyer değerleri ve iş tatmini puanı ortalamalarının burç değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis H-Testi sonuçlarına göre; Hizmet Kendini Adama hariç grup ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur. Bu sonuçlara göre Teknik Fonksiyonel Yetkinlik kariyer değerinde en yüksek puanı Yengeç ve Oğlak burcu, Genel Yönetsel Yetkinlik kariyer değerinde Yengeç ve Oğlak burcu, Otonomi/Bağımsızlık kariyer değerinde Yengeç, Oğlak, Balık burcu, Güvenlik / İstikrar kariyer değerinde Yengeç, Oğlak ve Koç burcu, Girişimci yaratıcılık kariyer değerinde Yengeç ve Balık burcu, Hizmet/Kendini Adama kariyer değerinde Yengeç ve Oğlak burcu, Saf Meydan Okuma Kariyer değerinde Yengeç ve Oğlak burcu, Hayat tarzı kariyer değerinde ise Oğlak ve Balık burcu ortalamasının üstünde puan almışlardır.

### 3.6.3. İş Tatmini Düzeyinin Kariyer Değer Düzeylerinden Etkilenme Durumunu Test Etmek İçin Yapılan Regresyon Modeli

**Tablo 10: İş Tatmini Düzeyinin Kariyer Değer Düzeylerinden Etkilenme Durumunu Test Etmek İçin Yapılan Regresyon Modeli**

| Bağımlı Değişken | Bağımsız Değişken            | β      | t      | p            | F     | Model (p)    | R <sup>2</sup> |
|------------------|------------------------------|--------|--------|--------------|-------|--------------|----------------|
| İş tatmini       | Sabit                        | 1,026  | 1,270  | 0,207        | 5,149 | <b>0,000</b> | 0,251          |
|                  | Teknik Fonksiyonel Yetkinlik | 0,297  | 1,682  | 0,096        |       |              |                |
|                  | Genel Yönetsel Yetkinlik     | 0,604  | 4,108  | <b>0,000</b> |       |              |                |
|                  | Otonomi/Bağımsızlık          | -0,778 | -4,472 | <b>0,000</b> |       |              |                |
|                  | Güvenlik/İstikrar            | -0,189 | -1,215 | 0,228        |       |              |                |
|                  | Girişimci Yaratıcılık        | 0,443  | 2,562  | <b>0,012</b> |       |              |                |
|                  | Hizmet/Kendini Adama         | 0,207  | 1,041  | 0,300        |       |              |                |
|                  | Saf Meydan Okuma             | 0,210  | 1,563  | 0,121        |       |              |                |
|                  | Hayat Tarzı                  | -0,142 | -0,802 | 0,425        |       |              |                |

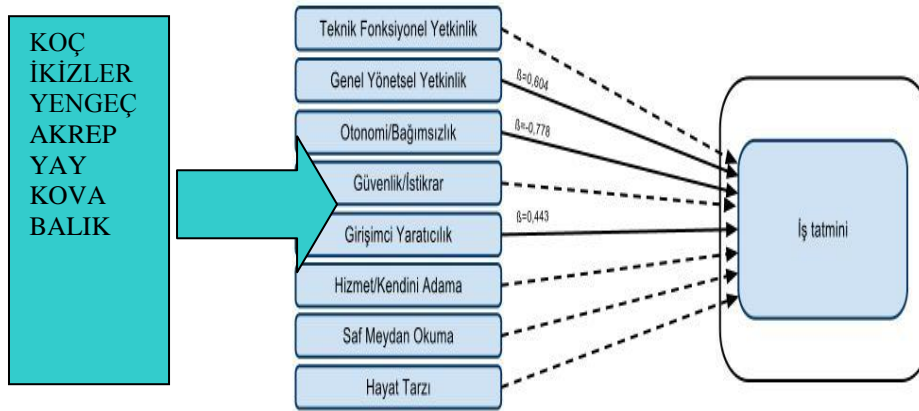
İş tatmini düzeyinin kariyer değer düzeylerinden etkilenme durumunu test etmek için yapılan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır. (F=5,149; p=0,000<0,05).

Genel yönetsel yetkinlik düzeyi 1 birim arttığında iş tatmini düzeyi 0,604 birim artmaktadır (β=0,604; t=4,108; p=0,000<0,05). Otonomi/bağımsızlık düzeyi 1 birim arttığında iş tatmini

düzeıı -0,778 birim azalmaktadır ( $\beta=-0,778$ ;  $t=-4,472$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Girişimci yaratıcılık düzeıı 1 birim arttığında iş tatmini düzeıı 0,443 birim artmaktadır ( $\beta=0,443$ ;  $t=2,562$ ;  $p=0,012<0,05$ ).

Teknik fonksiyonel yetkinlik, iş tatmini düzeııı istatistiksel olarak etkilememektedir ( $t=1,682$ ;  $p=0,096>0,05$ ). Güvenlik/istikrar, iş tatmini düzeııı istatistiksel olarak etkilememektedir ( $t=-1,215$ ;  $p=0,228>0,05$ ). Hizmet/kendini adama, iş tatmini düzeııı istatistiksel olarak etkilememektedir ( $t=1,041$ ;  $p=0,300>0,05$ ). Saf meydan okuma, iş tatmini düzeııı istatistiksel olarak etkilememektedir ( $t=1,563$ ;  $p=0,121>0,05$ ). Hayat tarzı, iş tatmini düzeııı istatistiksel olarak etkilememektedir ( $t=-0,802$ ;  $p=0,425>0,05$ ).

Teknik fonksiyonel yetkinlik, genel yönetsel yetkinlik, otonomi/bağımsızlık, güvenlik/istikrar, girişimci yaratıcılık, hizmet/kendini adama, saf meydan okuma, hayat tarzı değişkenleri, iş tatmini düzeııı 0,251 oranında açıklamaktadır ( $R^2=0,251$ ).



Şekil 2: Sonuç Tablosu

## SONUÇ

Dünya ülkelerinin birbiri ile rekabet halinde olduğu günümüzde toplumun temelini oluşturan bireylerin oluşturduğu etkin işgücünü kullanabilen ülkeyi bir adım daha ileriye götürecektir. Bu etkin işgücünün oluşturulmasında yeni yetişen bireylerin yeteneklerine ve ilgi alanlarına uygun kariyer ve meslek gruplarına yönlendirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Geçmişten günümüze süre gelen ülkemiz şartlarında kişiler ekonomik özgürlüğünü kazanmak, kamu kurumlarına giriş sınavlarına düşük notlarla atanabilmek, ailesinin imkânının olmaması, yetersiz ve bilgisiz yönlendirme, babasının elinde olan mesleği devam ettirme, kısa yoldan para kazanma ve biran önce mesleğe atılmak gibi sebepler ile kendi yeteneklerine uygun olmayan meslek gruplarında kariyerlerine başlamakta ve çok büyük bir durum değişikliği olmadığı takdirde yaşamlarına bu alanda devam etmektedirler.

Mesleğe girişte para kazanmanın ve aileden bağımsız olmanın verdiği mutluluk duygusu ile işinden zevk alan ve tatmin olan birey zaman geçtikçe bu hazzı kaybetmekte ve zamanla mutsuz olmaktadır. Bu mutsuzluğun sebebi ise kendi yetenek ve değerlerine uygun iş sahibi olmamasından dolayı kaynaklanmaktadır. İşinden tatmin olamayan çalışan ise şirketin veya kurumun beklediği performansı verememekte ve bunun sonucu olarak şirkette pozisyon değişikliği, meslek değişikliği, farklı dallara ve alanlara yönelme, kendi işini yaratma, ailesine daha uygun bir iş imkânı arama veya kendi kendini kanıtlayabileceği ve meydan okuyabilecek zorlukların çıkabileceği iş gruplarına yönelmektedir.

Edgar Schein tarafından ortaya atılan Kariyer Çapaları kişilerin hangi kariyer değerlerine sahip olduğunu bulmaya çalışan ve sınıflandırılmasına yardımcı olan bir sistemdir. Bu kariyer değerlerine göre kişi küçüklükten itibaren yeteneği olduğu düşünülen kariyer grubunda değerlendirilecek ve eğitilecektir. Bu kariyer değerleri Teknik Fonksiyonel Yetkinlik, Genel Yönetmel Yetkinlik, Otonomi/Bağımsızlık, Güvenlik/İstikrar, Girişimcilik/Yaratıcılık, Hizmet/Kendini Adama, Saf Meydan Okuma, Hayat Tarzı olacak şekilde 8 grupta ele alınmıştır. Teknik Fonksiyonel Yetkinlik grubundakiler kendi uzmanı olduğu alandan başka alanda çalışmak istemeyen kişiler, Genel Yönetmel Yetkinlik grubu yönetim kademesinde olmak isteyen kişilerden, Otonomi/bağımsızlık grubu işinde bağımsız olmak veya kendi işini yapmak isteyenler, Hizmet/Bir Olaya Kendini Adama Grubu insanlara yardım etmek isteyen işleri kabul edenler, Saf Meydan Okuma grubu karşılara sürekli daha zor işlerin çıkmasını isteyen kişileri, Hayat Tarzı ise kişilerin işi, ailesi ve kendi rahatını bir arada götürebilecekleri iş ortamını bulabilmektir.

Günümüzdeki rekabet ortamında iş tatmin unsuru şirketler açısından büyük önem ve değere sahiptir. Rekabette şirketleri değerlerinden bir adım daha öne çıkaracak unsurların en önemlisi insan unsurudur. Bu unsur düzgün yönetildiği ve iyi kullanıldığı takdirde o kuruluş için büyük bir itici güç oluşturacak, aksi takdirde şirketin yolun tıkayan büyük bir taş olacaktır. İşte bu unsurun iyi kullanılması için karşımıza iş tatmini değeri çıkmaktadır. İşinden haz alan, severek yapan, tatmin olan bir bireyden yüksek performans ve yüksek verim alınacaktır. Aksi durumda işini severek yapmayan, işinden memnun olmayan, kendi değer ve yeteneklerine uymayan işi yapan personel hem zaman, hem para hem de çıktı kaybına neden olacaktır. İş tatmininin sağlanmasında ücret, işin özelliği, çalışma koşulları, yönetici ile ilişkiler, terfi ve ilerleme olanakları, iş arkadaşları ile ilişkiler, iş güvencesi eksikliği, denetim ve sıklığı gibi örgütsel faktörler ile yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, medeni durum, kıdem, kişilik yapısı, kültürel farklılıklar gibi bireysel faktörler olarak iki çeşit faktör bulunmaktadır. Burçlar, bireyin kişiliğinin, davranışlarının, tercihlerinin belirlenmesinde çok büyük bir paya sahip olmasa da etkisi bulunan bir faktördür. Bireyin diğer bireyler ile uyumu, karakteristik yapısı ve tercihleri meslek ve kariyer seçimi açısından önemi bulunmaktadır.

Burçlar bireylerin kariyer seçimlerinde çok büyük bir öneme sahip olmasalar dahi etkisi bulunan bir faktör olduğu değerlendirilmektedir. Her birey farklı zamanlarda doğmakta ve bu sebeple farklı burçlara mensup olmaktadır. Buna ek olarak her bir burcun kendine has özelliklere sahip olması sebebi ile farklı kariyer değerlerine sahip olduğu düşünülmektedir. Yapılan araştırma sonuçlarına göre Teknik Fonksiyonel Yetkinlik kariyer değerinde en yüksek puanı Yengeç ve Oğlak burcu Genel Yönetmel Yetkinlik kariyer değerinde Yengeç ve Oğlak burcu, Otonomi/Bağımsızlık kariyer değerinde Yengeç, Oğlak, Balık burcu, Güvenlik / İstikrar kariyer değerinde Yengeç, Oğlak ve Koç burcu, Girişimci yaratıcılık kariyer değerinde Yengeç ve Balık burcu, Hizmet/Kendini Adama kariyer değerinde Yengeç ve Oğlak burcu, Saf Meydan Okuma Kariyer değerinde Yengeç ve Oğlak burcu, Hayat tarzı kariyer değerinde ise Oğlak ve Balık en yüksek puan alarak bu kariyer değerlerine en büyük seviyede uygunluk göstermektedirler. Bankaların personellerini istihdam ederken sahip oldukları kariyer değerlerine göre sınıflandırmasının ve bu değerlere göre kendilerine uygun bölüm ve işler verilmesinin uygun olacağı değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak iş tatmini insan yaşamında büyük bir öneme sahip unsurdur. Bireyler kariyerlerine göre yaşamlarını, yaşadıkları yerleri hatta eşlerini bile çalıştıkları ortamlardan bulabilmektedirler. Bu sebeple seçtikleri kariyer yaşamından iş tatmini sağlamayan bir bireyin mutluluğu büyük bir oranda azalacaktır. Araştırma sonuçları bize özel bankacılık sektöründe çalışanların kariyer değerleri hakkında fikir vermektedir. Bu çalışmada iş tatmini ile burçlar arasındaki ilişkinin var olduğu belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre Koç Burcu, İkizler Burcu, Yengeç Burcu, Akrep Burcu, Yay Burcu, Kova Burcu ve Balık Burcu bankacılık sektöründe iş tatmini açısından diğer burçlara göre daha yüksek tatmin düzeyine ulaşmaktadır. Ancak iş

tatminini belirleyen tek unsur burçlar değildir ve diğer unsurlar bu çalışmada sabit kabul edilmiştir. Sonuç olarak bankaların personel departmanlarının personel istihdam ederken ve bölümlere yerleştirirken kariyer çapalarını belirleyici bir anket yapmalarının ve kariyer çapalarına ile burçlarına da dikkat etmelerinin uygun olacağı değerlendirilmektedir.

### Kaynakça

- ADIGÜZEL Orhan, (2009), Shein'in Kariyer Çapaları Perspektifinde Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Öğrencilerinin Kariyer Değerlerine İlişkin Bir Araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.14, S.2, , s.277-292.
- ASIMGİL Sevim, (2010), "Burçlar" Lacivert Yayın, İstanbul.
- AYTAÇ Serpil, (2004), Çalışma Yaşamında Kariyer, Ezgi Kitabevi, Bursa, ss.102-105
- BAKAN İsmail, BÜYÜKBESE Tuba, (2004), "Örgütsel İletişim ile İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler: Akademik Örgütler İçin Bir Alan Araştırması", Akdeniz Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi, Sayı:7, ss.1-30
- BİNGÖL Dursun (1996), Personel Yönetimi, Beta Basım Yayın, İstanbul.
- ÇALIK Temel, EREŞ Figen (2006), Kariyer Yönetimi. Ankara: Gazi Kitabevi.
- CAMELOT Sairose, TÜZMEN Ayla, UYSAL BOTTONİ Elvan, EKER Ümmühan (2000), "Astroloji Atlası: Toprak Burçları ve Gezegenler Boyut Yayıncılık.
- DAVIS Keith (1988), İşletmede İnsan Davranışı, İstanbul, İşletme Fak. Yay. No. 199, İşletme İktisadi Enstitüsü Yayın No.98, .
- OYA Erdil,; ERAT Serhat ve Diğerleri (2004), "Yönetim Tarzı ve Çalışma Koşulları, Arkadaşlık Ortamı Ve Takdir Edilme Duygusu ile İş Tatmini Arasındaki İlişkiler: Tekstil Sektöründe Bir Uygulama", Doğu Üniversitesi Dergisi, Cilt 5, Sayı 1, ss.17-26.
- ERDOĞAN İlhan (1996), "İşletme Yönetiminde Örgütsel Davranış", Avcıol Basım Yayın, İstanbul, , s.231.
- ERDOĞMUŞ Nihat (2003), Kariyer Geliştirme: Kuram ve Uygulama, 1.b., Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, s. 17.
- GAZİOĞLU Şaziye, TANSEL Aysıt, (2002a), "Job Satisfaction in Britain: Individual and Job Related Factors", Erc Working Papers in Economics.
- CAN Halil, (1999), Organizasyon ve Yönetim, 5.Baskı, Ankara: Siyasal Kitapevi, 1999, s.303
- IVANCEVICH John, DONNELLY Jhon ve GIBSON John (1983), Managing for Performance, Texas: Business Publishing, s. 238.
- KÜÇÜKEL Aslı (2012), "Burcunuz ve Kişiliğiniz" Neden Kitapçılık ss:201.
- SCHEİN Edgar H., (1990), Career Anchors (discovering your real values), Jossey-Bass Pfeiffer, San Francisco.
- SCHEİN Edgar H. (2006), Career Anchors Participant Workbook, USA, John Wiley&Sons, Inc.
- SCHEİN Edgar H., (2006), Career Anchors, Facilitator's Guide, USA, John Wiley&Sons, Inc.
- SCHULTZ D.P, SCHULTZ S.E., (1990), Psychology and Industry Today: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology, (Fifth Edition), NewYork, Macmillian.



TESTA M.R., (1999), "Satisfaction With Organizational Vision, Job Satisfaction and Service Efforts: An Empirical Investigation" Leadership & Organization Development Journal, Vol. 30. No.3, ss.154–161.

Bugün Gazetesi Rüyalar, Burçlar ve Fal Ansiklopedisi 2. Cilt 1992 s: 473-512.

Milliyet Gazetesi Astroloji Dergisi Yeryüzü ve Gökyüzü Kültürü 7. Cilt 2000 s: 1-31.

<http://astroloji.aksam.com.tr/cinsiyetegore.asp> (Erişim Tarihi:12.12.2013).

<http://blog.milliyet.com.tr/burclara-gore-meslekler--/Blog/?BlogNo=178859> (Erişim Tarihi 12.12.2013).

<http://www.burclar.com.tr/burclar-is-hayati/> (Erişim Tarihi: 12.12.2013).

<http://www.burc.web.tr/burclar-ve-is-ortakligi.html> (Erişim Tarihi: 12.12.2013).

## Extended Abstract

One of the world's most significant problem is the growing workforce needs developing in paralel with young peoples can not work in job that have their ability. However the loss of labor is emerging. In order to prevent the loss of labor to help young generation need to choose the work according to their ability.

Individuals career interests are influenced by factors such as trends, expectations, skills and abilities. Also horoscopes are important beside these factors. Individuals preferences, feelings and thought, habits, skills, dispositions etc. values are affected by the horoscopes.

To avoid this troublesome situation, people familiarize themselves and required to comply "career values". In this sense Schein's Career Value/Anchor is a model that describes the personality and career value. This model is used in this study.

The aim of this study is to find out the relationship between horoscopes and job satisfaction in the private banking sector employees who are in Isparta. In this research, by determining which career values private banking sector employees who have different horoscopes are included in, it has been aimed to reveal the ones who have job satisfaction as a result of choices they have made. In addition to this main purpose, some sub-aims are determined;

-To determine which career value that identified employees have in the sample.

-To determine which career value that identified employees concentrate in the sample .

In the first part of this study, the concept of career anchors and career, in the second part horoscopes, relationship between horoscopes and job satisfaction, the third and final part the application of private banking sector in Isparta is deccribed.

Research results give an idea about the career values of the private banking sector employees. In this study it is determined that there is a relationship between job satisfaction and horoscopes. By this relationship Aries, Gemini, Cancer, Scorpio, Sagittarius, Aquarius and Pisces hava higher satisfaction level than the other horoscopes. However horoscopes is not the only factor that determine job satisfaction. Other factors are considered to be fixed in this study.

# PERFORMANCE MANAGEMENT IN PUBLIC SECTOR AS MOTIVATION AND SUCCESS FACTOR: A THEORETICAL ANALYSIS

Handan ERTAŞ\*

**ABSTRACT:** Performance management which has great importance in transforming institutional strategies into results is anymore seen as a strategic management tool in public sector nowadays. Therefore, it is gaining more importance to establish an original performance management system that will help public administration organizations reach their visions and strategic targets. Employees are ensured to understand what the targets and priorities are what should be done currently, how the work done contributes to the performance of the institution by a good performance management in public sector. Employees will adopt their jobs and do their best to reach goals when they are aware of what is expected from them and more importantly, when they take place in shaping their targets.

The use of citizen centered public management mentality recently; increasing efficiency and performance in public, raising discussions over quality in public, downsizing of central administration and delegation of some of its power to other units make performance management more recent and significant.

In this study, contributions of performance management and performance assessment systems which have been started to be used in public sector to efficiency and productivity of public management and effect of those on public employees' motivations are analyzed in terms of theoretical perspective.

**Key Words:** Public Management, Performance Management, Performance Assessment, Efficiency, Effectiveness

**JEL CODE:** M420

## KAMU KESİMİNDE MOTİVASYON VE BAŞARI FAKTÖRÜ OLARAK PERFORMANS YÖNETİMİ: KURAMSAL BİR ANALİZ

**ÖZET:** Günümüzde, kurumsal stratejilerin sonuçlara dönüştürülmesinde önemli bir öneme sahip olan performans yönetimi artık kamu kesiminde de stratejik bir yönetim aracı olarak görülmektedir. Dolayısıyla, kamu yönetimi örgütlerinin vizyonuna ve stratejik hedeflerine ulaşmasını sağlayacak özgün bir performans yönetim sisteminin oluşturulması gittikçe önem kazanmaktadır. Kamu kesiminde de iyi bir performans yönetimiyle, amaçların ve önceliklerin neler olduğu, şu anda ne yapmak gerektiği, yapılan işin kurumun performansına katkısının ne olduğunun çalışanlar tarafından bilinmesi sağlanabilir. Çalışanlar kendilerinden ne beklediğini bilip anladıkları ve daha da önemlisi kendi

---

\* Yrd. Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Kadınhanı Faik İçil MYO, "S. Yazar", handanertas@selcuk.edu.tr

hedeflerinin oluşturulmasında rol aldıklarında işlerini sahiplenecek ve hedeflerine ulaşmak için ellerinden geleni yapacaklardır.

Özellikle son zamanlarda vatandaş odaklı kamu yönetimi anlayışının kullanılması, kamuda etkinlik ve performansın artırılması, sıklıkla kamuda kalite ile ilgili tartışmaların yapılması, merkezi yönetimin küçültülmesi ve bir kısım yetkilerinin başka birimlere devredilmesi performans yönetimini daha da güncel ve önemli kılmaktadır.

Bu çalışmada kamu kesiminde uygulanmaya başlayan performans yönetimi ve performans değerlendirme sistemlerinin kamu yönetiminin etkinliğini ve verimliliğini artırmada sağladığı faydalar ve kamu çalışanlarının motivasyonlarına etkisi teorik açıdan analiz edilmektedir.

**Anahtar Sözcükler:** Kamu Yönetimi, Performans Yönetimi, Performans Değerlendirme, Verimlilik, Etkinlik

**JEL KODU: M420**

## 1. INTRODUCTION

Privatization of public management systems recently, downsizing of the state, delegation of central administration's authorities and ministrations to local administrations, worldwide implementations for decentralization in public organizations and hence autonomizing them in administrative and financial terms have started restructuring movements of most public managements in a quite short time. However, these reconstructive factors at the macro level which determining the direction of the necessity for change in the public management mentality caused by global dynamics and presenting fundamental principles on which public management will base in a body are not enough single-handedly to enable public organizations have an flexible, efficient and productive operation structure.

After public administration system is holistically reconstructed on fundamental principles which can meet the expectation for changes, in the second stage it has been brought to agenda that processes and mechanisms necessitated by period of change at the micro level should be created to organize internal structures and operations of public management organizations. To reach its strategic targets holistically, organizations need to form an effective performance management that will create internal consistency and synergy with their norm levels, manpower resources, financial space and equipments.

One of the aspects of traditional public management model criticized mostly is that performance measurements of employees and organization as a whole are neither sufficient nor having a particular standard. Current evaluations in the model are measurements that are unplanned and far from some certain systematic. In fact, performance management in public sector is more difficult in comparison to private sector. On the other hand, performance measurement could also be done in public sector with little effort. This situation may be considered as the result of bureaucratic organizations' structure that needs no measurement because there is no clear idea about what is produced, how is produced, who takes praise and satire or who works better in such organizations (Wholey, 1999: 279). Therefore, who implements his orders is not important for a manager. Consequently, there is no need to measure performance of these orders. If there weren't clear aims indeed, there would not be any ideas about processes and targets and evaluation of programs and people would be too rare and insufficient accordingly (Hughes, 2003: 157).

Performance management brings new concepts, principles and values for public organizations working with traditional methods. Every concept, value and principle related to performance management means actually differentiation from the way things have been done up to now (Ateş ve Köseoğlu, 2011: 13). For example, with performance management, instead of preexisting wage management “equality” politics, “inequality” politics based on the success take place, and instead of input oriented working mentality, output and result oriented working become prominent. That’s why it is difficult to understand performance management process and implementations without drawing conceptual framework of performance management and understanding fundamental principles and values of this management mentality.

In this study rising from these problems in performance management of traditional public management and analyzing performance based management which is one of the today’s public management reforms, the concept “performance” is related to outcomes produced by a program or an institution and service quality although it means various meanings in the related literature. In this sense, what is meant with performance is the focus on inputs; processes transforming inputs into outputs then results; activities; efficiency and productivity concerning input-output relation. Therefore, performance may be the ratio of current output or output produced to determined targets in terms of any kind of production unit or organization.

## **2. CONCEPTUAL FRAMEWORK RELATED TO PERFORMANCE MANAGEMENT**

Like all private organizations carrying on a business in the market, public management organizations also aim to reach their organizational goals through the use of scarce resources such as money, raw material, physical structure, man power in certain processes and production of goods and services (inputs). Although private organizations and public organizations share the same mechanisms in terms of general organizational features and operation structures, they differ from each other at the points whether they seek profit and carry on competition environment or not. No matter what their main aims are either to make profit or to obtain public benefit, they both operate with scarce resources when they are evaluated to the demand coming out (Saran, 2004: 183). Despite all differences, the scarcity of resources used by public organizations and similarities in production processes with private organizations oblige public organizations to act according to priorities of economic rules, efficiency and productivity principles. In other words, public organizations are to operate in accordance with performance criteria.

The performance concept has got a wide meaning covering different elements for administrative science today. While some of its elements have shined out, others have lost their importance or some of them has just appeared (Akal, 1998: 4). When looked at the evolution of performance concept in administrative science, “economy” term firstly confronts us. Economy is accepted as one of the basic principles both for private organizations and public institutions. It is seen that classical management theorists such as Taylor, Weber and Fayol emphasize the parsimony principle. Public institutions and organizations may not always be economic in their expenditures and activities because they work for public benefit. That’s why; singly the economy principle is not regarded sufficient (Ateş ve Köseoğlu, 2011: 15).

Input resources that concern more economy principle in performance measurement are though as physical, human (staff, customer etc.) and financial resources in general. Financial input is probably the most important input because acquisition of other resources types depends on the funds available. Moreover, most measurements commonly used in

public sector are based on derivatives of this “economy“ or input oriented perspective. Thereby, comparisons can be made between similar types of institutions. Cost per case, cost per service type, the number and categories of the staff are examples of generic measurements. These can be transformed into specific measures such as cost per patient, staff-student ratios, unit cost per refuse collection, numbers of coworkers, skilled and professional employees etc. Any change in these performance measurements reflects the “economy” (Boland and Fowler, 2000: 410-431).

Economy concept is a result of efforts to acquire maximum output with minimum cost and provide economy in production of goods and services by resource users and decision makers. In other words, that all resources used for an activity have the minimum cost and optimum quality is called economy (Butt and Palmer, 1986: 37). Therefore, product level which is a data can be reached with minimum cost and it is a concept that suggests both production process be carried out in the most suitable productions scale and regard effects of external benefit and cost. Besides, it anticipates that positive savings and externalities are as high as possible, and goods and services are produced at optimum scales. Thus, more than needed amount of input should not be used to produce goods and services at desired level and amount; on the contrary, more than adequate amount of inputs should be directed to be used in the production of other goods and services. If it happens, economy principle in the production of goods and services in public will be realized (Falay, 1997: 21-27).

With regards to performance measurement and audit, efficiency is then a concept that is obtained when we compare the ratio of input to output to standards or annual targets. Thus, it is about processes concerning activities. Whether management systems and implementations of activities encourage the best use of resources can be understood by comparing a series of normative criteria on what should be to what is (Falay, 1997: 21-27). On the other hand, there is a significant difference between efficiency concept and productivity concept which can be described as arithmetic ratio between the amount of produced goods and services and used resources (Kubalı, 1998: 28). While productivity means the ability to produce something, efficiency means acquiring maximum output from a certain amount of input. For example, the presence of productivity can be understood when something is produced from any input, but the excessive use of input does not mean the presence of efficiency (Falay, 1997: 21-27).

There is an important difference between efficiency evaluation in public sector and that in private sector. Output can be calculated at the sales point and it is directly related to labor used to acquire output or any other input. In public sector, there is a difference between corporate successes in the duties of departments. A department’s final output to be compared to its input is its efficiency, and the effect provided by the department’s program is effectiveness (Ivancevich and Gibson, 1993: 45). For example, in case public administration educates unemployed people to find a job, the number of educated people per teacher is an efficiency measure. The ratio of educated to those who find a job is its effectiveness. Therefore, the efficiency measure of a government department should be supported with the evaluation of the validity of relation between output of the department and reaching its goals. Furthermore, efficiency efforts in government departments should mainly focus on providing more services with same cost (Prokopenko, 1992: 79).

Economy is completely related to the arrangement and measurement of outputs while the definition of efficiency is accepted as the ratio between inputs and outputs universally. When this definition is read literally, difficulties may occur in the management system when there is a need to establish a common set to be used for inputs and outputs for a meaningful performance measurement. The definition of effectiveness is more

problematic. Basically it is related to outputs of the system, but it expresses the relativity to needs. The use of “outcome” can be preferred to indicate nonphysical and multi-dimensional qualities (Hitt and Middlemist, 1989: 89).

In addition to economy and efficiency concepts in performance measurement, the degree to what extent organization reaches its targets and the dimension of the relation between the desired effect of an activity and actual effect are also important. This situation is called effectiveness; outputs and effects are compared to politics concerning strategic targets and what is wanted to be done (Heap, 1992: 172). Achieving the targets is to reach aims. The relation here is between targeted/planned outputs and current outputs. An effective and efficient program is one that achieves its targets. In fact it is hard to measure effectiveness. Unless performance measurement systems have the capacity to show that public services realize the expected results, they remain limited. System should include effectiveness evaluation as much as efficiency in a narrow sense. Related parties and stakeholders in public administration are quite various. Different stakeholders have different expectations and public administrators should keep them in balanced (Sözen, 2005: 115).

From this perspective, effectiveness is regarded as the most important and crucial concept of performance measurement and audit, and shortly, it can be defined as a performance dimension that determines degrees of organizations to what extent they reach their aims and targets as a result of activities aiming at reaching aims and reaching their strategic targets (Kubalı, 1998: 43). Effectiveness is generally accepted as the degree of realizing a general or specific aim and reflects the value of output. With reference to output value, a service or goods reflecting a low profile can be more effective than those reflecting a high profile. For example, a limited number of well-educated workers reflect a more effective program than a number of uneducated workers. That’s why effectiveness criteria can be used when outputs or benefits aren’t able to be measured by financial values (Falay, 1997: 21-27).

Effectiveness does not show a physical input-output relation like efficiency, it addresses the transformation process of input into output. As output measure is not possible in public sector especially in social services, the measure of efficiency gets harder. Therefore, how success of public services will be measured according to which criteria and standard poses a problem (Batreil, 1992: 39-47). Effectiveness which means reaching certain aims and outputs with minimum cost and maximization of public aims takes mutual interaction between outputs and aims into consideration. This requires determining same and conflicting aims and outputs, which is difficult in practice. At this point, there are significant differences between effectiveness, economy and efficiency. In other words, an activity that can be accepted as efficient may not be effective. For example, health personnel in a mobile clinic can manage the vaccination program in a school very efficiently and work very efficiently and economically with their available vaccines and equipment. However, the effectiveness of the program is out of question if there is no significant decrease in the percentage of illness as a result of this vaccination program (Butt and Palmer, 1986: 38).

Generally speaking, effectiveness measures whether goods and services or program from which activity is produced is necessary; outputs are produced with minimum cost or not; and most importantly what is aimed by producing that output and to what extend this aim is reached (Weiss, 1993: 146). Though all its importance, effectiveness has been disregarded by many public organizations because of difficulties in measure and realizing (Carter, 1991: 91-111).

### 3. PERFORMANCE AUDIT AS A METHOD OF PROVIDING EFFECTIVENESS

Performance audit can be defined as an investigation whether public sector do “the right things in a right and minimum cost way” (Halis ve Tekinkuş, 2003: 169-201). It can be run in all public sectors including central government and local administration in terms of scope of execution. The program aiming to develop effectiveness by generating an administration and control system that increase the necessities of effectiveness and financial liability at all levels came out initially in connection with budget (Fındıkçı, 1999: 61). Performance management system can be implemented without considering the budget although in terms of aims it has similarities to this budget system that defines first services to be performed by expenditure organizations then divides them into programs and activities (Özer, 1997: 93).

Performance management concept is mainly based on two important principle of administration. First; the principle of running an organization by ensuring the best use of its funds, charging administrators for their authorities and expenditures to be able to show decisions in monetary value. Second; the principle of charging administrators for the cautious and effective use of resources (Özer, 1997: 93).

Performance management serves to provide information to the parliament about audited public agency, to insure that these organizations have efficiency, effectiveness and economy in income, expense and resource management, and to give advice to improve their performance (Coşkun, 1998: 43). In this way, it is a mechanism that provides to develop and realize accountability. Besides, it does not only audit whether administration fulfill its classical functions but also anticipates systems and advice to amend and develop administration by questioning the performance when the change within the scope of audit is taken into consideration (Koch, 1997: 70).

Performance audit investigates; whether audited public agency does the activities only under its authorities and fulfill them expectedly, these activities reach their targets; programs and activities are administrated effectively, efficiently, economically in accordance with applicable legislation; funds is spent effectively, efficiently, economically in accordance with applicable legislation; resources are used and administrated effectively, efficiently, economically in accordance with applicable legislation (Genç, 1995: 109). Also, these are in the scope of investigation; whether all incomes are collected from the investigated area and these are totally accountable; the accounting system of the organization is suitable for applicable accounting principles, standards and other requirements; financial statement and working reports of the organization account for necessary information completely (Özer, 1997: 63).

Effectiveness audit of activity or organization is focused and process and outputs analyzed in performance audit (Battal, 1996: 115). This ensures establishing aim-resource relation and helps reveal unfavorable situations such as wrong determination of program aims, not using resources completely and effectively, and administrative fallacies. This kind of audit depending on efficient, effective and economic use of resources will find out whether there is a waste of resources, and encourage using resources effectively (Falay, 1997: 21).

There are three reasons why performance audit should be done in public sector; Firstly, development in accountability requires activities and expenses to be evaluated in terms of efficiency, effectiveness and economy (Bilgin, 2000: 102). Performance management is important for tax payers, parliament members, stockholders, common citizens and media because it helps to understand results and executions of different government activities. Doing the performance audit independently from the government whose activities are in the scope of audit will help this (Tekin, 1999: 150). Thus, an independent and alternative

view about the performance of audited public agency is obtained. Secondly, public sector needs a mechanism that replaces market mechanism in private sector that performance audit offers a mechanism that ensures performance, effective and quality service, efficient ,economic and successful working. Lastly, priority decision to choose either program or organizations should be the focus when resources are limited. Performance audit helps to establish a basis for such decisions on future investments and priorities (Leeuw, 1996: 106-126).

#### **4. PERFORMANCE ASSESSMENT AS A FACTOR FOR INCREASING THE SUCCESS AND MOTIVATION IN PUBLIC ADMINISTRATION**

Performance management implementations is a matter of all function stages of administration such as planning, organizing, execution, financial management, and have three main components. These stages are; performance development and planning in which aims and expectations are mainly defined, forward strategies and measurement criterion are determined; performance assessment in which employees' efficiency and success levels are assessed in accordance with predetermined standards; and performance audit in which deviations between planned and current success levels are revealed by performance measurement tools developed in the direction of predetermined targets and aims (Halis ve Tekinkuş, 2003: 169-201).

Individual and organizational performances are available in public sector just as private sector. Individual performance sets forth success levels of employees of the organization in tasks that they are obliged to perform while organizational performance means total performance of the organization beyond the individual ones, in other words, success level of the whole system (Karakaş ve Ak, 2003: 340-353). Admittedly, organizational performance level is not a value that can be defined as the sum total of individual success levels of employees. It means a level that grows fast and acquires new dimensions with acceleration resulting from shared culture, teamwork synergy, innovativeness, and merging under the aims in the organization (Saran, 2004: 191).

As a motivator, performance based pricing is an important way to increase individual performance accordingly total performance of the organization. Performance based pricing which is based on the principle of making payments by differentiating to the extent employee's contribution to production within the frame of personalization of wage policy in proportion to employees' performances; can be regarded as a performance increasing factor that may remove efficiency and effectiveness problems resulting from standardized wage policy indexed to satisfy hierarchical needs of the organization, and formal norms in classical public administration model (Saran, 2004: 192). If performance based pricing practices which associates employees' success and motivation with wage is based on a rationale and objective performance assessment system that has substantial numeric data and results, public organizations can fulfill expected services by means of using its manpower potential ideally. In addition to this, it will be possible to serve in a way that can keep up with developments and innovations and has suitable quality enough to meet customers' expectations and requests, and thus it will also be possible to reach aims of the organization easier (Karakaş and Ak, 2003: 340-353).

As is seen, performance based assessment are important because they make it possible to analyze performance deeply and evaluate activities of effectiveness of other performance tools independently. That's why the evaluation to be done should have an aim. The aim of the assessment determines the methodology to be used and where the evaluation will be done (Meyvecioğlu, 1999: 13). It should be stated clearly for what purpose the evaluation



will be used. Assessment methods should be in harmony with the aims of the evaluation and cost and time limitations should be taken into consideration.

The aim of performance management in public sector is to develop deciding, resource allocation and accountability. This can be achieved by giving information to public and important deciding processes, and encouraging learning in the organization constantly (Ülker, 2004: 10). If the aim of the evaluation is to develop organizational learning and practice, it is suitable for the organization to evaluate itself. However, the results may be questioned if employees are lack of skills and time and, subjects are limited. If the aim is to develop budget priorities and the evaluator has strong connections with deciding process, it will be suitable for assessment to be done by top management. If the aim of the assessment is to gain new perspectives to organization's policies and evaluation needs experts, assessment should be done by research agencies and executive advisors. But, if the evaluator knows little about essence and culture of evaluated politics and organization, he can only make a theoretical evaluation (Erdoğan, 1991: 221). If the aim is to develop accountability and glasnost, evaluation should be done by independent bodies, but policy manager or the administration in general may be reluctant to accept results and recommendations.

Performance assessment has two main purposes (Palmer, 1993: 75). One of these purposes is to get information about work performance. This information will be needed when making administrative decisions. Decisions on wage rises, premiums, training, discipline, promotions and other administrative decisions are based on the information got from performance assessment (Thompson, 1998: 24). Managerial staff of an organization can't or shouldn't make administrative decisions without information obtained from performance assessment (Uyargil, 1998:150). Like in other human resources politics performance evaluations should be regulated in accordance with legal standards that ban discrimination against any group. Another main aim to do performance assessment is generate feedback to what extent employees approach to standards that are determined in their terms of reference and job analyses. When this feedback is given to employees in a positive manner and supported with vocational training, it will be very beneficial. Most people like to get this kind of constructive and motivator feedback. This feedback also enables employees to see their career in the organization progressing in which direction (Canman, 1993: 65).

As a result, performance assessment is not only a person level psychological need but also it is a significant need in terms of human resources management in an organization because that employees can see their success and failures is important for organizing future works, and their motivation.

## **CONCLUSION AND RECOMMENDATION**

The importance of performance management and performance based evaluation for contribution to both self-improvement and efficiency of an organization and administration is accepted in many areas today. In this sense, evaluation is an administrative operation which is used with an aim to determine the success of employee at work objectively and improve person and organization together. It is one of the administration's tasks to ensure works to be performed as efficient as possible in an organization. Main factor to improve efficiency is the employees. Administration will set out employee activities on behalf of the organization. Performance assessment is not a purpose, it is rather a tool that serves to administration. This matter should not be forgotten while designing and running the assessment system. Administration should get tangible benefits from evaluation activity. If evaluation is regarded as something required by legislation and an administrative activity

that must be done, administration will miss out aforementioned benefits. On the other hand, performance system should be suitable for the necessities of the time. Today, performance assessment is anymore understood and developing as the determination of improvement opportunities for employees. Regarding employees incapable without providing them for opportunities to improve is one of the critics against classical systems. A fine link between performance produced during evaluation period and payment to be given at the end of this period should be set up and employees should be informed clearly about how much they will be paid to what extent they show performance. Otherwise, insufficient information about this demotivates employees and causes problems between employees and administration. Also, if the period between the end of evaluation and payment is long, this situation causes unwillingness for employees and performance will not be a wage incentive.

There are various factors influencing the success of performance management and performance based evaluation in public sector. Some of these factors are; training of those who develops the system, evaluates and are evaluated is important for the effectiveness of implementations in performance assessment system. The degree of system developers to what extent they master performance assessment in terms of both organization perspective and the implementation will undoubtedly influence the running it successfully. Those who evaluates and are evaluated should be involved in training programs to know performance assessment concept in general terms and features of the system in their organization.

Use of performance assessment results in wage-salary management is the most critical and problematic issue of the process. Reflecting differences in individual performance to reward system of the organization is one of the main purposes of performance assessment. However, that organizations have a wage system based on scientific and strong bases will eliminate problems and if assessment employees see relation between their efforts and rewards as fair, the success of evaluation system will increase.

The effective use of computer technology in performance assessment will affect the success of the system in a positive way. Previously, the difficulty in reaching employees information collected in folders and trust on administrator's memory in decisions prevented data obtained from performance evaluation system from being used efficiently, but now it is much easier to do aforementioned issues by making use of computer technology.

After performance results are put forward, organizations and employees should focus on how they improve their performances. Arranging trainings for those who are assessment as incapable to improve themselves and increase their contribution to organization or shifting them to units they will be more efficient can be considered. Improving organizations themselves as a whole and creating possibilities to establish and implement performance based pricing system better can be provided by comparing them to other organizations. In other words, organizations can reach a better position by investigating how organizations having positive performance results implement the system, and what kind of mistakes are done by those having negative performance results.

Because performance assessment is an effort to determine to what extent described job and task description is done in unit of time by dealing with a person entirely, it should cover a certain time, be systematic, present measurable concrete results and be result oriented. Performance assessment is a means of communication between employee and administrator as well. Subordinates understand how they seem to their superiors and find an opportunity to make up their deficiencies if available. Public administrators determinate

their employees' training need and development area, plan their career and get an opportunity to see validity of wage and other materialistic expectations.

Reflecting performance assessment results to wages is seen as one of the critical points of performance management system. Reflecting differences in individual performances to wage system should be one of the main aims of organizations. Wage rise in this system is determined according to evaluated performance in previous period. It is a necessity for public organizations using performance based pricing system to have a settled and healthy performance assessment system. Participation in every stage of the system is necessary and performance-wage relations should be explained to employees clearly.

As long as performance based pricing system is implemented either in private or in public sector correctly, it is accepted as a system that increases motivation and efficiency and contributes to work quality. Though not commonly used in public in the world, it is assumed that it will have amendatory effects on some heavy-going institutions in public sector when necessary conditions are provided. These are preconditions to gain these effects; all employees of the organization or company that is going to change its system must have a certain level of training and culture about the subject; employees must have been exposed to a healthy performance evaluation; and terms of reference must be clear.

Another point that should be taken into consideration is that what is evaluated in performance assessment is not the person itself; it is the value of his performance. Therefore, performance assessment process should be done objectively and without any prejudice, which is one of the necessary conditions needed for an efficient performance assessment system. Performance assessment process should not be done as a matter of form and assessment results should be used in necessary places. Under today's conditions public organizations can be efficient and productive only in this way.

## **BIBLIOGRAPHY**

- Akal, Zühal (1998). **İşletmelerde Performans Ölçüm ve Denetimi**, Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları
- Ateş Hamza and Özer Köseoğlu (2011). **Belediyelerde Kurumsal Performans Yönetimi**, İstanbul: İlke Yayıncılık
- Batirel, Ömer Faruk (1992). "Sayıştay Denetiminden Sonuç Alınması: Ekonomik Boyut", **Sayıştay Dergisi**, Sayı: 8, ss.39-47.
- Bilgin, Mehmet Hüseyin (2000). "Performans Değerlendirmenin Taşınması Gereken Özellikler", **Mülkiyeliler Birliği Dergisi**, Cilt: XXV. Sayı.205. ss. 75-87.
- Boland, Tony and Alan Fowler (2000). "A System Perspective of Performance Management in Public Sector Organizations" **The International Journal of Public Sector Management**, Vol:13, No:5, pp. 410- 431.
- Butt, Henry and Bob Palmer (1986). **Value For Money in the Public Sector**, Oxford: Basil Blacwell Ltd.
- Canman, Doğan (1993). **Personelin Değerlendirilmesinde Çağdaş Yaklaşımlar ve Türkiye'de Kamu Personelinin Değerlendirilmesi**. Ankara: TODAİE
- Carter, Neil, (1991). "Learning To Measure Performance: The Use Of Indicators In Organizations", **Public Administration**, Vol: 69, Spring, pp. 91-111.

- Coşkun, Arife (1998). “Denetimde Yeni Yönelişler: Performans Denetimi”, **Cumhuriyetin 75’inci Yılında Kamu Harcamaları ve Denetimi Sempozyumu**, Ankara: Sayıştay’ın Cumhuriyetin 75’inci Yıldönümü Yayınları.
- Erdoğan, İlhan (1991). **İşletmelerde Personel Seçimi ve Başarı Değerleme Teknikleri**, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları
- Falay, Nihat (1997). “Denetim, Verimlilik / Etkinlik / Tutumluluk (VET) ve Sayıştay”, **Sayıştay Dergisi**, 135. Kuruluş Yıldönümü Özel Sayısı, Nisan-Haziran, ss. 21-27.
- Halis, Muhsin and Mehmet Tekinkuş (2003). “Kamuda Performans Yönetimi”, in: A. Balcı, A. Nohutçu, N. K. Öztürk, B. Coşkun (eds.), **Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar**, Ankara: Seçkin, ss.169-201.
- Heap, John (1992), **Productivity Management: A Fresh Approach**, New York: Cassell Educational Limited
- Hitt, Michael A., and R. Dennis Middlemist (1989), **Management: Concepts and Effective Practice**, Third Edition, New York: West Publishing Company,
- Hughes, Owen E. (2003). **Public Management and Administration**, New York: Palgrave Macmillian
- Ivancevich, John M., James L. Gibson (1993), **Managing For Performance**, USA: Business Publications
- Karakaş, Bülent and Rengin Ak (2003). “Kamu Yönetiminde Performans Yönetimi Önemli midir?”, **Kamu Yönetiminde Kalite 3. Ulusal Kongresi**, Ankara: TODAİE, pp. 340-353.
- Kubalı, Derya (1998). **Performans Denetimi: Kavram, İlkeler, Metodoloji ve Uygulamalar**, Ankara: T.C. Sayıştay Cumhuriyetin 75’inci Yıldönümü Dizisi: 11.
- Leeuw, Frans. (1996). “Performance Auditing, New Public Management and Performance Improvement: Question and Challenges”, **Performance Auditing and the Modernisation of Government**, Paris: OECD, pp.106-126.
- Özer, Hüseyin (1997). **Kamu Kesiminde Performans Denetimi ve Türkiye Açısından Değerlendirilmesi**, Ankara: T.C. Sayıştay 135. Kuruluş Yıldönümü Yayınları.
- Palmer, Margaret J. (1993). **Performans Değerlendirmeleri**, (Çev. Doğan Şahiner), İstanbul: Rota Yayınları
- Prokopenko, Joseph (1992). **Verimlilik Yönetimi: Uygulamalı El Kitabı**, Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları:476.
- Sözen, Süleyman (2005). **Teori ve Uygulamada Yeni Kamu Yönetimi**, Ankara: Seçkin
- Tekin, Mahmut (1999). **Üretim Yönetimi**, Konya: Arı Ofset Matbaacılık
- Thompson, Brad Lee (1998). **Üstün Performans Geliştirme**. (Çev. Vedat G. Diker). İstanbul: Hayat Yayıncılık
- Uyargil, Cavide (1998). **İnsan Kaynakları Yönetimi**, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları
- Weiss, Donald H. (1993). **How to Build High - Performance Teams**. Çev: Erhan Tuksan. İstanbul: Rota Yayıncılık

Wholey, Joseph S. (1999). "Performance – Based Management: Responding to the Challenges", **Public Productivity and Management Review**, Vol: 22, No: 3, pp. 275-292.

### EXTENDED ABSTRACT

Performance management which has great importance in transforming institutional strategies into results is anymore seen as a strategic management tool in public sector nowadays. Therefore, it is gaining more importance to establish an original performance management system that will help public administration organizations reach their visions and strategic targets. Employees are ensured to understand what the targets and priorities are what should be done currently, how the work done contributes to the performance of the institution by a good performance management in public sector. Employees will adopt their jobs and do their best to reach goals when they are aware of what is expected from them and more importantly, when they take place in shaping their targets.

The use of citizen centered public management mentality recently; increasing efficiency and performance in public, raising discussions over quality in public, downsizing of central administration and delegation of some of its power to other units make performance management more recent and significant.

In this study, contributions of performance management and performance assessment systems which have been started to be used in public sector to efficiency and productivity of public management and effect of those on public employees' motivations are analyzed in terms of theoretical perspective.

On the other hand in this study rising from these problems in performance management of traditional public management and analyzing performance based management which is one of the today's public management reforms, the concept "performance" is related to outcomes produced by a program or an institution and service quality although it means various meanings in the related literature. In this sense, what is meant with performance is the focus on inputs; processes transforming inputs into outputs then results; activities; efficiency and productivity concerning input-output relation. Therefore, performance may be the ratio of current output or output produced to determined targets in terms of any kind of production unit or organization.

## YAZIM KURALLARI

1. Dergi, Kastamonu Üniversitesi'nin, bilimsel içerikli-hakemli yayınıdır. 6 ayda bir olmak üzere yılda iki kez (Mayıs-Kasım) yayınlanır. Dergide "İşletme", "Ekonomi", "Maliye", "Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi", "Uluslararası İlişkiler" ve editör değerlendirmesi sonucu uygun bulunan sosyal bilimlerin diğer alanlarında yapılmış araştırmalara yer verilir.
2. Dergide yayınlanacak eserlerin daha önce hiçbir bilimsel dergide yayınlanmamış olması zorunludur. Yalnızca telif hakkı olmayan bilimsel kongre/sempozyum/konferans vb. faaliyetlerde sunulmuş bildiriler, belirtilmek koşulu ile sunulabilir.
3. Dergide makale yazım dili Türkçe ya da İngilizcedir.
4. Dergiye makale göndermek için posta ve elektronik posta yoluyla aşağıdaki belgelerin dergi editörlüğüne ulaştırılması gereklidir. İlgili evraklar editörlüğe ulaştıktan sonra sorumlu yazarın elektronik posta adresine makalenin takibi açısından bir takip numarası gönderilecektir. **NOT:** Birden çok yazarın bulunması halinde **sorumlu yazarın** ad-soyad-elektronik posta adresi- cep telefonu ve posta adresinin açık biçimde belirtilmesi gereklidir. Dergi ile yazarlar arasındaki iletişim sorumlu yazarın iletişim adresleri üzerinden yapılacaktır.

|                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Başvuru esnasında dergi editörlüğü posta adresine gönderilecek belgeler: | Başvuru esnasında editörlük elektronik posta adresine (serkan.dilek@gmail.com) gönderilecek belgeler:                                                                                                                                                                                          |
| a. Başvuru dilekçesi (ıslak imzalı)                                      | a. Makalenin PDF formatında yazar veya yazarlarının kimliklerinin ve iletişim adreslerinin açık biçimde belirtildiği kopyası.<br>b. Makalenin PDF formatında yazar ve yazarların kimliklerinin belirtilmediği, yazar kimliklerini belli edecek herhangi bir yazı veya ekin bulunmadığı kopyası |

5. **DEĞERLENDİRME SÜRECİ:** Gönderilen eserler önce editör incelemesinden geçecektir. Editör incelemesinden geçen eserler editörlük tarafından makalenin alanında uzmanı olan en az iki hakeme gönderilecektir. Editörün makaleyi hakemlere göndermeden reddetme hakkı bulunmaktadır. Hakemlerden gelen raporların sonucuna göre editör ve yayın kurulu bir hakeme daha makaleyi gönderebilir. Dergi editörü ve yayın kurulu hakemlerden gelen raporları da göz önüne alarak makalenin yayınlanıp yayınlanmayacağına, yazarlar tarafından düzeltmeye ihtiyaç duyulup duyulmayacağına karar verir. Yayınlama kararı çıkan makaleler dil bakımından incelemeye tabi tutulmak üzere bir hakeme daha gönderilir. Editör kararı ile birlikte hakem raporları (hakem kimlikleri saklı tutulmak kaydıyla) sorumlu yazarın elektronik postasına gönderilir. Düzeltme veya yayınlanma kararı çıkan makaleler için yazar(yazarlar) dergi editörlüğünün posta ve elektronik posta adresine aşağıdaki belgeleri göndermelidir.

|                                                                                                           |                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Yayın aşamasında dergi editörlüğü posta adresine gönderilecek belgeler:                                   | serkan.dilek@gmail.com elektronik posta adresine gönderilecek belgeler:                                                                   |
| Her yazar tarafından imzalanmış yayın hakları formu                                                       | Her yazar tarafından imzalanmış yayın hakları formunun taranmış kopyası                                                                   |
| Hakem raporlarına göre düzeltilmiş makalenin son halinin PDF ve Word formatlı kopyasını içeren 1 adet CD. | Hakem raporlarına göre düzeltilmiş makalenin son halinin PDF ve Word formatlı kopyası (her sayfası paraflanmış ve son sayfası imzalanmış) |

Yayın süreci tamamlanan makaleler geliş tarihi esas alınarak yayınlanır.

6. Başvuru dilekçesi ve yayın hakları formu ektedir.

### Makalenin Şekil Şartları

**Kağıt:** Kağıt türü A4 (210\*297 mm) olmalıdır. Kağıt boşlukları aşağıdaki gibi olmalıdır.  
Alt: 2,5 cm. Üst: 2,5 cm. Sağ: 2,5 cm ve Sol: 2,5 cm. Yazılar iki yana yaslı olarak yazılmalıdır.

**Türkçe Başlık:** Üstte tüm harfleri büyük, “Times New Roman” yazı tipinde, 16 punto büyüklüğünde, ortalanmış biçimde başlık Türkçe başlık bulunmalıdır. Başlık için paragraf ayarları aşağıdaki gibi olmalıdır.

Önce:6 nk- Sonra:6 nk, Paragraf Aralığı: 1,5 Satır.

**Yazarlar:** Türkçe başlığın altında Times New Roman yazı tipinde, 12 punto büyüklüğünde yazar veya yazarların adı-soyadı bulunmalıdır. Yazar adının sadece ilk harfi büyük, soyadının tüm harfleri büyük olmalıdır. Yazar ad ve soyadları ortalanmış olmalı ve her satırda sadece tek yazarın adı ve soyadı bulunmalıdır. Soyadından sonra dipnot verilmeli ve dipnotta sırayla yazarın ünvanı, kurumu, elektronik posta adresi bulunmalıdır. Sorumlu yazara ait dipnotta kurumdan sonra “S.yazar” ibaresi bulunmalıdır. Yazarlar için paragraf ayarları aşağıdaki gibi olmalıdır.

Önce:6 nk- Sonra:6 nk, Paragraf Aralığı: 1,5 Satır

**Türkçe Özet:** Yazar adlarından sonra bir satır boşluk bırakılarak Türkçe özet bulundurulmalıdır. Başlangıçta koyu harflerle, 12 punto büyüklüğünde, Times New Roman yazı tipinde “Özet” yazısı ve sonrasında iki nokta üst üste işareti bulunmalıdır. Türkçe özetle kesinlikle başka bir esere atıfta bulunulmamalıdır. Türkçe özet, 200 kelimeyi geçmemelidir. Yazı tipi “Times New Roman” ve büyüklüğü 12 punto olmalıdır. Özet sonunda satır aralığı vermeden Times New Roman yazı tipinde, koyu harflerle, 12 punto büyüklüğünde “Anahtar Kelimeler” başlığı ve sonrasında iki nokta üst üste işareti bulunmalıdır. Anahtar kelimeler 5 taneyi aşmamalı, Times New Roman yazı tipinde ve 12 punto büyüklüğünde olmalıdır. Türkçe özet kısmının tümünün paragraf ayarları aşağıdaki gibi olmalıdır.

Önce:6 nk- Sonra:6 nk, Paragraf Aralığı: Tek

**JEL Kodu:** Türkçe özetin altında çalışmanın ait olduğu bilim alanını veren JEL (Journal Of Economic Literature) kodu, kodları verilmelidir. Bunun için koyu harflerle, Times New Roman yazı tipinde, 12 punto büyüklüğünde “JEL kodu” başlığı ve sonrasında iki nokta üst üste işareti verilmeli, arkasına ilgili kodlar eklenmelidir. İlgili JEL kodunu bulmak için aşağıdaki linke tıklayınız.

[http://www.aeaweb.org/jel/jel\\_class\\_system.php](http://www.aeaweb.org/jel/jel_class_system.php)

**İngilizce Başlık:** JEL kodundan sonra bir satır boşluk vererek 16 punto büyüklüğünde, Times New Roman yazı tipinde, tümü büyük harfle makalenin İngilizce başlığı yazılır. Paragraf ayarları aşağıdaki gibi olmalıdır.

Önce:6 nk- Sonra:6 nk, Paragraf Aralığı: 1,5 Satır

**İngilizce Özet:** İngilizce başlıktan sonra bir satır boşluk bırakılarak Times New Roman yazı tipinde 12 punto büyüklüğünde “Abstract” yazısı ve arkasından iki nokta üst üste işareti konur. Daha sonra Times New Roman yazı tipinde 12 punto büyüklüğünde yazılarla çalışmanın İngilizce özeti yazılır. İngilizce özet, 200 kelimeyi geçmemelidir. Özet sonunda satır aralığı vermeden Times New Roman yazı tipinde, koyu harflerle, 12 punto büyüklüğünde “Keywords” başlığı ve sonrasında iki nokta üst üste işareti bulunmalıdır. Anahtar kelimeler 5 taneyi aşmamalı, Times New Roman yazı tipinde ve 12 punto büyüklüğünde olmalıdır. İngilizce özet kısmının tümünün paragraf ayarları aşağıdaki gibi olmalıdır.

Önce:6 nk- Sonra:6 nk, Paragraf Aralığı: Tek

**Metin İçi Başlıklar:** Başlıklar Arap sayıları (1,2,3 vb) ile numaralandırılmalıdır. Alt başlıklar ise (1.1, 1.2 vb) biçimde numaralandırılmalıdır. Başlıklar Times New Roman yazı tipinde 14 punto büyüklüğünde ve koyu harflerle olmalıdır. Paragraf ayarları aşağıdaki gibi olmalıdır.

Önce:6 nk- Sonra:6 nk, Paragraf Aralığı: Tek

**Metin:** Times New Roman yazı tipinde, 12 punto büyüklüğünde olmalıdır. Paragraf ayarları aşağıdaki gibi olmalıdır.

Önce:6 nk- Sonra:6 nk, Paragraf Aralığı: Tek

**Kaynak gösterme:** Parantez içinde önce yazar soyadı ardından virgül işareti, yayın yılı ve en son olarak da iki nokta üst üste işareti ve sayfa numarası bulunacaktır. Örneğin; (Dilek, 2010:25).

İki yazar olması durumunda ise iki yazarın soyadı verilmeli, aralarında “ve” olmalıdır. Örneğin; (Dilek ve Top, 2011:150).

Üç veya daha fazla yazarlı çalışmalarda ise ilk yazarın soyadı arkasından “vd.” ibaresi konmalıdır. Örneğin; (Aktaş vd, 2007:200).

**Kaynakça:** 14 punto büyüklüğünde Times New Roman yazı tipinde, koyu harflerle “Kaynakça” olmalıdır. Altında kaynakları yazarken aşağıdaki kurallar takip edilmelidir.

**Sürelî Yayın:** Yazar soyadı, virgöl, yazar adı, parantez içinde yayın yılı, virgöl, tırnak işareti içinde yazının başlığı, virgöl, yazının bulunduğu süreli yayın adı, virgöl, yayın numarası, virgöl, sayfa numaraları. Yazar soyadı ve adının ilk harfleri büyük olmalıdır. Ayrıca yazı başlığı ve süreli yayın adının da ilk harfleri büyük olmalıdır. Yazılar Times New Roman yazı tipinde, 12 punto büyüklüğünde ve aşağıdaki paragraf ayarlarında olmalıdır. Sürelî yayının adı koyu harflerle düzenlenmelidir.

Önce:6 nk- Sonra:6 nk, Paragraf Aralığı: Tek

Örneğin; Dilek, Serkan (2011), “A New Approach to Two-Sided Markets: A Survey In Kastamonu”, **Journal of Political Economics**, 20, 245-259.

**İki yazar olması durumunda iki yazar arasında “ve” olmalıdır.**

Örneğin; Aktaş, Yaşar ve Turanlı, Rona (2006), “Urfâ Yöresinde Tarım Kümelenmesinin Sonuçları Hakkında Bir Değerlendirme”, **Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 16, 160-177.

**Üç veya daha fazla yazar olması durumunda yazarların adı ve soyadı arasında noktalı virgöl olacak, sondan önceki yazarın arkasından “ve” ibaresi gelecektir.**

Örneğin; Kılıç, Behiç; Ulusoy, Tolga ve Savi, Fatma Zehra (2006), “Kastamonu KOBİ’lerinin Bugünü ve Geleceği”, **Kastamonu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 12, 85-92.

**Kitaplar:** Yazar soyadı, virgöl, yazar adı, parantez içinde yayın yılı, virgöl, Kitap adı, virgöl, yayıncı kurum, virgöl, varsa eser numarası, Basım yapılan il.

Kitap adı koyu harflerle yazılmalı.

Örneğin; Dilek, Serkan (2012), **Tüketici Teorisinin Matematiksel Açıklaması**, Beta Yayınları, İst.

**İki yazar olması durumunda iki yazar arasında “ve” olmalıdır.**

Örneğin; Aktaş, Yaşar ve Akat, Asaf Savaş (2012), **Türkiye’de Tarım Sektörünün Bugünü**, Beta Yayınları, İst.

**Üç veya daha fazla yazar olması durumunda yazarların adı ve soyadı arasında noktalı virgöl olacak, sondan önceki yazarın arkasından “ve” ibaresi gelecektir.**

Örneğin; Ulusoy, Tolga; Savi, Fatma Zehra ve Benli, Tahir (2009), **Kastamonu İşletmelerinin Analizi**, KATSO yayınları, 23, 250-265.

**Konferans ve Toplantılar**

Yazar soyadı, virgöl, yazar adı, parantez içinde yayın yılı, virgöl, tırnak işareti içinde yazının başlığı, virgöl, yazının sunulduğu konferansın adı, virgöl, yayın numarası, virgöl, sayfa numaraları.

Örneğin; Dilek, Serkan (2012), “Is setting Up Barriers to Entry Always Profitable for Incumbent Firms”, **8th Strategic Management Conference**, Barselona.

**İki yazar olması durumunda iki yazar arasında “ve” olmalıdır.**

Örneğin; Aktaş, Yaşar ve Kaptangil, Kaptan (2011), “Kastamonu Civarında Sarımsak Üretimi”, **2. Ulusal Sarımsak Konferansı**, Kastamonu.

**Üç veya daha fazla yazar olması durumunda yazarların adı ve soyadı arasında noktalı virgöl olacak, sondan önceki yazarın arkasından “ve” ibaresi gelecektir.**

Örneğin; Kandemir, Orhan; Çelik, Yunus ve Dilek, Serkan (2012), “The Factors Affecting Development of Kastamonu”, **7th Economics and Finance Symposium**, Antalya.

**Extended Abstract:**

Kaynakça kısmından sonra İngilizce olarak makalenin genişletilmiş özetinin yazılması gereklidir. Genişletilmiş özet (Extended Abstract) kısmında çalışmanın amacı, içeriği, sonuç ve tartışmalar kısmının yeterli derecede ayrıntısı verilmeli; yabancı akademisyenlerin çalışma hakkında bilgi sahibi olmalarına yardımcı olunmalıdır.

Yazılar, Times New Roman yazı tipinde, 12 punto büyüklüğünde olmalıdır. Paragraf ayarları aşağıdaki gibi olmalıdır.

Önce:6 nk- Sonra:6 nk, Paragraf Aralığı: Tek





**TC.**  
**Kastamonu Üniversitesi**  
**İktisadi ve İdari Bilimler**  
**Fakültesi Dergisi**  
**Cilt.4 No.2**  
**İçindekiler**

|                                                                                                                                                                                              |               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Tüketici Davranışları Üzerine Sosyal Medya Etkileri: Apple ve Samsung Örneği<br><b>Yasin Yıldız</b>                                                                                          | Sayfa: 5-15   |
| Konut Maliyet Faktörleri ve Konut Politikaları Kapsamında Türkiye’de Konut Sektörünün Eko-Analizi<br><b>Dr. Hasan Yüksel</b>                                                                 | Sayfa:16-41   |
| Butik Otel İşletmelerinin Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Bir İnceleme: Facebook Örneği<br><b>Burak ERYILMAZ</b><br><b>Yrd.Doç.Dr. Burhanettin ZENGİN</b>                                   | Sayfa:42-59   |
| Ekonomik Yakınsama Olgusunun Sınanması Üzerine Yeni Bulgular<br><b>Yrd.Doç.Dr. Pelin KARATAY GÖGÜL</b><br><b>Yrd.Doç.Dr. Levent KORAP</b>                                                    | Sayfa:60-73   |
| Tourism As A Potential Contribution For Sustainable Development In BIH<br><b>Ass.Prof.Dr. Erkan İLGÜN</b><br><b>Alen HUSUKİC</b>                                                             | Sayfa:74-83   |
| Sağlık Çalışanlarının Sinik Davranışlar Gösterme Eğilimi<br><b>Yrd.Doç.Dr. Mahmut AKBOLAT</b><br><b>Yrd.Doç.Dr. Oğuz IŞIK</b><br><b>Gülcan KAHRAMAN</b>                                      | Sayfa:84-95   |
| Toplumsal Olaylar ve Ülke Turizmi Üzerindeki Muhtemel Etkileri: Kırgızistan Örneği<br><b>Yrd.Doç.Dr. Fazıl ŞENOL</b><br><b>Dr. Bakıt TURDUMAMBETOV</b>                                       | Sayfa:96-111  |
| Demokrat Parti (DP) Döneminde Türkiye’de Orman Politikaları (1950-1960)<br><b>Dr. Nadir YURTOĞLU</b>                                                                                         | Sayfa:111-126 |
| Mobbing, Örgütsel Sessizlik ve Örgütsel Sinizm İlişkisi: Örnek Bir Uygulama<br><b>Yrd.Doç.Dr. Faruk KALAY</b><br><b>Yrd.Doç.Dr. Abdullah OĞRAK</b><br><b>Yrd.Doç.Dr. Zehra Nuray NİŞANCI</b> | Sayfa:127-143 |
| A PRODUCTION BASE ON THE SILK ROAD: AN EVALUATION ON THE DEVELOPMENT OF CHINESE ECONOMY<br><b>Yrd.Doç.Dr. Bilge AFŞAR</b>                                                                    | Sayfa:144-157 |
| EDGAR SCHEİN’İN KARIYER ÇAPALARI IŞIĞINDA BURÇLAR VE İŞ TATMİNİ ARASINDAKİ İLİŞKİ<br><b>Doç.Dr. Orhan ADIGÜZEL</b><br><b>Sercan EDİNSEL</b>                                                  | Sayfa:158-177 |
| PERFORMANCE MANAGEMENT IN PUBLIC SECTOR AS MOTIVATON AND SUCCESS FACTOR: A THEORETICAL ANALYSIS<br><b>Yrd.Doç.Dr. Handan ERTAŞ</b>                                                           | Sayfa:178-189 |