

KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
KASTAMONU UNIVERSITY



İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi Dergisi

Journal of Economics and
Administrative Sciences Faculty

Cilt: 5, Sayı: 3 / Volume 5, No: 3

ISSN: 2147-6012

Kastamonu 2014

Kastamonu Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi Dergisi



Kastamonu University
Journal of Economics and
Administrative Sciences Faculty

Bu Dergi EBSCO, ASOS ve ARAŞTIRMAX tarafından taranmaktadır.

This Journal is indexed by EBSCO, ASOS and ARAŞTIRMAX.

Cilt: 5, Sayı: 3. Ekim 2014 Vol:5, No: 3. October 2014
ISSN: 2147-6012

Sahibi / Owner

Seyit AYDIN
Rektör / Rector

Editör / Editor

Serkan DİLEK

Lisan Editörleri / Language Editors

Gülten KÜÇÜKBASMACI
Mustafa Öztürk AKÇAOĞLU
Mehmet BOLLUK

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Ali ABISHEV	Kazakh Economics University / Kazakhstan
Prof. Dr. Gülsüm AKALIN	Marmara University / Turkey
Prof. Dr. Uğur Selçuk AKALIN	Marmara University / Turkey
Prof. Dr. Yaşar AKTAŞ	Kastamonu University / Turkey
Prof. Dr. Rahman ALSHANOV	Turan University / Kazakhstan
Prof. Dr. Sudi APAK	İstanbul Beykent University / Turkey
Prof. Dr. Nurdan ASLAN	Marmara University / Turkey
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT	Balıkesir University / Turkey
Prof. Dr. Mehmet BALCILAR	Eastern Mediterranean University / Cyprus
Prof. Dr. Koray BAŞOL	İstanbul Arel University / Turkey
Prof. Dr. Orhan BATMAN	Sakarya University / Turkey
Prof. Dr. Sinan BAYRAKTAROĞLU	Yıldırım Beyazid University / Turkey
Prof. Dr. Recai ÇOŞKUN	Sakarya University / Turkey
Prof. Dr. Bayram ÇOŞKUN	Muş Alpaslan University / Turkey
Prof. Dr. Fatma DOĞRUDEL	Marmara Üniversitesi / Turkey
Prof. Dr. Suut DOĞRUDEL	Marmara University / Turkey
Prof. Dr. Hüseyin Avni EGELİ	Dokuz Eylül University / Turkey
Prof. Dr. Yüksel EKİNCİ	Oxford Brookes University / UK
Prof. Dr. Ömer Selçuk EMSEN	Atatürk University / Turkey
Prof. Dr. Bayram Zafer ERDOĞAN	Anadolu University / Turkey
Prof. Dr. Ercan EREN	Yıldız Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Feyzullah EROĞLU	Pamukle University / Turkey

Prof. Dr. Mümin ERTÜRK	<i>Istanbul Esenyurt University / Turkey</i>
Prof. Dr. Tohtar ESİRKEPOV	<i>Turan University / Kazakistan</i>
Prof. Dr. Muhsin HALİS	<i>Kastamonu University / Turkey</i>
Prof. Dr. Hüsamettin İNANÇ	<i>Anadolu University / Turkey</i>
Prof. Dr. Ayşe İRMİŞ	<i>Pamukkale University / Turkey</i>
Prof. Dr. Sema KALAYCIOĞLU	<i>Işık University / Turkey</i>
Prof. Dr. Gani KALIEV	<i>Academy of Agricultural Sciences / Kazakhstan</i>
Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK	<i>Istanbul University / Turkey</i>
Prof. Dr. Bulat KUMEKOV	<i>Kazakistan İlimler Akademisi / Kazakhstan</i>
Prof. Dr. Tuncay Asuna KUTLU	<i>Muğla Sıtkı Koçman University / Turkey</i>
Prof. Dr. Atılhan NAKTİYOK	<i>Atatürk University / Turkey</i>
Prof. Dr. Suat OKTAR	<i>Marmara University / Turkey</i>
Prof. Dr. Osman Zekayi ORHAN	<i>Istanbul Gelişim University / Turkey</i>
Prof. Dr. Mustafa ÖZER	<i>Anadolu University / Turkey</i>
Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK	<i>Gazi University / Turkey</i>
Prof. Dr. Jusup PIRIMBAEV	<i>Turkey Manas University / Kyrgyzstan</i>
Prof. Dr. Tatiana PYSHKINA	<i>Academy of Economic Studies of Moldova / Moldova</i>
Prof. Dr. Alisher RASULEV	<i>Institute of Economics / Uzbekistan</i>
Prof. Dr. Orazaly SABDEN	<i>Institute of Economics / Kazakhstan</i>
Prof. Dr. Joginder SINGH	<i>Centre For Agricultural Reseach / India</i>
Prof. Dr. Ercan SIRAĞAYA	<i>University of South Carolina / USA</i>
Prof. Dr. Yusuf SÜRMEK	<i>Karadeniz Teknik University / Turkey</i>
Prof. Dr. Kubat TABALDIYEV	<i>Kırgızistan İlimler Aka. / Kyrgyzstan</i>
Prof. Dr. Recep TARI	<i>Kocaeli University / Turkey</i>
Prof. Dr. K. Makhmad UMAROV	<i>Institute of Economics / Tajikistan</i>
Prof. Dr. Muzaffer UYSAL	<i>Virginia Polytechnic Institute / USA</i>
Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN	<i>Gazi University / Turkey</i>
Prof. Dr. Muammer YAYLALI	<i>Erzurum Teknik University / Turkey</i>
Prof. Dr. Hüsamettin İNANÇ	<i>Dumlupınar University / Turkey</i>
Assoc. Prof. Dr. Sezgin AÇIKALIN	<i>Anadolu University / Turkey</i>
Assoc. Prof. Dr. İlhan AKSOY	<i>Ondokuz Mayıs University / Turkey</i>
Assoc. Prof. Dr. Rafet AKTAŞ	<i>Yıldırım Beyazıt University / Turkey</i>
Assoc. Prof. Dr. Kazım DEVELİOĞLU	<i>Akdeniz University / Turkey</i>
Assoc. Prof. Dr. Ali GÖKSU	<i>International Burch University</i>
Assoc. Prof. Dr. Kemal KANTARCI	<i>Akdeniz University / Turkey</i>
Assoc. Prof. Dr. Jose Ramos Pires MANSO	<i>Universidade De Beira / Portuguesa</i>
Assoc. Prof. Dr. Georgi MARINOV	<i>University of Economics Varna / Bulgaria</i>
Assoc. Prof. Dr. Maciej MILCZANOWSKI	<i>Information Technology University In Rszewo</i>
Assoc. Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ	<i>University of Central Florida / USA</i>
Assoc. Prof. Dr. Uğur ÖZGÖKER	<i>Istanbul Arel University / Turkey</i>
Assoc. Prof. Dr. Ercan TAŞKIN	<i>Dumlupınar University / Turkey</i>
Assoc. Prof. Dr. Nuray TERZİ	<i>Marmara University / Turkey</i>
Assoc. Prof. Dr. Ahmet TIRYAKI	<i>Anadolu University / Turkey</i>
Assoc. Prof. Dr. Seyfettin ÜNAL	<i>Dumlupınar University / Turkey</i>
Assoc. Prof. Dr. Mehmet Serhat YILMAZ	<i>Kastamonu University / Turkey</i>
Assoc. Prof. Dr. Mahmut ZORTUK	<i>Dumlupınar University / Turkey</i>

İletişim / *Contact*

Kastamonu Üniversitesi	Kastamonu University
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanlığı	Faculty of Economics and Administrative Sciences
37100 Kastamonu/ Türkiye	37100 Kastamonu/ Turkey
Tel: +90 366 280 21 38	Phone: +90 366 280 21 38
Faks: +90 366 280 21 99	Fax: +90 366 280 21 99
Serkan.dilek@gmail.com	Serkan.dilek@gmail.com

Bu dergi yılda dört defa yayınlanır

This journal is published four times in a year.

Bu sayının hakemleri / *Referees / Reviewers of Volume 5.*

Prof. Dr. Ercan EREN	<i>Yıldız Teknik Üniversitesi</i>
Prof. Dr. Muhsin HALİS	<i>Kastamonu Üniversitesi</i>
Prof. Dr. Yavuz UNAT	<i>Kastamonu Üniversitesi</i>
Doç. Dr. Abdülkadir ŞENKAL	<i>Kocaeli Üniversitesi</i>
Doç. Dr. Halil TAŞKIN	<i>Selçuk Üniversitesi</i>
Doç. Dr. Nihat ÇALIŞKAN	<i>Gazi Üniversitesi</i>
Doç. Dr. Tekin ÇOLAKOĞLU	<i>Ahi Evran Üniversitesi</i>
Yrd. Doç. Dr. Nevzat DİNÇER	<i>Batman Üniversitesi</i>
Yrd. Doç. Dr. Abdullah OĞRAK	<i>Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi</i>

TC
Kastamonu Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

Cilt 5. Sayı. 3

İçindekiler

Makaleler	Sayfa
Batıda İktisadi Düşüncenin Dinsel İçeriği ve Ussal Ekonomik Etkinliğin Yükselişi <i>Kürşat Haldun AKALIN</i>	6 – 27
İşitme ve Bedensel Engelli Sporcuların Yaşadıkları Çatışma Türlerinin Bazı Demografik Değişkenler Yönünden İncelenmesi <i>H.Murat ŞAHİN, Zuhal KILINÇ, Burak GÜRER, Oktay HACIOĞLU, Samet AKTAŞ</i>	28 – 36
Uluslararasılaşmış Bir Sektörde Rekabet Gücü Neye Bağlıdır? Araç Kiralama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma <i>Bayram AKAY, Doç.Dr. Oğuz TÜRKAY</i>	37-54
Perceptions of the Staff of the General Directorate of the Staff of the General Directorate of Sports About Organizational Justice <i>Yakup AKYEL, Mustafa Yaşar ŞAHİN, Mehmet GÜNAY</i>	55-65
Endüstriyel Rekabet Gücü Ve Kümelenme Potansiyeli İlişkisi: Bişkek Kırmızı Et Sektöründe Bir Araştırma <i>Mine HALİS, Necdet BİLGİN</i>	66-84
Yazım Kuralları	85

BATIDA İKTİSADİ DÜŞÜNCENİN DİNSEL İÇERİĞİ ve USSAL EKONOMİK ETKİNLİĞİN YÜKSELİŞİ

Kürşat Haldun AKALIN¹

Özet

Skolastik iktisatçıların etkisi, tüccara mal alıp satabilmesi için önemli bir serbestliği sağlamış olmasıdır. Kilise de, adil fiyatı geçerli pazar fiyatı haline getirerek uygulamada ticarete izin vermiş, ılımlı kârlar tamamıyla meşru görülmüş, kişiler arası anlaşmalara da pek fazla sınırlama getirmemiştir. Skolastikler tefeciliği gayet açık bir şekilde tanımlamışlardır, anaparayı aşan her ödeme tefeciliktir. Protestanlara göre, tamahkârlık ve açgözlülük, en az katolikler kadar günahkârlık olarak görülmüş; insanın bu dünyadaki yaşamındaki gerçek maksadının, öbür dünyada kurtuluşu sağlamak olduğu vurgulanmıştır. Servete yönelik genel bir uzlaşıya ulaşılmıştır. Puritan'a göre, zenginliklerin içinde kötülük bulunmamaktadır. Gerçekten de servet, Tanrı lütfunun işareti olarak görülmüş, bir kimsenin mesleğinde ulaştığı başarı da seçilmişliğinin kanıtı olarak kabul edilmiştir. Oysa puritanın tefeciliğe karşı tutumu, pek çok yönden katolik ilahiyatçılara göre çok daha katıdır. Zira kilise, garanti ve ortaklığı beraberinde getiren üçlü sözleşmenin bağitlanmasına izin vermiştir. Bağitlanan bu üçlü sözleşmede, üç ayrı anlaşma bir arada bulunmakta; ortaklık kurulmakta, anaparanın belirli miktarlarda kâra katılımı sağlanmakta, yatırımdan belirli bir miktardaki kâr alınması garanti edilmektedir.

Anahtar kelimeler: Servet, Tefecilik, Tasarruf, Ekonomik rasyonalleşme

JEL Kodu : BOO

The Religious Content of The Economic Thought in The West and the Rise of Rational Economic Action

Abstract

The effect of scholastic economics was to allow the merchant considerable freedom in buying and selling. The church allowed that in practice the just price was current market price, that moderate profits were quite licit, that bargaining should be unrestricted. Avarice was a deadly sin and the condemnation of covetousness a favorite topic. The scholastic definition of usury very clearly, whatever exceeds the principal is usury. Avarice and covetousness were just as much deadly sin for protestants as catholics, the real purpose of life in this world was to achieve salvation in the next world. There was general agreement towards wealth. For puritan, riches were not evil in themselves, indeed they could be a sign of God's grace, success in one's calling was a sign of election. But, in many respects, the puritan attitude towards usury was stricter than that of certain catholic theologians. Because, the church allowed that triple contract which brought together the insurance and the partnership. There were three separate contracts in the triple contract; a partnership, insurance of the principal in return for fixed share of the profits, an a guarantee of a fixed return on the investment.

Key words: Wealth, Usury, Saving, Economic rationalization

¹ Doç.Dr, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, haldunakalin@oku.edu.tr

1.Giriş

Katolik ideallere ve yaşam felsefesine ne kadar aykırı gelirse gelsin, ussal ekonomik etkinliğin ilk görünümü ve ilk örgütsel biçimi işlevindeki, kapitalist faaliyet ile buna neden olan kapitalist ruh, katolik dünya içinde ortaya çıkmış, bireylerin davranışlarına hakim olmuştur. Kapitalist ruhun katolik dünya içinde algılanmış ve kapitalist eylem biçiminin protestanlıktan çok önce yaygınlaşmış olduğu, ancak kapitalist ruhun nasıl imanda hastalığa ve rahatsızlığa yol açtığını vurgulayarak anlatılabilir. Hristiyan ahlakı ile burjuva yaşama tarzı arasında kesin bir uyumsuzluk bulunmaktadır. Eskinin diğerkâm ve iyiliksever insanını, yarının hesapçı ve çıkarıcı kişiliğinden farklı kılan neden, burjuva kuşkuculuğudur. Bir kimse, daha ne kadar gizemli ayinlerle, efsanevi öykülerle ve mucize beklentileriyle avutulabilirdi? İnsana hükmeden iyi ya da kötü ruhların tesiri altında kalınarak, hayatı dolduran bu irrasyonel güçlere daha ne kadar tahammül edilebilirdi? İtaatkar kişiliğin teslimiyetçi boyun kırması altında, daha ne kadar Tanrı insiyatifinin inmesi beklenebilirdi? Tanrı iradesinin, insanları atıl kılacak derecede her şeye hakim olduğuna ve idaresi altına aldığına daha ne kadar inanılabilirdi? İnsan kendi gücünün ve aklının farkına vardığında, yaratıcı ve değiştirici işlevini kullanabilme yetkisinin bulunduğunu hissettiğinde; basiretli ve bilinçli olmaya başladı, bütün güdülerini kendi aklından türetir oldu.

Bir insanı teslimiyetçi imanından ve itaatkar ruhundan çıkarıp alın, orta çağa özgü hiç bir kalıntının zihninde kalmadığını fark ettiğiniz gibi, tıpkı bir kapitalist gibi karar verdiğine ve yaşamı üzerinde aklını hakim kıldığına da tanık olursunuz. Artık eski geleneklerin yıkıma uğraması nedeniyle kişiler, özellikle de kazanç sağlama ve iyelik edinme güdülerini daha da keskin bir hale getirmişler; kendi güçlerini ve yeteneklerini kullanarak, başkalarının kabiliyetlerinden de yararlanmışlar, rakiplerini alt etme yoluna girmişlerdir. Her bir halde, yükselme merdivenleri ekonomik araçları zorunlu kılmış, ekonomik güçlükler bir kere baş gösterdiğinde mallara olan yaklaşım karşılanamaz olmuştur. Hükümdar, kendisine bağlılık gösterilmesinden çok, parasal olarak desteklenmesini arzulamış; kentler, ordu gücünden çok altının etkisiyle genişleme yolunu tutmuştur. Bankerler; hiç bir engelle karşılaşmaksızın, kentlerin efendileri haline gelmiştir. Altın, yeni tiranların yollarını döşemiş, saltanatlarına giden kapıları birer birer açmıştır.

Yeni ekonomik ruhun benimsenmesine en büyük katkıyı, on beşinci asır insanını yaşam kavramıyla bilgilendirmiş olan hümanist eğilim yapmıştır. *“Hümanist yaşamın örnek savunucuları arasında yer almış bulunan Alberti, servet kavramını ahlaki bir düzenlemeden çekip çıkartmasıyla; iyelik edinimi ile malların kullanılması hakkını, dinsel ahlakın oluşturduğu kuralların ve kısıtlamaların baskısından kurtarmasıyla; kapitalist ruhun ileri adımlar atmasına önemli katkılarda bulunmuştur. Dünyevi eğilimler siyasal olarak da kendisini hissetmiş, devlet yeni düşünce ile yaşama tarzına karşı olmaktan vazgeçmiş, kumar gibi insanı kötü hayata sürükleyen alışkanlıklardan kurtulma pahasına dahi olsa katolik baskı anlayışından kendisini soyutlamış, kumara dahi yasal bir düzenleme getirmiştir.”* (Aho 2005; 49) Bütün bunlar, kapitalist ruhun, katolik bir düzen içinde nasıl doğduğunu açıklamaktadır.

Kazanç gayesi güdülmeden ve biriktirme emeli hissedilmeden gerçekleştirilen, Tanrı'nın öbür dünyada karşılığını vereceğini ümit ederek gerçekleştirilen dünyevi etkinlik; ussal ekonomik faaliyetin öngördüğü normlara asla uyum sağlamayacaktır. En azından, sürekli ve gelişme olgusunun gerçekleşmesi, doğrudan, devamlı artış gösteren kâr miktarına bağlıdır. Ancak kâr eden teşebbüs sermaye birikiminde bulunabilir ve kendi varlığını sürekli kılabilir. Bireysel kazanç sunmayan ya da kazanma güdüsünü körelten, hiç bir dinsel ya da siyasal sistem; ekonomik gelişmeyi uyaramaz, bilimsel ve teknolojik ilerlemeleri de yakalayamaz. Ülkelerin yükselişi, bireysel başarı ya da kazanç güdülerinin gerçekleşmesine

bağlıdır. Ahreti yücelterek bu dünyayı yadsıyan ve bireyin kendisini düşünmesini yok ederek kazanç maksatlı iş peşinde koşmayı hor gören dinler, gelişmenin önünde ciddi engelleri oluştururlar. Oysa mesleki etkinliği bir Tanrı yolu haline getiren, başarı ya da kazancı Tanrı lütfunun kanıtı olarak gören dinler de, dünyevi etkinliğe dinsel bir içerik kazandırarak gelişmenin yolunu açmışlardır.

2.Katolikliğin Toplumsal Ahlakı

Rasyonel devlet, özgürlüğün güvencesi haline gelmesi ve ekonomik hayata ussal hukukuyla bir düzen getirmesi nedeniyle, ussal ekonomik etkinliğin kurumsallaşmasına önemli katkılarda bulunmuştur. Oysa katolik yaşam felsefesi bütün yönleriyle kazanç güdüsüne ve biriktirme tutkusuna karşı olmuştur. Katoliklikteki ekonomik yaşam ideali, İncil'in ilkeleriyle özetlenmiş; skolastikizm ve Summa çağına gelinceye kadar, Paul, babalar ve doktorlar tarafından da başarılı bir şekilde ayrıntısıyla irdelenmiştir. Katolik filozofların prensi haline gelen Thomas Aquinas, katolik ilkelerini bu geçmişine bağlı kalarak yeniden oluşturmuş olsa da, Aristoculuk temelinde ve özünde bir takım ilkeleri yaydığı, hep gözden kaçmıştır. Thomas, sistematik bir açıklama getirdiği katolik düşüncelerinde, zamanından önceki fikirleri açıkça savlamıştır. Ekonomik ahlakla ilgili oluşturduğu, en sistematik bir şekilde ve en geniş sahada geçerli kıldığı formülasyonlarını; zamanının en büyük otoritesi olarak kilise de kabul ettiği için, katolik düşüncenin kesin ifadesi olarak görülmektedir. Thomas tarafından açıkça belirlenen bu ilkeler, zaman içinde kalıcılığını göstermiştir. Katolik öğretisi, fiili insan yaşamını, aralarında su sızdırmaz ayrı parçalar halinde görmemektedir.

Tanrı düşüncesi, insanı, ruhani ve ezeli mutluluklardan kendisine pay alma mücadelesi içindeki bir yaratık olarak kavramıştır. Doğumundan ölümüne kadar geçen her anı içinde insan ne olması gerektiğini zihninde araştıran ve bunu yaşamında gerçekleştiren, itaatle yükümlü bir yaratık olarak düşünlenmiştir. Varlığı, bu itaat emeline dayandırılmış, yaratılan her şey gibi kendisi de bir düzen içinde değerlendirilmiştir. Tanrı, insanın her eylemini yüceltmiş ve şanlı kılmıştır. İnsan sonsuz saadetin temelinde zirveye doğru çıkmakta, yerden göğe yükselmektedir. Bu nihai maksada ulaşma emelinin dayandığı ahlaki zorunluluk, siyasal ya da ekonomik olsun bütün insan eyleminin içsel bakımdan, tamamıyla dinsel saha ile sınırlandırılmasına yol açmıştır. Daha kesin bir şekilde söylemek gerekirse, insanın bütün faaliyetlerini ahlaki bir etkinlik olarak değerlendirmiş, her eylemin dinsel bir uygulamayı içermesini şart koşmuştur. Duasıyla, çalışmasıyla, hizmetiyle, gördüğü işiyle, yemesiyle ve içmesiyle, eğlenmesiyle insanın nihai maksadının, daima Tanrı olması istenmiştir. Çalışmasıyla, hizmetiyle, işiyle, gayesiyle, her haliyle insanın, Tanrı'nın ahretteki görüntüsüne nail olma emelini hissetmesi işlenmiştir. Diğer bir deyişle, *'gerek yer, gerek içer ve her ne yaparsanız, her şeyi Tanrı'nın izzeti için yapın'* (Budde 1992; 52) ifadesine bağlı kalınarak, insan eylemiyle, sürekli bir dua halinde kalmalıdır.

İnsanın, eylemlerini Tanrı iradesine göre düzenlendiği ölçüsünde rasyonel ve mutlu olabileceğine inanılmıştır. Tanrı, insan hayatını rasyonel bir şekilde düzenlemiştir. Bütün beşeri araçlar kişiyi yönlendirmesi bakımından Tanrı'ya ulaşma emeline göre rasyonellik veya irrasyonellik ortaya çıkacaktır. Çeşitli eylem düzenlemelerinde beşeri faaliyet biçiminin tamamı özetlenmek istenmesine, rasyonelleşme araçları diğer fikirler yoluyla belirlenmesine rağmen; bütüne özgü temel fikirle hiç bir şekilde çatışmaya girilmemekte ve çelişkiye de düşülmemektedir. Bundan dolayı, örneğin, ekonomik etkinlik sahasında, rasyonelleşme düşüncesi, mümkün olduğu ölçüde maliyetin düşürülmesini gerektirdiği halde; Tanrı'ya göre rasyonelleşmenin anlamının sona erdiği bir noktadan sonra, ussal düşüncenin asla geçerli olamayacağı fikrine dayanmaktadır. Rasyonelleşmenin, belirli kısmı bir düzen içinde ulaşılmak istenilen kısma özgü hedefle uyumlu kalarak başarılı olunmasını içermediği; bu çabanın sonuçları yönüyle mutlaka nihai hedeflere uyumlu olması gerektiği üzerinde

durulmaktadır. Katolik ahlak, işlenilen kötülüğün ve günahkârlığın neden olduğu hasarı onarmak hali dışında, böyle bir ardıllık ussallaşmasını asla benimsememektedir.

Katolik ahlak öğretisi, eyleme özgü maksadın esas seçilme hedefinin aracı olduğunu öngördüğünden, bu nihai gayeyi aşan daha yüksek hedeflerle bağlantılı olarak davranılmasını kesin olarak men edilmesini istemektedir. Nihai seçim, bütün her şeyin nihai maksadı tarafından belirlenmektedir. Bu nihai maksat Tanrı hoşnutluğu veya bu nihai yol Tanrı iradesine bağlanmak ise, bu koşulun sağlanması durumunda, faaliyetin meşruiyetinden söz edilebilmekteydi. Şayet bir kimse, fabrikaya hammadde tedarik etmekle yükümlü bir müteahhitse, bu işe devam edebilmek için, malzemeleri mümkün olan en düşük maliyetle elde edebilmeye büyük gayretleri sarf etmesi gerekir. Oysa bir katolik olarak müteahhit, böyle bir ekonomik ölçüt içinde kalmış olsa dahi, ekonomik hedeflerinin üzerindeki bir takım maksatlarla asla çelişkiye düşmemesi gerekir. Örneğin sosyal fayda sunan toplumsal hedefler, daima, ekonomik ölçütün üzerinde yer almıştır. Böylece, aracı hedefler veya kısmi sahayla ilgili gayeler ayrıntısıyla irdelenmekte, en yüce emel olarak, Tanrı hoşnutluğuna ulaşılması, bakış açısına göre bütün haller değerlendirilmektedir.

Her bir eylemi ve bunun içerdiği maksadı, en yüksek bir emel olarak Tanrı hoşnutluğu bakış açısına göre irdeleyen ve buna erişmede birer aracı kılan katolik anlayışına göre; servet, dünyevi emeller, zenginlikler birer hedef değil sadece araçtır. Artık, kullanılan ve edinilen tarzları içinde servetle ilgilenmenin zamanı gelmiştir. Serveti irdelediğimizde, katolikliğin, ekonomik faaliyetle ilgili düşüncelerini ayrıntısıyla açığa çıkartmış olacağız. Katoliklere göre dünyevi mallar, ancak, bedensel varlığın devamını sağlayan ve bu emelle komşusunun ihtiyaçlarını gidererek ferahlamasına neden olan geçim galesiyle elde edildiği ve kullanıldığı takdirde araç olma işlevini yerine getirebilirler, bu sınırlar içinde kalınması koşuluyla arzulanmasında bir sakınca görülmemektedir. Servet, böyle üstün emele araç kılınmak yerine, kendi içinde hedef halini alarak edinilmesi bir tutkuya dönüşürse, kötülük ve günahkârlıklar, işte o zaman önlenemez bir hal alır. Nitekim, böyle bir tutku, ruhani bir hedefe ulaşılmasını engelleme pahasına beşeri eylemin içeriğini ve güdüsünü oluşturur. Oysa, dünyevi malların, bunları kullanarak gereksinimlerini gideren insana boyun eğmesi gerekmektedir. Servet ve zenginlikler, kişiye hükmetmemeli, insanı da araç olarak kullanmamalıdır.

Zenginlik ve iyelik, insanın en yüksek hedefi haline gelmemelidir. Bütün kurallar, bu düşünceden türetilmekte; servet edinimi, böyle bir güce emekle kıyaslandığında yadsınarak hor görülmektedir. Bu ahlak kuralları dolayısıyla, servete karşı büyük bir güvensizlik ve kaygı beslenmiş; dünyaya günahla inişin nedenleri ve günahkârlığın sonuçları zenginlikte aranır olmuştur. Zenginliğin, insanı saptırarak, nihai maksada yönelmesine engellediğinden emin olduğundan, kişiye karşı beslenen büyük güvensizlik ve endişe, böylece açığa çıkmıştır. Yine de, zenginliklerin mutlaka sonsuz ölüm haline götürdüğü şeklindeki bir ifadeye açıkça rastlanmasa da; dakiklik ve basiretlilik sayesinde, bu yüce gayenin daima gözetilmesi halinde, Tanrı'nın zenginlere de öğüt verebileceğine inanılmıştır. “*Rivalto, 1304'de vaaz verirken şöyle demiştir: Cimriler ve tamahkârların zihinleri parayla doludur, kulakları para sesinden başkasını işitmez, vicdanlarını tamahkârlıkları yok etmiştir, bu nedenle, ağır bir uykuya dalmış haldedir. Oysa kutsal insan, parayı ayakları altına alır, iyelik tutkusunu çiğner geçer, serveti efendi olarak asla görmez. Vicdanını ve ruhunu daima uyanık kılar. Bu halleriyle azizlerin tamamı, en zenginden daha zengindir. Azizler, vicdanlarının burçlarına tırmanırken, dağın zirvesine çıkarlar, bütün mülkün tek sahibi Tanrı'ya en yakın kimseler olurlar. Artık onlar, yapabildiklerinin de ötesine geçebilmiş kişilerdir, Tanrıyla kurdukları bu sağlam bağ sayesinde zirvenin de ötesine geçerler, cennetine yakın olurlar, Tanrıya duydukları bu minnettarlık ve gönül borcu kendilerini daha da aziz kılar.*” (Neuhaus. 1992; 74)

Servet görüşü, katoliklerin özel mülkiyet hakkındaki fikirlerinin temelini oluşturmuştur. “Kötülüğün ve günahkârlıkların servetin içinde değil de, iyelik peşinde koşarak zenginliği hayatının gayesi haline getiren kişinin içinde bulunduğu görüşü; Aquina’lı Thomas’tan Floransalı Antonine’ye ve Kardinal Gaetano’ya varıncaya kadar bütün skolastiklerin üzerinde hemfikir oldukları bir eğilimdir. Skolastiklerin, bütün kötülükleri ve günahkârlıkları, zenginliği tek gayesi haline getiren kişinin ruh halinde aradığı bu temel öğretileri, 13. Leo ve 11. Pius tarafından da, çok kuvvetli vurguları içinde, yeniden öne sürülmüştür.” (George 1961; 41) Katoliklerin serveti bir araç olarak gören temel düşüncelerine bağlı olarak, özel mülkiyet anlayışı da kesinlik kazanmıştır. Yine de bütün katolikler, özel mülkiyeti, doğal hukuğun temeli olarak kabul ettikleri için; çeşitli nedenler dolayısıyla, servete doğrudan doğruya karşı çıkmış değillerdi.

Hristiyanlığın dünyevi varlıklarla ilgili eğiliminin, Yeni Ahit’te kesinlikle tarif edilmişti. “İmanlıların tümü bir arada bulunuyor, her şeyi ortaklaşa kullanıyorlardı; mallarını mülklerini satıyor ve bunun parasını herkese ihtiyacına göre dağıtıyorlardı, her gün tapınakta toplanmaya devam eden imanlılar, kendi evlerinde de ekmek bölüp içten bir sevinç ve sadelikle yemek yiyor ve Tanrı’yi övüyorlardı; inananların topluluğu yürekte ve düşüncede birdi, hiç kimse sahip olduğu herhangi bir şey için bu benimdir demiyor, her şeylerini ortak kabul ediyorlardı; aralarında yoksul olan yoktu, çünkü toprak ya da ev sahibi olanlar bunları satar, sattıklarının bedelini getirip elçilerin buyruğuna verirlerdi, bu da herkese ihtiyacına göre dağıtılırdı.” (Kutsal Kitap, 2003; 1382) Yeni Ahit’te özel mülke dayanan heveslerin reddedilmiş olmasına karşın, ihtiyacı aşan servetin dağıtılması emeli, çok fazla hafifletilmiştir. Mülkün toplumsal amaçlı kullanımı özelliği daha fazla ön plana çıkartılarak, toplumsal hayata kurallarıyla doğrudan bağlantısı kurulmuştur. Nitekim, Tanrı, daha dünyanın başlangıcından itibaren dünyevi varlıklardan yararlandıkları için, herkese eşit haklar tanımış, bu sayede yaşamını korumak ve devam ettirmek niyetiyle gereksinimlerini karşılamalarını meşru görmüştür. “İyeliğin ortaklaşa kullanılmasıyla ilgili bu ilkeleri dikkatle irdelediğimizde, zengin insana büyük sorumlulukların ve yükümlülüklerin getirilmiş olduğunu, fark ederiz. Bourdaloue’nin sözlerine bakarsak; zengin adam, çevresindeki fakirlerin sıkıntılarını gidermekle ve gönüllerini de ferahlatmakla sorumludur. Massilon’a göre ise, zengin, fakire yaptığı iyilikleriyle Tanrının huzuruna çıkacaktır.” (Groethuysen 1968; 16)

Yeni Ahitteki “İsa, ona baktı ve kendisine dedi: git, nen varsa satıp fakirlere ver, gökte hazine olacaktır. İki gömleği olan hiç olmayana versin, yiyeceği olan kimse de böylece yapsın. Siz içindekilerden sadaka verin, her şey size temiz olur. Neniz varsa satın ve sadaka verin. Hazineniz nerede ise, yüreğiniz de orada olacaktır. İman edenlerin cemaati tek yürek ve tek can idi, hiç biri kendisinin olan şeyleri için bu benimdir demiyordu, her şey onlar için müşterekti. Tarlaları yahut evleri satıp, bedellerini getirerek resullerin ayakları önüne koyuyorlardı, her birine ihtiyacına göre dağıtılıyordu” (Kutsal Kitap, 2003; 1196) bu ifadeler, servetin ortaklaşa kullanılmasını zorunlu kılmaktaydı. Zenginliklerin ortaklaşa kullanılması öğretisi, Yeni Ahit ruhunun ve hristiyan geleneğinin imanlı eğilimi haline gelmiş; bu ideal, özellikle de son katolik papalar tarafından ısrarla vurgulanmıştır. Birbirleriyle çatışan ve birbirini engelleyen çıkarları, merhamet ile hayırseverlik ilkesinin yücelttiği komşuluk sevgisi duygusuna bağlanarak uzlaştırmaya çalışırken; doğal düzeni bozmamaya özellikle özen göstermiş, tam tersine bunu mükemmelleştirmeye ve hristiyan uygarlığıyla bütünleştirmeye çalışmıştır.

Servet Tanrının bir lütfu olarak kabul edildiği halde, zenginlik bu dünyaya düşkünlüğün ve Tanrıyı ihmal etmenin bir sonucu olarak görüldüğü için, günahkârlığa saplanmanın endişesi üzerinde durulmuştur. “Tanrının yarattığı merkez şeklindeki bu dünyaya baktıklarında, yaşam kavramı içinde insanın ruhani olarak Tanrıya yükselişinde, kolaylığı

sağlamak gayesinde olan katolikler, servetle ilgili öne sürülmüş diğer fikirleri kabul etmişler miydi? Dünyaya inişlerinde insanlara, Tanrıya yönelişleriyle sonu gelmeyen bir yüceliş sunulmuştur. İşte bu onurlu yükselişi sırasında, dünyevi mallar ve uğruna verilen uğraşlar, kişinin başarısızlığa uğramasında veya engellenmesinde ne ölçüde rol oynamaktadır?” (Budde 1992; 59) Şayet sahip olunan ekonomik varlıklar, merhametliliğin ve karşılıksız sevgi emelinin bir gereği olarak diğer insanların geçimini sağlamalarında ve böylelikle hayatlarını devam ettirmelerinde kullanılması durumunda; ruhun etkili olması için bedensel varlık gerekli görüldüğünden, diğer insanların da geçimlerinin sağlanması hayatlarının devamı için zorunlu olduğundan; yeterli miktarda bu mallara sahip olmayanlara verilmesi, iyiliğin bir gereği olarak yorumlanmıştır. Ancak bu yardımlaşma emeli ve geçimini sağlama galesi sınırlarında, ekonomik faaliyet meşru ve gerekli görülmüştür. Böylece servet, bir Tanrı armağanı olarak benimsenmiş, kınanması gerektiğine hükmedilmiştir.

Yeni Ahitteki, *“Yeryüzünde kendinize hazineler biriktirmeyin ki, orada güve ve pas yiyip bozar, fakat kendinize göklerde hazineler biriktirin; çünkü hazinen nerede ise, yüreğin de orada olacaktır. Hiç kimse iki efendiye birden kulluk edemez, çünkü ya birinden nefret eder ve ötekini sever, yahut da birini tutar, ötekini hor görür, siz hem Tanrıya ve hem de mammona birden kulluk edemezsiniz.”* (Kutsal Kitap, 2003; 1238) ifadelerden şu sonuçlara ulaşmak mümkündür: insanlar, göklerde kendileri için hazırlanmış hazinelere yönelmekten alıkoyacak derecede bu dünyaya meyletmemeli, dünyevi ihtirasa kapılarak cenneti unutmamalı, son derece dikkatli ve uyanık kalarak zenginliklerin aldatici ve geçici olduğunu asla aklından çıkartmamalıdır. Bu düzenin zenginliklerine ve hiç bitip tükenmek bilmeyen gailelerine kapılarak, ahret yolunda nefesi kesilenlerden ve terk edilenlerden olmamalıdır. Servet edinme uğraşısının daima Tanrıyı unutturacağı ve Tanrıya ayrılması gereken zamanın çalacağı endişesi daima hissedildiğinden; dünyevi uğraşıya dalmak veya Tanrıya yönelmekle, aslında, kişi geçici dünya ya da kalıcı ahret arasında bir tercihte bulunmaya zorlanmıştır.

Servetin kazanılması sonucunda, katolik öğretisi aşağıdaki şekilde özetlenebilir. İnsanın hayatta kalması gerekmektedir. İnsan zorunlu ihtiyaçlarını giderebildiği sürece, hayat denilen armağana da sahip olabilecektir. Eğer dünyevi mallar, insanın bu gereksinimlerini karşılayabilmekteyse, bu gibi araçların ele geçirilmesi için çaba gösterilmesi, kişinin meşru kılınmış bir görevidir. Ancak böyle bir uğraşı içinde olunurken, şu iki kuralın asla akıllardan çıkarılmaması gerekir. Birinci olarak, meşru kılınmış bir iş üzerinde olunması; ikinci olarak da, edinilen miktarın gereksinim sınırını aşmamış olması gerekmektedir. Yeğlenen ürünler içinde servetin elde edilmesinde ve bu uğurda kullanılmasında, pek bir sakınca görülmemiştir. Bu sınırlara uyulmasında bir zaaf gösterilmesini ise, Tanrı'ya karşı işlenmiş bir suç bulunduğu hükmedilmiş; Tanrı'nın adalet, dürüstlük, insaf ve merhamet kurallarına karşı gelindiği fikrine sahip olunmuştur. Gayri meşru kılınmış bir uğraşı içinde olmak veya bu olsa dahi ihtiyacı aşan ürün üretmek, Tanrı'nın kurduğu ilahi düzenini kökünden yıkacağı için, aldatici tamahkârlık ve öldürücü günahkârlık olarak görülmüştür. Ancak, herkesin gereksinimlerini karşılamak üzere mal tedarik etmek ve sunmak, bir kaç kişinin tamahkârlığına ve açgözlülüğüne meydan vermemek, meşru kılınmıştır.

İnsanların ihtiyaçlarının giderilmesi için mal üreten veya getiren bir kimse, daima, Tanrı'yı unutabilme riskini taşımıştır. *“Segneri, bir vaazında şunları demektedir: ‘Zengin adam, bizim ihtiyaçlarımızla neden ilgilenir? Seni doymak bilmez açgözlü seni, sen nerelerdesin? Daha fazla kazanç sağlamak emeliyle diyar diyar gezmekten, babamın evinden sürülmekten hiç usanmadın mı? Apeninleri kaç sefer geçtin? Alplere ne kadar çıktın? Para cüzdanında niçin kendini kaybettin? Açıklara açılan geminden in, karaya çık! Ruhunu, bir avuç altına nasıl satarsın? Tahıl ambarını doldurmaktan başka ne yaparsın sen? İnsanlar muhtaç bir haldeyken mal yığmak, malını ederinin üzerinde böylece satmak, senin hüsranın olacaktır. Oysa, insanın yolu bellidir. İyilik veya kötülük, günahkârlık veya sevap işleri açıkça*

mevdandadır. İyilik yap ve Tanrı'nın yolunda yürü! Verdiğin her sadaka, yaptığın her hayır, Tanrı yolunda sana onur kazandıracaktır." (Neuhaus. 1992; 79)

Bu konuyla olarak Thomas Aquinas ise, şunları söylemiştir : *"Eğer nihai maksat olarak Tanrı hoşnutluğunu bir kenara itmişsek, gerektiğinden çok fazla kendimizle ilgili olarak kaygılanarak mal yığmaya başlamışsak; serveti arzu etmek, böyle bir durumda kesinlikle gayri meşrudur. İşimizde vicdanımızı kaybedecek derecede dünyevi uğraşıda kaygı sahibi olmuşsak, Tanrı'nın bizden beklediği karşılıksız sevgi ve merhameti tamamıyla unutarak para hesabına dalmışsak, zorunlulukları gözetemez olmuşuz demektir. Summa Theologia II-II 55, 56"* (McInerny 1992; 17) Diğer bir deyişle, dünyevi eşyalara gösterilen düşkünlük veya parasal hesaba beslenen özen, üç şekilde gayri meşru kılınmıştır. *"Birinci olarak, dünyevi eşyaları veya iyelikleri elde etmek birinci hedefimiz haline getirmeye ve maddiyata karşı ilgi duyuyorsak; ikincisi, dünyevi serveti ele geçirmeye çabalarken, ciddi şekilde kazançlı çıkmaya azmetmişsek; bu halimiz, zorunlu bir şekilde ruhani hedefleri kaybetmemize, uğraşımızdaki esas gayemizi terk etmemize yol açacaktır. Üçüncüsü ise, eğer hesabımızı bilmezsek ya da her alış veriştikten kazançlı çıkmazsak, dünyevi iyeliğini kaybedeceğimiz kaygısına kapılarak, akıl ile kavrayışımızı bütünüyle dünyevi iş gairesine vermemizdir. Summa Theologia II-II 55, 57"* (McInerny 1992 ; 27)

Orta çağ ilahiyatçıları, sürekli bir faaliyet tarzı içinde ve sınırsız bir maddi servet arzusuyla gerçekleştirilen dünyevi uğraşmayı günahkârlık olarak kınamışlardır. "Bu gibi durumlar dışında, kendi gereksinimlerini karşılamak gayesiyle dünyevi malları elde etmek istediğinde, bir takım zenginliklere ulaşırsa, bu gayri meşru görülmemekte, övgüye değer bir hal olmaktadır. Kendi bedensel gayretiyle günlük ekmeğini çıkartan bir kimsenin geçiminden dolayı kaygıya kapılması, gereksiz görülme de, bu sınırlar içinde kalınmasında ısrar edilmektedir. Hiç kimsenin kazanç tamahkârlığını göstererek, daha çok iyelik elde etme gayretine girmesine, asla iyi gözle bakılmamaktadır. Şu halde meşru kılınmış sınırları içindeki çalışma ve elde etme gayreti haklı bulunarak özendirilmiştir. Her şeye rağmen, genel olarak bağlanılan koşul, ihtiyaçların giderilmesi hali olduğunda, bu sınırlar içinde kalan her çaba ve elde edilen her para meşru görülmüştür. Oysa bu eğilimin tam tersi bir şekilde, eğer bir kimse ihtiyaçlarını karşıladığı halde çalışmasına hala devam eder, benliğinde kazanç duygusunu hissederse; daha yüksek bir toplumsal konuma sıçrama yaparak veya çocuklarına daha iyi bir gelecek hazırlamak emeliyle de olsa yeni iyelikleri elde etme peşinde koşarsa; tamahkârlık, günahkârlık, kösnülük ve kibirlilik hastalığına yönelmiş olur ki, bunların her biri, zorunlu şekilde kişiyi kınamaya götürür.

Orta çağ ilahiyatından kalma bu katı engellemeler, ilkelerini daha ılımlı bir hale getirmek isteyen XI. Pius tarafından kaldırılmak istenmiştir. *"Üretme gayreti içinde olan insanların, kendi talihlerini değiştirecek iyelik sahibi olmalarına asla karşı çıkmamalı, bu nimetleri de yasaklanmamalıdır. İyeliklerinde artışla sonuçlanmış olsa dahi, dünyevi uğraşısı meşru kılınmalı, daha çok çalışmaları yasaklanmamalıdır. Gerçekten de, komşuya hizmet etmek isterken, bir kimsenin adil davrandığı halde zenginliğe kavuşması ve toplumsal serveti içinde kendi payını bu suretle arttırmış olması, asla kınanmamalıdır."* (Blaug M. 1991; 69) Ruha huzur veren sürekli gayretlilik ve çalışkanlık sonucunda ulaşılan zenginlik dahi, merhametten ve adaletten kopulmadığı sürece meşru kılınmak istenmiştir. *"XI.Pius, yazılarının daha sonraki kısımlarında, merhamet ve adalet sınırlarında arttırılan servet birikiminin meşruiyetine, 'daima Tanrı'nın yasalarını gözetmesi, Tanrı'nın iradesine bağlanması, alış verişte bulunduğu diğer insanların haklarını koruması koşullarında, imanı ve sağlam aklıyla uyumlu şekilde iyeliğini kullanması ve arttırmasında bir sakınca bulunmamaktadır', sözüyle karar vermiştir. İtalyan Segneri, bir kişi sosyal derecelendirmede kendi sosyal konumunu değiştirmede müddetçe ilerlemesine izin verilmesi gerektiğini; bir köylünün kentli, bir kentlinin silâhşor ve bir silahşörün de yönetici haline gelmesine olanak*

tanınmaması üzerinde durmuş, bu türden değişikliklere karşı hep güvensizlik beslemiştir. Bu konuyla ilgili papalığın düşüncesi, Siena'nın yorumundan ziyade Thomas'ın biçimsel ifadesi lehine olmuştur; yani bir kimsenin kişisel teşebbüsüyle komşularından kazanç sağlayarak daha fazla zengin olmayı yeğlemesinin, günün birinde zengin olurum endişesiyle aylak kalmasından daha hayırlı olduğu açıkça savunulmuştur.” (Neuhaus. 1992; 82)

Adaletli ve merhametli ekonomik çalışması sonucunda kişinin servetini arttırmasına pek karşı çıkılmamışsa da; geleceği emin kılmak endişesiyle iyelik biriktirme emeli, yine günahkârlık ve tamahkârlık olarak yorumlanmıştır. Bu açıklamalardan, herkesten beklenen adalet ve merhamet ilkelerine uyulduğu sürece, daha genişletilen sürekli bir dünyevi uğraşı içinde olmanın, gelecekteki gereksinimlerin de karşılanması bakımından haklı ve gerekli bulunmuş olduğu, sonucu çıkarılabilir. “*Oysa 'yarın için asla kaygı çekmeyin' emri, burada büyük bir soruyu gündeme getirmektedir. İnsanlar gelecekteki gereksinimlerini göz önünde bulundurarak, sürekli bir etkinlik içinde olması, bu gün için olduğu kadar geleceği için de çalışması, mutlaka kınanması gereken bir hal midir? Akıl ve sağgörü erdemi içinde kalmaya gayret eden Thomas, bu soruya, 'akıl, dikkate aldığı her şeyin, bir bütün olarak hayatı yönlendiren birer hedef haline gelmesini sağlar. Bunların istekleri, dünyevi varlıkları nihai hedef haline getirirse, işte bu, bir günahkârlıktır', şeklinde yanıt vermektedir. Diğer taraftan kutsal kitapta, 'yarın için kaygılanmayın' ifadesinin yanında; dikkate alınan önemli bölümlerden biri olan Süleyman'ın Mesellerinde, 'Ey tembel, karıncaya git, onun yollarına bak da hikmetli ol' sözü olmaktadır. Hiç bir rehberi ve hiç bir efendisi olmaksızın, hiç bir sürücüsü ve arabası bulunmaksızın; karıncalar, yokluk zamanlarında yiyeceği ömrünün bereketli günlerinde biriktirmektedir. İlahiyat doktorları, karınca öğüdünü verirken dahi İncillerdeki 'geleceğiniz için kaygı duymayın' yargısıyla uyum içinde kalmaya özellikle gayret sarf ediyorlardı. Tanrı, 'kaygılanmayın' demiş olmakla, yarının gereksinimlerini düşünerek, hep bunun hazırlığı içinde kalarak Tanrı'nın ihmal edilmemesini istemekteydi. İncillerin ruhu, kesin ve doğru bir şekilde yorumlanacak olursa, 'kişi, kendi geleceğiyle belli sınırlar içinde ve doğru zamanda ilgilenmelidir' kanaatine varılabilir.” (Blaug 1991; 83)*

Diğer taraftan, arıların halinin gözlenmesi nasihat edilmekte, yardımseverlik içinde zamanın nasıl değerlendirildiği ve benzeri şekilde davranılması önerilerek dayanışma ruhunun güçlendirilmek istendiği, hemen fark edilmektedir. Bundan dolayı, ilahiyatçılar arasından, bir insanın, sonunda kazancı da bulacağı çalışmasında, yalnızca bu günün gereksinimlerini dikkate almaması, ne getireceği bilinmeyen yarını için de hazırlıklı olması gerektiği fikrine sahip olanlar da çıkmıştır. “*Gereksinimlerini karşılamak zorunda bırakılan insanın, geleceğe karşı hep hazırlıklı olması hali, Thomas tarafından, basiretlik olarak övülerek, yine de akla uygun sınırlar içinde tutulması öngörülmüştür. Kısacası, kazanç için en küçük bir kaygı ya da tutku bile beslemeksizin, tamahkârlığa ve merhametsizliğe çıkan bütün kapıları daima kapalı tutarak, pencerelerden gelebilecek servete de karşı çıkılmaması nasihatinde bulunulmuştur. Öyleyse, kendiliğinden gerçekleşen kazanç sonucu içinde çalışma meşru kılınmışken; kazanç gailisiyle hesaba düşkünlük ve tamahkârlık, bencillik güdüsünün doyumunu olarak görülmüştür. Geleceğin ihtiyaçlarının karşılanması maskesi altında, malın pazara sürülmeyip saklanmasına, talep artışıyla birlikte yığılan malların değerlenmesine, asla müsamaha edilmemiştir. Özellikle de, daha iyi bir toplumsal konum elde etmek uğruna, aşırı derecede çalışılması, Thomist toplumsal ahlak tarafından asla hoşgörülle karşılanmamış; herkesin dünyaya gelişiyle birlikte bulunduğu toplumsal statü içinde kalınmasının gerekliliğine inanılmaktadır. Toplumsal statünün değişmezliğini öngören Thomizmin hoşgörüsüzlüğü ve sertliği Gaetano'nun yorumlarıyla yumuşatılmıştır. Tanrı tarafından bahşedilen olağanüstü yeteneklerini ve becerilerini içinde kullanabilen bir kimsenin, tamahkârlık ruhuna sahip olmasa ve kazanç emelini taşımasa dahi, servet artışı sonucuyla karşılaşmış olması, meşru*

görülmüş, bireyin gayretiyle karşılaştığı bu sonuçlara uygun şekilde bir statü elde edilmesi hoş görülmüştür.” (Blaug 1991; 89)

Tamahkârlık göstermeden ve kazanç gailisi taşımadan yarının düşünülerek yeltenilen işler hoş karşılanmış, kendiliğinden gelen servet artışları da meşru görülmüştür. “*Kişinin kendi geleceği hakkında kaygıya kapılarak tasarrufta bulunması ne ölçüde meşru görülmüştür, sorusu gündeme gelmişse de, bunun yanıtını daha sonra vereceğiz. Bir an için, öngörülen sınırlar içinde kalan ve asla tamahkârlık güdüsünü uyandırarak tatmin etmeyen, dürüst ve çalışkan bir kimsenin, hiç de arzu etmediği halde, işinden kazançlı çıktığını ve iyelik artışında bulunduğunu varsayalım. Kendi gereksinimlerini karşılamak emeliyle çalışan bir kimsenin, yeterli bir düzeyde kazanç sağlayabilmesi eyleminde, kazanç yine hedef değil bir araç durumundadır. Kazanç kelimesi en geniş anlamıyla dikkate alınacak olunursa, gerçekten de, diğer insanların hallerinin ne olduğu asla bir önem içermez, merhamet kazanca tesir edemez. İnsanın bir tesadüf eseri sahipsiz defneyi bulması ya da vasiyetle kendisine yüklü bir iyeliğin kalması gibi istisnai ve hiç beklenmeyen bir servete sahip olması gibi; işindeki kazancı da, tasarlanmış ve bir hesap sonucu değil de, rastlantısal bir umursamazlık içinde gerçekleşmelidir. Çalışan insanlar, bu tesadüfi kazanç umursamazlığı içinde işlerini yolunda kılan Tanrı’ya şükretmekle yükümlü kılınmışlardır. Paul’ün uyardığı gibi, ‘Tanrı’nın iradesi şudur, iş etkinliğinde bulunurken kardeşine tecavüz ve gaddarlık etmemesidir’. Orta çağ katolikliğinin kazanca ve dünyevi etkinliğe yönelik ilkeleri, ticarete karşı beslediği nefret ve tikslenme hislerine dayalıdır. Bu ilkelerinden bir kısmını hala korumakta, bir kısmını ise tamamıyla terk etmiş gözükmektedir.” (Neuhaus. 1992; 81).*

Üretimle ilgili çok daha fazla kesin ve doğru bilgiye sahip olduğu halde, tacir hakkında derin kuşku beslenmekte ve çok uzunca bir zaman borçlunun sırtından geçinen bir parazit olarak değerlendirilmektedir. “*Günümüzde bile tamamıyla ortadan kalkmamış olan hayati tehlike içinde bulunan tacirin, bir başkasının ürününü alıp satarak da olsa yürüttüğü faaliyeti sırasında tehlikelerle yüz yüze geldiği; skolastiklerce olduğu kadar, modern yazarlarının bazıları tarafından da benimsenilen bir görüştür. Ticari ilişkiler tarafından tehdit edilen saf ve iman dolu tutumlarını, katoliklikle, ancak, kurtuluş hizmetini engelleyen doğal işlevlerdeki yararlılığı reddederek korunabileceği duygusuna kapılmıştır. Kurtuluş uğruna çaba göstermek bir insanın temel ilgisi haline gelmeli, ezeli mutluluk düşüyle merhametli davranmak yerine hesaba düşkün bir pintilik içinde verdiği karşılığını alma eğiliminden nefret edilmekte, insanlığın bundan bir yarar sağlayamayacağı kanaati edinilerek terk edilmesi istenmektedir. Orta çağın ticarete ve hesapçılığa karşı beslediği nefret dolu önyargıları, verimsizlik temeline dayandığı gerekçesiyle, günümüze gelinceye kadar, çoktan bir yok olma sürecine girmiştir. Halbuki, servet kazanmanın bir aracı haline getirilen ticarete yeltenmek hayatın kurallarını oluşturan bir kavram olarak kalıcı işlevini devam ettirmiş; yegane nihai hedef olarak kabul edilen ruhani iyiliğe ulaşılmasında önemli araçlarından biri olarak görülmeye başlanmıştır.” (Niebuhr 1975; 104)*

Başkasının ürününden menfaat sağlamak olarak gördükleri ticareti hakir gören katolikler, ticari kazancı, tüccarın emeğinin karşılığı ücret olarak görmüş ve bu seviyesiyle sınırlandırmıştır. Bu maksatla, adil fiyat ve bu öğretiye dayalı olarak faiz yasağını getirmişler, gelecek kaygısıyla tasarrufta bulunmayı ve mal yığımayı dahi hor görmüşlerdir. “*Katolik yazarlar, ticari işlerde adil fiyata uyulmasını şart koşmuşlar, ürünlerin birini diğeriyle karıştırılmasını kesin olarak yasaklamışlar, yanlış tartıyı ve kutsal günlerde çalışmayı men etmişlerdir. Sözü edilen bu buyrukları, mal veya hizmetlerin değişimiyle ilgilenen herkese geçerli kalmışlar; aynı ilkeleri, işverenlerin çalışma koşullarını belirlerken ve ücretlerini ayarlarken gözetmelerini istemişlerdir. Bu durumda, adil fiyat temeli adil ücret uygulamasını da beraberinde getirmiş, değiş tokuşta eşitlik adaletin temeli olarak uygulanmıştır. Alışverişlerde eşitliğe dayanan adaletin bu uygulaması içinde, ekonomik hayatı ilgilendiren en*

ayrıntılı konularda dahi, ahlakın bu en yüksek denetimi kurulmaya çalışılmıştır. Eşitliğe dayanan adalet anlayışından türetilen böyle bir ahlaki ilkenin, her sahada ve her ilişkide geçerli kılınmak istenmesi, katolik öğretinin büyük bir önem içeren bir başka ekonomik sorun olarak faizle, bu bakış açısına göre ilgilenilmesine yol açmıştır. Bu konuyla ilgili olarak katolik yazarlar, kendilerini haklı çıkaran temel ifadelerle İncillerdeki o çok iyi bilinen deyimlerle ulaşmakta; Yunan felsefesinden aldıkları paranın verimsizliği ve değersizliği düşünceleriyle faiz karşıtı eğilimlerini pekiştirmişlerdir.” (Bebb 1980; 48) Verilen borca mukabil faiz alınmasını, borç miktarını arttırdığı bir yana, tamahkârlık ruhunu galeyana getirdiği ve kardeşlik ilişkilerini yok ettiği gerekçesiyle gayri meşru kılmışlardır.

Faizin, kardeşlik ilişkilerinde merhametten ve sevgiden eser bırakmamış olsa da, borç verdiği tüm parasını kaybetme tehlikesi ile yüz yüze gelen alacaklının, tazmin ettirme hakkının bulunduğunu kabul etmişlerdir. Adil fiyat temeline dayanan, ücret ve fiyatları olduğu kadar borcu verilen tutar ile sabit kılan bu öğreti, hiç bir değişikliğe uğratılmaksızın uygulanmak istenmiş; on sekizinci asra gelinceye kadar ahlak uzmanlarının neredeyse tamamı tarafından, ideal uygulama olarak benimsenmiştir. “Bütün insan ilişkilerinde ahlaklılığı garanti altına almak isteyen kimseler, özellikle de alış veriş ve borçlanma hakkında merhameti ve kardeşlik duygusunu hakim kılmak istediklerinden, yalnızca kişiler arasında geçen basit borçlanmalarda değil, fakat şirketler arası bağlantılarda da ekonomik hayatın zorunluluklarını bu temele göre bir düzen altına almayı gaye edinmişlerdir. Böylece, borçlunun ve alacaklının haklarını güvence altına almakta buldukları çözüm, ahlaki ve ekonomik olduğu ölçüde rasyonelliğe de dayanmaktaydı. Sorunun çözümünde giderek daha fazla rasyonelliğe öncelik tanımaları, ekonomikliliği özendirmiştir. Borçlanılan paradan kazanç sağlama olasılığın, çok küçük de olsa, başlangıçta dikkate alınmış olunması; sağlanan kazanç artışının, alacaklıya pay verilmesinin de, adaletin bir gereği olarak görülmesi; katolik ruhun, ekonomiden ahlaki sorunlara gelinceye kadar her konuya hakim olmak istediğini açıkça göstermektedir. Yukarda sözü edilen merhamet ile kardeşliğin ilkelerini servetin edinilmesi ve kullanılması tarzında da geçerli kılınmak istenirse; diğer insanlar için iyi olan ve hakkını koruyan her şey adildir ve uygundur, sonucuna varmak mümkündür. İnsan daima ımlı ve şefkatli kalmalı; sahip olduklarını kullanırken, asla, aşırılığa ve tamahkârlığa kapılmamalıdır.” (Knight 1947; 112) Şimdiki durumunu karşılamak için davrandığı gibi, gelecekteki gereksinimlerini de önceden tahmin edebilmeli, kendisine dayanan kimselerin ihtiyaçlarının giderilmesinin gerekliliğine inanmalıdır. Dürüst çalışma sonucunda kendiliğinden ortaya çıkan servet artışı, ancak komşusunun ihtiyaçlarının giderilmesi maksadında kullanılması koşuluyla, hoş karşılanabilir.

Uğraşı sonunda edinilen kazanç veya arttırılan servet, ancak komşu hakkının gözetilmesi koşuluyla hoş karşılandığı için; mal yığarak insanları bundan yoksun kılmak, para biriktirerek tamahkârlıkta bulunmak, kınanılan haller arasında yer almıştır. Fazla servetin kesinlikle fakirlerin gereksinimlerinin karşılanmasına adanması gerekmektedir. Bu nedenle, kişinin, gelecek kaygısıyla kendisi için tedarikte bulunması, yani ürün stok etmesi ahlak dışı olarak görüldüğü gibi; parasını muhtaçlardan sakınması ve biriktirmesi de, kınanılan haller arasında yer almıştır. “Bu yönüyle katolik öğretisi, çok farklı bir tutum takınmıştır. Kişinin biriktirmek amacıyla çalışması dahi, ahlak ve yasa dışı görülmüştür. Fakat, kendisinin olduğu kadar komşularının da gelecekteki gereksinimlerinin karşılanması kaygısına kapılarak, edindiği kazancını yalnızca işini genişletmede kullanılması, kendi konumunu olduğu kadar komşularının ve ülkesinin geleceğini daha iyi kılması meşru görülmüştür. Kârın sermayeye katılması ve ihtiyaçların herkesi kapsayarak daha üst bir seviyede karşılanması; katolik öğretinin eski ve yeni çözümlenmeleri içinde, ilahiyat doktorları ve papalık makamının danışmanları tarafından uygun ve gerekli görülmüştür. Özet olarak, tasarruf konusunda bile, adaletin eşitliğe dayandığı ilkesi uygulanmak istenmiş, paranın kişisel ihtirasla elde etme

tutkusuna karşı çıkılmış, malların olduğu kadar paranın da toplumsal maksatla kullanılması özendirilmiştir.” (O’Brien 1967; 53) Bütün maddi ve bedensel işlere ruhaniliğin hakim olması şart koşulduğundan, kişinin iyeliğini kendi çıkarına göre kullanmasına ve cimrilik ederek parasını kendisine saklamasına karşı çıkılmış; aşırıktan kaçınılması istenilen ılımlılığın, kendisi için para veya mal yığılma adılığı gözler önüne serilerek, pıntilikle asla bağdaşmadığı vurgulanmak istenmiştir. Savurganlığın içerdiği kibirlilik kadar, tamahkârlığın neden olduğu pıntiliğe de karşı çıkılmıştır. Ekonomik her gayretinde, kişi üretken servet artışının sağlanmasını arzulaması, işini genişletme kaygısını taşıması hoş görülmüştür.

Katolik öğretisinde kazanca ve dünyevi uğraşıya bu denli olumsuz ve yasaklayıcı bir tutum geliştirilmişken, adil fiyat temelinde faize ve mal biriktirmeye karşı bu kadar katı önlemler alınmışken; toplanılan aidatlarla giderek paranın aktığı bir kaynak haline gelen papalığın, sermaye birikimine özendirici ve himaye edici politikalarına da rastlanılmıştır. *“Bütün bu sonuçları kim katoliklikle bağlantılı kılabilir? Papalığın Tolfa’daki şap madenlerini bizzat işletmesi bir yana, madencilik sanayinin kapitalist gelişmeyi uyaracak etkinlikte olması dolayısıyla; ussal ekonomik faaliyete doğrudan bir katkı sundukları, kabul edilebilir mi? Ayrıca, papalığın orta çağda yabancıları himaye edici yaklaşımı dolayısıyla, uluslar arası düzeyde kapitalizme olanak sağladığı görüşü haklılık kazanabilir mi? Yine, papalığın, tefecilik işinde bulunmaksızın kamu harcamalarına izin vermiş olmasıyla, finans kapitalizminin yükselmesinin önündeki engelleri yok ettiği düşünülebilir mi? Borçlanma hakkını daraltıcı olmak yerine, tıpkı şirketlerin yaptıkları gibi, borçlanma sözleşmelerinin bağitlanması yoluyla, paranın gününde ödenmemesi, tümüyle yok olma tehlikesiyle karşılaşılması veya daha yüksek kazanç doğurması gibi nedenler yüzünden haksızlığa uğramalarının önlenmesi sağlandığından; katolikliğin, tröst ve finansal kaynakların birleşip kaynaşmasına bir yol hazırlamış olduğu, öne sürülebilir? Üstelik, katoliklik, pazarın geniş bir kapsamda birleştirilmesine ve neredeyse on altıncı yüzyıla gelinceye kadar inanç birliğine kavuşmuş olmasıyla; orta çağlar boyunca kutsal Roma İmparatorluğunun batıdaki yeniden doğuşuna katkı sunarak siyasal birliğin yeniden oluşmasını sağlamasıyla; haçlı seferleri zamanında, Akdeniz birliğinin gerçekleştirilmesi emeliyle, kaybedilen Avrupa gücünün yeniden elde edilmesini mümkün kılmasıyla; modern çağlardaki misyonerlik faaliyetleri sırasında da, koloni politikasını artan bu gelişme sürecini hazırlamasıyla; papalığın, kapitalist eğilimi oluşturduğu ve güçlü kıldığı, açıklıkla söylenebilir. Bu irdelememiz sırasında, günün birinde her biri birer banker haline gelecek olan, pazarda iş yapmaya hevesli kimseleri; manastır rahiplerinin ile kent piskoposlarının orta çağın manastırlarında ve kentlerinde himaye ettikleri de, asla unutulmaması gerekir.”* (Bebb 1980; 68)

Evrensel kilise birliği yapılanmasıyla, bütün Avrupa ülkelerinden toplanılan parasal kaynakları büyük tefecilerin kullanmasına sunarak düzenli faiz geliri (annuity) elde etmesiyle, halkın arasından seçtiği tahsildarlarıyla bir finans kesiminin oluşmasına yol açmasıyla ussal ekonomik etkinliğe olumlu bir ortam hazırladığı pek yadsınılamaz. Papalık uygulamalarının; konu, teknik iyeliklere geldiğinde, son derece olumsuz bir tutum sergiledikleri, dikkatlerden kaçmamaktadır. *“Orta çağlar boyunca, kamu kurumlarının ekonomik hayatı doğrudan müdahale etmesinin desteklenmesi nedeniyle, bireysel etkinlik tam bir denetim altına alınmış, bir bütün olarak toplumun çıkarları daima gözetilmiştir. Orta çağlardan kalma lonca sisteminin çalışma hayatı üzerindeki kesin hakimiyeti boyunca, katolikler kilisenin vaazlarından başka bir ses işitmemişler, ekonomik hayattaki ilerleyici gelişmeleri asla meşru bulmamışlardır. Makinalaşma ve teknik ilerleme yoluyla edinilebilecek ürün artışından vazgeçme pahasına yeniliklere karşı çıkılmış olduğundan, katolik toplum anlayışının, günümüz uygarlığının eğilimiyle hiç bir şekilde uyuşmamış olduğu, açıklıkla söylenebilir. Her hususta bütün değerlerin neden olduğu tutumsal içerik kazandığında, katolikliğin kesinlikle kapitalizme karşı olduğu, araçlarıyla ve hedefleriyle kapitalist gidişati*

asla onaylamadığı, sonuçlarına ulaşılır. Katoliklik önceki gibi katolik olarak kaldığı sürece, içinde bulunduğumuz bir tarzdaki toplumu kabul etmeye pek yanaşmamaktadır. Bu nedenle, kapitalizm ile katoliklik arasındaki zıtlığın nereden kaynaklandığını, topluma hakim olan diğer sembollerle nasıl çeliştiğini, anlamak zor olmayacaktır. Burada bir tek şeyi yinelemekle yetineceğiz. Katolik yaşam felsefesi, papalığın bazı uygulamalarının kapitalist gelişmeye katkı sunduğu bir gerçekse de, hemen her yönüyle kapitalist oluşumla tam bir çelişki içindedir. Groethuysen, kapitalist gelişmenin doğasıyla ilgili, katoliklerin kendi aralarında yoğun bir münakaşa içinde olduklarını bildirmektedir. Katoliklerin büyük bir kısmının, kapitalizmin zaferiyle asla ilgili olmadıklarını, düşünmektedir.” (Niebuhr 1975; 132).

3. Protestan Meslek Ahlakı

Avrupa'nın kültürel ve sosyal hayatıyla ilgili olarak yapılan tarihsel araştırmalar, kapitalist faaliyet tarzının, protestanlığın yükselişinden en azından bir asır öncesinden yaygınlaşmış olduğu sonucuna götürmektedir. “Her şeyden önce protestanlığın, daha önceden var olduğu kesinleşmiş bir fenomeni ortaya çıkarttığını dikkate almamak gerekir. Yine de kapitalizmin protestanlıktan teşvik gördüğü veya engellendiği şeklindeki fikirlere rastlamak olanaklıdır. Sözü edilen bir teşvikler veya engellemeler, protestan hareketinin yükselmeye başladığı sırada ortaya çıkan olaylardan veya protestan ideolojisini ifade eden öğretilerinden kaynaklanmaktadır. Reform çok kapsamlı sonuçlar doğuran pek çok olguya yol açmış, bunlar arasında en azından kapitalist ilerlemeyi desteklemiş olduğu söylenebilir. İtalya ya da İspanya gibi ülkelerde, düşüncede devrim yaratan sonuçlarını hissetmekle neticelenmiş olsa dahi, yeni öğretinin yayılmasını önleyici engelleri yükseltmiş olması gayet doğaldır. Protestanlığın kendi kendisini oluşturabildiği ölçüde, özellikle de önceki koşullar, ekonomik yaşamın kapitalist tarzda yayılmasına şans getirmiştir. Kölelik karşıtı hareket ile din savaşlarının neden olduğu ekonomik etkilerini bir kenara bırakacak olursak, dinsel devrimin, ilk olarak devletin sahiplenerek yararlandığı evrensel sonuçları ortaya çıkartmış olduğunu söyleyebiliriz.” (Neuhaus. 1992; 102)

Hiç bir Avrupa ülkesinde katolik İngiltere’de olduğundan daha hızlı bir şekilde, başlangıçta dinde ayrılık yaratıcı bir içerikte ve kralın çabalarıyla gerçekleşen Roma’ya karşı bir isyan hareketi ortaya çıkmış değildir. “Diğer ülkelerden çok daha mükemmel bir şekilde, İngiltere’de devrimci değişiklikler, kilise mülkiyetinin kamulaştırılmasına yol açan bir hizipçilikle sonuçlanmış, toprakların satışıyla baş gösteren spekülasyon hareketleri sınıf yapılarını tamamıyla değiştirmiş, alt zümrelerin toplumda daha yukarılara geçme olanağı ortaya çıkmış, yeni bir zenginler hakimiyeti beraberinde yeni toprak sahiplerini ve yeni idarecileri oluşturmuştur. Kilise mülkiyetinin kamulaştırılmasının tesirleri hakkında yapılan araştırmalarda, keşişlerden edinilen ve kömür çıkarılmasıyla ilgili eskimiş ve işe yaramaz yöntemlerini, uzmanlığa dayanmayan üretim biçimlerini bir anda terk ederek, yenilikleri uygulamaya koyulan iş adamlarının çabalarına tanık olmaktadır. Bu insanlar sayesinde kömür sanayi önemli gelişmelere sahne olmuştur. Almanya ve daha sonra da İskandinavya’da da bu türde kamulaştırmalar olmuştur. Fakat bunlardan hiç birinde, İngiltere’de yol açtığı sonuçlara rastlanılmamıştır. Bunun belki de en önemli nedeni, İngiltere’de çok farklı siyasal ve ekonomik ortamın bulunması; özellikle de Almanya’da yıkıcı süreçlerin pek işleyememesidir.” (Brown 1979; 61)

Kapitalist gelişme, reform hareketinin neden olduğu göç akımlarından da çok olumlu bir şekilde etkilenmiştir. “Mezhep çatışmalarına sahne olan Avrupa’da müritlerin zulme uğramaktan kaçarak neden oldukları göçler sayesinde protestanlığın, kapitalist gelişmeye ve yayılmaya neden olduğu, çeşitli araştırmacılar tarafından dile getirilmektedir. Bu görüşü kanıtlamak için, Flaman reformistlerin ve Huguenotların İngiltere’ye giderek dokümacılık sanayinde çığır açtıkları; Locarno ve Bergamo’dan sürülen dindarların Zürih ve Bale’de

tekstil sanayinin yeni şubelerini kurdukları öne sürülmektedir. Voltaire'e göre, Almanya'da kentli halkın arasına katılan Huguenotlar, kumaş ve şapka sanayine öncülük etmişler, Brandenburg'da dikkat çekici ekonomik başarılarla ulaşmışlardır. Diğer yazarlar ise, tutumluluk ruhu ve yorulmak nedir bilmez sıkı çalışmalarlarıyla protestanların, nasıl, süratle sermaye birikiminin oluşmasına katkıda bulunduğunu, ekonomik yaşamın yayılmasına nasıl teşvik ettiğini anlatmışlardır. Bu gerçekler tamamıyla doğru olsa bile, hiç bir şekilde, bu toplumsal grupların içinde buldukları dinleriyle bağlantılı kılınmaz. Yine de, özellikle dinlerin öngördükleri yaşam felsefesi, ülkesinden çıkarılmış bu insanlara çalışmayı ve tutumlu olmayı, dürüst ve daima kendine hakim davranmayı emretmiş olsa da; bu gibi erdemlere, yeni ülkelere göç etmiş yabancı grupların hepsinde rastlanmıştır. Kendi köklerinden ve mazilerinden kopup gelmiş bu insanların, ancak, bu erdemler sayesinde toplumda ayakta kalabileceklerini ve bir konum elde edebileceklerini fark etmeleri, bu uğurda dinin bu yönünü öne çıkartmaları, hiç de tesadüfi değildir. Konuya bu açıdan bakıldığında, bir din olarak protestanlığın kapitalizmin gelişmesine öyle pek fazla etki yapmış olduğu asla söylenemez. Diğer taraftan, göçler yoluyla protestanlığın yayılması, etnik temelde olduğu kadar, dinsel sahada da devletin dayandığı birlik zemini harap etmiş, restorasyon eğilimini olanaksız kılmıştır. Protestanlık, kaçınılmaz bir şekilde, devletleri vicdan özgürlüğünün sağlanması sorunuyla yüz yüze getirmiştir." (Aho 2005; 51)

Kapitalist ruhun, protestanlık yoluyla teşvik ve himaye gördüğü öne sürülse dahi, bunun bir nedensel bağı olmadığı ve reformistler tarafından da pek farkına varılmadan gerçekleştiği sonucuna varılmıştır. "Çeşitli mezheplere bağlı ilahiyatçıların ve ahlakçıların yazdıklarından, kapitalizmin görünümüne karşı olduğunu, kazanç maksatlı bu faaliyet tarzını mammonun işi olarak gördüklerini kanıtlayan pek çok bulguya rastlayabiliriz. Yine de protestanlık ile kapitalizm arasında bir bağ kuranlar bulunmaktadır. Eğer bu önsezi bir gerçekse, protestanlık, geleneksel dinsel tutumun çözülmesini sağlamış, dinsel yargılardan siyasal ve ekonomik konuların irdelenmesine geçiş yapılmasını kolaylaştırmış olsa bile, bunu, her hangi bir tasarımda bulunmaksızın ve pek çok reformistin maksadına aykırı olarak gerçekleştirmiştir. Max Weber'in yazdıklarına şöyle bir bakılacak olunursa, reformun Batı uygarlığına büyük etkilerde bulunduğu kanısı hemen edinilir. Oysa ekonomik konularda son derece tutucu olan Luther'in ticaret ve tefecilikle ilgili eski görüşleri; faizcilikten iğrenilmesine, ticari kazancı parazitlik olarak görmesine dayanmaktadır. J. Calvin'in kendisi bile, Thomas'ı anımsatan ticarete gözettiği toplumsal haklılık görüşleriyle, Venedik ve Antwerp'in ekonomik yapısına şiddetli ve insafsızca saldırılarda bulunmuş; bu kentleri, katolik mammonluğun merkezleri olarak lanetlemiştir. Skolastiklerden biraz az derecede de olsa, aynı anti-kapitalist eğilim ile kanaatlere sahip olmuş, komşunun harcamasından kazanç sağlanmasını yasa ve din dışı görerek şiddetle kınamış, servet yığılmasını ise tamahkârlığın neden olduğu bir ahlak dışılık olarak yadsımıştır. Tefecilikle ilgili olarak J. Calvin, katolik karşıtı bir tutum sergilemiş; on altıncı ve on yedinci asırlar boyunca, Huguenot ve Hollanda'daki reformistlere ait kurullar tarafından yayınlanan bildirimlerde, sürekli olarak tefecilik yasağı vurgusuyla karşılaşılmıştır. Borçlarda verdiği miktardan fazlasını almaya zorlayan bütün faizcilik işlemlerini, Tanrı'nın hizmetine ayrılmış zamanı ve enerjiyi çalmakla bir görerek, ahlaki bakımdan kınamıştır. Bir başkasına ait olan bir şeyi, hiç de hak etmeksizin çalışmasını haksızlığın ve çılgınlığın bir kaynağı olarak görerek, kazanç güdüsüyle gerçekleşen her eylemi sapkınlık şeklinde değerlendirmiştir. Anglikan kilisesindeki ilahiyatçıların mülkiyetle ilgili bütün görüşleri skolastik öğretilerden kaynaklanmıştır. İngiliz reformistlerin ve hizipçilerinin ekonomiyle ilgili ahlaki ilkeleri, en karakteristik biçimiyle, katolik görüşle çok sıkı bir biçimde uyumuş bir haldedir. Çoğu kereler katolikliği de aşan geriye dönük bir eğilim göstermektedir." (Brown 1979; 93)

Amerikan protestan mezheplerinin sanayi kapitalizme sınır getirici uygulamalar peşinde oldukları, yapılan araştırmalarla kanıtlanmış durumdadır. “İki mezhep içinde, Quaker ile Wesleyanlar arasında ekonomik yaşamın yaygınlık göstermesine hiç de taraftar olmayan, şiddetli bir tutum sergileyenlere rastlanılmaktadır. Bildirilen bu buyruklar içinde kapitalizmin ortaya çıkmasını kolaylaştırıcı yönde etkide bulunanları da, oldukça dikkat çekicidir. Quakerler, üyelerinin ekonomik etkinliklerine ait ayrıntıları çok titiz bir şekilde düzenlemekte, gerçeğin sıkı sıkıya gözlenmesini sağlamakta, çalışkanlık kadar dakikliğe, tutumluluk kadar dürüstlüğe büyük önem vermektedir. Üyelerine ekonomik konularda tavsiyelerde bulunmakta ve işlerinde başarılı olmalarını kolaylaştırıcı finansal yardımlar etmektedirler. Bu gibi eğilimler içinde olmanın bir nedeninin de, yeni arkadaşlıklar edinmek, insan ilişkileri içinde iyi bir tutum geliştirmek, henüz emekleme aşamasındaki mezheplerine yeni ufuklar açmak isteğiyle ilgili olduğu sayılabilir. Bu yorum tarzını bir kere kabul ettikten sonra, daha ilk yıllarında Quakerlerin içinde buldukları koşullar tarafından yönlendirildiğinin farkına varılabilir. İş etkinliğinde iyi bir tutum geliştirmenin Tanrı’ya karşı üstlenilen görevlerin bir gereği olmasından çok, bir savunma aracı olarak değerlendirilmektedir. Arkadaşlar, belki de yeni üyeler edinebilmek maksadıyla, kesin bir şekilde ve azami derecede doğruluk içinde olmuşlardır. Cemaati büyütme galesiyle, mezhebin diğer güdülleri desteklemiş olması da mümkündür. Aşırılığı da beraberinde getiren bu türden eğilimler, tamamıyla dinsel bakış açısından özümsemiğinden, iflas edenlerin mezhepten atılmasına kadar varan yaptırımlarını da beraberinde getirmiş olabilir. Konuya bir bütün olarak bakacak olursak, Quakerler arasında da kapitalist tarzın benimsenerek yaygınlaşmasına katkıda bulunan böyle bir tutum, hiç kuşkusuz geliştirilmişti.” (Niebuhr 1975; 173)

Ekonomik erdemler hakkında verilen bu vaazlardan, Tanrı şanını sergilemenin yegane yolu olarak mesleki etkinlik ve başarı ön plana çıkarılmıştır. Üstelik bu vaazlar sırasında, dünyaya iyi gözle bakmaya yönlendirilmiş olduklarından, aşırı ekonomik yasalar altında çalışmalarını dıştan kurulacak baskılara bağımlı kılınmak yerine; başarı, dürüstlük ve dakiklik gibi rasyonelliğin içsel ölçütüne uyum sağlanılmasını doğrulamışlardır. “Quakerlerin ahlaki üyelerinin, ekonomik etkinliğin yayılmasına önemli kısıtlamaları getirmiş oldukları gerçeğini de asla göz ardı etmemek gerekir. Bu sınırlama içinde, özellikle de Quakerlerin yemin içmeme kararlılığının, üyelerinin loncalara kabul edilmelerinde en önemli engel olduğunu, burada anımsamak lazımdır. Yine, Fox ve W.Smith (Evrensel Sevgi, 1663) tarafından sürdürülen ve ısrarla önerilen adil fiyat teorisi; satılan eşyalarda fiyat değişikliklerine ve ücret istikrarsızlıklarına şiddetle karşı çıkmalarına neden olmuştur. Quakerlerin barışı korumak azmiyle, hiç bir şekilde savaş sanayileriyle ilgilenmediklerini burada vurgulamak gerekir. Quaker ahlak öğretisinin, ekonomik hayata sınır getiren eğiliminin William Pegg tarafından dile getirilmiş olması, ne kadar tipik bir konudur. Hiç görülmedik sanatsal maharetlerle dolu olan bu insan, ücretli işgücünün çalıştırılmasında da oldukça yetenek göstermiştir. Ancak günün birinde, tıpkı diğer Quakerler gibi Eski Ahdin emirlerine kesin itaat etme zorunluluğunu hissetmiş; asla tasvir ve heykel yapılmamasını, ikonlara tapınılmamasını ısrarla savununca, kendi becerilerini unutturmuş, bu sayede elde ettiği gelirden yoksun kalmış, çalışanlarına da yol vermiştir.” (Brown 1979; 106)

Yine de, Quaker ve Wesleyan mezheplerinin kapitalist gelişmeye sağladıkları katkı yadsınır değildir. “İmanlarıyla kapitalist eylem tarzını güdülemesi bakımından, wesleyan mezhebindekiler, quakerlere nispetle çok daha büyük derecede katkıda bulunmuş, etkin ekonomik yaşamın sorumluluklarına uyum sağlamada çok daha fazla gayretli olmuşlardır. Yine de, John Wesley’nin ahlak öğretisi, ‘azana bildiğin kadar kazan’ telkinindeki metodist öğütle çatışmaya giren pek çok sınırlamayı da beraberinde getirmiştir. ‘Kazanabildiğin kadar kazan’ telkini, yasal oranlarını aşmadığı sürece faize bile izin vermekteydi. Wesley’in ‘kendimize çıkar sağlamak gayesiyle, komşumuzun ticaretinin yok olmasına asla hoşgörülle

yaklaşamayız' uyarısı, kapitalist ruhun rekabet ortamına ne kadar ters düşmektedir? Bundan dolayı denilebilir ki, Quaker ve Wesleyan mezheplerinin istisnai tutumları dikkate alınmayacak olunursa, protestan ahlak öğretisi, kapitalizme karşı daima eleştirel bir eğilim geliştirmiştir. Bu bakımdan pek çok araştırmacı, sırf bu nedenler yüzünden, protestanlığın, katoliklikten asla farksız olduğunu öne sürebilmiştir. Katolik öğretisi, hiç münakaşa götürmez bir şekilde protestanlar tarafından yinelenmiştir. Weber'in, katolik tarafından kopulduğuna delil göstermek üzere yararlanmada, Baxter'in çoğu ifadelerinde dahi, bu sonucu çıkartmamız mümkündür. Bir kaç ahlaki ilgi ön plana çıkartılarak kapitalizm ile protestanlık arasında bir bağ kuran bu yazar, ispatı mümkün ciddi yanlıgular içine düşmüştür. Alışılmamış yargılarından kaynaklanan yorumları, katolik ahlak öğretisini yeterince bilmediğini de ortaya koymaktadır.” (Knight 1947; 84)

Yapılan araştırmalar, J. Calvin'in iktisat ahlakının Aquinas'ın fikirlerinden esinlendiğini, kapitalist gelişmenin protestan ahlakını yönlendirdiğini ortaya koymaktadır. *“Yasalar tarafından meşru kılınmış belirli bir faiz oranı sınırında faizli borca izin veren J. Calvin, katolik sosyal öğretiyi olduğu gibi yinelemiş değildir. Ancak, Aquinas tarafından ifade edilen katolik ahlak öğretisiyle Wesleyan düşünceleri şöyle bir kıyaslandığında, yeni olan pek bir şeyin olmadığı sonucuyla karşılaştırılır. Tüccar piyasasında belirlenen fiyattan farklı bir bedelle anlaşma yaparak rakibini zarara uğratmamalı, zengin olan bir kimse de gereksinimlerini aşırı derecede aşan tüketimiyle karşılamamalıdır. Wesleyan eğilimi, 'hata, parada değil, parayı kullanandır' görüşü, verdiği ödünle, pek çok güdüye neden olmuş olsa bile, İncil'eki kaynağına inen öğretisiyle protestan uygulamayla çelişmiştir. Araştırmalarda temel bir önem içeren, kurtuluş aracı olarak çalışmayı irdelemeyi, gereksiz kılmaktadır. Artık J. Calvin, doğal dünyadaki olayları esas aldığından, daha fazla faizi yasaklama gibi bir eğilim göstermiş; bu nedenle, on altıncı asır kalvinizmi tamamıyla mantığa uygun bir içerik kazanmıştır. Buluşlara yaptığı imanlı tutum dolayısıyla protestanlık, katolik toplumsal ahlaka tamamıyla karşıt olmuştur.” (O'brien 1928; 63)*

On sekizinci asrın başlangıcında Amerikan protestanlarında şiddetli iktisat ahlakı idealleri gözlenmiş; gerçeklerin tamamıyla farkına varan bu insanların, yeniliğe ve değişikliğe düşkünlük göstermeleri, hiç bir şekilde dinlerinin temeliyle çatışmaya girmelerine neden olmamıştır. Protestanlık kapitalizmi yaratmamış, protestanlığın toplumsal ahlakı kapitalizmden tesir görmüştür. Kurtuluş öğretisinin çalışmadan müstakil olduğu bir düşünülürse, serbestçe girişebilecek bir sorgulama sonrasında; protestanın, ancak dünyanın rasyonel düzenini kabul etmiş olması halinde mantıklı bir davranış sergileyebileceği, insanın hür ve ussal kararlarıyla rasyonel düzenin kurulabileceği, düşüncesine varılabilir. Oysa, pek çok protestan, zihninde devleti hala mantığa aykırı olarak düşlemektedir. Protestanlığın temel ilkeleri, fiili toplumsal düzenin doğrudan Tanrı tarafından yönetilmiş olduğuna kesin inandıkları için, kaçınılmaz bir şekilde yaşanan gerçeğin kutsanmasını zorunlu kılmaktadır. Hemen hemen tüm dindarların ruh halinde rastlanılan, bu dünyaya öbür dünya ile uyum sağlayacak veya en azından aralarındaki çatışmayı giderecek içerikte bir düzen getirmede ısrarlı olunması eğilimi, protestanlığın öğretisinde de bulunmaktadır.

Protestanlar arasında ekonomik hayatla sıkı bir bağlantı kurulmasını tartışanlar bulunduğu gibi, ussal ekonomik etkinliğin içeriğine karşıt olan eğilimlere kapılanlar dahi çıkmıştır. *“Amerikan protestanları arasında, ticari harekete şiddetli ve katı bir ahlaki denetimi getirerek, bireyciliğin ve özgürlükçülüğün sağladığı yararları öne sürerek serbestliğin uygulanmasına karşı çıkanlar da bulunmuştur. Roma otoritesini tanımadığı bir dönem içinde, protestanlığın anti kapitalist tarzdaki eylem eğilimi, ticaret ruhunun gelişmesini önleyici içerikte bir denetimi uygulayamamaktadır. Halbuki Weber'in o çok kapsamlı hipotezinde öne sürdüğü bulguları ve herkes tarafından da açıkça bilinen sonuçları, protestan ahlakının gelişmesine tesir eden sosyal koşulların baskıda bulunması*

olasılığını da dikkate almakta; protestan ahlakının kendilerini daha koyu ve bilinçli protestanlar haline getirerek olayların gidişatı üzerinde baskıda bulunduğu görüşüne, başka şekilde formüle edilmiş bir açıklama getirmektedir. Böylece, başlangıçta olduğundan daha maksatlı sayılabilecek iki temel protestan ilkesine sonuç olarak ulaşmaktadır. Çalışmalar hiç bir ödülle karşılığını bulmuş olmasa dahi, bunların görünen hukuksal dönemin yasalarına bağlı kılınması ve yasanın öngördüğü biçimde gerçekleşmesi şart koşulmaktadır. Başlangıçta kurtuluş ümidi değil, Tanrı şanı güdüsü ön plana çıkmakta, eylemin bu gibi belirli sonuçlarıyla uyumlu olmasının üzerinde durmaktadır. Ancak, kadercilik düşüncesi fazlasıyla geliştiğinde, bağlı kılınan koşulları genişletmede pek mümkün görülmemekte, pek çok gereksiz ve saçma konular üzerinde durularak, bağlarından tamamıyla kurtarılan eylemi serbest kılması ve böylece de içsel rasyonelliğin gerçekleşmesi asla söz konusu olmamaktadır. Son analizde, protestanlık ile kapitalizm arasındaki ilişkinin tahminini kapsayan temelde, protestanlığın anti kapitalist bir eğilim içine girmediği, her zaman için söylenemez. Protestanlığın temel ilkesi dikkate alındığında, ekonomik hayat üzerinde kesin sınırlamaları getirdiği fark edilir. Kurallar çatısı, hayatla bağlantısı kurulduğunda yok olmaktadır. Daha fazla ahlakçı olmak yerine, daha çok öğretilerine sadık bir hale gelmektedir. Quakerlerin, iflas eden üyelerini mezhepten çıkarmaları örneğindeki gibi, dinsel güdüler, akli ve dirayeti esas alan alış veriş tarzını harekete geçirmiştir.” (Brown 1979; 129)

M.Weber, protestanlığın meslek anlayışının kapitalizmin gelişmesini uyarılmış olduğunu öne sürmektedir. Oysa kapitalizmi ve kendisini ortaya çıkartan kapitalist ruh, protestanlığın meslek anlayışından çok önce gerçekleşmiştir. “Max Weber’e göre, protestanlık, dünya hayatına mesleki bir yorum getirdiği için, kapitalizmin gelişmesini teşvik ve himaye etmiştir. Protestan imanını taşıyan herkes, bütün gücünü ve akli becerilerini çalışma sahasında yönlendirmiş, mesleğinde başarılı olmayı ve dürüst kalmayı Tanrı’ya karşı üstlenilmiş biricik görev olarak kabul etmiştir. Mesleki etkinliği bir Tanrı görevi işlevinde ön plana çıkartarak, protestanlığı katoliklikle kıyaslayan ve kapitalist ruhla bağlantısını kuran M.Weber’in bu tarzıyla aynı görüşleri paylaşmamaktayız. Genel olarak protestanlığın bireysel yaratıcılık becerisine ve kişisel teşebbüs arzusuna daha büyük ölçüde teşvik sunduğu, gördüğü işi sırasında Tanrı’nın nazarında doğrudan ve bireysel olarak daha fazla bir bağlantı kurmuş olabileceği, asla yadsınılamayan gerçekler arasındadır. Hiç bir kimsenin aracılığını kabul etmeksizin, azizlerin ruhuna ve rahiplerin duasına sığınmaksızın doğrudan Tanrı’ya yönelen bu insanlar, başkalarının günahlarının affını değil, kendileri için iyilik dilemekteydiler. Bireysel sorumluluğu asla içermeyen bu azizlere yönelişi haklı kılan katolik öğretinin öne çıkarılmasında bazı yanlışlara düşülmüştür.” (O’Brien 1928; 16)

Bireysel sorumluluğun öğretisel olarak olmasa dahi kategorik bakımdan katoliklik içinde yer aldığı, çalışmalar ve başarılar iman yönüyle kurtuluşa erişmekle bağlantısının kurulduğu, öne sürülmüştür. “Protestanlara karşıt olarak, deyim yerindeyse, sorumluluk duygusunun ağırlığından bireyi serbest kılmakta, kurtuluşunu Tanrı’nın asla değiştirilemez yaptığı derecelendirmeler içinde görmekte, kurtarıcının hünerlerine bağlanmaktadır. İlahiyatı ilgilendiren bu derin konuları bir kenara bırakacak olursak, Weber’in bu çözümünün, bazı nedenlerden dolayı asla kabul edilemez olduğunu, söyleyebiliriz. Hepsinden de önemlisi kapitalist ruh, protestanlığın meslek düşüncesinden çok daha öncesinden var olduğu gerçeği, eleştirilerin haklılığını göstermektedir. Weber’in de, protestanlığın öncesinde kapitalizmin görüntülerinin bulunduğu itirazına katıldığı, bir gerçektir. Weber’e göre kapitalist ruh, kapitalizmin özünü oluşturduğu için, kapitalizmin kendisinin toplumsal bir olgu etkinliğinde var olmasını sağlayan bu özün, uzunca bir süre sonra nasıl dinsel bir içerik kazanmış olduğunun irdelenmesi, burada büyük önem taşımaktadır. Ancak, kapitalist ruh, protestan ahlakıyla özdeş kılınırsa, kapitalist ruh olmadan kapitalizmin kendisinin de olmayacağı gerçeğine bağlı kalarak, kapitalist ruhun protestanlıktan önce var olmaması gerekirdi.

Bundan dolayı da, kapitalist ruhun kökeninin, protestanlığın meslek düşüncesi olduğu görüşünü, asla kabul edemeyiz.” (O’Brien 1928; 19)

Ayrıca, kazanç maksatlı ussal davranışın da, protestanlığın meslek anlayışından çok öncesinden yaygınlık kazandığı ve ussal ekonomik bireyin kişilik özelliklerinden sadece biri olduğu, öne sürülmektedir. *“Rasyonel davranışı içinde kazanç peşinde koşan insanların, protestan ahlakını edinmeden çok önce var olmadığını, asla garanti edemeyiz. Rasyonellik düşüncesinin göreceli olduğu nasıl doğrusa, ekonomik rasyonelliğin kendisinden sonraki düşüncelere derinden tesir ettiği ve protestanlıktan çok önce kendisini kabul ettirdiği de bir gerçektir. Ekonomik etkinliğe saf kazanma gayesi ve biriktirme tutkusuyla bakan kuramcıların çoğu, bu işleri gören bireyleri ayrı tutarak ekonomik rasyonelliği irdelemelerinde ve kapitalizmin daima var olduğunu gözlemlerinde, haklıdır. Bu teorisyenlere ve Weber’in savına karşıt olarak diyebiliriz ki, hangi inanç ya da kesimden gelirse gelsin, her insan kazanma, başarılı olma ve yükselme içgüdüleriyle bu dünyaya gelmektedir. Kendi bilgi ile deneyiminin yanı sıra içinde yaşadığı koşulları bu maksadına ulaşma sınırını doğrudan belirlemektedir. Kısacası, dinsel etmenler, bu içgüdüğü ya engeller ya da özendirir bir özellik taşımaktadır. İşte bu kazanma, biriktirme ve yükselme içgüdüleri; kişiye belirli bir eğilimde bulunmaya yönlendirerek, kapitalist ruhun nüvesini oluşturmaktadır. İnsanlarda kazanma ve başarıma güdüsünün olduğu, bu emeline ussal seçimlerle ulaşma gayretini gösterdikleri müddetçe, kapitalist ruh daima olmuştur ve olmaya da devam edecektir. Artık kapitalizmin özü olarak bu kazanç güdüsü ve seçim becerisi, toplumsal bir fenomen olarak dikkate alındığında; kapitalizmin çeşitli dinlerle olan bağlantısı öne çıkar. Diğer sosyal fenomenlerin kapitalist ruhu yok ettiği, denetlediği veya uyardığı gibi durumlara açıklık kazandırılır. Bu fenomenlerin hiç biri, kazanç güdüsü, biriktirme tutkusu ve başarıma azmiyle betimlenebilen, ussal ve ekonomik faaliyet tarzı içinde gerçekleştirilen kapitalist ruh doğurmamıştır; kapitalist ruh insanın kendisinde doğal olarak bulunmakta, yaradılıştan gelen özelliklerinden biri olmaktadır.” (Knight 1947; 87)*

Max Weber’in kapitalist ruhun kökenini protestan meslek olanaklarının oluşturduğu savı; sadece içeriksel bakımdan değil, fakat ahlaksal olarak da şiddetli eleştirilere uğramış bir görüşür. *“On altıncı asır protestanlarından, örneğin Latimer ve Lever; Weber’in meslek düşüncesini kapitalist kökeni haline getirme eğilimine karşı mücadeleye girişmişlerdir. Nitekim, 17. Asırda bile, Weber’in bu savı için çok fazla kanıt bulduğu dinsel lider R.Baxter’in görüşlerinde dahi, meslek düşüncesiyle ilgili çok ciddi belirsizlikler ve çelişkiler bulunmaktadır. Yalnızca 18. asır puritanlarında kapitalist eylem tarzını içine sindirmiş ve meslek düşüncesiyle davranışlarını uyumlu kılmış kimselere rastlanılabilmektedir. Son derece kapsamlı kanıtları ileri süren H.M. Robertson, Beins’in çalışmalarından edindiği sonuçlara da ilave bir değer katmış, adeta M.Weber’in kuramını tersine çevirmiştir. Orta sınıf insanların zihinlerine hakim olan kapitalist ruhun, protestanlığın toplumsal ahlak yasasının kesin bir evrimsel sonucu olup olmadığı sorusunu, ayrıntısıyla irdeleme yoluna gitmiştir. Robertson, hiç bir tarihinin kapitalizmin özünde meslek düşüncesinin yattığı olgusunun farkına varamadığını vurguladıktan sonra; protestanlıkta 17. asırda kazanılan meslek anlayışının, 14. asırdan itibaren katoliklikte var olduğunu belirtmiştir. On sekizinci asra gelindiğinde ise, protestanlığın ve katolikliğin benzeri meslek ahlakını inananlarına telkin ettiğini, bu nedenden dolayı da, kapitalist ruhun gelişimi açısından protestanlığın ve katolikliğin eşit önem taşıdıkları kanıtlanmıştır.” (Brubaker R. 1984; 69)*

M.Weber’in protestanlara özgü kıldığı meslek anlayışı, Robertson’un gözlemleriyle adeta geçersiz kılınmıştır. Zira, bu meslek ahlakı, reform öncesi dönemlerde etkili olduğu gibi, katolik yandaşları içinde dahi benimsenilen bir ideal olmuştur. *“Bourdaloue, Houdry, Feugere, Griffet ve Massillon gibi insanlar, modern çağların Fransa’sında kendi imanlarını dile getirmişler; her bir insanın bu dünyaya Tanrı tarafından belirlenmiş bir görevle*

geldiklerini ve yüreklerinin Tanrı'nın iradesini yerine getirme azmiyle dolu olduklarına iman etmişlerdir. Protestanlığın kapitalizmin gelişmesini teşvik ettiği görüşü, dünyevi eylem ile uhrevi mükafat arasındaki bağıntıyı tümüyle reddeder gözükür. Konuya bu açıdan bakıldığında, Lutheran ve kalvinist akımlar arasında gerçek bir farklılık olmadığı kanısı uyanmaktadır. Oysa J.Calvin, kişinin kurtuluşunu takdiri ilahinin keyfi tezahürüne bağlamıştır. Luther ise, kurtuluşu doğrudan iman temeli üzerine kurmuştur. Yani, işinde kazançlı olan ya da mesleğinde başarıya ulaşan bir kimsenin, Tanrı tarafından seçilme garantisi fikri, açıklıkla belirtilmemiştir. Yine de J.Calvin'in ifadeleri çok daha etkin olduğundan, kapitalist anlamda semeresini çok daha iyi vermiştir.” (Brubaker R. 1984; 72)

M.Weber'in protestan ile katolik arasındaki farklılığı belirtmek ve biraz da olsa muhaliflerini alaya almak için verdiği atasözü, gerçekten çok ilginçtir. “Katolik, hemen her şeyden vazgeçmiş haliyle son derece düşük seviyede kazanç duygusuna sahiptir, çok daha az bir gelire kurulan sakin ve güvenli bir hayatı yüksek kazançla birlikte onur ve zenginliği de sunan risk ve heyecan dolu olan bir hayata daima tercih eder. Nitekim bir atasözü, şaka tarzında da olsa 'ya iyi yiyeceğin ya da iyi uyuyun' diyerek, katolik ile protestan arasındaki bu farkı en iyi şekilde dile getirir. Bu atasözünü araştırılan konuya uyarlayacak olursak, protestanlar iyi yemek yemeyi tercih ederken katolikler de hiç rahatsız edilmeksizin uyku halini korumak isterler.” (Weber 1984; 40) Konuyu iyi yemek yemekle ya da iyi uyumakla karakterize eden Weber, iyi yemek yiyen protestanların dünyevi zevklerini öne çıkardığını ve bu ihtiyaçlarını karşılamak emeliyle dünyaya ve işine yöneldiklerini vurgulamakta, istihareye dalarak ruhani alemde huzur arayan katoliklerin ise bu dünyayı terk ederek ahiret üzerinde odaklaşmalarına dikkatleri çekmektedir.

SONUÇ

Bu dünyayı terk halinin bir delili olarak dilencilğe övgüler yağdırmaktan vazgeçmiş görünse de ve kazanç güdüsünden soyutlanmış çalışmayı sabrın bir gereği olarak algılamış olsa da, katolik ahlakın hiçbir şekilde dünyevi faaliyetleri kilisede düzenlenen ayinler ile bir tutmadığı gayet kesindir. Zira, kutsal ruhun idaresi altında yanılmazlık zırhına bürünmüş kilise dışında kurtuluşu tanımayan katolikler, aynı zamanda, kilisede düzenlenen ayinler ve ibadetler dışında da bir ibadeti (ya da bir faaliyeti veya ameli) hak olarak görmemektedirler. İbadetlerin kilise çatısında ve papalığın atadığı görevlilerin denetiminde önceden belirlendiği zaman ve söylemde, şekil ve düzende yerine getirilmesi mecburiyeti; dünyanın reddi eğilimini ve dünyevi faaliyetlerin günahkârlık içeriğini giderek daha fazla güçlendirmiştir. İncil'den parçalar okunarak ve ilahiler söylenerek sabah ve akşamleyin rahipler tarafından kilise içinde gerçekleştirilen günlük ibadetlerin yanısıra, her hafta pazar günü son yemeğin anısına düzenlenen şükran ayininde İsa'nın kanı ve bedenine dönüşen ekmek-şarap sırrına ulaşmak için yine İncil'den parçaların okunduğu haftalık ibadetler yapılmaktadır. Günlük, haftalık ve yılda bir yapılan ibadetlerin tamamı kilise içinde ve görevlilerin denetiminde yapılmaktadır. Günlük, haftalık ve yıllık ibadet ile ayinlerin yanında, yılda en az bir defa olmak üzere kilisenin günah çıkartma hüccesine girmesi ve orada rahibe itirafta bulunarak kendisini kutsamasını dilemesi şart koşulmaktadır. İbadeti kilise duvarlarının dışına çıkartan ve papalığın atadığı hiyerarşik din görevlileri kastını kıran ilk adım, M.Luther'den gelmiştir. Luther'in iman yoluyla arınma öğretisi, düzenli olarak kilise ayinlerine katılarak Tanrısal kurtuluşa erişilemeyeceği düşüncesine dayanmaktadır. Başlangıçta resim ve heykellerden olduğu kadar haç ve sembol tasvirlerinden de arındırılan kilise içinde özel ayinlerin düzenlenmesinden vazgeçilmiş, pek çok sakramete son verilmiş, Meryem'in ya da azizlerin görüntülerine dua edilmesi yasaklanmıştır. Kilisenin ve papanın her an yanlış yapabileceği ve daima yanılabilmesi temel iddiaları olduğu için, protestanlar, günahkâr bir kimsenin günahları affetmesinin mümkün olmayacağını belirtmişler, kilise mensuplarının günahları affetme yetkisinin olmasını kuşkuyla karşılamışlardır. Böylece kilise müdavimlerinin devam

durumuna göre kurtuluşa erişmiş olma hakkındaki özgüvenleri yıkılmış; kurtuluş yolu, kilise içindeki ayinlerle değil de kilise dışında ve insanlar arasında Tanrı iradesine bağlılıkta aranmaya başlanmıştır. Luther'in imanla aklanma öğretisi kilise içinde kalırken, özellikle, İngiltere ve Amerika'da kilise karşıtı hareketin fitilini ateşlemiştir. İbadetin kilise duvarları dışına taşmasıyla birlikte, din giderek daha çok vicdani bir içerik kazanmış ve bireyselleşmiştir. Kilise karşıtlarıyla birlikte, ayin ve kutsal günlerde düzenli olarak kiliseye giderek ibadetlere katılmak artık önemini kaybetmiş; dürüst ve iyi ahlaklı olarak, çalışkan ve tutumlu kalarak Tanrı iradesini yaşanan her an içinde uygulamak bireysel kurtuluşun temeli haline almıştır. Kilise karşıtları arasında öne çıkan özellikle metodistler, sanayi devrimi sonrası İngiltere'sinde, işyerini adeta bir tapınağa çevirmişler, mesleki faaliyet yoluyla insanlara yapılan hizmeti de en kutsal ibadet olarak yüceltmişlerdir. Böylece protestan ahlakının daha başlangıçtan beri dayandığı seçilmişlik temeli üzerinden iman yoluyla arınma öğretisini daha da geliştirerek protestanlığın kilise karşıtı uzantıları, mesleki başarıyı veya ekonomik kazancı Tanrı katında seçilmişliğin kanıtları olarak görmeye başlamışlardır. Kilise içinde ayinlere katılan ve ikonlar huzurunda dua eden katoliklerin aksine, hayatın içinde Tanrı'nın iradesini uyguladığı için, başarı ve kazanç peşinde koşan protestanlar, mesleki faaliyeti bir takva yoluna dönüştürmüşlerdir. Sıkı çalışma, dakiklik, doğruluk, tutumluluk, iyi ahlaklılık, aileye düşkünlük, lüksten kaçınma vs., gibi davranış normlarını iş etkinliğindeki başarı hedefleri doğrultusunda geliştirmiş olan protestanlar; dünyevi hayatı dinselleştirdikleri gibi hesaba dayanan kapitalist faaliyet tarzını da seçilmişlik güdüsünün ifadesi haline getirmişlerdir.

KAYNAKÇA:

- Aho James (2005), *Confession and Bookkeeping : The Religious, Moral and Rhetorical Roots of Modern Accounting*, State University of New York, New York
- Andreski Stanislav (1983), *Max Weber On Capitalism, Bureaucracy and Religion*, Rotledge, London
- Anonim (2003), *Kutsal Kitap Eski ve Yeni Antlaşma (Tevrat, Zebur, İncil), Kitab-ı Mukaddes Şirketi, İstanbul*
- Bebb Evelyn Douglas (1980), *Nonconformity Social and Economic Life 1660-1800*, Porcupine Press, Philadelphia
- Blaug Mark (1991), *St.Thomas Aquinas (1225-1274)*, E.Elgar, New York
- Brown Robert Meafee (1979), *The Spirit of Protestantism*, Oxford University Press, London,
- Brubaker Rogers (1984), *The Limits of Rationality : An Essay on the Social and Moral Thought of Max Weber*, Routledge, London
- Budde Michael L. (1992), *The Two Churches : Catholicism and Capitalism in the World-System*, Duke University Press, Durham
- Calvin Jean (1969), *Institutes of Christian Religion*, John Knox Press, Philadelphia
- Cleary Patrick (1914), *The Church and Usury : An Essay on Some Historical and Theological Aspects of Money-Lending*, M H Gill, Dublin
- Davis Jerome (1974), *Capitalism and its Culture*, Free Press Glencoe, New York
- Fanfani Amintore (1972), *Catholicism, Protestantism and Capitalism*, IHS Press, New York

- George Charles (1961), *The Protestant Mind of the English Reformation 1570-1640*, Princeton University Press, New Jersey
- Giddens Anthony (1978), *Politics and Sociology in the Thought of Max Weber*, Macmillan, Hong kong
- Green William Robert (1959), *Protestantism and Capitalism: The Weber Thesis and It's Critics*, D.C. Heath and Company, Boston
- Groethuysen Bernhard (1968), *The Bourgeois: Catholicism and Capitalism in Eighteenth-century France*, Barrie and Rockliff the Cresset Publisher, New York
- Hodgett Gerald Augustus John (1972), *A Social and Economic History of Medieval Europe*, Routledge, London
- Knight Melvin Moses (1964), *Economic History of Europe to the End of the Middle Ages*, Mifflin Company, Boston
- Knight Frank Hyneman (1947), *The Economic Order and Religion*, Routledge, London
- Little David (1969), *Religion, Order and Law : A Study in Pre-Revolutionary England*, University of Chicago Press, New York
- McInerny Ralph (1992), *Aquinas On Human Action : A Theory of Practice*, Catholic University of America, Washington
- Neuhaus Richard John (1992). *Doing Well and Doing Good : The Challenge to the Christian Capitalist*, Doubleday, New York
- Neumark Fritz (1943), *İktisadi Düşünce Tarihi, İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayınları, İstanbul*
- Niebuhr Richard (1975), *The Social Sources of Denominationism*, Kessinger Publishing, New York
- O'brien George (1967), *An Essay on Medieval Economic Teaching*, Burt Frankling Publisher, New York
- O'brien George (1928), *An Essay on the Economic Effects of Reformation*, Augustus M. Kelley Publishers, New York
- Pascal Roy (1971), *The Social Basis of German Reformation*, International Publishers, New York
- Plotnik Mortin (1937), *Werner Sombart and His Type of Economics*, Eco Press, New York
- Pounds Norman John Greville (1974), *An Economic History of Medieval Europe*, Longman, New York
- Robertson, Hector Menteith (1933), *Aspects of the Rise of Economic Individualism*, Cambridge University Press, Cambridge
- Sahay Arun (1971), *Max Weber and Modern Sociology*, Routledge and Kegan Paul, London
- Strachey John (1957), *Contemporary Capitalism*, Ashgate Publishing Company, London
- Troeltsch E. (1981), *The Social Teaching of The Christian Churches*, The University of Chicago Press, Chicago
- Ülgener, Sabri Fehmi (2006), *İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası*, Derin yayınları, İstanbul
- Ülgener Sabri Fehmi (1941), *İktisadi Hayatta Zihniyetin Rolü ve Tezahürleri*, Güven Basımevi, İstanbul

- Ülgener Sabri Fehmi (1981), *Dünü ve Bu Günü ile Zihniyet ve Din*, Der yayınları, İstanbul
- Ülgener Sabri Fehmi (1983). *Zihniyet, Aydınlar ve İzmler*, Mayaş, Ankara
- Weber, Max (1996), *Sosyoloji Yazıları, İletişim yayınları*, İstanbul
- Weber, Max (1950), *General Economic History*, Greenberg Publisher, Illinois
- Weber Max (1962), *Basic Concepts in Sociology*, Citadel, New York
- Weber Max (1964), *The Sociology of Religion*, Methuen Press, Boston
- Weber Max (1984), *The Protestant Ethic and The Spirit of Capitalism*, George Allen and Unwin, London
- Weber Max (1978), *Economy and Society*, University of California Press, California
- Wellman, Joel Warner (1967), *The Wesleyan Movement in the Industrial Revolution*, Russel & Russel, New York
- Wilson T. (1962), *Discourse Upon Usury*, M Kelley, New York.

EXTENDED ABSTRACT

The Protestant ethic which, according to Weber, contributed to economic development in the West is only one of a variety of work ethics that can be identified and studied. Weber, however, never had a deterministic view of the relationship between religion and economic activity. He, similarly, understood that religion and all other cultural phenomena could be both economically relevant and economically conditioned. Weber made at least four distinct claims in *The Protestant Ethic* that should be of interest to the coincidence with culture and economy: capitalism and the spirit of capitalism both come in different flavors, the spirit of modern capitalism in the West can be described as a worldly asceticism, the particular ethos of modern capitalism and the attitudes toward work that emerge from Protestantism particularly Puritanism are in many respects identical, and the spirit of modern capitalism found a consistent ethical basis in the Protestantism. Weber argued that each kind of capitalism is animated by a particular spirit, a particular ethos. These different capitalisms had spirits that were quite different than the spirit that existed in modern Western capitalistic contexts.

Weber analyses the main aspects of economic rationality in a capitalist society in the West and contrasts them with economic orientations in other types of society. These characteristics of rationality find their expressions in: market exchange, where transactions are determined only by the pursuit of interests; generalized use of Money as means of rational capital accounting; the rational management of labor in production and strict factory discipline; rational technology: clear separation of the enterprise from the household. Weber argued that a unique causal connection existed between the spiritual and the cultural, namely the effect of religion (catholicism, Lutheranism and Calvinism) on the development of capitalism especially in terms of; rationalization and creativity of economic activities; organization of political and social life; rational organization of free labor (separation of productive activity from the household); modern book-keeping system; and industrial organization. These characteristics are depicted as unique cultural phenomena of western civilization and as the elements behind the emergence of capitalism in Europe.

In *The Protestant Ethic* Weber uses the Christian Directory of Richard Baxter (1673), among other religious texts; as an example of Puritan ethics of the seventeenth century. Anti-mammonism was widely accepted in christianity, but the lavish ceremonies of the catholics, seemed to run contrary to the quiet and reserved life of pious Protestant. Wealth, luxury and idle life were severely condemned- it was God's command to labour for his divine glory and this applied to all of His

disciples, regardless of class and station. Central in Weber's argument is the concept of predestination which Calvinists, out of all Protestants, took most seriously. It had an enormous impact on their mind state and their behaviour was guided by the conviction that they were meant to pursue a vocation which was chosen for them by God from birth. It was impossible to know with certainty what this vocation in life was, there existed only the idea of a fixed calling which the faithful had to hunt after and realise. Any distraction along the way was an invitation to sin and to lose one's sense of direction, therefore, the Calvinist applied himself with dedication to his work and the attainment of salvation became his calculated goal. As a direct consequence of this a considerable amount of wealth was accumulated and since it was morally suspect to indulge in it, the entrepreneur saw fit to invest it in enterprise. Consumption restraint coupled with the rational, systematic pursuit of one's calling provided an ethical justification for profit-making and the activities of the Protestant businessman. It is at this point, therefore, that modern capitalist mentality began to emerge, directly influenced by this creed which Weber called the practical idealism of the aspiring bourgeoisie. What Weber was trying to argue was that this mentality had its predecessor in the ethics of Protestantism. This became a state of mind in which the individual could consciously accept Franklin's maxims without finding them ethically objectionable and without relying on any religious dogma at all. In a sense, the spirit of capitalism had to fight its way to supremacy through a process of gradual secularisation. A rational attitude toward material acquisition became the corner stone of the modern economic order. It culminates into an all-pervasive modern-life condition, however, which glorifies the world of possessions rather than the transcendental. Weber's 'spirit' gets lost somewhere between the cog-wheels of the capitalist mechanism and he sees the people of his time being born into it, living in it as if in an iron cage. It is a grim outline of the capitalist order which essentially sees it as an oppressive and exploitative system, at least in the state it was when Weber was directly observing and experiencing it.

İŞİTME VE BEDENSEL ENGELLİ SPORCULARIN YAŞADIKLARI ÇATIŞMA TÜRLERİNİN BAZI DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER YÖNÜNDE İNCELENMESİ -I²

H. Murat ŞAHİN³ Zühal KILINÇ⁴ Burak GÜRER⁵ Oktay HACIOĞLU⁶ Samet AKTAŞ⁷

Özet:

Bu çalışmada, işitme ve bedensel engelli sporcuların yaşadıkları çatışma türleri incelenmiştir. Araştırmada Önder (2000)'in lisans öğrencilerinde yaptığı bir çalışmada kullandığı ölçek uyarlanarak kullanılmıştır. Ölçek, iki bölümden oluşmaktadır. Ölçeğin birinci bölümünde engelli sporcuların bireysel özelliklerini belirten sorulara, ikinci bölümünde engelli sporcuların çatışma türlerini belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Araştırmanın verileri, 2013-2014 yılı Güneydoğu Bölgesi illerindeki engelli spor kulüplerinin sporcularından elde edilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde Independent Samples T testi ve iki gruptan fazla durumda tek yönlü varyans analizi (One Way Anova) testi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, engelli sporcuların yaşadıkları çatışma türünün cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, maaş ve engelli olma nedeni değişkenleri arasında bir ilişki bulunamamıştır. Sporcuların mesleği ile dikey çatışma arasında bir ilişki bulunmuştur. Mesleki deneyim ile yatay çatışma arasında da bir ilişki vardır. Araştırmada ortaya konan sonuçlardan biride çocuk sayısı ile yatay çatışma türü arasında ilişki olmasıdır. Spor yapmak çatışmayı engelli sporcularda azaltmaktadır. Sonuçta, engellilere yönelik sporsal, sosyal ve kültürel amaçlı hizmetlerin sürekli ve ücretsiz olarak sunulması, şüphesiz engelli sporcular için olumlu bir etki yapmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Engelli Sporcu, Çatışma, Çatışma Türü.

Analysis of the Types of Conflicts of the Types of Conflicts in Terms of Some Demographic Variables that Athletes have Physically and Hearing Handicapped

Abstract

In this analysis, conflict types of hearing impaired and physically disabled athletes are analysed. The criterion used by Önder (Önder, 2000) with undergraduate students is adapted and applied. The criterion (tool) is made up of two parts. In the first part, individual questions and in the second part questions related to their conflict types are asked. The results have been obtained from disabled athletes of Southeastern Anatolian Region. Independent Samples T analysis and in cases where there was more than one group one way variant analysis (One Way Anova Test) is used. As a result, no relationship between their conflict types and their gender, age, marriage status, has been found. A relationship between the occupations of athletes and vertical conflict has been found. A relationship between occupational experience and horizontal conflict types has also been found. Another result of the analysis is that there is a relationship between the number of children and horizontal conflict types. Making sports decreases conflicts in disabled athletes. As a result, it can be said that the opening up of sports facilities and providing social and cultural services surely contribute positively to the well being of disabled athletes.

Key Words: disabled athletes, conflict, conflict types

² Bu makale 02-04 Mayıs 2014 tarihinde Batmanda düzenlenen "II. Uluslararası Engellilerde Beden Eğitimi ve Spor Kongresi"nde sunulan bildiriden geliştirilmiştir.

³ Sorumlu Yazar; Yrd.Doç.Dr., Batman Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Batman/TURKEY,

⁴ Yrd.Doç.Dr., Batman Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Batman/TURKEY,

⁵ Yrd.Doç.Dr., Batman Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Batman/TURKEY,

⁶ Vasil Levski University Sofia National Sport Academy, Sofia/BULGARIA

⁷ Batman Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Batman/TURKEY,

Giriş

Uyuşmazlık, çekişme, savaş ve zıtlasma kelimeleri ile eş anlamlı olan çatışma yaşamımızın her alanında yer alan kaçınılmaz toplumsal bir olgudur. Çatışmanın toplumsal bir olgu olması, onun geniş alana yayılmasına ve terimin psikoloji, sosyoloji, antropoloji, siyaset ve yönetim bilimlerine mensup yazar ve bilim adamları tarafından farklı şekillerde ele alınıp, değişik şekillerde tanımlanmasına yol açmıştır (Seval, 2006).

Şimşek'e (Şimşek, 2002) göre çatışma, "örgüt içinde iki veya daha fazla kişi ya da grup arasında kıt kaynakların paylaşılması veya görevlerin dağıtımı ile yine bu kişi veya gruplar arasındaki statü, amaç, statü, amaç, değer ya da algı farklılıklarından kaynaklanan anlaşmazlık veya uyuşmazlık" şeklinde tanımlanmaktadır. Stoner (Stoner, 1978), çatışmaya yol açan faktörlerden hareketle "örgütte iki ya da daha fazla kişi ya da grup arasında, kıt kaynakların paylaşılması veya faaliyetlerin tahsisi ile yine aynı kişi veya gruplar arasındaki, amaç, statü, değer yargıları veya algılama farklılıklarından kaynaklanan anlaşmazlık ya da uyuşmazlık" olarak tanımlamaktadır.

Örgütlerdeki çatışmaların örgütün kaçınılmaz bir parçası olduğu, hatta çatışmanın örgütün gelişmesi için gerekli bir olgu olduğunun kabul edilmesi, örgüt yönetiminin çatışmalara olan bakış açısını değiştirmiştir. Örgüt içindeki çatışmaların bastırılması ya da tamamen ortadan kaldırılması yerine, çatışmanın örgüt amaçlarına katkıda bulunacak şekilde yönetilmesi ön plana çıkmıştır. Bu bağlamda çatışma yönetimi; örgüt içindeki bireyler ya da gruplar arasındaki çatışma seviyesini kontrol altına alarak taraflar arasındaki anlaşmazlık ve huzursuzluğun örgütün yararına olacak şekilde yönlendirilmesi olarak tanımlanabilir (Hampton ve Charles, 1982). Çatışmayı örgüt içerisinde olduğu yere göre; dikey, yatay ve emir – komuta ile kurmay personeller arasındaki çatışmalar şeklinde ele almak mümkündür (Gümüşeli, 1998). Dikey çatışma, bir örgütte ast-üst durumundaki kişi veya kademeler arasında gerçekleşir. Üstlerin astları çok sıkı biçimde kontrol etmek istediklerinde ve astların da bu duruma direnç gösterdiklerinde ortaya çıkar. Dikey çatışma, yetersiz iletişimden, amaç çatışmasından, bilgi ve değerlerle ilgili uyuşmazlıklardan, çalışanın performansı ile ilgili sorunlardan vb. doğabilir (Solmuş, 2001).

Yatay çatışma, aynı hiyerarşik basamakta yer alan bireyler arasında yaşanan çatışmadır. Örgüt içinde kıt kaynakları paylaşan, farklı amaçları gerçekleştirmeye çalışan ve birbirleriyle rakip durumda olan eşit hiyerarşi düzeyindeki bireyler, bu nedenlerden dolayı çatışma içine girebilirler (Ertürk, 1995). Emir komuta ile kurmay çatışmasının kökeninde komuta ve kurmay elemanlarının birbirlerine ve örgütteki rollerine farklı bakış açıları yatmaktadır. Komuta ve kurmay üyeleri, sorunlar karşısında farklı yaklaşımlara, farklı bakış açılarına, farklı amaçlara ve ilgi alanlarına sahiptir. Bu farklılıklar, komuta ve kurmay grupları açısından bir yandan görevlerini etkili bir biçimde yerine getirmelerine imkan sağlarken, diğer yandan da iki grup arasında çatışmaların ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Türkel, 2000).

Bu çalışmada, işitme ve bedensel engelli sporcuların yaşadıkları çatışma türleri incelenmiştir. İşitme ve bedensel engelli sporcuların yaşadıkları sıkıntılar bilinmektedir. Engelli sporcuların aile, antrenör ve takım arkadaşları ile yaşadıkları çatışma türlerinin ortaya konması ve çözüm üretilmesi açısından araştırma önem arz etmektedir. Araştırma yöneticilere ve sporculara ışık tutacağından ayrı bir açıdan da önemlidir. Bu araştırma, 2013-2014 yılı Güneydoğu Anadolu Bölgesi illerindeki işitme ve bedensel engelli lisanslı sporcular ile sınırlandırılmıştır. Bu çalışmada, çatışma türlerinin, hem engelli sporcuların bireysel özellikleriyle hem de birbiriyle olan ilişki biçimini ortaya koymayı amaçlanmıştır.

Yöntem

Engellilere karşı çok fazla çalışma olmadığı bilinmektedir. Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki 6 ildeki engelli spor kulüplerine gidilerek anket formları doldurulmuştur. Tüm engelli sporculara ulaşmak zaman ve maddi açıdan çalışmayı sınırlandırmıştır. Bu sebeple, araştırmacıların ulaşabilecekleri engelli sporculara ulaşmaya çalışılmıştır. Toplamda 155 anket gönderilmiştir. Ölçeklerin 121 adeti geri dönmüş, bunlardan 114 tanesi değerlendirmeye alınmıştır. Çalışma engelli sporcuların çatışma türünün ortaya koyması ve engelli sporcuların çatışma türünün bazı demografik değişkenlerle ilişkisinin incelenmesi açısından bağıntısal modeli içermektedir. Araştırmaya toplam 114 kişi katılmıştır. Araştırmaya katılanların 96'sı erkek 18'i kadındır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki lisanslı engelli sporculardır. Çalışma grubu ise; tesadüfi örneklem metodu ile Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki illerden seçilen 6 ilin 114 engelli sporcuları oluşturmaktadır. Örneklem grubuna ulaşmasının zorluğu yüzünden araştırma Güneydoğu Anadolu Bölgesi ile sınırlandırılmıştır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket formu, iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci bölüm, kişisel bilgileri tespit etmeye yönelik demografik sorulardan oluşmuştur. İkinci bölümde, takım arkadaşları ve antrenörle yaşanan çatışmaların türlerini tespit etme amacı taşıyan, çatışma türleri ölçeğidir. Bu ölçek, Önder'in (Önder, 2000) lisans öğrencilerinde yaptığı bir çalışmada kullandığı ölçekten uyarlamıştır. Bu ölçek 17 ifadeden oluşmakta ve 5 dereceli likert tipi cevaplanmaktadır. İki alt boyuttan oluşmaktadır. Verilerin güvenilirliği ise Cronbach Alfa katsayısı ile test edilmiştir. Anketin iç tutarlılık güvenilirlik katsayısı 0,82 olarak hesaplanmıştır.

Verilerin Toplanması

Anketler 27 Kasım 2013 – 21 Şubat 2014 tarihleri arasında araştırmacı tarafından uygulanmıştır. Ayrıca anket ilgili spor kulüplerine kargo ile gönderilmiştir. Anket dönüşlerinin hızlı olması için bazı anketler elden teslim edilmiştir. Eksik, yırtık ve hatalı olan anketler değerlendirmeye alınmamıştır. Toplamda 114 anket değerlendirmeye alınmıştır.

Verilerin Analizi

İstatistiki analizler SPSS for Windows 16,0 paket programı kullanılarak yapılmıştır. Araştırmada tespit edilen puanlar arasındaki farkları belirlemek amacıyla ile niceliksel verilerin karşılaştırılmasında iki grup durumunda, gruplar arası karşılaştırmalarında bağımsız örnekler için olan Independent Samples T testi ve iki gruptan fazla durumda tek yönlü varyans analizi (One Way Anova) testi kullanılmıştır. Gruplar arasındaki farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için "Tukey" testi uygulanmıştır. Sonuçlar $p < 0,05$ anlamlılık seviyesi esas alınarak incelenmiştir.

Bulgular

Tablo 1. Sporcuların çatışma türünün cinsiyet değişkenine göre analizi

	Cinsiyet	N	Ort.	Std.Sapma	t	P
Dikey Çatışma	Erkek	96	2,6231	,61798	1,33	0,19
	Kadın	18	2,3838	,71211		
Yatay	Erkek	96	2,3924	,77005	0,68	0,49

Çatışma	Kadın	18	2,3924	,81097		
---------	-------	----	--------	--------	--	--

Analiz sonucunda hem dikey hem yatay çatışma ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır ($P>0.05$).

Tablo 2. Sporcuların çatışma türünün medeni durum değişkenine göre analizi

	Medeni Hal	N	Ort.	Std.Sapma	t	P
Dikey Çatışma	Evli	37	2,73	,53875	1,95	0,054
	Bekar	77	2,51	,66902		
Yatay Çatışma	Evli	37	2,45	,74603	0,82	0,41
	Bekar	77	2,32	,78963		

Analiz sonucunda hem dikey hem yatay çatışma ile medeni durum değişkeni arasında anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır ($P>0.05$).

Tablo 3. Sporcuların çatışma türünün yaş değişkenine göre analizi

	Yaş	N	Ort.	Std.Sapma	t	P
Dikey Çatışma	15-20	22	2,5579	,74665	1,42	0,20
	20-25	26	2,7098	,61012		
	26-30	22	2,6074	,46132		
	31-35	19	2,3158	,62278		
	36-40	11	2,8347	,57037		
	41-45	10	2,4000	,82232		
	46-50	1	3,6364	,		
51-55	3	2,6061	,10497			
Yatay Çatışma	15-20	22	2,2197	,73712	1,47	0,18
	20-25	26	2,5833	,74125		
	26-30	22	2,4242	,66214		
	31-35	19	2,0702	,91846		
	36-40	11	2,4848	,73202		
	41-45	10	2,2167	87,507		
	46-50	1	3,6667			
51-55	3	2,7778	,09623			

Analiz sonucunda hem dikey hem yatay çatışma ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır ($P>0.05$).

Tablo 4. Sporcuların çatışma türünün eğitim durumu değişkenine göre analizi

	Eğitim Durumu	N	Ort.	Std.Sapma	t	P
Dikey Çatışma	İlköğretim	84	2,6093	,69776	0,68	0,60
	Lise	14	2,4740	,39895		
	Ön lisans	8	2,7727	,27055		
	Lisans	3	2,5152	,22878		
	Doktora	5	2,2364	,22878		

Yatay Çatışma	İlköğretim	84	2,3631	,82594	1,58	0,18
	Lise	14	2,3571	,56560		
	Ön lisans	8	2,8958	,40764		
	Lisans	3	2,00	,60093		
	Doktora	5	1,90	,59628		

Analiz sonucunda hem dikey hem yatay çatışma ile eğitim durumu değişkeni arasında anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır. ($P>0.05$).

Tablo 5. Sporcuların çatışma türünün meslek değişkenine göre analizi

	Medeni Hal	N	Ort.	Std.Sapma	t	P
Dikey Çatışma	Memur	14	2,8117	,60666	2,21	0,03
	İşçi	33	2,6446	,53075		
	Esnaf	11	2,4711	,50912		
	Çiftçi	5	3,2545	,61119		
	Sanayici	4	2,1364	,38211		
	Öğrenci	14	2,6688	,64835		
	Ev Hanımı	6	1,9848	,67400		
	İşsiz	12	2,4621	,94988		
	Diğer	15	2,4848	,47570		
Yatay Çatışma	Memur	14	2,6071	,76126	1,69	0,10
	İşçi	33	2,5354	,71778		
	Esnaf	11	2,4091	,80057		
	Çiftçi	5	2,4333	1,03145		
	Sanayici	4	1,7083	,51595		
	Öğrenci	14	2,5595	,58692		
	Ev Hanımı	6	1,8333	,44721		
	İşsiz	12	1,9722	,97139		
	Diğer	15	2,2667	,78881		

Araştırmamızda meslek değişkeni Tukey analizi sonucunda dikey çatışma alt boyutunda çiftçilik yapan sporcular ile ev hanımı sporcular arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Tablo 6. Sporcuların çatışma türünün mesleki deneyim değişkenine göre analizi

	Mesleki Deneyim	N	Ort.	Std.Sapma	f	P
Dikey Çatışma	1-5	30	2,3818	,66522	1,64	0,15
	6-10	19	2,7847	,66556		
	11-15	29	2,6740	,43498		
	16-20	18	2,6717	,64970		
	21-25	8	2,7045	,62182		
	26 ve daha üstü	10	2,3091	,84653		
Yatay Çatışma	1-5	30	1,9611	,69437		

	6-10	19	2,4649	,87767	4,32	0,00**
	11-15	29	2,7701	,53529		
	16-20	18	2,4815	,68811		
	21-25	8	2,4167	,89974		
	26 ve daha üstü	10	2,0167	,87648		

Araştırmamızda mesleki deneyim değişkeni Tukey analizi sonucunda yatay çatışma alt boyutunda 1-5 yıllık mesleki deneyimi olan sporcu ile 11-15 yıllık mesleki deneyime sahip sporcular arasında çok anlamlı bir fark bulunmuştur.

Tablo 7. Sporcuların çatışma türünün çocuk sayısı değişkenine göre analizi

	Çocuk Sayısı	N	Ort.	Std.Sapma	f	P
Dikey Çatışma	1	9	2,5253	,40344	1,20	0,31
	2	14	2,5844	,35248		
	3	14	2,8896	,39895		
	4	6	2,6818	,86196		
	6 ve üstü	4	2,9545	,55794		
	Yok	67	2,4993	,71466		
Yatay Çatışma	1	9	1,9815	,58597	2,67	0,02*
	2	14	2,3214	,69634		
	3	14	2,8095	,60219		
	4	6	2,6389	,96848		
	6 ve üstü	4	3,1250	,56724		
	Yok	67	2,2711	,78755		

Araştırmada çocuk sayısı değişkeni LSD analizi sonucunda yatay çatışma alt boyutunda 1 çocuğu olan sporcular ile 3 çocuğu ve 6 dan fazla çocuğu olan sporcular arasında, 3 çocuğu olan sporcular ile çocuğu olmayan sporcular arasında, 6 dan fazla çocuğu olan sporcular ile hiç olmayan sporcular arasında anlamlı ilişki bulunmuştur.

Tablo 8. Sporcuların çatışma türünün maaş değişkenine göre analizi

	Maaş	N	Ort.	Std.Sapma	f	P
Dikey Çatışma	1500-2000	71	2,6620	,57889	1,48	0,19
	2001-2500	12	2,5303	,50219		
	2501-3000	3	2,6970	,34418		
	3001-3500	3	2,4848	,22878		
	3501-4000	2	2,8636	,06428		
	4501 ve üstü	3	3,0303	,13887		
	Yok	20	2,2500	,90712		
Yatay Çatışma	1500-2000	71	2,3826	,77121		
	2001-2500	12	2,5000	,73168		
	2501-3000	3	2,3889	,34694		

	3001-3500	3	2,6111	,25459	1,44	0,20
	3501-4000	2	3,0833	,35355		
	4501 ve üstü	3	3,0556	,67358		
	Yok	20	2,0333	,85258		

Analiz sonucunda hem dikey hem yatay çatışma ile maaş değişkeni arasında anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır ($P>0.05$).

Tablo 9. Sporcuların çatışma türünün engelli olma nedeni değişkenine göre analizi

	Engelli olma Nedeni	N	Ort.	Std.Sapma	f	P
Dikey Çatışma	Doğuştan	65	2,6196	,73274	0,29	0,83
	Kaza	21	2,5584	,35824		
	Hastalık	14	2,4481	,52097		
	Diğer	14	2,6039	,61720		
Yatay Çatışma	Doğuştan	65	2,4205	,84117	0,45	0,71
	Kaza	21	2,2857	,56308		
	Hastalık	14	2,4405	,75279		
	Diğer	14	2,1905	,78408		

Analiz sonucunda hem dikey hem yatay çatışma ile engelli olma değişkeni arasında anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır ($P>0.05$).

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışma, engelli sporcuların yaşadıkları çatışma türlerini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Engelli sporcuların değişkenler nedeni ile çatışma yaşadıkları düşünülmüştür. Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yaşayan işitme ve bedensel engelli sporculara yönelik yapılan çalışmanın sonucunda hem dikey hem yatay çatışma ile cinsiyet değişkeni, medeni durum, yaş, eğitim durumu, gelir düzeyi, engelli olma arasında anlamlı bir ilişki ve sonuca ulaşılamamıştır ($P>0.05$). Araştırmamızda elde ettiğimiz bu sonuçlar alanda yapılan başka çalışmalarla benzerlik göstermiştir. Örneklem sayısına ulaşmadaki zorluk araştırmanın katılımcı sayısını olumsuz etkilemiş olabilir. Elde edilen sonuçlara bakıldığında yukarıda değinilen sonuçların ortaya çıkması doğu illerindeki yaşam koşulları ve ekonomik düzeyle ilişkilendirilebilir. Bunun yanı sıra ciddi bir çatışma ortamı içinde bulunmadıkları da söylenebilir. Engelli bireylerin kendilerini içinde yaşadıkları kentin ve mahallenin bir parçası olarak görebilmeleri için, toplum hayatına tam olarak katılabilmeleri gerekmektedir. Toplum hayatına tam katılım açısından kendilerine ne kadar çok imkan ve fırsat verilirse engelliler de kendilerini o nispette özgür ve mutlu hissedeceklerdir (Seyyar, 2013).

Araştırmamıza katılan engelli bireylerin meslek değişkeninde dikey çatışma alt boyutunda çiftçilik yapan sporcular ile ev hanımı sporcular arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Çiftçilik yapan sporcular antrenörlerle daha fazla çatışma yaşamaktadırlar. Bunun çiftçilik yapan sporcuların çalışma koşullarının daha zor olmasından kaynaklanabilir. Ev hanımlarının çalışma hayatı içinde olmaması ve streslerinin çalışma hayatından etkilenmiyor olması çatışma ortamından uzak kaldıklarını ve sporla ev içindeki çatışma durumundan da uzaklaştıkları şeklinde yorumlanabilir. Toplumsal faaliyetlere katılan engelliler, toplum ile bütünleşecek ve engellerinden dolayı dışlandıkları hissinden

uzaklaşacaklardır (Seyyar, 2013). Seyyar (Seyyar, 2013), engellilerin fiziksel ve psiko-sosyal özellikleri sebebiyle kendi sosyal çevrelerinde bağımsız hareket edebilmeleri ve insanlarla sağlıklı iletişim kurabilmeleri için uygun ortamlar hazırlamak, kendilerine sosyo-kültürel ve ekonomik destek oluşturmanın önemine değinmiştir. Araştırmamızda mesleki deneyim değişkeni analizi sonucunda yatay çatışma alt boyutunda 1-5 yıllık mesleki deneyimi olan sporcu ile 11-15 yıllık mesleki deneyime sahip sporcular arasında çok anlamlı bir fark bulunmuştur. 11-15 yıllık mesleki deneyime sahip sporcular takım arkadaşlarıyla, mesleki deneyimleri az olan sporcu arkadaşlarına göre daha fazla çatışma yaşamaktadırlar. Bu iş hayatının olumsuz etkilerinin daha az hissediliyor olması ile ilişkili olabilir. 1-5 yıllık deneyime sahip sporcular iş hayatındaki stresten daha az etkilenmektedir ve çatışma oluşturacak ortamlara da az maruz kalmaktadırlar. Araştırmada çocuk sayısı değişkeni LSD analizi sonucunda yatay çatışma alt boyutunda 1 çocuğu olan sporcular ile 3 çocuğu ve 6 dan fazla çocuğu olan sporcular arasında, 3 çocuğu olan sporcular ile çocuğu olmayan sporcular arasında, 6 dan fazla çocuğu olan sporcular ile hiç olmayan sporcular arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Çocuk sayısı çatışma ortamını tetiklemektedir. Bu durum çocuğu olan aileler içerisinde ebeveynler arasında stresli ortamların oluştuğunu çıkarmaktadır. Seyyar (Seyyar, 2013) çalışmasında engelli politikalarına yer vermiş, engelleri unutmak için sportif faaliyetlerin iyi bir meşguliyet alanı olduğu kadar engelli sporcuların Türk sporuna kazandırdıkları ödüllerle motivasyonları daha da artacağını söylemiştir. Araştırmaya katılan engelli sporculardan özellikle çiftçilik yapanlarla ev hanımı olanların üstleriyle dikey çatışma yaşadıkları bunun yanında diğer meslek gruplarındakilerinde böyle duruma rastlanılmadığı görülmektedir. Özellikle mesleki deneyim olarak 1-5 ve 11-15 yıl deneyime sahip bireylerin kendi aralarında bir dikey çatışma yaşadıkları göze çarpmaktadır. Çocuk sayısı da araştırmaya katılanların yatay çatışma yaşadıklarını göstermektedir.

Sonuçta, engellilere yönelik sporsal, sosyal ve kültürel amaçlı hizmetlerin sürekli ve ücretsiz olarak sunulması, şüphesiz engelli sporcular için olumlu bir etki yapmaktadır. Dolayısıyla engelleri aşmak, gidermek veya azaltmak bağlamında engelli dostu sosyal alanların oluşturulması ve desteklenmesi engellilerin toplum hayatına tam katılımlarına önemli derecede katkı sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Seval, H. (2006), Çatışmanın etkileri ve yönetimi, Sosyal Bilimler Dergisi, 2006, S:15, 245-254.
- Şimşek, M. Ş. (2002), Yönetim ve Organizasyon, (7.bs.). Konya: Günay Ofset. 2002.
- Stoner, J. (1978), Management, Prentice-Hall Inc., Englewoods Cliffs, 1978.
- Hampton, D., Charles S. (1982), Organizational behavior and the practice of management, Scoott Foresman Company, Illinois, 1982.
- Gümüşeli, A.İ. (1998), İzmir ortaöğretim okulları yöneticilerinin öğretmenler ile aralarındaki çatışma yönetme biçimleri, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 1998.
- Solmuş, T. (2001), Örgütlerde Kişiler Arası ve Gruplar Arası Çatışmalar ve Yönetimi, Türk Psikoloji Bülteni, 2001, (20), 40-49.

- Ertürk, M. (1995), İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 1995.
- Türkel, A. (2000), Grup Dinamiği ve Çatışma Yönetimi, 2000, İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Önder, E.: (2000), Lisans Öğrencilerinin Yaşadıkları Çatışmalar ve Çatışma Yönetim Stilleri (Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği)
- Seyyar, A. (2013), Bağcılar'da Engelli Politikaları ve Engellilere Yönelik Uygulamalar, (ed.Bozlağan, Recep). Bağcılar Perspektifi; Bağcılar Belediyesi Kültür Yayınları. İstanbul. 2013.

ULUSLARARASILAŞMIŞ BİR SEKTÖRDE REKABET GÜCÜ NEYE BAĞLIDIR? ARAÇ KİRALAMA İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bayram AKAY⁸

Oğuz TÜRKAY⁹

Özet

Gittikçe büyüyen bir alanda yer tutan ve turizm gibi kritik öneme sahip sektörler için destek hizmetler üreten araç kiralama işletmelerinin başarısı hizmet sektörünün gelişimi için de önemli görülmektedir. Bu çalışmanın amacı, araç kiralama işletmelerinin başarısını belirleyen dinamikleri tespit etmektir. Çalışmada işletmelerin rekabetçiliklerini belirleyen faktörleri işletme yöneticilerine sormak suretiyle belirleme yoluna gidilmiştir. Bu kapsamda Antalya ve İstanbul'daki 24 araç kiralama işletmesi yöneticisi ile Ağustos- Ekim 2013 tarihleri arasında yüz yüze yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Yöneticiler, rekabet gücü sağlayan, kritik başarı faktörleri olarak; fiyat, hizmet kalitesi, bilgi teknolojileri kullanımı, tanımlayıcı ve destekleyici işletmelerle işbirlikleri, müşteri ile birebir ilişki, özel kampanyalar, sponsorluk ve uzmanlaşmayı öne çıkarmışlardır. Fiyat, hizmet kalitesi, şirket birleşmeleri ve satın almalar, stratejik ittifaklar, pazarlama iletişimi, bilgi teknolojileri kullanımı temel rekabet dinamikleri olarak öne çıkmaktadır. Bu alandaki uygulamaları araştırma içinde örneklendirilmekte, işletmelerin bu konulara verdiği önem ve öngörülerini alan çalışmasının bulguları kapsamında değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Araç Kiralama, Rekabet Gücü, Turizm, Ulaştırma.

JEL Kodu: M10.

What Depends on the Power of Competitiveness in an Internationalized Sector? A Research on Car Rental Business

Abstract

The success of rental car business that is located in a growing area like tourism which has critical importance is seen important for development of service industry as well. The purpose of this study is to determine the dynamics of rental car business. In this study, the factors determining competitiveness of businesses were determined by questions asked to management of businesses. In this context, between August and October 2013, 24 rental car managers in Antalya and Istanbul were met in person with semi-structured meetings. Managements consider critical factors of success that provide power of competitiveness: Price, quality of service, use of technological information, cooperation of determining and supporting business, interaction with customer one on one, special promotions, sponsorship and expertise. Price, quality of services, mergers and acquisitions, strategic alliances, marketing communication, use of information technology is considered as the main competitive dynamics. This is exemplified in the field of research on the applications of businesses, the importance given to these issues and projections are considered part of a field study findings.

Keywords: Car Rental, Competitiveness, Tourism, Transport.

⁸ Doktora Öğrencisi; Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü; Arş. Gör, Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, makay041@hotmail.com.

⁹ Doç. Dr. Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, oguzturkay@yahoo.com.

1. Giriş

Uluslararasılaşma, faaliyetlerin ulusal sınırları dışına yaymasıdır. İster işletme, isterse sektör olsun uluslararası pazarda yer almaya başlanıldığında uluslararası nitelik kazanmış olmaktadır. Uluslararası nitelik imalat sektöründe ihracat, direkt yatırım ya da lisans anlaşması şeklinde iken (Erkutlu ve Eryiğit, 2001:151), hizmet sektöründe franchising, bağlı ortaklıklar ve işbirliği yoluyla gerçekleşir. Hizmet ve imalat sektörü arasındaki fark, hizmetlerin uzun mesafelere dağıtım seçeneklerini azaltan depolanamaz ve taşınamaz olmasıdır (Menzies ve Orr, 2013:290). Dünyada uluslararasılaşmış çoğu sektör başlangıçta küçük sistemler olarak ortaya çıkmıştır (Donnell, 2013:31). Bunlardan bir tanesi de ABD'den dünyanın geri kalanına yayılmış olan araç kiralama sektörüdür. Örneğin, Europcar International 170 ülkede, Avis 161 ülkede, Hertz 150 ülkede, Sixt 110 ülkede, National 83 ülkede, Budget, 128 ülkede, Advantage 33 ülkede çoğunluğu franchise olmak üzere bağlı ortaklık ve sahiplik aracılığıyla faaliyet göstermektedir.

Rekabet, üstünlük sağlama amacı ile rakipler karşısında öne geçme etkinliklerinin bütünü olarak tanımlanmaktadır (Fung, Fung ve Wind, 2009:45). 4054 sayılı rekabetin korunması kanununa göre rekabet; mal ve hizmet piyasalarındaki teşebbüsler arasında özgürce ekonomik kararlar verilebilmesini sağlayan yarışır. Porter (2000)'a göre rekabet; yakın faaliyet alanı içerisindeki firmaların, piyasaya girebilecek yeni firmaların ve ikame ürün üreten firmaların tehditlerine karşı önlemler geliştirerek, girdi alımı ve ürün satımı konusunda sürdürdükleri üstünlük sağlama yarışıdır. Rekabet gücü ise, işletme/ endüstri/ ülkelerin insan kaynağı, sermaye ve doğal kaynaklarının yenilenmesi ve geliştirilmesinin ve teknolojik değişimlere hızlı uyum sağlama yeteneği ile toplam verimliliklerini arttırabilme gücüne sahip olmaları biçiminde ifade edilmektedir (Çivi, 2001:23).

Araba kiralama XX. yüzyılın ilk yıllarında otomobilin icat edilmesi ile ortaya çıkmış ve bu tarihten sonra ülke sınırlarını aşarak dünya geneline dağılmıştır. Araç kiralama sektörü ilk kez ABD'de, 1916 yılında Joe Saunders'in beş kişilik binek otomobilini (Ford T model) belirli bir ücret karşılığında kiralaması ile basit bir iş kolu olarak başlamıştır (Hyatt, 1953:56; Tyra, 2007:54). Yolcu taşımacılığı kategorisine giren araç kiralama işletmeleri toplam ulaştırma sektörünün bir bölümünü oluşturmaktadır (Gürdal, 1990: 17-37). Ulaşım ağının önemli bir bölümü haline gelen araç kiralama sektöründeki büyüme otomobil endüstrisinin yanı sıra gelir artışıyla toplam ekonomiye yansarak çarpan etkisi oluşturmaktadır (Raskop, 1994:49). Sektör son yıllarda teknolojik ilerlemeler, değişen demografik yapı sonucu ılımlı bir büyüme kaydetmiştir (Parker, 2012:2).

Araç kiralama sektörünün oldukça rekabetçi bir yapısı vardır. Sektör yoğun fiyat ve hizmet rekabeti üzerine şekillenmiştir. Endüstride rekabet öncelikle rekabetçi araç kiralama firmaları arasındadır. Diğer ulaşım sistemlerinden uçaklar, kruvaziyer gemiler, trenler, otobüsler ve taksiler az da olsa işletmelerin rekabetini etkilemektedir (Marijanovic, 2010:113). Rekabet, genellikle büyük şehir acenteleri ve havalimanı acenteleri arasında geçmektedir (Weiermair, 2004:5). Pazarın olgunlaşması ve bilişim teknolojileri alanında değişim sonucu rekabet yıkıcı hale dönüşmüştür (Mundt, 2001:278).

Araştırmalar seyahatlerde ulaşım sistemleri arasında % 47 karayolu ya da karayolu bağlantısında kiralık araba, otobüs veya taksinin kullanıldığını göstermektedir (UNWTO, 2009). Literatürde de ulaştırma sektörleri olarak karayolu ulaştırma ve havayolu ulaştırması ele alınmakta ancak araç kiralama sektörüne yeterince değinilmemektedir (Maximiliano, 2011:271). Ayrıca şirketlerin hem şu anda nasıl çalıştıklarına dair hem de gelecekteki çalışma şekillerinin ne olacağı hakkında sınırlı bilgi vardır (Danila ve Gaceu, 2009:75). Bu çalışmada, araç kiralama sektörünü küresel ölçekli değerlendirmek ve rekabet dinamiklerini belirlemek amaçlanmıştır.

2. Rekabet Gücü Ve Belirleyicileri

İşletmelerde rekabet gücünü belirleyen temel faktörler literatürde; firma düzeyinde rekabet gücü, endüstriyel rekabet gücü ve ulusal/uluslararası rekabet gücü olmak üzere 3 kısımda değerlendirilmektedir (Akyüz, vd. 2010:68).

Firma düzeyinde ulusal rekabet düşük maliyet ve yüksek kalitede üretim yapma yeteneğini ifade eder (Arslan ve Tatlıdil, 2012:34). Firmaların değişen teknolojik gelişmeye paralel olarak üretim teknolojilerinde ve Ar-Ge faaliyetlerinde de yeterli çalışmaları yapmaları gerekmektedir. Firmanın sahip olduğu beşeri sermaye ve teknoloji düzeyi arttıkça firmanın rekabet gücü de artar, gelecekte sahip olacağı rekabet gücü potansiyeli iyileşir ve bu güç ve potansiyelini koruma ve sürdürme kabiliyeti artar (Gürpınar ve Sandıkçı, 2008:107).

Porter'a göre bir endüstrideki rekabet, yine Porter'a ait olan ve 5 kuvvet modeli olarak adlandırıldığı; endüstriye yeni girenlerin tehdidi, satıcıların pazarlık gücü, alıcıların pazarlık gücü ve endüstri içinde bulunan firmalar arası rekabete dayanmaktadır (Porter, 2000: 85). Endüstriyel düzeyde rekabet gücü, bir endüstrinin rakiplerine eşit ya da daha üst düzeyde bir verimlilik düzeyine ulaşması ve bu düzeyi sürdürme yeteneği ya da rakiplerine kıyasla eşit ya da daha düşük maliyette ürün üretme veya satma yeteneğidir (Koç ve Özbozkurt, 2014:87).

Ulusal veya uluslararası rekabet gücü kavramları çoğu kez aynı anlamda kullanılmakta ve her iki kavram da daha geniş kapsamda bir ülkenin rekabet gücünü ifade etmektedir (Düzgün, 2007:424). Ulusal/uluslararası rekabet gücünün ele alındığı literatür incelendiğinde, çalışmaların büyük çoğunluğunda Porter'in önermiş olduğu ve genel model olarak da kabul edilen Elmas modeli temel teşkil etmektedir (Gökmenoğlu, vd. 2012:11). Porter (1990)' a göre, bir ülkenin belirli bir endüstride uluslararası başarı elde etmesi; yerel firmaların rekabet ettiği ortamı biçimlendiren, rekabetçi üstünlük yaratılmasını etkileyen yeteneklerin kaynaklarını faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici endüstriler, firma stratejisi, yapısı ve yerel rekabet ortamı olarak ulusun dört temel özelliğine bağlamaktır. Dolayısıyla Porter'in rekabet gücü anlayışında firmanın içinde bulunduğu ülkenin özel bir önemi vardır (Bedir, 2009:23).

Uluslararası rekabet gücü, ürünün fiyatı, kalitesi, teslimde dakiklik, satış sonrası servis, teknoloji, tedarik (kapasite yeterliliği), kapasite ve talep gibi unsurlara dayandırılmaktadır (Çivi, 2001:24). Firma düzeyindeki uluslararası rekabet gücünün belirleyicileri (kaynakları) ise, ülkelerin ihracatı teşvik eden ve ithalatı caydırıcı yapay rekabet gücü yaratan politika veya önlemleri hariç tutulduğunda; firmaların maliyetlerini, ürünlerinin fiyatlarını ve ürün kalitesi, firma / sektör / ülke imajı ve servis gibi fiyat dışı rekabet unsurlarını etkileyen tüm etkenlerdir (Bedir, 2009:18).

3. Ulaştırma Sistemi İçerisinde Araç Kiralama Sektörü Ve Yapısı

Ulaştırma sistemleri; ulaşım araçları/taşıtlar, yol, terminaller ve teknoloji bileşenlerinden oluşmaktadır (Prideaux, 2000:56). Bu bileşenlerin bir arada kullanıldığı ve birer ürüne dönüştürüldüğü ekonomik sistemler olarak ise ulaştırma sektörü içerisinde yer alan ulaştırma işletmeleri ve ulaştırma alt sektörleri ortaya çıkmaktadır. Araç kiralama alanı da bir alt sektör olarak değerlendirilebilir.

Genel olarak araç kiralama sektörü seyahat, finansal kiralama ve ikame araç pazarı olmak üzere üç pazar bölümüne ayrılmıştır. Bu durumda, TURİZM + İŞ + YEREL pazar olarak kabul edilebilir (Geraghty ve Johnson, 1997:109). Sektörde bir dizi uluslararası araç kiralama devi Eurocar, Sixt, Alamo, Hertz, Avis Budget, Zipcar, Dollar ve Enterprise gibi işletmelerin yanı sıra her bölgede pek çok yerel işletme de faaliyet göstermektedir (Yazao, Wenzhou ve Xiaoni, 2009:1202).

Araç kiralama sektörü, kurumsal ve bireysel müşterilerine tatil ve iş amaçlı, operasyonel, araç paylaşımı şeklinde ve/veya ikame araç temini şeklinde kısa ve uzun süreli olarak kiralama hizmeti sunmaktadır. Yeni araç bayileri, oto leasing, kredi ve satış finansmanı kuruluşlar ile taksi ve limuzin hizmeti veren örgütlerle benzer endüstride faaliyet göstermekte ve onlar için ikame bir ürün ortaya koymakta; onların sunduğu ürünler de ikame edilmektedir. Tedarik zincirinde motor ve kaporta tamircileri, otomobil, kamyon imalat ve toptan satış ile sigorta acenteleri yer almaktadır (Bkz. Tablo 1).

Tablo 1. Araç Kiralama Sektörünün Yapısı

Sektör Ürünleri	Endüstri Faaliyetleri
Tatil amaçlı kiralama	Araç kiralama (Kısa Dönem)
İş amaçlı araç kiralama	Araç leasingi (Uzun Dönem)
Operasyonel kiralama	Tedarik Zinciri
Araç paylaşımı	Oto Tamircileri
İkame Araç Temini	Oto Kaportacıları
Benzer Endüstriler	Kamyon (Ağır Vasıta) İmalat
Araç Bayileri	Otomobil İmalat
Oto Leasing, Kredi ve Satış Finansmanı kuruluşlar	Otomobil Toptan Satış
	Aksesuar ve Lastik Üreticileri
Taksi ve limuzin hizmetleri	Sigorta Acenteleri

Araç kiralama şirketlerinin başlıca iki türü vardır. Şirketlerin ilk grubunu belli bir ücret karşılığında kiraya verdikleri kendi araba filoları olan şirketler, ikinci grubu ise; otomobil üretici şirketlerin araç filolarına erişim sağlayan ve bunu ticari anlaşmalar üzerinden gerçekleştiren işletmeler oluşturmaktadır (Borba, 2007:17). Araç kiralama hizmetleri turist memnuniyeti ve sadakati ile hem araç kiralama hem de konaklama kapasitesinin artışını sağlamaktadır (Ekiz ve Bavik, 2008:133).

4. Dünyada Ve Türkiye'de Araç Kiralama Sektörü

Araç kiralama pazarı gelişmiş ülkelerde çok iyi örgütlendiği için bu yerlerde daha fazla büyüme kaydetmiştir. ABD küresel araç kiralama sektörünün çoğunluk hissesine sahiptir. Bu ülkeyi Avrupa ve diğer gelişmiş ülkeler izlemektedir. Ayrıca Hindistan, Çin ve Brezilya gibi gelişmekte olan ülkelerde de sektör büyümektedir (Tyra, 2007:112). Seyahat ve turizm endüstrisinin sürekli büyümesi, eğlence ve boş zaman etkinlikleri için artan talep, kentsel nüfusun ve tüketici harcama gücünün artması gibi ekonomik faktörler sektörün büyümesini sağlarken, çevre kirliliğini önlemek için belirlenen sıkı emisyon standartları sektörün büyümesini engellemektedir (Business Wire, 2013:5).

Küresel araç kiralama sektörü 2013 yılında 36.89 milyar \$ gelire ulaşmıştır. 2013 yılından itibaren yıllık ortalama %13.6 büyüme ile 2019 yılında 79.46 milyar \$ gelire ulaşması beklenmektedir. Tablo 2'deki veriler coğrafi olarak Kuzey Amerika, Avrupa, Asya-Pasifik ve diğer ülkeleri içermektedir (www.MarketResearchReports.Biz 2014:7).

Tablo 2. Global Araç Kiralama Pazarı (2013-2019)

Yıllar	2013	2019
Gelir (Milyar \$)	36.89	79.46

Büyüme (%)	13.6	
------------	------	--

Kaynak: www.MarketResearchReports.Biz (2014).

Araç kiralama pazarı seyahat, finansal kiralama ve ikame araç pazarlarına ayrılmaktadır. Bunların en büyüğü havaalanı veya havaalanı dışı olmak üzere ikiye ayrılan seyahat pazarıdır (Carroll ve Grimes, 1995:84). Sektörün toplam iş hacminin %44,3'ü havaalanı ve geri kalan % 55,7'si havaalanı dışı araç kiralama örgütlerine aittir. Ayrıca pazarın % 60,3'ü ABD, % 31'i Avrupa ve geri kalan % 8,3'ü Asya-Pasifik'e aittir.

4.1. ABD'de Araç Kiralama Sektörü

Araç kiralama sektörü 1918 yılında bir iş kolu olarak ilk kez ABD'de başlamıştır (Carroll ve Grimes,1995:84). Bu yüzden büyük araç kiralama şirketlerinin çoğunluğu ABD merkezlidir. Başlangıçta ortaya çıkan Hertz, Avis, National ve Budget gibi büyük araç kiralama şirketlerine 1980'lerde Alamo ve Dolar gibi turistik yerlerde büyüyen ve daha ucuz ürünler sunan işletmeler eklenmiştir. Özellikle turizme bağlı talep artışı araç kiralama sektöründe pazar paylarını değiştirmiştir (Pachon, 2000:6).

ABD'de güçlü finansal yapıya sahip otomobil üreticileri 1980'lerde hemen hemen tüm araba kiralama örgütlerinin hisselerinin çoğunu satın almıştır (Pachon, Iakovou ve Ip, 2006:). Son yıllarda ise ABD'de, yaşanan birçok birleşme ve satın alma sonucunda işletme sayıları azalmış, ancak işletmelerin pazar payları ciddi oranda artmıştır (Maximiliano, 2011:272). Tablo 3'te ABD'nin 2011 yılındaki araç sayısı, şube sayısı, gelir ve pazar payı dağılımları verilmiştir.

Tablo 3. ABD Araç Kiralama Sektörü (2011)

İşletmeler	Araç Sayısı	Şube Sayısı	Gelir (Milyar)	Pazar Payı
Enterprise (Alamo, National)	341.064	6,202	11.100 \$	% 49
Hertz (Advantage Rent-A-Car)	366.000	2.700	4.241 \$	% 17
Avis Budget Group	300.000	2.500	4.500 \$	% 18
Dollar Thrifty Automotive Group	122.000	470	1.597 \$	% 6
Zipcar	8.800	151	178 \$	% 1,5
Fox Rent A Car	15.000	17	140 \$	% 1
Payless Car Rental System Inc.	11.000	44	135 \$	% 1
U-Save Auto Rental System Inc.	11.500	325	115 \$	% 1
ACE Rent A Car	9.000	92	100 \$	% 1
Rent-A-Wreck of America	5,600	184	38 \$	% 0,5
Triangle Rent-A-Car	4.000	28	40 \$	%0,5
Affordable/Sensible	3.300	180	32 \$	%0,5
Bağımsız Acenteler	60.000	5.400	520 \$	% 3
Toplam	1,857,264	18,293	22.736 \$	% 100

Kaynak: www.autorentalnews.com, 2012.

ABD araç kiralama pazarı, son on yıl içinde birleşme ve satın alma üzerine şekillenmiştir. Dada önce dokuz olan işletme sayısı temelde üç mega araba kiralama şirketi (Enterprise, Hertz ve Avis Budget) kalmıştır. Bu iş ve tatil amaçlı seyahat edenlerin rekabet ve seçim şansını azaltmıştır (Schaal, 2012:3).

4.1. Asya - Pasifik'te Araç Kiralama Sektörü

Çin'de araba kiralama sektörü büyük ölçekli bir gelişme içindedir. 2002 yılında Hertz, Avis ve Europcar gibi kuruluşların Çin pazarına girmesiyle kiralık araç piyasası dünya pazarına açılmıştır. Çin'in otomobil kiralama pazarı, 400'den fazla araç kiralama acentesi ile oldukça

yoğundur. Bunların çoğu küçük işletmelerdir ve yalnız bir şehirde faaliyet gösterir. Çoğunlukla havaalanı ve metropollerde kurulmuştur (Li ve Tao, 2009:265).

Tayvan'da iş modellerindeki değişiklikler ulaşım aracı ekipmanı ve kiralama sektörü için yeni fırsatlarını ortaya çıkarmıştır. Özellikle, işletmelere harcamaları azaltma imkânı sağlayan uzun süreli araç kiralama hizmetlerine olan talep artmıştır. Sektörde 2008'de 140 olan işletme sayısı 2012 yılında 805 firmaya çıkmıştır. Ülkedeki yoğun motosiklet kiralama talebi, motosiklet kiralama işletmelerini ortaya çıkarmıştır (Wang, 2012:8).

4.2. Avrupa'da Araç Kiralama Sektörü

Avrupa'da araç kiralama hizmetlerinin daha esnek bir şekilde örgütlendiği görülmektedir. Avrupa kıtasında demiryolu hatları oldukça çeşitli ve gelişmiş durumdadır. Bunun yanında, karayolu kullanımı ana hatları küçük yerleşimlere bağlamada ve ana hatlar dışında yoğun bir şekilde istifade edilmektedir.

Avrupa'da Hertz, Avis, Budget, Alamo, Dollar, National, Thrifty, Advantage gibi Amerikan araç kiralama şirketlerinin yanında Avrupa kökenli Sixt, Europcar ve Godfrey gibi dev şirketler ile on binlerce yerel işletme faaliyet göstermektedir (Pran, 2006:12). Avrupa'da Avis seyahat acentesi aracılığıyla tüm rezervasyonların yaklaşık yarısını yapmaktadır. İşin en önemli kısmını %60 ile tatil amaçlı araba kiralama oluşturmaktadır. Özellikle ABD'de etkili olan Hertz ise önemli bir pazar payı ve Almanya'da 50 tur operatörünün yanında Lufthansa ve Ryanair havayolları ile işbirliği anlaşmaları vardır (Walter, 2010: 17).

4.3. Afrika'da Araç Kiralama Sektörü

Güney Afrika'da araç kiralama işletmeleri hedef pazar olarak uluslararası, yerel iş ve tatil pazarını seçmiştir. Bölgesel ölçekte faaliyet gösteren büyük uluslararası franchise araç kiralama firmaları ve küçük yerel örgütler faaliyet göstermektedir. Güney Afrika'da Avis bölgenin en büyük araç kiralama hizmeti veren işletmesidir. Angola, Botswana, Lesotho, Madagaskar, Mozambik, Malavi, Namibya, Zambiya ve Zimbabve'de faaliyet göstermektedir. Finansal kiralamada 60.000 aracı yöneten örgüt, ABD pazarı dışında Avis Grubu'nun yaklaşık 20.000 arabalık bir filoyla en büyük lisans sahibidir. Örgüt yerel otomobil kiralama pazarında % 37 pazar payına sahiptir. Budget Rent-a-Car, Güney Afrika'da 60 şube ağı ile Botswana, Mozambik, Namibya'da yer almaktadır. Örgüt 4.500 araçlık bir filo ve % 14 pazar payına sahiptir. McCarthy örgütü ile ülkede araç kiralama organizasyonu, Alfa-Romeo, BMW ve Peugeot gibi otomobil satışı, dağıtım ve imtiyaz anlaşmaları vardır (South Africa Tourism Report, 2010: 28).

4.4. Türkiye'de Araç Kiralama Sektörü

Dünya çapında büyük bir öneme sahip olan oto kiralama işletmeleri Türkiye'ye 1950'li yıllarda girmiştir (Eksin, 2008: 66). Sektör Türkiye'de 1980 yılına kadar aktif olmayan bir görüntü çizmişken bu tarihten sonra, Türk turizmindeki büyük gelişmeler ve yapılan yatırımlar aynı paralelde araç kiralama sektörüne de yansımıştır (Demirciler, 2012). 2000'li yılların öncesindeki günlük kiralamanın yerini bu yıldan sonra vergisel avantajları nedeniyle operasyonel kiralama almaya başlamıştır (Kesenci, 2010:130).

Türkiye'de oto kiralama endüstrisi hızlı bir gelişme kaydetmektedir. Avis, Hertz, Budget, Europcar, Sixt, National, Thrifty, Flletcorp ve diğer uluslararası oto kiralama firmalarının ülkemizde de hizmet sunmaları bu gelişmenin en önemli göstergesidir (www.dunya.com). Türkiye'de oto kiralama pazarında 7 uluslararası marka dışında, yurt çapında 30'dan fazla firma ve yerel ölçekli 650 şirket faaliyet göstermektedir. Otomobil kiralamada 30 bini günlük kiralamalar, 130 bini ise şirketlerin uzun dönemli kurumsal amaçlı kiralamaları olmak üzere toplam 160 bin araç kullanılmaktadır. Araç kiralama şirketleri yılda 1 milyon 250 bin kişiye 4

milyon günlük kiralama yapmaktadır (TUROFED, 2012:19). Tablo 4'e göre kiralanabilir araç sayısı 2009-2012 arasında sürekli artış göstermiştir.

Tablo 4. Türkiye'deki Kiralanabilir Araç Sayısı (Bin)

Yıllar	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012*
Araç Sayısı	75	100	120	105	128	160	170

Kaynak: TUROFED, 2012:19 ve *TOKKDER, 2013:13.

Türkiye'deki araç kiralama sektörü turizm ve iş faaliyetleri yanı sıra, harcanabilir geliri yüksek olan orta sınıf nüfusun artması, hükümet tarafından altyapı çalışmalarına hız verilmesi gibi nedenlerle önemli ölçüde gelişme göstermiştir. Türkiye'nin uygun ekonomik ortamı, ülkeyi uluslararası araç kiralama operatörleri için cazip bir destinasyon haline getirmiştir. Türk araç kiralama sektörü 2007-2011 inceleme döneminde % 8.21 oranında büyüyerek 2011 yılında 3.3 milyar dolar değerine ulaşmıştır. Sektörün hızla büyüyerek 2016 yılında 5.4 milyar dolar ulaşması ve bu dönem boyunca % 10.11 bir büyüme kaydetmesi beklenmektedir (www.autorentalnews.com, 2012).

5. Yöntem

5.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, Türkiye ölçeğinde araç kiralama sektörü için rekabet dinamiklerini belirlemektir. Bu kapsamda “Uluslararasılaşmış bir sektör olarak araç kiralama sektörünün rekabet gücü ne/nelere bağlıdır?” sorusuna cevap aranmaktadır. Literatürde oteller, tur operatörleri, demiryolları, yiyecek-icecek veya gastronomi, havayolu şirketleri, destinasyon yönetimi gibi konulara dair çalışmalara sık rastlanmasına rağmen araç kiralama işletmelerine ilişkin çalışmalar oldukça az sayıdadır. Bu çalışma, alan yazındaki boşluğu doldurması ve araç kiralama işletmelerinin rekabet dinamiklerinin ortaya çıkarılması açısından oldukça önemlidir.

5.2. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları

Araştırma teorik olarak, araç kiralama işi ile uğraşan işletmeleri pazarda öne geçiren unsurların neler olduğu, dolayısıyla hangi etmenlerin rekabet gücünü belirlediği üzerinedir. Alan çalışması ise İstanbul ve Antalya illerinde faaliyet gösteren günlük ve operasyonel kiralama yapan işletmeler ile sınırlıdır. Elde edilen bilgiler; ulaşılan dokümanlar, internet siteleri ve acente yetkilileri ile yapılan görüşmelerden sağlanan verilere dayalıdır.

5.3. Araştırmanın Materyal ve Metodu

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme tekniği; insanların kişisel duyguları, düşünceleri ve deneyimleri hakkında bilgi almak için etkili bir metottur (Milena, Dainore Ve Alin, 2008:1279). Görüşme yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşme olarak üç biçimde tasarlanabilir. Yapılandırılmış görüşmede araştırmacı sorulacak soruları önceden hazırlar ve görüşme sadece bu sorular çerçevesi içinde kalır. Yarı yapılandırılmış görüşmede araştırmacı görüşülene yönelteceği belli başlı soruları hazırlar. Ancak görüşme esnasında yeni sorular sorma gereği de hissederse onları da görüşülen kişiye yöneltir. Yapılandırılmamış görüşmenin tasarımında ise araştırmacı konuyla ilgili ayrıntılı bilgi toplamayı amaçlar ve sorular önceden belirlenmeden görüşmeciye yöneltilir (Yüksel, Mil ve Bilim, 2007:8).

Görüşmelerde temel çerçeveyi belirlemesi bakımından hazırlanan sorular iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde 5 soru ile katılımcı ve işletmelerin özellikleri sorgulanmaktadır. İkinci bölümdeki işletmelerin rekabet gücüne etki ettiği düşünülen faktörleri tespiti yönelik sorular ise Peksatıcı (2010)'nın havayollarına yönelik hazırladığı 26 adet sorunun 23'ünün araç kiralama işletmelerine uyarlanmasıyla oluşturulmuştur.

Araştırmada uyarlanan bu sorular; misyon, vizyon, ve genel hedefler, kritik başarı faktörleri, temel rekabet stratejileri, farklılaşma yönleri, temel oyuncular, sektördeki rakipleri, rekabet üstünlüğü sağlayan unsurlar, fırsat ve riskler, güçlü ve zayıf yönler, fiyat politikası, fiyat seviyesi, benzer stratejiye sahip rakiplerin varlığı, hizmet noktaları, hizmet yeri seçme kriteri, işletmelerin marka tercihi, negatif geri bildirimler ve değerlendirilmesi, uygulanan promosyonlar, dağıtım kanalları, reklam kanalları, filo dengesi, rekabet ortamı, rekabetin gelişme eksenini ile ilgilidir. Stratejik işbirlikleri, birleşme-satın almalar ve bilgi teknolojileri kullanımı soruları Raskop (1994), Kortney (2003), Economics & Business Week (2011), Purohit ve Staelin (1994), Ham (1998), Hoffman (1997), Pachon, Iakovou ve Ip, (2006), Parker (2012) gibi çalışmalardan elde edilmiştir. Görüşme sırasında ek soruları yöneltmekle ilgili detaylar öğrenilmeye çalışılmış ve sorulara ilişkin cevaplar görüşme esnasında not tutularak kayıt altına alınmıştır. Görüşmede İstanbul ve Antalya'da bulunan günlük ve operasyonel araç kiralama şirketlerinden 24 yöneticiyle görüşülmüş ve bu görüşmelerden tamamına çalışmada yer verilmiştir. Bu sayının nitel araştırmalar için yeterli olduğu düşünülmektedir.

6. Araştırma Bulguları

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, demografik özellikler ve işletmelerin rekabet gücünü belirlemeye yönelik bulgular olmak üzere iki bölümde incelenmiştir.

6.1. Katılımcıların ve İşletmelerin Özellikleri

Yapılan bu çalışmada anketi cevaplayan katılımcı ve işletmelerin özellikleri Tablo 6'da gösterilmiştir. İşletmelerin çoğunluğu (%29,2) 1000-1499 araca, (%25) 100-499 araca, (%20,8) 500-9999 ve 1500 ve üzeri araca sahiptir. İşletmeler daha çok 1-5 arası şubeye (%41,8) ve 6-11 arası şubeye (%33,4) sahiptir. Erkek yöneticiler (%83,4) kadın yöneticilere (%16,6) göre daha çoğunluktadır. Yöneticilerin çoğunun (%33,4) sektörde 1-5 yıl arası deneyime sahipken aynı işletmede çalışanların %41,8'i 1-5 yıl arası deneyime sahiptir. İşletmelerden %50'si özel ve % 33,4'ü franchising olarak işletilmektedir.

Tablo 5: Katılımcıların ve İşletmelerin Özellikleri

Araç Sayısı	Sayı	%	Şube Sayısı	Sayı	%
0-99	1	4,2	1-5	10	41,8
100-499	6	25,0	6-11	8	33,4
500-999	5	20,8	12-17	4	16,6
1000-1499	7	29,2	18 ve üzeri	2	8,2
1500 ve üzeri	5	20,8	Toplam	24	100,0
Toplam	24	100,0	Sektörde Çalışma Süresi		
Cinsiyet			1 Yıldan Az	4	16,6
Erkek	20	83,4	1-5 Yıl	8	33,4
Kadın	4	16,6	6-10 Yıl	6	25,0
Toplam	24	100,0	11 ve üzeri	6	25,0
Sahiplik Yapısı			Toplam	24	100,0
Özel	12	50,0	İşletmede Görev Süresi		
Franchising	8	33,4	1 Yıldan Az	4	16,6
Ortaklık	4	16,6	1-5 Yıl	10	41,8
Yönetim Sözl.	0	00,0	6-10 Yıl	6	25,0
Toplam	24	100,0	11 ve üzeri	4	16,6
			Toplam	24	100,0

Ayrıca, müşteri segmentasyonunuz var mı? Hitap ettiğiniz müşteri grubu (turist, iş [Yöneticiler ya da Kurumsal sözleşmeler], yerel müşteriler) kimler? sorusuna operasyonel kiralama şirketleri finansal denetim firmaları, kurumsal müşteriler ve resmi kuruluşlar, hekimler, özel sektör firmaları günlük kiralama acenteleri ise; turist, kurumsal ve yerel pazara hitap ettiklerini belirtmiştir.

6.2. İşletmelerin Rekabet Gücüne İlişkin Soruların Analizi

İşletmelerin rekabetle ilgili bakış açılarını ve uygulamalarını tespit etmek için sorulan sorulara pazardaki dinamik etkileşimi ve bunun kaynaklarını ortaya koyacak cevaplar verilmiştir. Bu cevaplar aşağıda sunulmakta ve Tablo 6'da özetlenmektedir.

İşletmelerin vizyon-misyon tanımlamaları rekabete bakışlarını ortaya koymaktadır. Katılımcılardan elde edilen bilgilere göre; genel olarak müşteri ve personel memnuniyeti, sektörel gelişime katkı sağlamak, Türkiye'nin önde gelen firmaları arasında bulunmak, teknolojik yeniliklerle sürekli gelişen işletme olmak gibi misyon ve vizyona sahip oldukları görülmektedir. Sektör lideri konumunun sürdürülmesi, üst düzey kiralama ihtiyaçlarını karşılama, mevcut filonun güçlendirilmesi ve işlem hacminin artırılması hedefler arasındadır. Örneğin firmaların, Mercedes-Benz marka araçlarda liderliği sürdürürken diğer yandan BMW, Audi ve Porsche markaları ile firmaların üst segment kiralama ihtiyaçlarını karşılamayı hedefledikleri anlaşılmaktadır.

İşletmeler varlıklarını sürdürebilmek için kritik başarı faktörlerine sahip olmalıdır. Katılımcılara göre; müşteri ile birebir ilişki, satın alma gücü, operasyonel verimlilik, franchising isminin sahip olduğu uluslararası güvenilirlik, sıfır araçlara sahip olma, uluslararası otomobil markasının oto bayisi olma, maliyetleri tam olarak belirleme, adil sözleşmeler yapma, eğitilmiş ve bilgi birikimine sahip personel çalıştırma kritik başarı faktörleridir.

Bir sektörde işletmelerin uyguladıkları temel rekabet stratejileri belirlenmiş olmalıdır. Katılımcılara göre; fiyat, hizmet, tek marka ile uzmanlaşma, müşteri portföyü, özel kampanyalar, uluslararası markaya franchising yoluyla sahip olma, tamamlayıcı sektörler ile işbirlikleri, GSM operatörlerine verilen özel fiyatlar, yurt dışı bağlantıları, rakip analizleri araç kiralama işletmelerinin genel rekabet stratejileridir.

Mal ve hizmetleri diğer benzer mal ve hizmetlerden daha farklı olan işletme daha rekabetçi olabilir. Katılımcılara göre; beşeri ilişkiler, müşteri ihtiyaçlarını doğru anlama, etkin teknoloji kullanımı, koşulsuz müşteri memnuniyeti prensibi, fiyat stratejisi, kurumsal kimlik, filo yönetimi, otomotiv şirketi bağlantısı, kaliteli araç ve hizmet sağlayarak işletmeler farklılaştırma yapmaktadır.

Her sektör gibi araç kiralama sektöründe de başarılı olmuş temel oyuncular yer almaktadır. Katılımcılara göre; Mengerler, İntercity, Derindere, Tebarval, Garanti Filo, Fleetcorp, Hedef Filo, Beyaz Filo, Çelik Motor, Avis-Budget, Hertz, Europcar, Sixt, National-Alamo, Thrifty, Central, Almira sektördeki temel oyunculardır. Ayrıca, temel oyuncular en önemli rakipler olarak görülmektedir.

Rekabet üstünlüğü rakipler ile denk veya daha üstün olma durumudur. Katılımcılara göre; teknoloji kullanımı, hizmet kalitesi, beşeri ilişkiler, sözleşme koşulları, fiyat, kasko seçeneği rekabet üstünlüğü sağlayan faktörlerdir. Ayrıca otomobil bayi olan işletmeler otomobil konusunda uzmanlaşmış olmalarını, güçlü destek operasyonu ve hızını, yüksek ürün kalitesini ön plana çıkarmaktadır. Küçük kiralama işletmeleri ise butik oteller tarzında müşteriler ile yakın ilişkileri rekabet üstünlüğü olarak değerlendirmektedir.

İşletmeler rekabet ortamının gereği olarak fırsat ve riskleri iyi analiz etmelidir. *Katılımcılara göre araç kiralama sektöründe karşılaşılan fırsatlar*; otomobil bayisi işletme olma, yurt dışı bağlantılara sahip olma, yetkili servislerle çalışma, orijinal parça tedariki, butik işletmecilik, franchising işletmelerinin uluslararası tanınırlığı, güvenilirliği ve rezervasyon kanallarına erişimden oluşur. *Riskler*; rakiplerin çoğalması, otomobil şirketlerinin kiralamaya yönelmesi, tek marka stratejisinin çoklu marka alımlarında ikincil planda olması, KOBİ'ler arasında iyi kiracı bulmak zor olması, bazı kiracıların kira ödememe gibi riskleri vardır.

İşletmelerin rakiplere oranla güçlü ve zayıf yönleri vardır. Katılımcılara göre güçlü yönler; küçük işletmelerin müşterilerle ikili ilişkileri iyi olması, büyük işletmelerin marka bilinirliği, kurumsal kimlik, birçok noktada faaliyet gösterme, stratejik yerlerde acentelerinin olması, otomotiv firması olmasıdır. Zayıf yönler; küçük işletmelerin marka bilinirliği, belirli bir coğrafyada tanınma, yetkili servislerle çalışmama, yan sanayi parça tedariki, sigortadaki başarısız uygulamalardır.

Rekabet ortamının aşırı dinamik oluşu pazarda fiyat aktörlerini çeşitli fiyat politikası etkinlik ve kampanyalarını uygulamak zorunda bırakmaktadır (Anolik ve Hawks, 2005:45). Fiyat; sezon, mevsim, haftanın günü ya da belirli gruplar veya şirketler ile özel sözleşmeler gibi faktörlere bağlıdır (Fink ve Reiners, 2006:273). Katılımcılara göre; sektörde belirli bir fiyat politikası yoktur. Fiyat; aracın kiralama süresi, markası, işletme giderleri, operasyonel giderler (kira, personel, yakıt vb.), otoparktaki araç sayısı, işletmenin hedefleri, sezona ve km aralığına göre değişmektedir. Doluluk oranına göre uygulanan dinamik fiyatlandırma yapan işletmeler vardır. Ayrıca, aracın sıfır piyasa fiyatı, indirim yüzdesinin ve aracın 2. el piyasasındaki değeri, MTV, kasko/trafik poliçe ve servis maliyetleri dikkate alınarak da fiyatlandırma yapılmaktadır.

Bir sektörde genel fiyat düzeyinin altında ve üstünde fiyat uygulayan işletmeler vardır. Katılımcılara göre; küçük işletmeler genellikle kendilerini ekonomik fiyatlara sahip işletme olarak görürken büyük işletmeler, yerli işletmelere göre orta seviyede fiyatlara sahip olduklarını ve filolarındaki araçların markalarına göre rekabetçi ve sektör lideri olduklarını belirtmiştir. Ayrıca, hizmet kalitesinden ödün vermek anlamına geldiği için piyasadaki en düşük fiyatları vermeyen işletmeler vardır.

Sektörde sizinle benzer stratejileri uyguladığını düşündüğünüz rakipler var mı? Sorusuna katılımcılar: Genellikle büyük-küçük, ulusal-uluslararası işletmeler ile operasyonel-günlük kiralama yapan işletmelerin kendi aralarında benzer rekabet stratejileri uyguladığı vurgulanmıştır. Örneğin; uluslararası firmalardan Avis-Budget, Hertz, Europcar, Sixt, National-Alamo, Thrifty benzer rekabet stratejileri uygulamaktadır.

İşletmelerin kuruluş yeri işletmenin üretim ve/veya pazarlama maliyetlerinin en az olduğu yerdir. Katılımcılara göre; operasyonel kiralama yapan işletmeler daha çok İstanbul, Ankara, Bursa, İzmir, Adana, Kocaeli, Sivas, Tekirdağ, Samsun gibi büyük şehirlerde faaliyet göstermektedir. Günlük kiralama acenteleri havaalanları, büyük şehirler, turizm merkezlerinde (Antalya, Bodrum, Marmaris, Fethiye, Kuşadası, Alanya, vb.) faaliyet göstermektedir. Yani işletmeler; yüksek müşteri potansiyeline ve kiracının ödeme kapasitesine göre hizmet verilecek noktalar belirlenmektedir. Tek marka üzerine çalışan işletmeler, markanın satış ağına göre ihtiyaçları belirleyerek burada satış ve servis üslerini kurmaktadır.

Bağlı oldukları firmayı ve ürünlerini temsil eden marka müşteri satın alma karar sürecinde önemli bir rol oynamaktadır. Katılımcılara göre; çoğu işletme talebi karşılamak için her marka aracı bulundurmaktadır. Bunun yanında ikinci el piyasa değeri, yakıt sarfiyatı, bakım ve onarım masrafları, bagaj kapasitesine göre araçları kullanmayı tercih etmektedir.

İşletmelerin, günümüz rekabetçi şartlarından olumsuz yönde etkilenmek istememeleri promosyona yönelmelerine neden olmuştur. Katılımcılara göre; promosyonlar daha çok müşterilerin maliyet avantajına olan fiyat indirimi şeklinde yapmaktadır. Turistik bölgelerde sezona göre, havaalanlarında mevsime göre, şehirlerde maliyetler ve doluluk oranlarına göre promosyon uygulanmaktadır. Ayrıca iş hacmini artırmak için belirli GSM operatörleri, oteller ve havayolları müşterilerine indirim yapılmaktadır. Sadakat kart programları sahiplerine ve devamlı müşterilere özel fiyatlar verilmektedir. Ayrıca yakala.co, grupfoni promosyon şirketleri üzerinden indirimli araç vererek geniş bir kitleye ücretsiz ulaşılmaktadır.

İşletmeniz hakkında negatif geri bildirimler konusunda ne düşünüyorsunuz? Bu sizi ne şekilde etkiliyor? sorusuna katılımcılar: Negatif bildirim alan taraf üzerinde düzeltme yaptıklarını, negatif geri bildirim katkı olarak algılayıp, eksikleri ve hataları görüp düzelden, sınırsız müşteri memnuniyeti prensibine sahip işletme olduklarını belirtmiştir.

Müşterilerin geri bildirimini değerlendiriyor musunuz? Hizmet kalitesini nasıl ölçüyorsunuz? Bu ölçülen kaliteyi “feedback” olarak stratejilerinize yansıtıyor musunuz? Sorusuna katılımcılar: Genel olarak geri bildirimleri önemli görüyor, mutlaka değerlendiriyor, gerekiyorsa işleyişi değiştiriyor, yapılan hatalar en aza indiriyor. Hizmet kalitesini müşteri memnuniyeti anketi ve müşterinin devamlılığı ile ölçmektedir. Ayrıca, müşteri taleplerini dikkate alarak kampanyaları yöneten, müşterilerin km, vade taleplerine göre özel maliyet anlaşmaları yapmaktadır.

Dağıtım (pazarlama) kanalı, imalâtçı veya üreticiden ara kullanıcı veya tüketicilere kadar sıralanan bir dizi özel ve tüzel pazarlama kişi ve kuruluşlarıdır. Katılımcılara göre; web sitesi, internet (GDS, CRM), referanslar, CRM, telefon ve bayii ağı dağıtım kanallarıdır.

Reklam kişisel olmayan şekilde bir mesajın tüketicilere ücreti ödenmek suretiyle iletilmesidir. Tüketicie mesajın iletilmesinde yazılı ve görsel medya araçları kullanılır. Katılımcılara göre reklam kanalları; sektörel dergiler, gazete, internet, google, promosyon siteleri, billboard, radyo, TV, takım sponsorluğu, mağazalara posterler ve görseller yerleştirme, motosiklet şampiyonası düzenleme gibi yazılı ve görsel medya kullanılmaktadır. Genel olarak sektör internet pazarlamasına yoğunlaşmıştır.

Bir işletmenin filosundaki araçlar kiralanmadığı sürece aylık, yıllık, belirli km bakımları ve trafik sigortası, muayene gibi işletmeye önemli maliyetleri olmaktadır. Katılımcılara göre işletmeler; ihtiyaca göre araç bulundurarak (sezona araç sayısı artırılıyor, kışın İstanbul’da yazın turistik bölgelerde), tek yön ücreti uygulayarak, bölgesel ihtiyaçlara göre (Antalya’da ekonomik sınıf araçlar, Atatürk havaalanında üst grup araçlar) araç bulundurarak filo kullanımını dengelerini sağlamaktadır.

Her sektörde belli bir rekabet ortamı mevcuttur. Katılımcıların genel kanısı kiralama sektöründe serbest rekabetin olduğudur. Ancak, kayıtlı çalışan firmalara karşı kayıtsız çalışan firmalar haksız rekabet yaptığı, rekabetin müşterilere fiyat indirimi olarak yansıdığı, bağlayıcı kanunların olmadığı, rekabet fiyat indirimi olarak algılandığı için karsız çalışan firmalar olduğu görüşü hâkimdir. Rekabet yoğun, riskli, teknelci olarak görülmektedir.

Değişen rekabet anlayışı, üretim üstünlüğü ile başlamış, maliyet, kalite ve hız üstünlüğü ile gelişmiş ve günümüzde hizmet üstünlüğü ile daha da belirgin hale gelmiştir (Tekin ve Çiçek, 2005:63). Katılımcılara göre; sektörde fiyat konusunda güçlü bir rekabet olmakla birlikte, hizmet, reklam, ürün kalitesi, sigorta kalitesi, yetkili servis, orijinal parça kullanımı, muadil araç tedarik süreleri ve geçici aracın nitelikleri, vale desteği (otoparklarda, tatil gidiş ve dönüşlerde, araç muayene işlemlerinde özel şoför hizmetleri) de rekabetin diğer unsurları olarak görülmektedir.

Dünyada altmıştan fazla kiralık araba acentesinin turistik işletmelerle işbirliği anlaşması vardır (Berg, 2006:289). Katılımcılar; havayolları (THY, Atlasjet, Anadolujet, Onurair), oteller, deniz otobüsleri (İDO, BUDO), GSM operatörleri (Turkcell, Avea, Vodafone), seyahat acenteleri, bilgi iletişim, asistans ve yurt dışı aracı işletmeler ile işbirliklerinin olduğunu belirtmiştir.

Örgütsel gelişimin, yönetim araçları geliştirmenin, yüksek müşteri potansiyeline ulaşmanın gelecekte birleşme ve ittifaklarla olacağı tahmin edilmektedir (Loose, Mohr ve Nobis, 2006:384). Katılımcılara göre birleşme ve satın almalar sektörde önemli bir rekabet aracıdır. Bu yolla işletmelerin gücü, sermayesi, araç sayısı, sinerji, sektörel hareketlilik artmaktadır. Türkiye’de pazar hızla büyüdüğü için gelecekte satın almalar ve küçük işletmeler sermaye artırımını için birleşmeler olacağı öngörülmektedir. Ayrıca, pazara giriş için de birleşme ve satın almalar olması muhtemel görülmektedir.

Günümüzde bilgi teknolojilerini (BT) işletmeler stratejik bir araç olarak kullanabilmektedir. BT; yatırımın geri dönüşü, maliyet kontrol, rekabet avantajı, seyahat bileşenine (otel, uçak, araç kiralama) erişme olanağı sağlar (Nayar ve Beldona, 2010:1112). Katılımcılara göre; BT internet ve internet tabanlı yazılımlarla CRM, rezervasyon, paket program, global dağıtım sistemi (GDS), araç takibi (CPS), fiyat teklifi, araç içi teknoloji, operasyonel desteklerin takibi süreçlerde ve internet pazarlama kanallarında kullanılmaktadır.

Tablo 6: Rekabet Dinamiklerine İlişkin Bulgular

Faktörler	Yönetici Görüşleri
Misyon, Vizyon ve Genel Hedefler	Müşteri ve personel memnuniyeti, sektörel gelişime katkı sağlamak, Türkiye’nin önde gelen firmaları arasında bulunmak, teknolojik yeniliklerle sürekli gelişen işletme olmak gibi...
Kritik Başarı Faktörleri	Müşteri ile birebir ilişki, franchising, oto bayisi olma, maliyet, sözleşme, personel gibi..
Temel Rekabet Stratejileri	Fiyat, hizmet, uzmanlaşma, işbirlikleri, rakip analizleri ..
Farklılaşma Yönleri	Beşeri ilişkiler, müşteriye anlama, teknoloji, koşulsuz müşteri memnuniyeti, fiyat, kurumsal kimlik, filo yönetimi, kaliteli araç ve hizmet ..
Temel Oyuncular	Mengerler, İntercity, Derindere, Fleetcorp, Avis-Budget, Hertz, Europcar, Sixt, National-Alamo, Thrifty, Central,
Sektör Rakipleri	Temel oyuncular rakipler olarak görülmektedir
Rekabet Üstünlüğü	Teknoloji, hizmet kalitesi, beşeri ilişkiler, sözleşme koşulları, fiyat, kasko seçeneği...
Fırsat Ve Riskler	<i>Fırsatlar</i> ; otomobil bayiliği, yabancı bağlantılar, orijinal parça, butik işletmecilik, franchising. <i>Riskler</i> ; rakipler, kiracı otomobil şirketleri, tek marka olma...
Güçlü Ve Zayıf Yönler	<i>Güçlü Yönler</i> ; ikili ilişkileri, marka bilinirliği, kurumsal kimlik, yaygın ağ, stratejik konum, otomotiv firması. <i>Zayıf Yönler</i> ; marka bilinirliği, tanınma, parça tedariki, kötü sigorta..
Fiyat Politikası	Belirli bir fiyat politikası yok, fiyat, kiralama süresi ve markaya, giderlere, araç sayısına, hedeflere, sezona göre değişmektedir.

Fiyat Seviyesi	Küçük işletmeler ekonomik, büyük işletmeler orta seviyede fiyatlara sahiptir.
Benzer Stratejiye Sahip Rakipler	Büyük, ulusal, uluslararası işletmelerin rekabet stratejisi operasyonel ve günlük kiralamaya göre değişmektedir.
Hizmet Noktaları	Operasyonel kiralama işletmeleri daha çok büyük şehirleri, günlük kiralama işletmeleri havaalanları, büyük şehirler, turizm merkezlerini seçmektedir.
Hizmet Yeri Seçme Kriteri	Yüksek müşteri potansiyeli, kiracının ödeme kapasitesi ve satış ağı..
İşletmelerin Marka Tercihi	Talebi karşılamak için her marka araç mevcut, ikinci el değeri, yakıtı, bakım ve onarımı, bagaj kapasitesi gibi faktörler..
Geri Bildirimler	Geri bildirimler mutlaka değerlendiriyor, gerekiyorsa işleyişi değiştiriyor, müşteri taleplerine göre kampanyalar yönetiliyor, km, vade taleplerine göre özel anlaşmalar yapılmaktadır.
Negatif Geri Bildirimler	Negatif geri bildirimler bir katkı, eksikleri ve hataları görme fırsatı olarak görülmektedir.
Uygulanan Promosyon	Promosyonlar genellikle fiyat indirimi şeklindedir. GSM operatörleri, oteller ve havayolları müşterilerine, devamlı müşterilere indirim, yakala.co, grupfoni vb. üzerinden indirimli araçlar.
Dağıtım Kanalları	Web sitesi, internet (GDS, CRS), referanslar, CRM, telefon, bayi ağı..
Reklam Kanalları	Sektörel dergiler, gazete, internet, google, promosyon siteleri, billboard, radyo, TV, sponsorluk, posterler ve görseller, motosiklet şampiyonası düzenleme....
Filo Dengesi	İhtiyaca göre araç, ekonomik ve üst sınıf araçlar, tek yön ücreti uygulama
Rekabet Ortamı	Sektörde serbest rekabet vardır, kayıtsız çalışan firmalar vardır, rekabet fiyat indirimi olarak algılanmaktadır. Rekabet yoğun, riskli, tekelcidir.
Rekabetin Gelişme Eksen	Fiyat, hizmet, reklam, ürün kalitesi, sigorta kalitesi, yetkili servis ve servislerde orijinal parça kullanımı, muadil araç ve nitelikleri, vade desteği....
Stratejik İşbirlikleri	Havayolları, oteller, deniz otobüsleri, GSM operatörleri, seyahat acenteleri, bilgi iletişim şirketleri, asistans şirketleri, yurt dışı araçlar..
Birleşme ve Satın Alma	Önemli bir rekabet aracı olmanın yanı sıra işletmelerin gücü, sermayesi, araç sayısı, sinerji, hareketlilik artırıyor.
Bilgi Teknolojileri Kullanımı	İnternet, CRM, rezervasyon, paket program, global dağıtım sistemi (GDS), araç takibi (CPS), fiyat teklifi, araç içi teknoloji, operasyonel desteklerin takibi...

7. Sonuç

Günümüzde küreselleşen pazar koşulları ve üretim faktörlerinin sınır tanımayan ilerleyişi rekabetin önemini daha da artırmaktadır. Rekabet oldukça dinamik bir olgu olarak çevreye ve işletme türüne göre değişmekle birlikte her işletmenin amacı olan satış, kâr veya hayatını devam ettirmek için gerekli bir ön koşul olarak artmaktadır. Küreselleşme ve bilgi teknolojilerindeki gelişmelerin tüm dünyada yol açtığı değişimler her sektör gibi araç kiralama sektörünü de etkilemektedir.

Türkiye'deki araç kiralama sektörü turizm ve iş faaliyetleri yanı sıra, harcanabilir geliri yüksek olan orta sınıf nüfusun artması, hükümet tarafından altyapı çalışmalarına hız verilmesi gibi nedenlerle önemli ölçüde gelişme göstermiştir. Türkiye'nin uygun ekonomik ortamı, ülkeyi uluslararası araç kiralama operatörleri için cazip bir destinasyon haline getirmiştir.

Araç kiralama hizmetlerini distribütörlük kapsamında bir filo departmanı kurarak araç kiralama hizmeti sunan otomobil bayileri, bayi ya da otomobil üreticilerine finansman desteği sağlayan bankalar, sanatçı, siyasetçi ve sporculara lüks araçlarla şoförlü kiralama hizmeti veren limuzin kiralama şirketleri, fiziksel bir acentesi bulunmayan bir-iki saatlik gibi seçeneklerle de kiralama işi yapan araç paylaşım işletmeleri, hem araç kiralama rezervasyonu yapan hem de belli bir sayıda kiralanabilir araç filosuna sahip seyahat acenteleri ve asıl amacı araç kiralamak olan araç kiralama, oto kiralama, rent a car olarak adlandırılan işletmeler yapmaktadır.

Fiyat, hizmet, tek marka ile uzmanlaşma, müşteri portföyü, özel kampanyalar, uluslararası markaya franchising yoluyla sahip olma, tamamlayıcı sektörler ile işbirlikleri, GSM operatörlerine verilen özel fiyatlar, yurt dışı bağlantıları, rakip analizleri araç kiralama işletmelerinin genel rekabet stratejilerini oluşturmaktadır.

Araç kiralama işletmelerinde fiyat, hizmet kalitesi, şirket birleşmeleri ve satın almalar stratejik ittifaklar, pazarlama iletişimi, bilgi teknolojileri kullanımı rekabette öne çıkan unsurlardır. Bu unsurlar ile baş edebilen, dezavantajları avantaja çevirebilen işletmeler daha rekabetçi olacaktır.

Konu ile ilgili yapılacak daha sonraki araştırmalar için, ilgili çalışma tüm Türkiye'deki araç kiralama işletmelerini kapsayacak şekilde genişletilebilir. Ayrıca, araç kiralama işletmeleri bağlamında stratejik işbirlikleri, bilgi teknolojileri kullanımı, hizmet kalitesi, rekabetçi fiyat sunma, pazarlama iletişimi, birleşme veya satın alma konuları ayrı ayrı incelenebilir.

Son Notlar

* Makaleye “Bu makalede kullanılan verilerin bir bölümü devam etmekte olan doktora tezinden alınmış ve bu doktora tezi Sakarya Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonu tarafından desteklenmiştir (Proje No:2013-50-02-027)”.

KAYNAKÇA

- Akyüz, C. Kadri; Gedik, Tarık Ve Akyüz, İlker (2010). Trabzon Arşin OSB’de Yer Alan İşletmelerin Rekabet Stratejileri Ve Kalite Anlayışları, Uluslararası İktisadi Ve İdari İncelemeler Dergisi, 2 (4), 65-81.
- Anolik, Alexander Ve Hawks, John (2005), The Frequent Traveler's Guide: What Smart Travelers and Travel Agents Know, Sphinx Publishing, USA.
- Arslan, Neslihan ve Tatlıdil, Hüseyin (2012), Defining and Measuring Competitiveness: A Comparative Analysis of Turkey With 11 Potential Rivals, International Journal of Basic & Applied Sciences IJBAS-IJENS, 12 (2), 31-43.
- Bedir, Atilla (2009), Uluslararası Ticarete Fiyata Dayalı Rekabet Gücü İle Endüstri Arasındaki Ticaret Arasındaki İlişki: Türk İmalat Sanayii Örneği, Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları, ISBN 978 - 975 – 19 – 4482-5, Ankara.
- Berg, Waldemar (2006), Tourismus Management, 2. Auflage, Rhein, Friedrich Kichl Verlag, Deutschland.

- Borba, Demian (2007), "Marketing Plan for Action Rent a Car A Brazilian Car Rental Brand", <http://www.actioncriacoes.net/marketingPlan.pdf>, E. T: 14.04.2013.
- Business Wire (2013), Global Car Rental Market Report, www.researchandmarkets.com, E. T: 10.04.2013.
- Carroll, William Ve Grimes, Richard (1995), "Evolutionary Change in Product Management: Experiences in the Car Rental Industry", *Tourism Management*, 25, (5): 84-104.
- Çivi, Emin (2001), "Rekabet gücü: literatür araştırması", *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 8 (2), 21-38.
- Demirciler, Sümer (2012), Filo Araç Kiralama Sektörü Otomotivin En Büyük Müşterisi Konumuna Ulaştı, (Akşam Gazetesi, 31.07.2012).
- Donnelly, Nabuar (2013), "The Emergence and Internationalization of Irish MNEs", *Int. Studies of Mgt. & Org.*, 43, (1): 26-51.
- Düzgün, Recep (2007), "Türkiye'nin uluslararası rekabet gücü: çok değişkenli istatistiksel bir analiz", *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (1), 421-440.
- Ekiz, Erdoğan Ve Bavik, Ali (2008), "Scale development process: service quality in car rental services", *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6 (2): 133-146.
- Economics & Business Week (2011), "Research and markets; the US car rental market outlook to 2015 evolving travelers profile", News, USA.
- Eksin, İlhami (2008), "Satışlar % 70 oranında arttı", *Rent A Car Dergisi*, 38: 60-68.
- Erkutlu, Hakan Ve Eryiğit, Süleyman (2001), "Uluslararasılaşma süreci", *G.Ü. İİBF Dergisi*, 3: 149-164.
- Fink, Anderes Ve Reiners, Torsten (2006), "Modeling and solving the short-term car rental logistics problem", *Transportation Research*, 42: 272-292.
- Funk, Volpe; Funk, William ve Wind, Y. John (2009), *Düz Dünyada Rekabet*, (Çeviri: Şensoy, Ü.), Optimist Yayıncılık, İst.
- Geraghty, Martin Ve Johnson, Ernest (1997), "Revenue Management Saves National Car Rental", *Inform*, 27, (1): 107-127.
- Gökmenoğlu, M. Seyit; Akal, Mustafa ve Altunışık, Remzi (2012), "Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Değerlendirmeler", *Rekabet Dergisi*, 13(4), 3-43.
- Gürdal, Mehmet (1990), *Turizm Ulaştırması*, Adım Yayıncılık, Ankara.
- Gürpınar, Koray ve Sandıkçı, Mustafa (2008), "Uluslararası rekabetçilik analizinde Michael E. Porter'in elmas modeli yaklaşımı: Türkiye'deki bazı endüstrilerdeki uygulanabilirliğinin ve sonuçlarının araştırılması", *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 11 (2), 106-125.
- Ham, M. Rex (1998), "Rental Car Service Tenure and Downstream Vertical Integration in the Automobile Industry", Ph.D. Dissertation, Department of Economics, University of Virginia, USA.
- Hertz Global Holdings (2011), 2011 Annual Report, USA.
- Hoffman, Thomas (1997), "Technology drives car rental mergers", *Computerworld Journey*, 32.2, 14-20.
- Hyatt, Robert (1953), *There's a Car in The Picture*, M. E. Sharpe Inc, USA.
- Kesenci, Ç. Aynur (2010), *Araç Kiralama Sektörünün Gelişimi Ve Ülke Ekonomilerine Etkileri*, TOKKDER Yayınları, Ankara.

- Koç, Murat ve Özbozkurt, B. Onur (2014), “*Ulusların rekabet üstünlüğü ve elmas modeli üzerine bir değerlendirme*”, İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, 2 (3), 5-91.
- Kortney, Stringer (2013), “*Car-rental companies are sold*”, Wall Street Journal, 16 October 2013, New York.
- Loose, Willi; Mohr, Mario Ve Claudia Nobis (2006), “Assessment of the future development of car sharing in Germany and related opportunities”, *Transport Reviews*, 26.3, 365-382.
- Marijanovic, Karlo (2010), “*Differentiation of car rental services in the croatian market*”, Preliminary Communication, XXII: 113-128.
- Maximiliano, Korstanje (2011), “*Rent-a-car industry: a case study in Argentina tourism: an international multidisciplinary*”, *Journal Of Tourism*, 6 (1): 271-280.
- Menzies, L. Jane Ve Orr, Stuart. (2013), “*The services internationalization process: an exploratory investigation of australian service company internationalization to china*”, *Journal of Asia-Pacific Business*, 14 (4): 287-311.
- Milena, R. Zaharia; Dainora, Grundey Ve Alin, Stancu. (2008), “*Qualitative research methods: a comparison between focus-group and in-depth interview*”, *Economic Science Series*, 17 (4): 1279-1283
- Mundt, W. John (2001), *Einführung in den Tourismus*, Oldenburg Verlag, Deutschland.
- Nayar, Ajith Ve Beldona, Srikanth (2010), “*Interoperability and open travel alliance standards: strategic perspectives*”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22 (7) :1010-1032.
- Pachon, Julian; Iekovau, Eleftherios Ve Ip, Chi (2006), “*Vehicle fleet planning in the car rental industry*”, *Journal of Revenue and Pricing Management*, 15: 221–236.
- Pachon, Julian (2000), “*Strategic and tactical fleet planning for the car rental industry*”, Doctoral Theses, University Of Miami, USA.
- Parker, John (2011), “*Increasing industry demand for triple bottom line education*”, *The Consortium Journal*, 16, (2): 45-50.
- Parker, Steve (2012), *Global Car Rental Industry 2012-2017: Market Trend, Profit and Forecast Analysis*, PRWeb ebooks.
- Peksatıcı, Özge (2010), “*Competitive Strategies of Airline Companies Operating in Turkish Domestic Aviation Market*”, Unpublished Master’s Thesis, Bahçeşehir University, Institute of Social Sciences, İstanbul.
- Porter, E. Michael (2000), *Rekabet Stratejisi: Sektör Ve Rakip Analizi Teknikleri*, Gülen Ulubilgen (çev.), Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Pran, N. Seth (2008). *Successful Tourism: Tourism Practices*, Volume II, New Delhi, Sterling Publisher, India.
- Prideaux, Bruce (2000), “*The role of the transport system in destination development*”, *Tourism Management*, 21: 53-63.
- Purohit, Devavrat Ve Staelin, Richard (1994), “*Rentals, sales, and buybacks: managing secondary distribution channels*”, *Journal of Marketing Research*, XXXI, 325-338.
- Raskop, R. Raymond (1994), *The Car Rental Industry: It’s Policies, Practices, and the Public Interest*, Doctoral Theses, Golden Gate University, USA.
- Rekabetin Korunması Hakkında Kanun, Kanun Numarası: 4054, Kabul Tarihi: 7.12.1994, Yayımlandığı Düstur: Tertip: 5 Cilt: 34, s:1-25.

- Schaal, Dennis (2012), “*Hertz’s acquisition of Dollar Thrifty will end car rental competition as we know it*”, <http://skift.com>, E. T: 18.05.2013.
- South Africa Tourism Report (2010), Market Overview - Travel, (Çevrimiçi): www.researchandmarkets.com/reports, Erişim: 15.02.2013.
- Tang, Christopher Ve Deo, Sarang (2006), “*Rental price and rental duration under retail competition*”, European Journal of Operational Research, 23 (11): 806-828.
- Tekin, Mahmut Ve Çiçek, Ercan (2005), İşletmelerde Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Farklı Bir Yaklaşım: Değer Temelli Pazarlama, V. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 25-27 Kasım 2005, :63-68.
- TOKKDER (Tüm Oto Kiralama Kuruluşları Derneği) (2013), Operasyonel Kiralama Sektörü Raporu, <http://tokkder.org/index.php/tokkder-ve-tns-global-isbirligi-ile-gerceklestirilen-sektor-rapor/>, E. T: 10.12.2013.
- TÜROFED (Türkiye Otelciler Federasyonu) (2012), “*Turizm Raporu*”, TÜROFED Dergisi, 5.
- Tyya, N. Tumer (2007), Hospitality & Tourism Industry Employers, Vault Inc. USA.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2009), World Tourism Barometer, <http://www.unwto.org/facts>, E.T: 11.05.2012.
- Yazao, Yang; Wenzhou, Jin Ve Xiaoni, Hau (2009), “*Dynamic pool segmentation model and algorithm in the car rental industry*”, Journal Of Computers, 4 (12): 1201-1210.
- Yüksel, Atilla; Mil, Burak Ve Bilim, Yasin (2007), Nitel Araştırma, Detay, Ankara.
- Walter, Freyer (2010), Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 10. Auflage, Deutschland, München: Oldenburg Verlag,
- Wang, Chung (2012), Transport Equipment Rental & Leasing, Taiwan Industry Reports, 1-19.
- Weiermair, Klaus (2004), Product improvement or innovation: what is the key to success in tourism? OECD Report, 1-11.
- İnternet Kaynakları
- <http://www.autorentalnews.com>, The Car Rental Industry in Turkey, E. T:12.12.2012.
- www.dunya.com/derinderenin-elektrikli-120-bin-tlden-yola-cikti-180646, E.T.:10.02.2013.
- [www. marketresearchreports.biz](http://www.marketresearchreports.biz), Newswires, E.T:28.09.2014.

EXTENDED ABSTRACT:

The car rental establishments within the highway transportation, one of the transportation sub-systems of the tourism industry and which presents speed, flexibility, comfort and individuality for the tourists while reaching a destination, emerged with the start of the serial production of the automobile in 20th century. These establishments play a big role in moving the tourists from the tourism market and tourist destinations and in their trips within the destination. Although there have been important developments in the researches on tourism recently, there are a few number of works regarding the car rental establishments which have an important role in tourism transportation.

The car rental industry is divided into the travel, lease, and replacement markets. The largest of these is the travel market. The car rental industry is a multi-billion dollar sector of the US economy. There are about 19,000 car rental locations with more than 1.9 million vehicles for renting. The South African car rental market targets inbound international tourism and the domestic corporate and leisure markets. The market is characterized by franchise agreements between the major international car rental firms, and smaller local companies, with operations on a regional scale. Avis Southern Africa operates the region's largest car rental service. Budget Rent-a-Car's 60-strong Southern Africa branch network is located across Botswana, Mozambique, Namibia and South Africa. The car rental trade in China is undergoing a large-scale development with more than 400 rental-car agencies. While most of them are small and confined to single cities, a few built solid reputations and nascent national networks. In Taiwan in July 2012, there were 805 firms within the industry, up 140 from 2008. On the other hand, the development of tourism industry in Taiwan also gave a fillip to car rental services.

The car rental industry in Turkey grew strongly during the review period supported by government initiatives to improve infrastructure, increasing volumes of tourism and business activity, as well as the rising middle-class population with its high level of disposable incomes. Turkey has a favorable economic environment making it an attractive destination for international car rental operators. The Turkish car rental industry grew at a CAGR of 8.21% during the review period and valued 3.3 billion in 2011. The industry is expanding rapidly and is expected to grow at a CAGR of 10.11% over the forecast period to reach 5.4 billion in 2016.

In this study, the factors determining competitiveness of businesses were determined by questions asked to management of businesses. In this context, between August and October 2013, 24 rental car managers in Antalya and Istanbul were met in person with semi-structured meetings. Managements consider critical factors of success that provide power of competitiveness: Price, quality of service, use of technological information, cooperation of determining and supporting business, interaction with customer one on one, special promotions, sponsorship and expertise. The strategic alliance, BT usage, service quality, marketing communication, merging or purchasing and competitive price approach are determined to be the competition dynamics of the car rental establishments.

PERCEPTIONS OF THE STAFF OF THE GENERAL DIRECTORATE OF SPORTS ABOUT ORGANIZATIONAL JUSTICE

Yakup AKYEL¹⁰

Mustafa Yaşar ŞAHİN¹¹

Mehmet GÜNAY¹²

Abstract

In this study, it was aimed to determine the perceptions of the staff of the general directorate of sports about organizational justice, and to analyse according to some specific variables.

As a survey study, this study included 345 participants which were selected randomly. The data was collected through The Scale of Organizational Justice Perception including 20 items and four sub categories. The data was analysed with SPSS 16.0 applying independent samples t-test and ANOVA.

Based on the results of the study, it was concluded that: the participants have medium level justice perception, and the sub category ‘Informational Justice’ is the leading one. In terms of gender variable, it was concluded that male participants have higher level of perception for the sub category ‘procedural justice’ and the sub category ‘distributive justice’ than female participants do. On the other hand, it was found out that female participants have higher level of perception for the sub category ‘interpersonal justice’ than male participants do. Furthermore, a negative correlation was found between the years of experience and the sub categories ‘Procedural, Interpersonal and Informational Justice’. It was determined that the staff graduated from elementary level have higher means level for the sub categories ‘Procedural Justice’, ‘Distributive Justice’, ‘Informational Justice’. Based on the variable of working place it was reached that the staff of the central organization (SGM) have higher level of perception in terms of ‘Procedural justice’ and ‘Interpersonal justice’.

Introduction

Nowadays, we have experienced significant changes and revolution thanks to technological developments and globalization. In this process, both the state and private organizations have been affected enormously. Today the organizations have a tendency for a new kind of organization which is more flexible, which has horizontal positioning quality, which has increasing communication among the staff, and the controlling mechanism of which is for the staff themselves. In addition, networking is gaining importance for organizations.

¹⁰ Assistant Prof.Dr., 1Ahi Evran University, School of Physical Education and Sport, Kırşehir, Turkey

¹¹ PhD, Gazi University, School of Physical Education and Sport, Ankara, Turkey

¹² Prof.Dr., Gazi University, School of Physical Education and Sport, Ankara, Turkey

The rise in environmental and economic changes, the high necessity of flexibility and cooperation, the rise of belief in team and team work, the change of relations with employees and career forms have highlighted the importance of organizational justice. Organizational justice, which is the main element of social capital, is the key bound holding relations together in an organization. It is not possible for an institution to achieve goals and run well without justice. Additionally, justice is one of the important factors of efficient relations. Mutual justice is a vital situation. To be able to benefit from positive results of intra organizational justice it is needed to understand the concept and structure of organizational justice in detail (İşcan and Sayın, 2010). Organizational justice is one of the main sources of trust. Perceptions of employees for their organizations' implementations affect their commitment and trust on their administrators (İşcan and Sayın, 2010).

Recently, because of the fact that the strongest resource for organizational competition is human and that there is a necessary to determine the factors affecting human behaviours in the organizations, there have been an increasing interest for organizational justice (Yeardizx, 2014).

In this perspective, social scientists have accepted the importance of justice for personal pleasure of the staff and for a successful organization (Greenberg, 1990).

When it comes to our country, it can be seen that there is a very limited literature about sports management and it is believed that this study will make important contributions.

The term of Organizational Justice

In general justice is to pay regard to rights and law, and in the using process, to respects the rights of others, to rank everybody as equal and to give them their rights (Gültekin, 1983: 25; Püsküllüoğlu, 1999: 42). In different fields, it can be determined in different ways but justice can be described as showing respect to others' rights, ranking everybody as equal and giving them their rights. At this point, justice is a basis for the relations among the communities and in the communities (Özen, 2002).

Organizational justice can be described as people's want of being treated fairly in terms of management and organizational management. To the equality theory of Adams, equality is the belief of being treated fairly, and inequality is the belief of being treated unfairly (Griffin and Moorhead, 1986).

When the studies about organizational justice (Greenberg, 1990; Moorman, 1991; Cropanzano, Bowen and Gilliland, 2007) are analysed, it is found out that organizational justice is described as the justice in the organizations, and it is emphasized that the relationship with the worker perception about the fair or unfair treatment at the work. Organizational justice perception is a personal perception formed as a result of an evaluation of management in terms of ethical and moral situation. To Folger and Cropanzano, organizational justice is the social norms and rules set out for the interpersonal applications and for the practices made in the process of distributive decisions and distributive of the outcomes (Polat and Kazak, 2014).

Aspects of organizational justice

The existence of justice in an organization is possible with trust and citizenship feeling, as for organizational dimension; it becomes possible with high efficiency, favorable workplace environment and strong organizational culture (Altunkurt, 2010). Deficiency of organizational justice results in distrust of employees on other employees and administrators of the organization, and not seeing themselves as a member of the organization.

Although there are many different aspects in the literature, plenty of researchers have described the organizational justice as distributive, procedural and interactional justice. Especially Greenberg (1987) analysed the term in three aspects as being fair of outcomes (distributive justice), of processes (procedural justice) and of interpersonal relations (interactional justice) (Greenberg, 1987).

Distributive Justice

Distributive justice indicates the perception of all kinds of outcomes like money reward, fine and promotion as fair by the staff. Distributive justice is to guarantee that if every staff accomplishes specific tasks, he/she will be rewarded in the same way (Iskan ve Naktiyok, 2004). Distributive justice is a term which deals with sharing all kinds of outcomes such as tasks, products, services, opportunities, fines/rewards, roles, status, fees, promotions in both social and organizational contexts (Cohen, 1987). Distributive justice describes employees' perceptions against whether acquisitions and rewards are distributed justly. In other words, distributive justice is perceptions about whether acquisitions of employees are evaluated properly and truly in terms of their performance (Polat ve Celep, 2008).

Distributive justice can develop when the results of justice and equality are consistent and coherent. The outcomes are regarded as a kind of reaction to their effort, and it is believed that appreciation, rewards and fees should be distributed equally (İçerli, 2009).

Procedural justice

As mentioned above, distributive justice deals only with the way of distribution of outcomes but it doesn't deal with the processes that affect these outcomes. These processes can affect the justice perception about distribution. Even in some situations these processes can be much more important than the outcomes. So there appears to be procedural justice focusing on this process and procedures (Greenberg, 1987).

Procedural justice is not related to the outcomes but being fair of decision making process determining the outcomes. That somebody perceives the procedures, methods, politics and practices –which are being applied in the process of evaluation and rewarding of the staff– as being fair is related to procedural justice. It includes objectivity in decision making process, using suitable and true data, right to speak of the staff, convenience of evaluation criteria (Cropanzano et al. 2002). In other words, procedural justice is a kind of perceived justice of the tools used in determining the outcomes (Çetinkaya and Çimenci, 2014).

Interactional justice

Interactional justice is expressing processes of making decisions about distribution and practices and decisions about the staff in the management department in a kind, sincere, honest way.

Folger and Cropanzano mention (about) two different types of interactional justice: legalization and interpersonal behaviours. To them, expressions related to the decisions will provide accurate legalization of the processes. Moreover Greenberg indicates that explaining the reasons for the decisions and having a sincere and honest communication affect the perceptions about justice in a positive way (İşbaşı, 2000:53).

Interactional justice points out the qualifications of behaviours and attitudes the staff have when they practice organizational activities (Liao and Tai, 2006).

Method

This study is a descriptive study which aims to determine opinions of the staff of the central and the country agents of the general directorate of sports. In this study, the scores of

the staff on the scale of organizational justice were compared and contrasted in terms of the gender, the marital status, age, experience year and their organizations.

Universe and Sample

The universe of the study is about 10 thousand staff working in the central and the country agents of the general directorate of sports. The sample is 370 staff selected by randomly. In this selection process, 5% was accepted as error rate, and the confidence interval was determined as 95%. But, because 345 out of 370 staff provided feedback for the study, the confidence interval was then determined as 94 %.

The data collection tool

In order to collect data, Personal Data Form and Scale of Organizational Justice Perception which was developed by Colquitt (2001) and translated by Arnak and Özeri (2007) into Turkish were applied. Based on the reliability analysis of the scale including twenty items and four sub categories, Cronbach Alpha was determined as the following: .94 for the subcategory of distributive justice; .86 for the subcategory of procedural justice and .88 for the subcategory of interactional justice (Özmen et al., 2007).

Similarly, according to the reliability analysis applied in the study of Yelboga (2012), internal consistency reliability rate namely Cronbach Alpha for the whole test was determined as 0.84. Based on these statistical results, it was concluded that the test is reliable and valid (Yelboga, 2012).

FINDINGS

Table 1- The Mean and Standard Deviation Scores of The Staff For Organizational Justice Perception

	N	Minimum	Maximum	\bar{X}	S
Procedural justice	345	1,00	5,00	3,42	,87
Distributive justice	345	1,00	5,00	3,21	1,03
Interpersonal justice	345	1,00	5,00	3,52	,73
Informational justice	345	1,00	5,00	3,59	,94

When the Table 1 is analysed, it can be seen that the Scores of The Staff For Organizational Justice Perception were determined as $\bar{X}=3,42$ for the subcategory procedural justice, as $\bar{X}=3,21$ for the subcategory distributive justice, as $\bar{X}=3,52$, for the subcategory interpersonal justice, and as $\bar{X}=3,59$ for the subcategory informational justice. The lowest score was for distributive justices while the highest score was for informational justice.

Table 2 - The results of Independent-Sample T-Test about the differences of perception levels on Scale of Organizational Justice Perception based on gender of the staff

	Gender	N	\bar{X}	S	t	sd	p
Procedural justice	Female	128	3,38	,88	-,73	343	,469
	Male	217	3,45	,86			
Distributive justice	Female	128	3,11	1,04	-1,36	343	,175
	Male	217	3,26	1,03			

Interpersonal justice	Female	128	3,54	,69	,31	343	,760
	Male	217	3,51	,75			
Informational justice	Female	128	3,58	,90	-,06	343	,949
	Male	217	3,59	,97			

In order to determine whether there are significant differences on organizational justice perception of the staff participating in this study based on their gender or not, Independent-Sample T-Test was applied. It was concluded that male participants had higher level of perception for the sub category 'procedural justice' and the sub category 'distributive justice' than female participants did and for the sub category 'interpersonal justice', the female participants had higher level of perception than the males did.

Table 3-The results of Independent-Sample T-Test about the differences of perception levels on Scale of Organizational Justice Perception based on marital status of the staff

	Marital Status	N	\bar{X}	S	t	sd	p
Proceduraljustice	Married	227	3,40	,89	-,66	343	,513
	Single	118	3,46	,83			
Distributivejustice	Married	227	3,19	1,07	-,50	343	,616
	Single	118	3,24	,95			
Interpersonaljustice	Married	227	3,51	,74	-,51	343	,614
	Single	118	3,55	,71			
Informationaljustice	Married	227	3,58	,93	-,10	343	,921
	Single	118	3,59	,96			

In the table 3, when the differences of perception levels on the Scale of Organizational Justice Perception based on the marital status of the general directorate of sports, it was concluded that the single participants had higher levels of perception for all of the sub categories, but there weren't any significant differences among the results.

Table 4 The results of Independent-Sample T-Test about the differences of perception levels on Scale of Organizational Justice Perception based on working place of the staff

	WorkingPlace	N	\bar{X}	S	t	sd	P
Procedural justice	SGM (Central Organization)	225	3,49	,83	2,13	343	,034*
	RuralOrganization	120	3,28	,92			
Distributive justice	SGM (Central Organization)	225	3,20	1,03	-,18	343	,856
	RuralOrganization	120	3,22	1,04			
Interpersonal justice	SGM (Central Organization)	225	3,58	,69	2,01	343	,046*
	RuralOrganization	120	3,42	,78			
Informational justice	SGM (Central Organization)	225	3,60	,92	,43	343	,666
	RuralOrganization	120	3,56	,99			

When the Table 4 is analysed, it can be summarized that the perception levels of the staff working in the central organization for the sub category ‘Procedural Justice’ is ($\bar{X}=3,49$) and for the staff working in the rural organizations is ($\bar{X}=3,28$), which causes significant differences according to $t_{(343)}=2,13$, $p<,05$. These significant differences were brought about by the fact that the staff of the central organization (SGM) have higher level of perception in terms of ‘Procedural justice’ and ‘Interpersonal justice’.

There is significant difference according to $t_{(343)}=2,01$, $p<,05$ ’e in terms of the sub category ‘interpersonal justice’ for the staff of the central organization (SGM).

When it comes to other sub categories, it can be concluded that the staff of the rural organizations have higher level of perception for the sub category ‘Distributive Justice’, and the staff of the central organization have higher level of perception for the sub category ‘Informational justice’. But there aren’t any significant differences between these two sub categories according to the working place variable.

Table 5 The results of One-Way Anova about the differences of perception levels on Scale of Organizational Justice Perception based on experience years of the staff

		N	\bar{X}	S	F	p	Post Hoc (Tukey)
Procedural justice	0-2 year	95	3,58	,84	1,86	,137	
	3-8 year	79	3,37	,96			
	9-14 year	49	3,25	,73			
	15 above	122	3,39	,86			
Distributive justice	0-2 year	95	3,40	,96	3,76	,011*	0-2 year > 3-8 year 0-2 year > 9-14 year
	3-8 year	79	2,98	1,07			
	9-14 year	49	2,95	1,02			
	15 above	122	3,30	1,03			
Interpersonal justice	0-2 year	95	3,58	,72	1,20	,311	
	3-8 year	79	3,61	,74			
	9-14 year	49	3,40	,63			
	15 above	122	3,48	,76			
Informational justice	0-2 year	95	3,72	,94	2,14	,095	
	3-8 year	79	3,50	,87			
	9-14 year	49	3,34	,87			
	15 above	122	3,64	1,00			

As seen in the Table 5, it can be pointed out that there aren’t any significant differences based on the significance level of 0,05 for the sub categories ‘Procedural Justice’, ‘interpersonal Justice’, ‘Informational justice’, and the levels of perception of the staff with 0-2 years of experience are the highest one.

For the sub category ‘Distributive Justice’, significant differences can be seen about the ‘Distributive Justice’ based on the years of experience according to $F=3,76$, $p<,05$. These significant differences are like ($\bar{X}=3,40$) for the staff with “0-2 years of experience”, ($\bar{X}=2,98$) for the staff with “3-8 years of experience”, and ($\bar{X}=2,95$) for the staff with “9-14 years of experience”.

Table 5 The results of One-Way Anova about the differences of perception levels on Scale of Organizational Justice Perception based on educational background of the staff

		N	\bar{X}	S	F	p
Procedural justice	Primary School	38	3,56	,74	,78	,503
	High School	93	3,32	,90		
	AssociateDegree	45	3,46	,91		
	Undergraduate&GraduateDegree	169	3,43	,87		
Distributive justice	Primary School	38	3,48	1,02	1,59	,192
	High School	93	3,25	,98		
	AssociateDegree	45	3,26	1,16		
	Undergraduate&GraduateDegree	169	3,10	1,02		
Interpersonal justice	Primary School	38	3,53	,72	,75	,523
	High School	93	3,46	,77		
	AssociateDegree	45	3,66	,54		
	Undergraduate&GraduateDegree	169	3,52	,75		
Informational justice	Primary School	38	3,82	,93	1,07	,363
	High School	93	3,56	1,00		
	AssociateDegree	45	3,64	,80		
	Undergraduate&GraduateDegree	169	3,53	,94		

According to the Table 6, there aren't any significant differences based on the significance level of 0,05 related to educational background variable. It was determined that as the education level of the staff is increases, there becomes a decrease in procedural justice perception. In other words, the staffs with lowest level of educational background have the highest level of perception. For the sub category 'interpersonal justice' as the education level of the staff increases, there becomes an increase in perception.

RESULTS

As a result of the analysis, it can be said that the justice perception of the staff at work is above the medium level via the mean score ($\bar{X}=3,40$) of the scale which is formed as '1' indicates "never" and '5' indicates "always". When the justice perception of the staff was analysed in terms of sub categories, it can be concluded that the lowest mean score ($\bar{X}=3,21$) is for the subcategory 'distributive justice' related to providing of the organizational justice. The mean score ($\bar{X}=3,42$) for the subcategory 'procedural justice' related to be fair of methods used to make organizational decisions is a bit high. However, the mean score is ($\bar{X}=3,52$) for the sub category 'interpersonal justice' related to managers' honest and open behaviours towards their staff and the mean score is ($\bar{X}=3,59$) for the sub category 'informational justice' related to informing the staff by the administrators.

As a result of these facts, it can be concluded that there is good communication between the staff and the managers, the managers are care about informing their staff in terms of social and personal rights, and the managers are careful and sensitive to respect their staff and their

rights. However, it can be indicated that the staff have negative impression about organization outcomes like appreciation, reward, social rights and promotion.

There aren't any significant differences on organizational justice perception of the staff of the general directorate of sports participating in this study based on their gender. It was also concluded that male participants had higher level of perception for the sub category 'procedural justice' and the sub category 'distributive justice' than female participants did, and for the sub category 'interpersonal justice', the female participants had higher level of perception than males did.

In this study, it was found that there weren't any significant differences for organizational justice and the four sub categories based on the staff's marital status of the general directorate of sports. It was also concluded that the single participants had higher levels of perception for all of the sub categories.

In the literature there are various studies that support our findings or contrast with our findings. For instance, Tetik (2010) doesn't find any significant differences between the sub categories of organizational justice and marital status (Tetik, 2010). Demirkıran, Yardan and Yorulmaz (2013) find significant differences between the single and the married staff in terms of distributive justice ($3,54 \pm 1,07$; $3,05 \pm 0,93$) (Tekfur et al., 2013).

When the differences among their perception levels of the staff of the general directorate of sports based on the 'The Scale of Organizational Justice Perception' are examined, significant differences can be seen for the sub categories 'Procedural justice' and 'Interpersonal justice' in favour of the staff working in the central organization ($t_{(343)}=2,01$, $p<,05$). From the study findings, it can be mentioned that the managers working in the rural organizations should be fairer in terms of method, procedures and politics which determine organizational outcomes.

In the study, it was found that the highest level of justice perception belongs to the staff starting work recently. Moreover, significant differences can be seen about the 'Distributive Justice' based on the years of experience according to $F=3,76$, $p<,05$. These significant differences are caused by the fact that 'Distributive Justice' perception of the staff with "0-2 years of experience" ($\bar{X}=3,40$), and what of the staff "3-8 years of experience" ($\bar{X}=2,98$) are higher than the perception levels of the staff with "9-14 years of experience" ($\bar{X}=2,95$). In other words, as the number of experience years increases, the levels of justice perception of organizational justice decrease.

The study carried out by Yavuz (2010) has a contrastive point for our study; there aren't any significant differences about organizational justice perception based on their experience years of the staff working in private and state organizations while it has a supporting point for our study which is that the ones with 0-1 year of experience have the highest level of justice perception ($\bar{X}=3,36$), which is similar to our finding that the ones with 2-5 years of experience have the highest level of justice perception ($\bar{X}=2,99$) (Yavuz, 2010).

Based on the educational background variable, the highest level of justice perception for the sub category 'Procedural Justice' belongs to the primary school graduates ($\bar{X}=3,56$); the highest level of justice perception for the sub category 'Distributive Justice' belongs to the primary school graduates ($\bar{X}=3,48$); the highest level of justice perception for the sub category 'Interpersonal Justice' belongs to the associate degree graduates ($\bar{X}=3,53$); the highest level of justice perception for the sub category 'Informational Justice' belongs to the primary school graduates ($\bar{X}=3,82$).

The situation can be clarified with the fact that the staffs with lower level of educational background have higher levels of organizational justice perception, the staffs with higher level of educational background have much more outcomes than the others do, and these facts cause much more expectations.

Consequently, it can be summarized that the practices related to organizational justice in the general directorate of sports are perceived as being fair. But, when the results of the scale of justice perception are examined, it is seen that the level of the perception is medium not high. So, the practices related to organizational justice should be reconstructed, which is very important for the sake of organizational power. The study results show that the perception level of distributive justice is low. For this reason, especially the senior managers should try to have an organization atmosphere which includes organizational ethic and justice system.

Furthermore, it is found out via the scale that the male staff have the highest level of perception for the subcategories 'Procedural and Distributive Justice', and the single staff has have the highest level of perception for all of the subcategories. There is a negative correlation among the years of experience and 'Procedural, Interpersonal and informational justice'. The primary school graduate staffs have the highest level of perception for the subcategories 'Procedural, Distributive and Informational Justice'.

According to the working place variable, it is seen that there are significant differences for the sub categories 'Procedural justice' and 'Interpersonal justice' in favour of the staff working in the central organization (SGM). These results show that the managers working in the rural organizations should have open and honest relations, and a more active communication.

REFERENCES

- Altinkurt, Y. (2010). Örgütsel Adalet. Memduhoğlu, H. B. & Yılmaz, K. (Eds.). Yönetimde Yeni Yaklaşımlar. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Cohen, R.L., Distributive Justice: theory and research, *Social Justice Research*, 1987;1: 19-40.
- Cropanzano R., Prehar C. A., ve Chen P. Y. Using socialexchange theory to distinguishprocedural from interactionaljustice. *Group&Organization Management*, 2002; 27 (3): 324-351.
- Çetinkaya M, Çimenci S. Örgütsel Adalet Algısının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi ve Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Rolü: Yapısal Eşitlik Modeli Çalışması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2014; 12(23): 237-278.
- Greenberg, J. Organizationaljustice: yesterday, today and tomorrow. *Journal of Management*, 1990, 16(2): 389-412.
- Greenberg, J.A taxonomy of organizationaljusticetheories, *The Academy of Management Review*, 1987;12 (1): 9-22.
- Griffin, R., Moorhead, G. Organizationalbehavior. HoughtonMifflinCompany, 1986.
- Gültekin, V. (1983). Hayat Ansiklopedisi. İstanbul: Doğan Kardeş Yayınevi.
- İçerli, L. Örgüt yapısı ve örgütsel adalet arasındaki ilişkiler, (Yayımlanmamış Doktora Tezi) İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2009.
- İşbaşı, J. Ö. (2000) Çalışanların Yöneticilerine Duydukları Güvenin ve Örgütsel Adaletle İlişkin Algılamalarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Oluşumundaki Rolü, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

- İşcan, Ö.F. and Naktiyok, A.(2004). Çalışanların örgütsel bağdaşımalarının belirleyicileri olarak örgütsel bağlılık ve örgütsel adalet algıları, Ankara üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 59 (1): 182-201.
- İşcan, Ö.F. and Sayın, U. (2010). “Örgütsel Adalet, İş Tatmini ve Örgütsel Güven Arasındaki İlişki”. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 24(4); 195-216.
- Liao, W.,Wei-Tao, T. Organizational Justice, Motivation to Learn, and Training Outcomes” Social Behavior and Personality, 2006; 34 (5): 545-556.
- Özen, J. Adalet kuramlarının gelişimi ve örgütsel adalet türleri. Hukuk Felsefesi ve Sosyolojisi Arşivi, 2002, Haziran (5): 107-117.
- Özmen Ö. N. T, Arbak Y, Özer P.S. Adalete Verilen Değerin Adalet Algıları Üzerindeki Etkisinin Sorgulanmasına İlişkin Bir Araştırma. Ege Academic Review, 2007; 7 (1): 17-33.
- Polat, S. and Celep C. (2008). “Ortaöğretim Öğretmenlerinin Örgütsel Adalet, Örgütsel Güven, Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına İlişkin Algıları”. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, (54): 307-331.
- Polat, S., Kazak, E. Okul Yöneticilerinin Kayırmacı Tutum ve Davranışları ile Öğretmenlerin Örgütsel Adalet Algıları Arasındaki İlişki [doi: 10.14527/kuey. 2014.004]. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 2014; 20(1): 71-92.
- Püsküllüoğlu, A. (1999). Türkçe Sözlük. İstanbul: Doğan Kitap.
- Tetik S. Kamu işletmelerinde çalışanların örgütsel adalet algılarının bazı demografik özellikler açısından incelenmesi. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 2010; 4(1); 239-249.
- Teyfur M, Beytekin OF, Yalçınkaya M. İlköğretim okul yöneticilerinin etik liderlik özellikleri ile okullardaki örgütsel güven düzeyinin incelenmesi (İzmir il örneği). Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi, 2013; 21: 84-106.
- Yavuz E. Kamu ve özel sektör çalışanlarının örgütsel adalet algılamaları üzerine bir karşılaştırma çalışması. Doğu Üniversitesi Dergisi, 2010; 11(2): 302-312.
- Yelboğa A. Örgütsel adalet ile iş doyumu ilişkisi: ampirik bir çalışma. Ege Akademik Bakış, 2012; 12(2): 171-182.
- Yıldız S. Örgütsel Adaletin Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisinde İş Tatmininin Aracı Rolü. Ege Akademik Bakış, 2014; 14(2): 199-210.

EXTENDED ABSTRACT

Nowadays, we have experienced significant changes and revolution thanks to technological developments and globalization. In this process, both the state and private organizations have been affected enormously. Today the organizations have a tendency for a new kind of organization which is more flexible, which has horizontal positioning quality, which has increasing communication among the staff, and the controlling mechanism of which is for the staff themselves. In addition, networking is gaining importance for organizations. The rise in environmental and economic changes, the high necessity of flexibility and cooperation, the

rise of belief in team and team work, the change of relations with employees and career forms have highlighted the importance of organizational justice. Organizational justice, which is the main element of social capital, is the key bound holding relations together in an organization. It is not possible for an institution to achieve goals and run well without justice.

In this study, it was aimed to determine the perceptions of the staff of the general directorate of sports about organizational justice, and to analyse according to some specific variables. As a survey study, this study included 345 participants which were selected randomly. The data was collected through The Scale of Organizational Justice Perception including 20 items and four sub categories. The data was analysed with SPSS 16.0 applying independent samples t-test and ANOVA.

Based on the results of the study, it was concluded that: the participants have medium level justice perception, and the sub category 'Informational Justice' is the leading one. In terms of gender variable, it was concluded that male participants have higher level of perception for the sub category 'procedural justice' and the sub category 'distributive justice' than female participants do. On the other hand, it was found out that female participants have higher level of perception for the sub category 'interpersonal justice' than male participants do. Furthermore, a negative correlation was found between the years of experience and the sub categories 'Procedural, Interpersonal and Informational Justice'. It was determined that the staff graduated from elementary level have higher means level for the sub categories 'Procedural Justice', 'Distributive Justice', 'Informational Justice'. Based on the variable of working place it was reached that the staff of the central organization (SGM) have higher level of perception in terms of 'Procedural justice' and 'Interpersonal justice'.

ENDÜSTRİYEL REKABET GÜCÜ VE KÜMELENME POTANSİYELİ İLİŞKİSİ: BIŞKEK KIRMIZI ET SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA

Mine HALİS¹³ Necdet BİLGİN¹⁴

Özet

Bu çalışmanın amacı, bişkek kırmızı et sektörünün rekabetçilik düzeyi ve kümelenme potansiyeli arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Çalışmanın kümelenme araştırması olduğu için bölgesel temelde ele alınmıştır. Çalışma verilerinin toplanacağı alan Bişkek bölgesi ile sınırlandırılmıştır. Araştırma sorusunu çözümlmek için gerekli olan çalışma verileri; anket, yarı yapılandırılmış görüşme formu ve ikincil verilerden elde edilmiştir. Veri toplama aracı dört kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda “*sektörel rekabet düzeyi ölçeği*” isimli anket formu kullanılmıştır. İkinci kısımda ise aynı soru formu ile rekabeti ölçtüğü varsayılan değişkenlerin her birinin ilgili sektör için ne kadar önemli olduğu ölçen “*Rekabette Kritik Faktör*” ölçeği kullanılmıştır. Üçüncü form, literatür taraması sonucunda belirlenen kümelenme potansiyeli indikatörlerini kapsayan 20 değişkenden oluşan bir soru listesidir. Veriler, ilgili kişilerle yüz yüze görüşmek suretiyle toplanmıştır. Ölçekler geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarının sonucunda kullanılabilir olarak tesbit edilmiştir. Sektörel Rekabet Düzeyi Ölçeği’nin güvenirligi 0,95, Rekabette Kritik Faktör Ölçeğinin güvenirligi 0,95 ve Kümelenme Potansiyeli Ölçeği’nin güvenirligi ise 0,73 olarak hesaplanmıştır. Sektör paydaşlarından 57 kişiye ulaşılmış toplanan anketlerden 52’si değerlendirmeye alınmıştır. Toplanan veriler istatistiki paket programlar aracılığıyla analiz edilmiştir. Sonuç itibariyle bazı rekabet gücü faktörleri ile kümelenme potansiyeli arasında korelasyonlar tesbit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Küme, Kümelenme Potansiyeli, Rekabetçilik, Kırmızı et ürünleri sektörü, Endüstriyel Rekabet.

JEL Kodu: m10

Relationship Between Industrial Competitiveness and Clustering Potential: A Research in Bishkek Red Meat Sector

Abstract

This study aims at finding out the relationship between clustering potential and sectoral competitive of the red meat sector in Bishkek. The study was carried out in Bishkek and a questionnaire, semi-structured interview form and secondary data were used to collect data for analyzing the research question. The questionnaire is composed of four parts. In the first part, there are items to elicit answers about characteristics of the respondents and the institutions surveyed in the sector; the second part includes the “scale to determine the level of competitiveness of the sector adapted from Padmore and Gibson; the third part is include the scale of determining the *Critical Competitive Factor* for the sector; and last part of the questionnaire is “*Clustering Potential Scale*” developed by by the researcher himself. The validity of the scales was tested by reliability analysis and the experts. The validity coefficient for total scale was $\alpha=0.97$; for *Sectoral Competitiveness Level Scale* was $\alpha=0.95$; for the *Critical Competitive Factor Scale* was 0.95; and for the *Clustering Potential Scale* Scale was 0,63. The questionnaire was applied by face-to-face via researcher himself. Seventy-eight institutions have been identified in Bishkek red meat products industry. 57 questionnaires were answered and sent back by the authorities. 17 of them were eliminated because of improper answers. The analysis was carried out by using 40 questionnaires. Collected data were analyzed by using SPSS 16.0 and Lisrell 8.0. As a result of analysis of the data collected, *Sectoral Competitiveness Level*, *Critical Competitive Factor* and *Clustering Potential* were releaved.

Key words: Cluster, Clustering potantiel, Competitiveness, Red meat industry, Industrial competitive.

¹³Yrd. Doç. Dr. Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Kastamonu, Türkiye. minehalis@gmail.com

¹⁴ Doç. Dr. Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Manisa, Türkiye. nbilgin65@yahoo.com

* Bu makale Celal Bayar Üniversitesi SBE’de Doç. Dr. Necdet Bilgin danışmanlığında “Sektörel Rekabet Gücü ve Kümelenme Potansiyeli İlişkisi: Bişkek Bölgesi Kırmızı Et Sektöründe Bir Araştırma” isimli doktora tezinden türetilmiştir.

1.GİRİŞ

Kümelenme uygulamaları, ekonomik büyümeye ve ilgili sektörde verimliliğin artırılmasına katkı sağlamaktadır. Kümelenmenin uygulamada dikkat edilmesi gereken birçok hususu bulunmakta ve bunların başında farklı sektörlerin farklı yapılarının olduğunu kavramak ve teorisinin uygulamasını bu yapısal değişikliklere göre inşa etmek esası gelmektedir. Yanılgılara düşmemek için öncelikli olarak *kümelenme teorisini* genel bir alt yapıya oturtmak ve bunun ardından bölgesel anlamda kırmızı et sektörüne uygulamak yolu seçilmiştir.

Çalışma, sektörde rekabet gücünü geliştirmek için kümelenme yaklaşımının kullanılabileceğini ve buna bağlı olarak kırmızı et sektöründe kümelenme imkânlarını ve potansiyelini ortaya koyarak bölgesel ekonomi açısından bir değer var olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede, bu çalışma ile kümelenmenin yararlarını vurgulayarak kırmızı et sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için kümelenme yoluyla sektörel rekabeti geliştirmenin mümkün olup olmadığı da ortaya konulacaktır.

Kırmızı et sektöründe uluslararası ticarete rekabet üstünlüğü elde etmek ve sürekliliğini sağlayabilmek için araştırma, analiz ve değerlendirmeler yaparak stratejik perspektif, projeksiyon ve öneriler geliştirmek önemlidir. Kırmızı et sektörünün Kırgızistan ekonomisindeki yeri, yarattığı istihdam, ihracattaki payı, gelecekte öneminin daha da artması gibi nedenlerden dolayı stratejik bir sektör olma niteliği taşımaktadır. Bununla beraber, şimdiye kadar sektörün mevcut ve gelecek potansiyelinin bir ulusal strateji çerçevesinde değerlendirilerek nasıl stratejik davranılabileceğinin arayışı içerisine girildiği söylenemez. Hâlbuki sektörde yapılacak sistematik çalışmalar ile mevcut durumdan daha yüksek başarının sağlanması ve bölge ticaretinde izleyici değil, yön verici konuma gelmesi mümkün görünmektedir. Ancak şimdiye kadar yapılmış çalışmalar, daha çok durum tespitine yoğunlaşmış ve sektörel stratejilerin geliştirilmesi göreceli olarak ihmal edilmiştir.

Herhangi bir sektörde bir firma için rekabet avantajı daha kaliteli ve daha az maliyetli ürün gamına sahip olmaktır. Yani bir sektörde firmaların rekabet avantajı elde etmesi, o sektörde faaliyet gösteren firmaların, yerel ve uluslararası pazarlara maliyeti daha düşük ve daha kaliteli mal ve/ veya hizmet sunabilmesidir. Dünyada akıl almaz rekabet oyunları, ülkeleri, sektörleri, bölgeleri ve şirketleri yeni arayışlara zorlamaktadır. Rekabet gücünü artırmak için araştırmalar yapılmakta ve yöntemler geliştirilmektedir. Rekabet edebilirlik konusu birçok ülkenin olduğu gibi uluslararası kuruluşların da gündemini meşgul etmektedir. Rekabet edebilmek tek başına bir firma için söz konusu olduğunda, toplumsal fayda açısından çok anlam ifade edemeyebilir. Ancak rekabet edebilirlik kavramı; bir sektör, bir bölge, bir ülke ya da uluslararası bir kuruluş için gündem oluşturduğunda, bir bölgenin ya da bir ülkenin ekonomik gücü anlamına gelir.

Bu amaçla bu çalışmada kümelenme ve rekabet gücü ilişkisi Kırgızistan'da kaynak avantajına sahip hayvancılık sektörünün bir alt sektörü olan *kırmızı et sektörünün* bölgesel kalkınmaya önemli katkı sağlayacağı varsayımıyla ele alınmaktadır. Kırmızı et sektörü bölgesel kalkınma politikalarına katkı açısından rekabetçilik temelli sektörel kalkınmanın politika olarak seçilebileceği ilk alan olma potansiyeline sahiptir. Bu gerekçelere istinaden yapılan bu çalışma ile Bişkek bölgesinde faaliyet gösteren kırmızı et ürünleri sektörünün kümelenme ve rekabetçilik düzeyinin tespit edilmesi, makro düzey kümelenme analiz stratejik planının yapılması ve sektörün dönüştürülmesi-geliştirilmesi sağlanarak bölgesel kalkınmanın gerçekleştirilmesine katkı sağlayacak araştırma bulgulara ulaşılması hedeflenmektedir.

Kırgızistan'da kırmızı et sektörünün rekabet gücünü araştırmaya yönelik çalışmaların yapılmasına duyulan ihtiyacı artıran bazı önemli gelişmeler de yaşanmaktadır. Bunlar arasında, özellikle;

1. **Gümrük Birliği Entegrasyonu:** Gümrük birliği sürecinde her sektörün kendi çalışma standartlarını gözden geçirmesi ve ortak standartlara uygun hale getirmesi bir zorunluluk olarak görülmektedir. Bu çerçevede, sektörel vizyon ve stratejinin de gözden geçirilmesi, operasyonel faydacılıktan kaçınarak uzun vadeli başarının alt yapısını oluşturmaya yardımcı olacaktır.
2. **Rekabet Anlayışının Değişmesi:** Rekabet giderek tek ürün yerine, ürünün üreticiden son tüketiciye ulaşan süreçteki değerinin pazarlanmasına kaymaktadır. Bu da kırmızı et ürünleri sektörünün, değer zinciri anlayışı içerisinde yeniden ele alınmasını ve tek tek üretici yerine birlikte hareket eden bir stratejik yaklaşımı gerektirmektedir.
3. **Rekabetin Küreselleşmesi:** Daha fazla küreselleşme daha fazla uluslararası rekabet anlamına gelmektedir. Dolayısıyla artan rekabete cevap verebilmek için el yordamıyla iş yapmak yerine rakip değerlendirmeleri yapılarak rekabet avantajının nasıl sağlanabileceğine ilişkin stratejinin geliştirilmesi ve izlenmesi bir gerekliliktir.
4. **Bilgi Ekonomisine Geçiş:** Dünya sanayi ekonomisinden bilgiye dayalı ekonomiye geçmektedir. Bu geçiş sürecinde değer zincirinin her halkasında bilgi katkısı çok daha fazla önem kazanmaktadır. Dolayısıyla, geleneksel yöntemler yerine gıda üretiminden tüketimine hangi alanlarda daha fazla bilgi katkısı ve inovasyon olabileceğinin sistematik olarak araştırılması gerekmektedir.

Geleneksel olarak kümelenme teorileri ve kümelenme metotları yoğun olarak üretim ile ilgili sektörlerde uygulanmıştır. Kırmızı et sektöründeki gelişmeler ise birçok kez Ar-Ge çalışmalarındaki yetersizlik ve siyasal iradeye mahkûm olma nedeni ile sektöre uğramıştır. Birçok küçük ölçekli ve mikro diye tanımladığımız firmaların aynı sektörde bulunmaları ve yoğun olarak faaliyet göstermeleri, ister istemez bu sektörde tıkanmalara neden olmaktadır. Kırmızı et sektörü de bu gerçekle yüzleşen sektörlerden biridir. Kümelenme ile firmalar sektörde daha fazla söz sahibi olabilir ve bu entegre sistemde daha büyük oyuncular halinde gelebilmektedir. Bu nedenle kümelenme teorilerini anlamak ve bu konuda yapılan araştırma ve geliştirmeler, küçük ölçekli özel firmaların yanı sıra, kamu kuruluşları ve ekonomik büyüme ve gelişmeye önem veren bütün işletmeler için de büyük önem taşımaktadır.

Günümüzde bazı bölgelerin nasıl büyüdüğü, değiştiği veya tam tersine yok olduğu ekonomik ve sosyal boyutlu çalışmalarda en önemli sorulardan birisidir. Pek çok araştırmacı bölgesel ekonomik gelişmeleri ekonomi tarihi boyunca tanımlamış olmalarına rağmen, gelişme modellerini sistematik olarak tanımlayan ya da açıklayan hemen hemen hiçbir teori ortaya çıkmamıştır (Romanelli ve Khessina, 2005:356). Gerçekten de teorisyenler bazı bölgelerin büyümesine rağmen bazı bölgelerin gerilemesine sebep olan gerekçeleri farklı boyutlarıyla değerlendirirken, bu konuyu kesin bir sonuca bağlamakta yetersiz kalmışlardır.

Kümelenmenin tanımında görülen aynı ya da benzer iş kollarında faaliyet gösteren çok sayıda firma ve coğrafi yakınlık kavramları açısından Bişkek ili incelendiğinde bir kaç sektör ve bunlara bağlı alt sektörlerde ilin taşıdığı önemli kümelenme potansiyelini anlamak zor olmayacaktır. Bu çalışmada Bişkek'te kırmızı et sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerin bulunduğu sektörler göre dağılımları çerçevesinde kümelenme potansiyellerinin incelenmesi, bugüne kadar bu tür yapıların neden yeterince gelişmediği, bu potansiyelin harekete geçmesi için neler yapılması gerektiği araştırılacaktır.

Kümelenmeler özellikle nihai mal üreten sanayi sektöründe uygulama imkânı bulmuş olmaları nedeniyle kırmızı et sektörüne de uygulanması mümkün olabilecektir. Her ne kadar Türkiye için kümelenme olgusu üretim sektöründe de yeni yeni ses getirmeye başlamış olsa da, hizmet sektörüne uygulanabilirliği konusunda yurt dışında önemli çalışmalara rastlanmaktadır. Bu çalışmada öncelikle kümelenme kavramı üzerinde durularak kırmızı et sektöründeki imkânlar belirlenmeye çalışılmıştır. Kırmızı et ürünleri sektöründe rekabet pozisyonu itibarıyla kümelenme potansiyelinin araştırıldığı bu çalışmada;

- Sektörün rekabetçi bir yapısı
- Sektörde rekabet gücünün belirleyicileri
- Sektörün kümelenme potansiyeli
- Sektörde rekabet gücü düzeyi ile kümelenme potansiyeli arasındaki ilişki yapısı irdelenmiştir.

2. ARAŞTIRMANIN KAVRAMSAL TEMELLERİ

Porter'in kümelenme teorisi, temel ilkelerinin daha az gelişmiş ülkelere de uygun olmasına karşın, esas olarak tüm dünyadaki gelişmiş ülkelere uygulanmıştır. Porter'a göre, daha az gelişmiş ülkeler, "doğal kaynakların, ucuz işgücünün, coğrafi faktörlerin ve diğer temel faktör avantajlarının kırılgan ve genellikle kısa süreli ihracat kabiliyeti sağladığı" endüstrilerde rekabet üstünlüğü elde etmeye meyillidir (er, 1990:675). İhracat dünya piyasasındaki fiyatlara karşı hassastır, bu da daha az gelişmiş ülkeleri döviz kuru ve kaynak maliyet çevrimlerine maruz bırakmaktadır. Bir diğer ve belki de en ciddi sorun, gelişmiş ülkelerin uyguladığı koruma politikalarıdır. Gelişmiş ülkeler daha az gelişmiş ülkelerin genelde başarılı olduğu tekstil ve tarım gibi alanlarda ticaret kısıtlamaları uygulamaktadır (Porter, 1990: 675).

Gelişmekte olan ülkelerdeki endüstriler yerel olarak örgütlenmiştir veya yerel piyasaya yönelik yabancı destekçilere sahiptir. Kümeler genellikle sığdır, daha az üye içerir ve yabancı unsurlara, hizmetlere ve teknolojiye dayanmaktadır. Porter birçok gelişmekte olan ekonominin firmalar ve kuruluşlar arasındaki sınırlı iletişim ve zayıf bağlantılarla birlikte "hiyerarşik, birkaç büyük işletme etrafında topla ve dağıt şeklinde örgütlenmiş, devlet kuruluşları veya distribütörleri biçimini aldığını" ileri sürmektedir (er, 1998:231). İlerleme kaydetmek için, daha az gelişmiş ülkeler başarılı işleyen kümeler geliştirmelidir. Daha az gelişmiş ülkelerin kümelenmeler oluştururken karşılaştığı sorunlardan bazıları şunlardır:

- a. Düşük eğitim ve vasıf düzeyleri, teknolojik zayıflıklar, sermayeye erişimin kısıtlı oluşu, yeterince gelişmemiş kuruluşlar,
- b. Endüstrinin belli noktalarda toplanmasını kısıtlayarak ve teknelci davranışlara yol açan veya bunları sürdüren korumacı politikalar geliştirerek kümelenme oluşumlarına karşı işleyen hükümet politikaları ve
- c. Ekonomik aktivitelerin büyük kısmının büyük sermaye şehirlerinde toplanması, geri kalan alanlarda yeterli altyapı, tedarikçi ve kuruluş olmaması.

Porter'in (1998) devletin ulusal bir rekabet üstünlüğü elde etmede dolaylı bir rol üstlenmesi gerektiğini savunmasına karşın, kümelenme oluşumunda devletin kullanabileceği araçlar gelişmekte olan ülkelere yönelik doğrudan müdahaleler içerebilir. Elmas modeli'nde genelde devletin üstlenmesi muhtemel roller gösterilmektedir. Bir ülkenin gelişim aşamasına bağlı olarak, devlet önceliklerini, altyapıyı geliştirmek ve elmastaki dezavantajlarını ortadan

kaldırmak üzerine belirleyebilir. Ülkeler geliştikçe, öncelikler yenilikçiliğin önündeki kısıtlamaları ve engelleri kaldırmaya yönelebilir. Gelişmekte olan ülkelerde kümelenme temelli kalkınmayı teşvik eden önemli bir hükümet aracı, yabancı yatırımları ülkeye çekmektir. Bu bağlamda, çokuluslu bir işletmeyi cezbe etmek yerel kalkınmaya yol açacak şekilde diğer işletmeleri de ülkeye çekecektir. Tek başına yabancı yatırım kümelenme meydana getirmez. Yabancı yatırımların başarılı olabilmesi için mutlaka belli bir altyapı düzeyinin bulunması ve elmas boyunca mevcut koşulları geliştirecek sistematik çabaların varlığı gereklidir.

Rekabetçiliği farklı düzeylerde tarif edebilecek birçok farklı ekonomik teori bulunmaktadır. Ancak bu çalışmada sektörün rekabet gücü ve kümelenme ilişkisi ölçülürken Porter'in Elmas modeli ve bu modele dayandırılan YaKuP modeli kullanılmıştır. Bu modelinin kullanılmasının ardında yatan temel nedenler vardır: Rekabetçilik konusundaki farklı teoriler ve iddialar incelendiğinde, önceki klasik teorilerin sadece rekabetçiliğin nasıl fark edileceği konusunda yardımcı olacağını ifade ettikleri görülmektedir. Örneğin, klasik iktisatçılar rekabetçiliğe bir ülkenin kaynaklara sahip olma düzeyi temelinde yaklaşarak, esas olarak ulusal düzeyde ağırlık vermiş ve kıyaslamıştır. Rekabetçilik meselesinin bütünü yorumlayamamışlardır. Daha sonraki akademisyenler bunu genişletmeye bir yere kadar katkı sunmuştur. YaKuP modeli aracılığıyla, ekonomik büyüme olgusu mikro ekonomik düzeyde, işletme düzeyinde ve endüstri düzeyinde tam olarak anlaşılabilir şekilde ölçülebilmektedir. Ancak, şu ana kadar hala rekabetçilik meselesine ekonomik bir perspektiften bakarak gerçekten derin bir bakış sunacak sistematik ve olgunlaşmış teoriler bulunmamaktadır.

2.1. Rekabet Ölçümünde Porter'ın Elmas Modeli

Porter, bir ülkenin belirli endüstrilerde başarılı ve diğerlerinde başarısız olmasının nedenlerini geliştirdiği dinamik elmas modeli ile açıklamaktadır. O'na göre ülkeler ulusal elmasın en verimli olduğu endüstri ve endüstriyel bölümlerde başarıya ulaşmaktadır. Başarı izole olmuş, dış entegrasyonu başaramamış endüstrilerde değil, işletme kümelerinde elde edilmektedir. İşletme kümeleri ise, işletme ve çeşitli kamu ve özel sektör kurumlarının tedarikçi ve diğer bağlantıları ile birlikte faaliyet gösterdikleri endüstriyel bölgelerdir. Bu kümelerin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması ülke ve endüstrilerde rekabetçi üstünlükler elde edilme hızını artıracaktır (Porter,1990:71). Porter küme kavramını ilk kez kullanmakla beraber (Cooke, 2001) coğrafyanın rekabette halen en önemli faktör olduğunu görmüştür. Porter, ülkelerin rekabet güç ve yeteneğini belirlerken dört grup temel değişkenden yola çıkmaktadır. Bu dört genel nitelik ya da Porter'ın ifadesiyle ülke üstünlüğünün belirleyicileri şunlardır:

1. Faktör Koşulları
2. Talep Koşulları
3. Bağlı ve Destek Endüstriler
4. Firma Stratejisi, Endüstriyel Yapı ve Rekabet.

Rekabet avantajlarının, elmasa yer alan dört belirleyiciye ilaveten "elmas"a etki eden ve dolayısıyla da ulusal rekabet avantajlarının değişiminde etkili olan iki de dolaylı (dışsal) belirleyici söz konusudur.

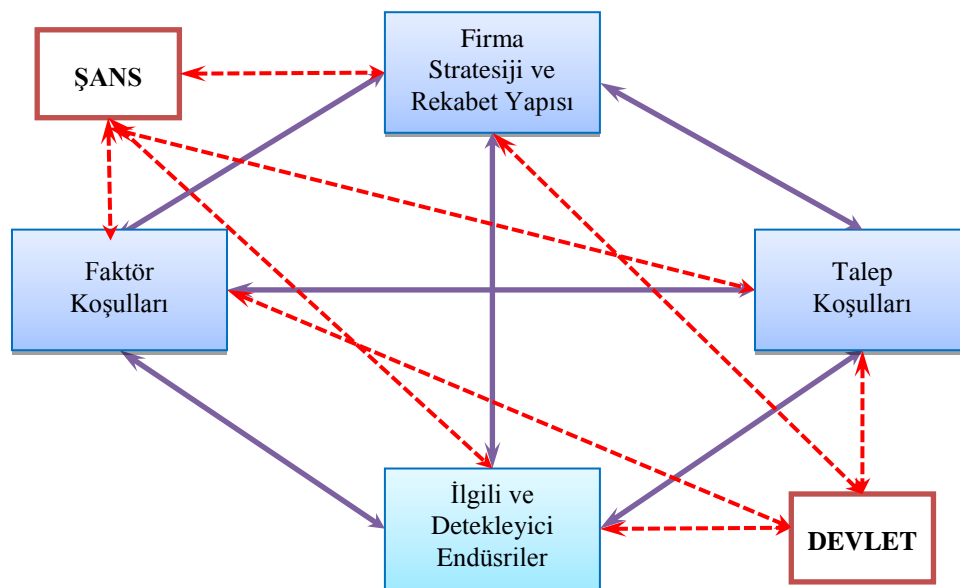
5. Devletin Rolü ve
6. Şans (Karşılaşılan Fırsatlar)

Bu iki unsurun da eklenmesiyle “Elmas”, dört içsel ve iki dışsal belirleyenden oluşan bir sistem oluşturmaktadır (Neven, 2001; Bulu, Eraslan ve Barca, 2007; Bulu, Eraslan ve Şahin, 2004). Model, ulusal rekabet avantajlarının belirleyicilerini sistematik olarak ortaya koymak için küresel rekabetin unsurlarını bir sistem yaklaşımı içinde analiz etmektedir (Eraslan, Karataş, Kaya, 2007).

Porter’ın Ulusların Rekabet Avantajı eserinde ortaya koyduğu kavramların en önemlilerinden biri de ‘kümelenme’dir. Elmas modelinin içinde açıklanan bu kavramın ortaya çıkış noktasını, ilgili ve destekleyici endüstrilerin birbirleri ile olan ilişkileri oluşturmaktadır. Çünkü Porter’a göre, bir ülkenin rekabet avantajı kazanıp bunu sürdürebilmesi için, öncelikle birbiri ile ilişkili olan ve birbirini destekleyen endüstriler bir arada kümelenmelidir. Bu şekilde firmalar farklılaşabilecek, maliyet avantajları yakalayacak, kaynaklarını etkin kullanarak, belirli alanlarda uzmanlaşabileceklerdir. Bu bağlamda kümelenme, hem yenilikçi olmayı hem de ayırt edici yetenekler oluşturarak değer yaratmayı sağlayabilmektedir. Her küme kendi faaliyetlerini güçlendiren ve genişlemesine yol açan başka kümelerin de oluşumuna zemin hazırlayarak bir ülkede var olan endüstrileri rakiplerine oranla çok daha rekabet edebilir yapıya kavuşmaktadır.

Küresel anlamda bir rekabet gücünün elde edilmesi için modeldeki tüm unsurların birlikte etkin olması gerekmektedir (Hodgets, 1993). Çünkü bu faktörlerin hepsi bir etkileşim içinde birbirinin daha da gelişmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla yukarıda sayılan dört belirleyenin her biri veya ikisi yoluyla rekabet avantajı yaratılabilir. Fakat küresel rekabet ortamında esas olan tüm unsurların birlikte var olmasıdır (Asheim, 1995). Aksi takdirde sürdürülebilir bir rekabet gücünden bahsedilemez. Bir endüstri için gerekli olan kaynakların ve vasıfların ulaşılabilirliği; hangi fırsatların fark edildiğini ve kaynakların ve vasıfların ne yönde kullanıldığını gösteren bilgi; rekabete dahil olan veya rekabeti sürdüren işletme sahiplerinin, yöneticilerin ve çalışanların amaçları ve en önemlisi, işletmeler üzerindeki yatırım ve yenilik yapma baskıları (Porter, 1998:71) ülkeden ülkeye, sektörden sektöre farklılık göstermektedir.

Şekil-1: Porter’ın Elmas Modeli



Kaynak: Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations, New York: Free Press. s.127.

2.2. Yapı / Kurumlar / Pazar (YAKUP) Modeli

Rekabetçiliği farklı düzeylerde tarif edebilecek birçok farklı ekonomik teori bulunmaktadır. Bu modellerden biri de, ilk olarak Padmore ve Gibson (1998) tarafından bölgesel düzeyde yenilikçi kümeleri araştırmak için bir araç olarak geliştirilmiş olan modeldir. Bu model bu araştırma için tasarlanarak tütkeç olarak yeniden isimlendirilmiştir. Rekabet gücü indikatörlerinin *yapılar* (temeller), *kurumlar* (kurumsal yapılar) ve *pazarlar* olarak tasnif edilmesi sonucunda üç faktör grubu belirlenmiştir. Bu faktörlerin baş harflerinden esinlenerek tarafımızdan YaKuP (**Y**apı/**K**urumlar/**P**azar) olarak isimlendirilen sektörel rekabet modelidir. Bu ölçek ile iki tür ölçüm yapmak amaçlanmaktadır. Birinci ölçüm sektörün belirlenen kriterler açısından rekabet gücünü ölçmeye yöneliktir.

Bu modelde her faktör grubu içi çift değişken grubundan oluşmaktadır. Modeldeki toplam değişken sayısı otuz sekizdir. Burada amaç, dikkatleri bir kümenin kritik elemanları üzerine yoğunlaştırmak ve kümenin gelişimini izlemektir. Aynı zamanda arz kaynakları olarak da adlandırılan yapılar (temeller) kümenin dışından kaynaklanan üretim sürecine zemin hazırlayan girdi değişkenleridir. Kurumlar veya kurumsal yapıyı belirleyen belirteçler, küme etkinliğini belirleyen işletme (hem kamu hem de özel) temelli değişkenlerdir. Son olarak, piyasalar ya da talep değişkenleri kümedeki firmalar için geçerli olan ve hem nihai hem de ara talep içeren pazarlardır (Porter, 1990:629). Bu gruplandırmanın daha geniş bir tarifi Tablo.1’de sunulmuştur.

Tablo – 1: YaKuP Analizi Göstergeleri

Gruplar	Gösterge Sınıf	Tarif
Yapı / Temel Arz yapısını belirleyen faktörler	Kaynaklar	Bölgedeki doğal, geçmişten gelen veya sonradan geliştirilen yetenekler.
	Altyapı	Kaynaklara erişimi kolaylaştıran ve diğer işletme fonksiyonlarını destekleyen fiziksel yapılar ve kurumsal düzenlemeler.
Kurumlar / Kurumsal Yapıyı belirleyen faktörler	Tedarikçiler ve İlgili endüstriler	Bölgedeki kümeler ve mal ve hizmet tedarikçileri arası etkileşimler
	Firma yapısı, stratejisi, rekabet	Kümenin tedarik zinciri içindeki firmaların nasıl doğrudan örgütlendiği, ne kadar güvende oldukları, ne kadar yoğunlaştıkları gibi.
Piyasalar / Talep yapısını belirleyen faktörler	Yerel piyasalar	Piyasa içindeki piyasalar (piyasanın büyüklüğü, pazar payı, büyüme ve beklentiler gibi)
	Dış pazarlara erişim	Piyasaların yakınlığı, kümenin küresel pazar payı, piyasaya giriş engelleri, mevcut piyasa ilişkileri vs. tarafından belirlenen piyasaların erişilebilirliği konusu

Bu model rekabetçiliğini ölçmek açısından her türlü kümeye uyarlanabilen indikatörleri içeren bir envanter sunmaktadır. Dolayısıyla geleneksel kaynak endüstrileri, imalat ve hizmet endüstrileri, ileri teknoloji ve düşük teknoloji endüstrileri ile özel ya da kamu kesiminde kurulu bulunan endüstri kümeleri olması fark etmemektedir.

Tablo – 2: YaKuP Modelindeki Gösterge ve Değişkenler

Temeller / Arzı yapısını belirleyen faktörler		Kurumlar / Kurumsal yapıyı belirleyen faktörler		Piyasalar / Talep yapısını belirleyici faktörler		
1. Kaynaklar	2. Altyapı		3. Tedarikçiler ve destekleyici sektörler	4. Firmanın stratejisi ve rekabetçi yapısı	5. Yerel pazar	6. Yurtdışı pazarı
	Donanım & Tesisler	Kurumsal düzenlemeler				
1. İşgücü 2. Teknik personel 3. Coğrafi konum	4. Ulaşım imkânları 5. İletişim imkânları 6. Endüstriyel Tesisler 7. Pazar imkânları	8. Endüstriyel kurumlar 9. İş ortamı 10. Kalite için düzenlemeler 11. Yerel finansal piyasalar 12. Araştırma enstitüleri 13. Personel endüstriyel eğitimi 14. Çevre 15. Araçlar	16. Ana hammadde 17. Yardımcı malzemeler 18. Ürün testleri 19. Üretim makine ve ekipmanları 20. Ulaşım 21. Tedarikçilerin sunduğu hizmet 22. Destekleyici kurumların gelişmişliği	23. Yönetim modeli 24. Rekabet hedefleri 25. İşletme yapısı 26. Mülkiyet hakları	27. Pazarın büyüklüğü 28. Pazar payı 29. Büyüme beklentileri 30. Ürün standartları 31. Ürün için yerel talep	32. Son kullanıcı özellikleri 33. Piyasa ilişkileri 34. Pazara giriş engelleri 35. İthalat ve ihracat engelleri 36. Pazar yakınlığı 37. Piyasa büyüklüğü ve trendler 38. Pazar payı

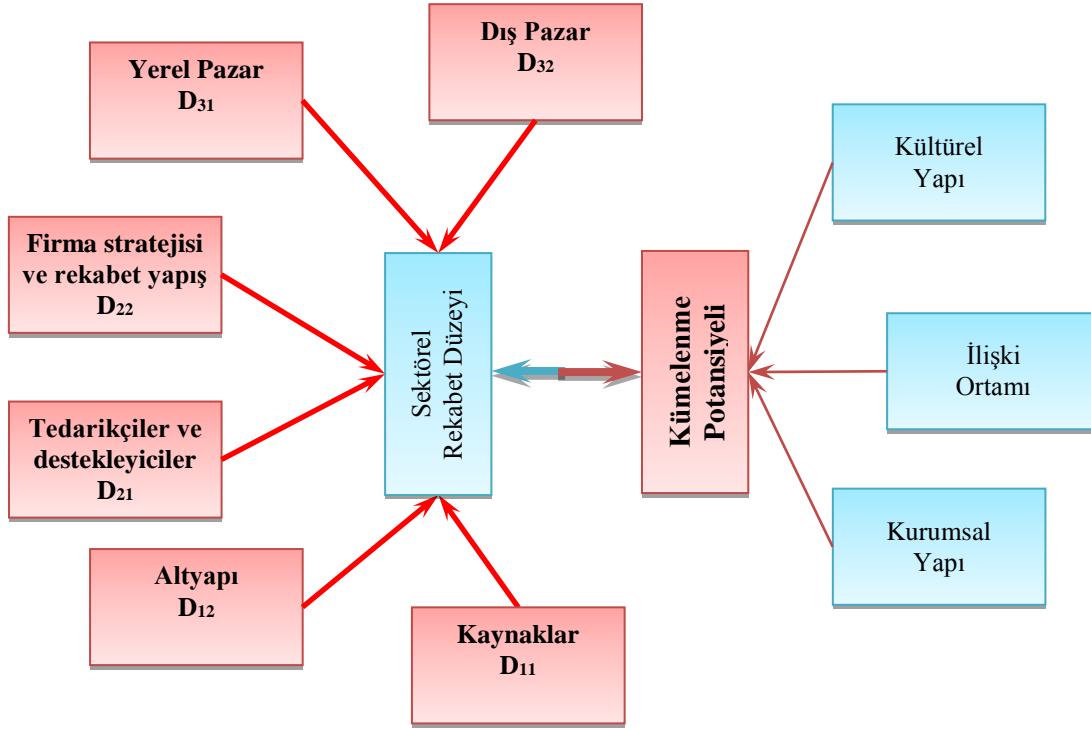
Bu kriterlerin her biri, Bişkek kırmızı et ürünleri sektörünü bir bütün olarak ele alınmak üzere, rekabet gücü düzeyini, rekabet gücü açısından minimum 1 ve maksimum 10 şeklinde puanlandırılarak değerlendirilmektedir. Bu ölçek ile yapılan ikinci ölçüm ise rekabet gücünü ölçmeye yönelik belirlenen her bir kriterin “*Bişkek kırmızı et ürünleri sektörünün rekabetçiliği*” için ne düzeyde önemli olduğunun sektör paydaşları açısından belirlenmesidir. Sektör için belirlenen ağılıklar ile rekabet gücünün her bir kriterinin alacağı puan belirlenerek politika geliştirmede öne alınacak geliştirme alanlarının tespiti amacıyla bu yöntem önemlidir. Bu amaçla puanlandırılması istenen kriterlerin her birinin 1’den 7’ye kadar (1 = önemli değil; 4 = orta önemli; 7 = son derece önemli) önem derecesine göre puanlandırılması istenmektedir. Bişkek’teki kırmızı et ürünleri sektöründe yer alan tüm işletmeleri bir küme olarak düşünerek bu kriterlerin her birinin ne düzeyde öneme sahip olduğu değerlendirilmiştir.

2.3. Kümelenme Potansiyeli Belirleme

Kümelenme potansiyelini belirlemek için, kümelenmeye uygun endüstriyel ortamları analiz eden çok sayıda bilimsel araştırmayı inceleyerek, “bir sektörün kümelenme potansiyeline sahip olup olmadığını belirleyen değişkenler” olarak belirlenmiştir. Belirlenen bu değişkenler anket formuna dönüştürülerek “*kümelenme potansiyeli belirleme ölçeği*” elde edilmiştir. Temel yapısı itibarıyla bu ölçek üç kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda, bir küme için mutlaka olması gereken değişkenlerin varlığı araştırılmaktadır. Bu kısımda küme oluşumunun yapısal yönü yani *kümelenmenin kurumsal yapısı* ele alınmaktadır. İkinci kısımda ise kümelenmenin oluşmasına temel oluşturan sektörel ajanlar arasındaki ilişkilerin tesbit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu boyut kümelenmenin *kurumsal ilişki arkaplanını* ölçmeye yöneliktir. Üçüncü kısım ise, kümelenmenin başarısını etkileyen sektörel kültürün yer aldığı *kümelenmenin kültürel ortamını* araştırmayı amaçlayan kısımdır.

Bütün bu yapılan açıklamalar çerçevesinde araştırma problemi şu şekilde modellenebilir.

Şekil-2: Rekabet Gücü ve Kümelenme Potansiyeli İlişkinin Teorik Modeli



3. ARAŞTIRMANIN ARAÇ VE YÖNTEMİ

Bu araştırma tarama modelinde betimsel bir araştırmadır. Bişkek bölgesinde bulunan kırmızı et sektörü alanında faaliyet gösteren firmaların ve bu firmalar ile her türlü ilişkisi olan paydaşların etkileşimlerinin meydana getirdiği piyasa yapısının tanımlanması, piyasada yer alan aktörler arasındaki yapısal ve davranışsal ilişkilerin belirlenmesi ve buna bağlı olarak araştırmanın temel problemini oluşturan kümelenme potansiyeli ve rekabet gücü arasındaki ilişkinin kanıtlanması amacıyla tasarlanmıştır. Bu araştırma, belli bir zaman kesitinde, araştırılan konu çerçevesinde Bişkek bölgesi kırmızı et sektörünün durumunu tespit etmeye çalışmaktadır. Bu çalışmada nitel ve nicel araştırma yöntemleri birlikte kullanılarak yöntem çeşitlemesi yapılmıştır. Literatürde bu uygulama, “farklı veri kaynakları, farklı veri toplama ve analiz yöntemlerini birlikte kullanarak araştırma sonuçlarının inandırıcılığını, güvenilirliğini ve tutarlılığını arttırmaya yönelik çabaları tanımlayan *çeşitleme* kavramıyla ifade edilmektedir. Çalışmanın evreni Kırgızistan Bişkek bölgesindeki kırmızı et ürünleri sektörü ve bu sektörün yapısı ve işleyişi hakkında bilgi ve malumatı olan firma, kişi, kamu kurumları, sivil toplum örgütleri ve çeşitli organizasyonlardan oluşmaktadır. Bütün bunları bir liste halinde sıralamak gerekirse:

- Arge departmanı çalışanları
- Basın bültenleri
- Danışmanlar
- Denetçiler
- Finans kurumları
- Gönüllü sivil kuruluşlar
- Hükümet ve Yerel yönetim
- Pazar araştırması personeli

- Satın alma departmanı çalışanları
- Satış personeli
- Sektörde kalifiye çalışanlar
- Sigortacılar
- Standart oluşturan organizasyonlar
- Tesislerin yer aldığı organizasyonlar
- Ticaret odaları
- Ticari bankalar
- Tüketiciler ve Üreticiler birliği
- Uluslararası Organizasyonlar
- Yatırım bankaları

Araştırmanın hem nitel hem de nicel verileri aynı evrenden toplanmıştır. Nitel veriler için örneklem büyüklüğü belirlenirken görüşme kaynaklarının verdiği bilgilerin bir diğerine benzemeye başladığı yerde bırakılarak ulaşılan sayı esas alınmıştır. Nitel veriler yüz yüze görüşme yöntemiyle elde edilmiş, nicel veriler ise anketler yoluyla elde edilmiştir. Öncelikle ilgili alandaki yerli ve yabancı literatür taraması yapılmıştır. Toplanan veri grupların ayrı ayrı C. Alpha analizi yapılmıştır. Sonuçlar aşağıdaki tabloda görülmektedir:

Tablo –4: Ölçeklere İlişkin C.Alpha Güvenirlik Analzi Sonuçları

Ölçek	Değişken Sayısı	C. Alpha
Rekabet Gücü Düzeyi	38	.95
Faktör Önem Düzeyi	38	.95
Kümelenme Potansiyeli	20	.73

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE TARTIŞMA

Bişkek Bölgesinde sektörel olarak tarımsal ürünler kümelenme çalışmalarında iki alt sektör ön plana çıkmaktadır. Bunlar; “süt ve süt ürünleri” ve “et ve et ürünleri” sektörleridir. Bu iki sektör Bişkek Bölgesinde potansiyeli ve gelişme eğilimi yüksek olan sektörlerdir. Özel sektörün yatırımları, hayvancılığın büyük işletmeler ölçeğine doğru kaydırılması arzusu süt ve et ürünleri ile et ve et ürünleri sektörünü önemli kılmaktadır. Burada et ve et ürünleri sanayisinin küme potansiyelinin ortaya çıkartılması ve değerlendirme yapılması amacıyla sektör paydaşlarıyla çalışmalar yapılmıştır. Bu çerçevede, bir çok kümelenme çalışmasında olduğu gibi burada da Porter tarafından geliştirilmiş ve birçok sektörde ve ülkede küme analizinde kullanılan bir yöntem olan Elmas modelini esas alan bir yaklaşımla küme aktörlerinin ve ilgili paydaşlardan veriler toplanmıştır. Araştırma sonucu elde edilen bilgiler ışığında et ve et ürünleri sanayisinin bütün boyutlarıyla rekabet analizi ve küme potansiyeli incelenmiştir.

4.1. Araştırma Verilerinin Analizi

Araştırmada aynı değişkenlerden iki farklı ölçüm almaya dayalı bir yöntemle veri toplanmıştır. Birinci ölçümde değişkenlerin rekabet gücü açısından değeri ölçülmüştür. İkinci ölçümde ise ilgili değişkenlerin rekabetteki önemi ölçülmüştür. Toplanan bir diğer veri grubu ise piyasanın kümelenme potansiyeline ilişkindir. YaKuP modeli ile toplanan verilerin daha anlamlı sonuçlar verebilmesini sağlamak için çeşitli sayısal yöntemler kullanılmaktadır. Bunun için tanımlayıcı ve yorumlayıcı istatistikler yanında analitik hiyerarşi süreci yöntemi de bu araştırmada kullanılacaktır.

Tablo -5: Süt Ürünleri Tanımlayıcı İstatistikler ve Rekabet Gücü Düzeyleri

	Rekabet Gücü	Faktör Gücü	Rekabet Gücü Düzeyi*
Alt Göstergeler	Ort.	Ort.	
1. İşgücü	6,07	5,78	İyi
2.Teknik personel	5,76	5,67	İyi -
3.Coğrafi konum	7,08	6,50	İyi +
4.Ulaşım imkânları	6,17	6,10	İyi
5.İletişim imkânları	5,95	5,86	İyi -
6.Endüstriyel Tesisleri	4,63	4,51	Orta
7.Pazar imkânları	5,22	5,12	İyi -
8.Endüstriyel kurumlar	5,57	5,47	İyi -
9.İş ortamı	5,88	5,59	İyi -
10. Kalite için düzenlemeler	5,12	5,02	İyi -
11. Yerel finansal piyasalar	4,96	4,96	Orta
12. Araştırma enstitüleri	4,53	4,43	Orta
13. Personel endüstriyel eğitimi	4,91	4,71	Orta
14. Çevre	4,88	4,76	Orta
15. Aracılar	6,17	5,79	İyi
16. Ana hammadde	5,75	5,65	İyi -
17. Yardımcı malzemeler	6,00	6,00	İyi
18. Ürün testleri	5,52	5,52	İyi -
19. Üretim makine ve ekipmanları	5,45	5,45	İyi -
20. Ulaşım	5,62	5,62	İyi -
21. Tedarikçilerin sunduğu hizmet	5,33	5,22	İyi -
22. Tedarikçi firmalarla işbirliği	4,95	4,84	Orta
23. Yönetim modeli	5,33	5,32	İyi -
24. Rekabet hedefleri	5,48	5,38	İyi -
25. İşletme yapısı	5,34	5,24	İyi -
26. Mülkiyet hakları	5,07	5,06	İyi -
27. Pazarın büyüklüğü	6,02	5,92	İyi
28. Pazar payı	6,07	5,98	İyi
29. Büyüme beklentileri	5,63	5,54	İyi -
30. Ürün standartları	5,82	5,73	İyi -
31. Ürün için yerel talep	6,74	6,37	İyi
32. Son kullanıcı özellikleri	5,56	5,46	İyi -
33. Piyasa ilişkileri	5,31	5,30	İyi -
34. Pazara giriş engelleri	6,28	6,22	İyi
35. İthalat ve ihracat engelleri	6,13	5,86	İyi
36. Pazar yakınlığı	5,81	5,72	İyi -
37. Piyasa büyüklüğü ve geleceği	5,89	5,71	İyi -
38. Pazar payı	5,38	5,18	İyi -

Maksimum 10 Rekabet Gücü minimum 1

Maksimum 10 Faktörün rekabetteki önem düzeyi minimum 1

Daha önce ifade edildiği gibi kümelenme potansiyeli üç değişken grubu ile ölçülmeye çalışılmıştır. Birinci değişken grubu kümelenme için uygun nitelik ve yapıda firmaların varlığını belirleye çalışmaktadır. İkinci grup ise işletmeler arasında var olan ilişkilerin kümelenmeye elverişliliğini ölçmeye yöneliktir. Üçüncü grupta ise kümelenme

ortamının kültürel yönünü ortaya koymaktadır. Kümelenme potansiyeline ilişkin veriler aşağıdaki tabloda verilmektedir.

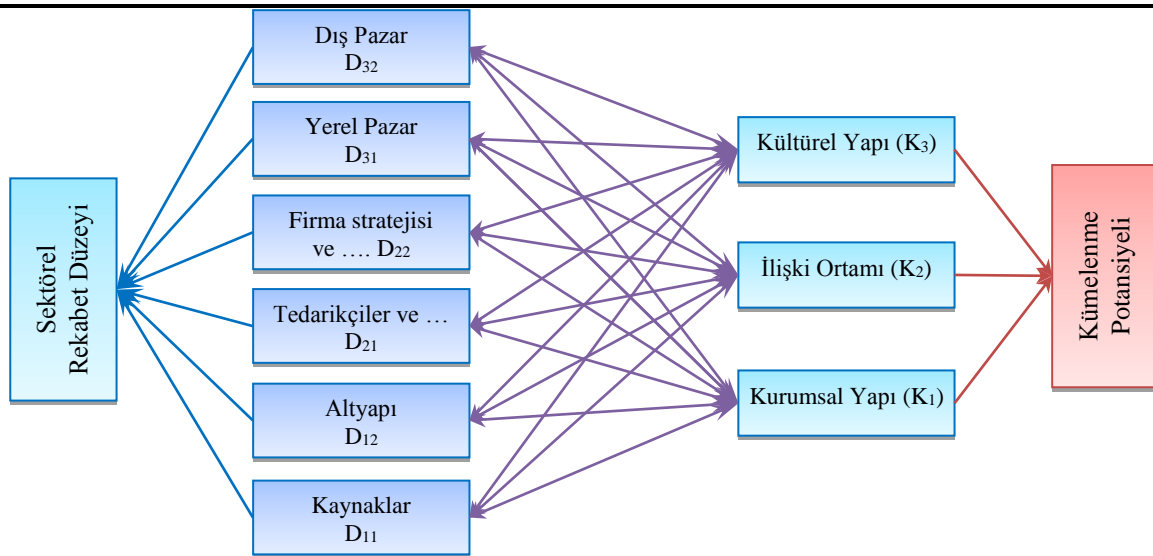
Tablo -6: Kümelenme Potansiyeline İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	Ortalama*	Std. S.
Kümelenme için Uygun Kurumsal Yapı	3,37	0,63
Kümelenme için Kurumlar Arası İlişki	3,26	0,69
Kümelenme için Uygun Ortam	3,09	0,70
Maksimum 5 Kümelenme Potansiyeli minimum 1		

4.2. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Araştırmada kümelenme potansiyelini oluşturan üç faktör (*kurumlar arası ilişki yapısı, kültürel ortam ve kurumsal yapı*) ile sektörün rekabet gücünü belirleyen 6 faktör arasındaki ilişkiler korelasyon analizi ile belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca kümelenme potansiyelini belirleyen üç faktörün kümelenme skoru ile ilişkisi ve rekabet gücünü belirleyen 6 faktörün rekabet gücü ile ilişkisi de korelasyon analizi ile belirlenmeye çalışılmıştır.

Şekil-3: Rekabet Gücü ve Kümelenme Potansiyeli İlişkisi



		Rekabet Gücü						REKABET
		D11	D12	D21	D22	D31	D32	
Kümelenme Potansiyeli	K1	0,341	,227*	,223*	,208*	0,316	,244*	,327**
	K2	,415**	0,171	0,124	0,189	0,261	,243*	,304**
	K3	,290*	,147	,026	,162	,230	,164	- 0,17

** . Korelasyon anlamlılık düzeyi 0.01 (2-yönlü). * . Korelasyon anlamlılık düzeyi 0.05 (2-yönlü)..

Kümelenme potansiyelini oluşturan üç faktör ile sektörün rekabet gücünü belirleyen altı faktör arasındaki ilişkilere ait korelasyon analizi sonuçları da Şekil-3'te verilen tabloda görülmektedir. Buna göre kümelenme potansiyelinin bir boyutu olan kurumsal yapı ile, rekabet gücünün belirleyici faktörleri olan iç ve dış pazarlar hariç diğer faktörlerle ilişkisi anlamlı ve pozitif düzeydedir ($p < 0,01$). Aynı şekilde rekabet gücünün belirleyici faktörlerinden "kaynakların" da kümelenme potansiyelinin boyutları arasındaki ilişkiler de pozitif ve anlamlıdır.

4.3. Sektörün Rekabet Gücünün Analitik Hiyerarşi Yöntemi İle Analizi

Toplanan veriler farklı olarak analitik hiyerarşi süreci adı verilen bir yöntem ile de analiz edilmiştir. Bu yöntemle değişkenlerin rekabet gücündeki ağırlıkları ve rekabet gücü skorları birlikte işleme tabi tutularak faktörlere ait skorlar elde edilmiş ve hangi skorların ne anlama geldiği tahmin edilmeye çalışılmıştır.

Tablo - 6: YaKuP Modelini Oluşturan Göstergeler, Değişkenler ve Skorları

	Göstergeler	Alt Göstergeler	Skor*	Önem Skor/Ağırlık	Final Skor #	Gösterge Skoru
Alan-1: Yapı / Arzı yapısı D1 = 5,83	1. Kaynaklar (D11)	1. İşgücü	6,07	0,33	2,00	6.32
		2. Teknik personel	5,76	0,32	1,85	
		3. Coğrafi konum	7,08	0,35	2,47	
	2. Altyapı (D12)	4. Ulaşım imkânları	6,17	0,09	0,53	5.34
		5. İletişim imkânları	5,95	0,09	0,53	
	a. Donanım & Tesisler (4-7)	6. Endüstriyel Tesisleri	4,63	0,09	0,42	
		7. Pazar imkânları	5,22	0,09	0,45	
		8. Endüstriyel kurumlar	5,57	0,08	0,46	
		9. İş ortamı	5,88	0,08	0,49	
		10. Kalite için düzenlemeler	5,12	0,08	0,41	
		11. Yerel finansal piyasalar	4,96	0,08	0,41	
		12. Araştırma enstitüleri	4,53	0,08	0,36	
	b. Kurumsal düzenlemeler (8-15)	13. Personel endüstriyel eğitimi	4,91	0,08	0,39	
		14. Çevre	4,88	0,08	0,39	
		15. Araçlar	6,17	0,08	0,51	
16. Ana hammadde		5,75	0,14	0,84	5.52	
3. Tedarikçiler ve destekleyici sektörler (D21)	17. Yardımcı malzemeler	6,00	0,15	0,88		
	18. Ürün testleri	5,52	0,13	0,75		
	19. Üretim makine ve ekipmanları	5,45	0,15	0,81		
	20. Ulaşım	5,62	0,14	0,80		
	21. Tedarikçilerin sunduğu hizmet	5,33	0,14	0,76		
	22. Tedarikçi firmalarla işbirliği	4,95	0,14	0,70		
4. Stratejik ve rekabetçi kurumsal yapı (D22)	23. Yönetim modeli	5,33	0,27	1,41	5.31	
	24. Rekabet hedefleri	5,48	0,25	1,40		
	25. İşletme yapısı	5,34	0,24	1,28		
	26. Mülkiyet hakları	5,07	0,24	1,21		
Alan-2: Kurumlar / Kurumsal yapı D2 = 5,41	5. Yerel Pazar (D31)	27. Pazarın büyüklüğü	6,02	0,20	1,18	6.06
		28. Pazar payı	6,07	0,20	1,23	
		29. Büyüme beklentileri	5,63	0,21	1,16	
		30. Ürün standartları	5,82	0,19	1,10	
		31. Ürün için yerel talep	6,74	0,21	1,40	
	6. Yurtdışı pazarı (D32)	32. Son kullanıcı özellikleri	5,56	0,11	0,65	5.77
		33. Piyasa ilişkileri	5,31	0,14	0,75	
		34. Pazara giriş engelleri	6,28	0,14	0,90	
		35. İthalat ve ihracat engelleri	6,13	0,16	0,95	
		36. Pazar yakınlığı	5,81	0,15	0,88	
Alan-3: Piyasalar / Talep yapısı D2 = 5,91	37. Piyasa büyüklüğü ve trendler	5,89	0,14	0,84	5.77	
	38. Pazar payı	5,38	0,15	0,81		

Analitik hiyerarşi modeli ile analiz edilen veriler şu şekilde hesaplanmıştır.

Skor hesaplanırken:

1. Öncelikle “değişken açısından piyasanın rekabet gücü” ortalaması hesaplanmıştır.
2. Her bir göstergenin toplam değeri bir (1) kabul edilerek değişkenin bu toplam puan içindeki yüzdesi hesaplanmıştır.
3. “değişken açısından piyasanın rekabet gücü” ortalaması ile “değişkenin piyasa rekabet gücü açısından önem düzeyinin gösterge içindeki yüzdesi” çarpılarak bir “final skor” elde edilmiştir.
4. Her gösterge kendi içindeki değişkenlerin toplamı olarak hesap edilmiştir.
5. Her biri iki göstergeden oluşan alan skorları hesaplanmıştır. Bu alan skorları gösterge skorlarının ortalamasıdır.

$$\mathbf{a. D1 = (D_{11} + D_{12}) / 2 = (6,32 + 5,34) / 2 = 5,83}$$

$$\mathbf{b. D2 = (D_{21} + D_{22}) / 2 = (5,52 + 5,31) / 2 = 5,41}$$

$$\mathbf{c. D3 = (D_{31} + D_{32}) / 2 = (6,06 + 5,77) / 2 = 5,91}$$

6. YaKuP skoru şu şekilde hesaplanmıştır.

$$\mathbf{YaKuP = (5,83 \times 15) + (5,41 \times 11) + (5,91 \times 12) = 217,88}$$

$$\mathbf{Maksimum\ skor = 6\ (boyut) \times 7\ (\text{önem\ düzeyi}) \times 10\ (rekabet\ gücü) = 420}$$

$$\mathbf{Buna\ göre\ rekabet\ gücünün\ yüzdelik\ ifadesi = \frac{217,88}{420} = 0,52\ \%}$$

Toplam YaKuP puanı 217 olup, kümelenme için uygun bir ortamın mümkün olduğunu göstermektedir. Ancak hala bazı gösterge düzeyleri düşüktür. Yararlı ve sürdürülebilir bir gelişmeye ulaşılabilmesi için zayıf yanların giderilmesi gerekir. Bunun için aşağıda bir dizi öneri sunulmaktadır.

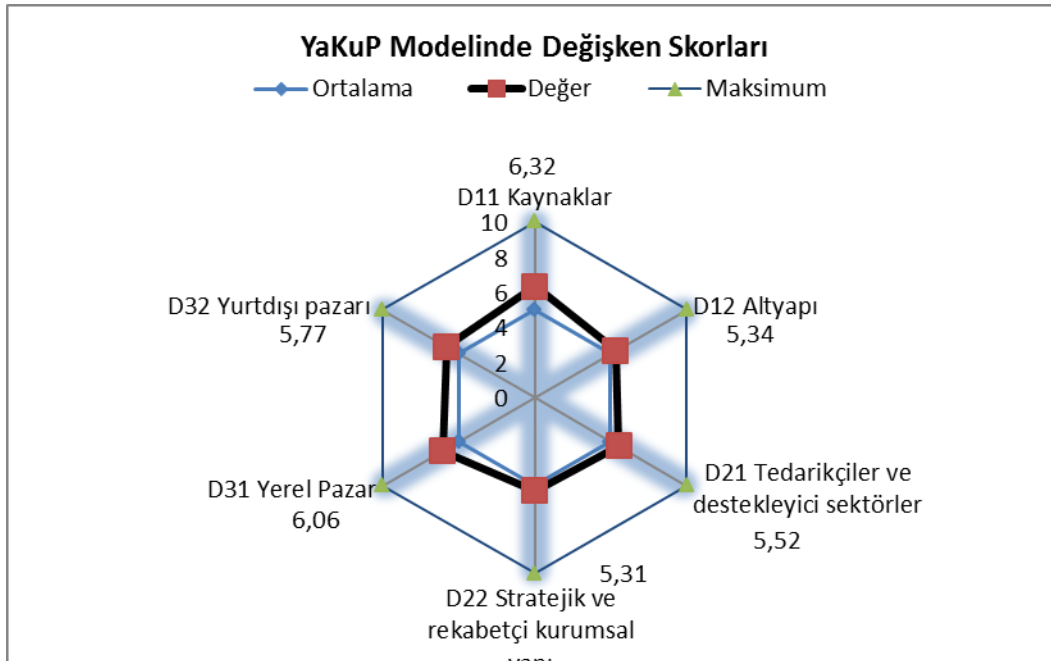
Değerlendirmeye göre sektörün arz kaynaklarını gösteren temel determinantlar gösterge çiftinin puanı 5.83 olarak bulunmuştur, bu da özellikle kaynakların bol olduğunu ve rekabet gücünün var olduğunu ifade etmektedir. Alt göstergelere gelince endüstriyel kurumlar puanı 5.57 bulunmuştur ki bu puan çok yüksek olmamasına rağmen küme oluşması için yeterli bir skordur. Ayrıca, iş ortamı puanı da benzer bir düzeydedir (5.88) bu da küme ortamının ortalama düzeyde olduğunu göstermektedir.

Küme için daha rekabetçi temellerin oluşturulması devlet ve ilgili kamu birimlerinin sorumluluğudur. Kırgızistan hükümetinin kümelenme konusunda çalışmalar başlattığı düşünülürse gelecekte küme için uygun temellerin oluşabileceği tahmin edilmektedir. Devletin işletmeler ve diğer paydaşlar arasında uyumlu bir iş ortamını oluşturmanın yollarını aramalıdır. Aslında devletin fonksiyonu, kamusal temelleri oluşturmak ve kümeler için ciddi ve teşvik edici bir ortam sağlamak, kümelenmesi hedeflenen sektörler için rekabeti düzenlemek, dayanışmayı ve işbirliğini teşvik etmek için işletmeler arası iletişim kanallarının kurulmasına yardımcı olmaktır. Küme içerisindeki işletmelere koordinasyon sağlamak ve hizmet sunmak amacıyla koordinasyon birlikleri oluşturulmalıdır.

İşletmeler ve paydaş kurumlar kümelerin en önemli katılımcılarıdır. Kurumsal yapı indikatör çifti puanı 5.41'e eşit olup, bu puan genel itibariyle “spesifik bir rekabet avantajına sahip olmasa da rekabet gücü itibariyle ulusal ortalamadan üstünde” olduğu anlamına gelmektedir ve bu durum rekabetçi bir sektörün var olduğunu göstermektedir. Ancak firmaların “ilgili firmalarla işbirliği” düşük çıkmıştır (4,95). Yani diğer firmalar ile olan işbirliği, ürünlerin rekabet gücü ve rekabetçilik gibi alt göstergelere ait koşulların

iyileştirilmesi yararlı olacaktır. Hali hazırda bu skorun ulusal rekabet gücü ortalamasının altında olduğu anlamına gelmektedir.

Şekil-4: YaKuP Modelinde Değişken Skorları



Daha iyi sonuçlar almak, sektörü geliştirmek ve rekabet gücünü artırmak için küme amaçlı stratejiler uygulanmalıdır. Kümede ürün ve süreç alanlarında yenilikler acil ihtiyaç konusudur. Küme içinde yer alacak katılımcılar doğru pozisyonda bulunmalıdır. Yerel kültüre dayalı küme geliştirici stratejilerin uygulanabilmesi için, küçük ve orta ölçekli firmalar, araştırma kurumları ve üniversiteler, yerel yönetimler, tedarikçi ve ilgili firmalar ile entegre olmalıdırlar.

Piyasa indikatörleri puanı 5.41'e eşittir. Aslında yerel piyasaların rekabetçilik düzeyi ortalamanın üstündedir. Ancak dış piyasaların puan nispeten düşüktür. Bu puan, yerel piyasanın mükemmelleştirilmesi yönünde ve özellikle küresel piyasaya giriş konusunda oldukça ciddi bir avantaj olduğunu göstermektedir. Bu konuda uygulanabilir bir strateji de küresel değer zincirinin işletilmesi olabilir. Küme, endüstrinin uluslararası işbölümünü olumlu bir şekilde analiz etmeli ve kaynaklardan en verimli biçimde yararlanılabilmesi için küresel değer zincirine katılmalıdır. Her şeyden önce Bişkek kırmızı et kümesi bir piyasaya odaklanmalı ve küresel değer zincirinde özel bağlantı noktası bulabilmek için ürünlerini markalandırarak yerleştirmelidir. İkincisi, tecrübesinin yetersiz olması nedeniyle küme, küresel değer zincirinde çok hızlı gitmemelidir, yalnız potansiyel riskleri önleyebilmek için sağlıklı istikrarlı bir tempo ile devam etmelidir. Küresel değer zincirinde daha iyi bir pozisyon elde edebilmek için daha kat edilmesi gereken uzun bir yol vardır ve bu nedenle küme çalışmasında olumlu ve sabırlı olmalıdır.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Aslında kümelenme ile rekabet arasındaki karşılıklı bir ilişki vardır. Kümeler rekabeti, rekabet de kümeleri olumlu etkilemektedir. Rekabet kümelenmeyi üç ana yoldan etkilemektedir: (1) Kümelenme içinde kurulmuş olan işletmelerin üretkenliğini artırarak, (2) Gelecekte verimliliği yükseltecek ve yeni ürünlerin oluşmasını sağlayacak yenilikçiliği

yönlendirerek ve (3) Kümelenmenin kendisini genişleten ve güçlendiren yeni iş alanlarının ortaya çıkmasını teşvik ederek.

Kümelenmeler, kümelenmeye dâhil olan işletmelere, kendi esnekliklerinden feragat etmeden, büyük ölçekli yada diğer işletmelerle resmi bağlantılara sahip işletmeler gibiymiş gibi fayda elde etmelerini sağlar. Bir kümenin üyesi olmak, girdilere sahip olmada, bilgiye, teknolojiye ve gerekli kurumlara erişmede; ilişkili şirketleri koordine etmede ve gelişimi ölçmede ve teşvik etmede daha verimli çalışmalarını sağlamaktadır. Özellikle, kümelenmeler içinde bulunan işletmeler uzmanlaşmış ve deneyimli bir işçi havuzu içinde bulunurlar. Bu, işletmelerin işe alımlardaki arama ve işlem maliyetlerini düşürecek ve zamanı kısaltacaktır. Kümelenme çeşitli fırsatlar sunar ve çalışanların farklı yerlerde istihdam riskini düşürür, hatta diğer bölgelerdeki yetenekli çalışanları kendine çeker.

Gelişmiş bir küme önemli girdilerin sağlanmasında da etkin bir yol sağlar. Her kümelenme derin ve özel bir tedarikçi tabanına sahiptir. Uzaktaki bir tedarikçiden kaynak sağlamak yerine yerel tedarikçileri kullanmak işlem maliyetlerini düşürecektir. Bu yapı, envanter ihtiyacını minimize edecek gecikme maliyetlerini ortadan kaldıracaktır. Yakınlık iletişimi geliştirecektir, doğal olarak bu durum, tedarikçiler için satış sonrası hizmetin etkinliğini artıracaktır.

Üyeler, küme içinde biriken bilgileri kullanabilme avantajı elde eder. Ayrıca, kişisel ilişkiler ve işbirliği bağları güveni tesis eder ve bilgi akışını hızlandırır. Bu koşullar bilgiyi daha akıcı hale getirir. Küme üyeleri arasındaki bağlar, parçaların toplamından daha büyüktür. Küme üyeleri karşılıklı olarak birbirine bağlıdırlar ve birisinin göstereceği iyi performans diğerlerini de iyi yönde etkileyecektir. Yine, altyapı ya da eğitim programları gibi devlet ya da diğer kamu kuruluşları tarafından yapılan yatırımlar, işletmelerin performanslarını geliştirebilir. Öte yandan benzer şirketlere olan yakınlığın oluşturduğu yerel rekabet baskısı, işletmelerin rekabete duyarlılığını artırır. Kümelenmeler ayrıca, işletme performanslarının değerlendirilmesini kolaylaştırır. Yerel rakipler, benzer işgücü maliyetleri ve yerel pazarlara erişim imkânı gibi genel koşullara sahiptirler ve kümelenme içindeki işletmeler benzer faaliyetler gerçekleştirmektedirler. Kümelenme içindeki işletmeler tipik olarak kendi tedarikçilerinin maliyetleri konusunda ayrıntılı bilgilere de sahiptirler. Yöneticiler diğer yerel işletmeler ile maliyetlerini ve çalışanlarının performanslarını karşılaştırabilir.

Üretkenliğin geliştirilmesine ek olarak, kümelenmeler işletmelerin yenilikçilik becerilerinde de önemli bir rol oynar. Kümelenme, küme içindeki diğer şirketler ve kurumlarla olan ilişkiler ayrıca şirketlere, teknoloji geliştirmek, parça ve makine erişimi, hizmet ve pazar kavramları gibi konuları hızlı öğrenmelerine yardımcı olur. Bu tarz bir öğrenme ziyaretler ve çoğunlukla yüz yüze temas yolu ile gerçekleştirilir. Kümelenmeler, yenilikleri görünür yapan fırsatlardan daha fazlasını sunarlar. Ayrıca, kümelenmelerin ilgili endüstrileri kapsıyor olmaları, tedarikçilere genişleyen fırsatlar yaratmaktadır. Kümelenmeler, birçok nedenden dolayı yeni iş biçimine kaynak olmaktadır. Kümelenme içinde bulunan girişimciler, ürün veya hizmetlerdeki boşlukları kolayca saptayabilirler. Bunun ötesinde sektöre giriş problemleri diğer yerlere göre daha düşüktür. Gereklilikler, beceriler, girdiler ve personel, yeni işletmeye montaj edilmeye hazır bir halde kümelenme yerleşiminde bekler.

Kümelenme bilgi ve teknolojinin de eşlik ettiği bir ekonomik seviye göstergesidir. Bilim ve teknolojinin etkin kullanımı toplumsal refahın gelişmesine katkı sağlar. Tüm çağdaş devletler çeşitli araçlar kullanarak toplumun refahını artıracak girişimleri destekler ve bu girişimlerin oluşması için uygun şartları hazırlarlar. Bu uygun şartlardan biri de ülkenin yenilikçi bir girişim kültürünün oluşmasına zemin hazırlayacak bilimsel gelişmelerin toplum

tarafından hayata geçirilmesini kolaylaştıracak organizasyonlar yapmaktır. Çünkü gerçek gelişme, bilimi toplum için hayat tarzı haline getirmekle sağlanır. Bunun için toplumun çeşitli organları tarafından sürekli olarak yeni bilgi üretimi konusunda sürekli bir teşvik vardır ve bu bilgi birikimini toplumsal faydaya dönüştürmenin en önemli araçlarından biri üniversite-toplum, üniversite-sanayi işbirliğidir. Bu işbirliği yoluyla toplumun ihtiyacı olan teknolojik bilgi üniversitelerden ihtiyacı olan taraflara aktarılmaktadır.

Çalışmanın konusu olan et ürünleri sektörü tarım ve hayvancılık sektörünün bir alt sektörü olarak Kırgızistan için odaklanması gereken bir üstünlük alanıdır. Kırgızistan'da hayvancılık ile ilgili olarak iki temel işgücü alanı vardır. Birincisi; köylerde, kasabalarda, ilçelerde küçük ölçekli yetiştiricilik yapan aile işletmeleri, ikincisi ise KOBİ niteliğindeki işletmelerdir. Genelde her ikisinde de yetiştiricilik anlamında işgücü potansiyeli nitel olarak yetersizdir. Büyük işletmelerde ve pazara yönelik üretim yapan işletmelerde işgücü daha niteliklidir. Bişkek Kırmızı Et Ürünleri sektörü ile ilgili olarak özel işletmelerin artması, var olanların ölçek büyütmesi ve Bişkek'teki Üniversitelerdeki programların etkisi ile işgücünü nitelik olarak geliştirmek mümkündür. Nitekim, görüşülen bazı özel işletmeler çalışanlarına özellikle bakım, besleme, hijyen konularında eğitimler verdiklerini belirtmişlerdir. Bu eğitimlerin kurumsal olarak sürekli bir biçimde verilmesi sektörün gelişmesinde rol oynayabilecektir. Aslında Bişkek potansiyeline bakıldığında hayvancılıkta işgücü ile ilgili olarak niteliksel olarak bir geçmişin varlığından söz edilebilir. Fakat, gelişen işletme koşulları, yoğun hayvancılığa ve et sanayisine geçiş ile beraber bu konuda bazı yetersizlikler belirmiştir. Sektörün ilerlemesine yardımcı olacak bilgi kaynakları arasında en göze çarpan birimler; üretici örgütleri, tarım il müdürlükleri, Veterinerler Odası ve ofisleri, özel işletmeler ve üniversitelerdir. Daha önce de söz edildiği gibi, Bişkek'te üniversiteler ve mesleki eğitim veren okullarda sektör ile ilgili bilgi ve eğitim verebilecek "Büyük ve Küçük Baş Hayvan Yetiştiriciliği, Süt ve Ürünleri Teknolojisi" olmak üzere bölümler bulunmaktadır. Diğer birçok sektörde olduğu gibi et ve et ürünleri sektöründe de üniversite-sanayi-araştırma kurumları işbirliğinin çok düşük düzeydedir ancak sektörün gelişmeye açık olması bu konuda arayışları ve işbirliği fırsatlarını artırma eğilimindedir.

Bölgede hayvancılığın gelişmesi hayvansal ürün sanayisi kadar bitkisel üretimin gelişmesi ile doğrudan ilişkilidir. İlde yem bitkileri üretiminin artması, meraların sürdürülebilir ve kontrollü kullanımı hayvancılığı olumlu etkileyecek faktörlerdir. Bu konularda Bişkek bölgesi şanslı bir konumdadır. Diğer yandan ilde yem sanayinin gelişmiş olması ve giderek kalitenin artması hayvancılığı ve bağlı sanayileri olumlu etkilemektedir. İlde süt ve süt ürünleri sektörünün gelişmesi, bu konuda artan talep hayvancılığı da olumlu etkilemektedir. Bu nedenle bölgede hayvancılığı bir sektör olarak ele almak daha doğru olacaktır. Hayvancılık alt sektörlerinin ve bitkisel üretimin organize olarak gelişmesi ve tamamlayıcı nitelik kazanması hem markalaşmaya, hem üretimin devamlılığına ve hem de Bişkek kökenli işletmelerin artışına katkıda bulunabilecektir. Sektördeki işletme sayısı çoğunluğu KOBİ'ler olmak üzere yeterli sayıda değildir. Sektör için son yıllarda bölge dışından da talepler gelmektedir. Bu talepler daha çok canlı hayvan alımı ve kesimi yönündedir. Bunlar hayvanları kesip etleri büyük şehirlere götürmektedirler. Bu nedenle bölge ekonomisine katkıları sınırlıdır. Aslında bu durum ilde et ürünleri sanayisi açısından olumsuzluk göstermektedir. Çünkü bölge dışından gelen firmalar güçlü olduğundan canlı hayvan alımında rekabeti zorlayabilmektedir. Bu ise ilde yatırım yapacak yerel KOBİ'leri olumsuz etkileyebilmektedir. Rekabetin olumsuz koşullarını ortadan kaldırmanın önemli bir yolu Hayvancılık Organize Bölgesinin faaliyete geçmesi ve paydaşların güç birliğidir.

Tarımsal alandaki diğer girişimlerde olduğu gibi et ve et ürünleri sanayisi alanındaki önemli sorunlardan birisi de markalaşmadır. Hayvancılık ilde öne çıkan bir sektör olmasına

rağmen et ve et ürünleri sanayisinde öne çıkan işletmeler yok denecek sayıdadır. Bu durum ilde hayvancılık ekonomisinin etkinliğini azaltmaktadır. Giderek artan hayvan sayısı ve ırksal iyileşmelerin et ve et ürünleri sanayisine dönüşmemesi ciddi olarak ele alınması gereken bir konudur. Bu konuda markalaşma, pazarlama, tanıtım gibi faaliyetlere önem verilmesi ile işletmelerin kapasite artırımı ile bölge dışında bilinirliğinin artması ilin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunacaktır.

Sektörün talep durumunu bölgesel ve ulusal olmak üzere iki kategoride incelemek mümkündür. Çünkü bir yanda bölgesel düzeyde üretim yapan ve bölgesel pazara hitap eden işletmeler var, diğer yanda ise ulusal düzeyde pazara giren işletmeler var. Son yıllarda bölge dışından gelen işletmeler daha çok ulusal düzeyde pazarlama faaliyetinde bulunurken, yerel firmalar çoğunlukla bölgesel pazara girmektedir. Dikkate alınması gereken ve üzerinde durulması gereken bir nokta, Bişkek kökenli firmaların kapasiteleri ve ekonomik kapasiteleridir. Bişkek kökenli firmaların güç birliği yapmaları yaratılan değerden daha fazla pay almalarını sağlayabilecektir.

Hayvancılığın gelişmesinde en önemli rolü şüphesiz ki devlet destekleri oynamaktadır. Nitekim son yıllarda hükümet stratejilerinde hayvancılıkla ilgili üretim destekleri, yatırım teşvikleri, hayvancılığın özellikle ırksal gelişimine önemli katkılardan bahsedilmektedir. Ancak bu desteklerin yerinde ve amacına uygun olarak kullanımında yerel bürokrasinin etkililiğinin ve üretici örgütlerinin sahipliliği önemlidir. Daha önce belirtildiği gibi, özellikle özel sektörün devletten beklediği en önemli rol denetimlerin doğru yapılmasıdır. Et ürünleri üreten ve işleyen işletmelerin kaliteye ve uluslararası normlara uygun üretiminin denetimi, kontrol altına alınması hem ilde hayvancılığın markalaşmasına, hem pazarlamaya, hem de Bişkek ili dışından gelen yatırımcıların daha nitelikli iş yapmalarına katkıda bulunacaktır. Denetim konusunda devlet-kamu kontrolü yanında paydaşların oto kontrolü de kolaylaştırıcı rol oynayacaktır.

KAYNAKÇA

- Asheim, B. T. (1995), **Industrial Districts As Learning Regions, A Condition For Prosperity?, Step Group, Conference Paper On Interdependent And Uneven Development: Global-Local Perspectives**, Seoul
- Bulu, M.; Eraslan, H.; Şahin, Ö. (2004), Elmas (Diamond) Ankara Bilişim Kümelenmesi Rekabet Analizi, **III Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi**, 24-26 Kasım Eskişehir
- Eraslan, H.; Karataş, A.; Kaya, H. (2007), Türk Plastik Sektörünün Rekabetçilik Analizi, **İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi**, Yıl -6, Sayı -11, Bahar, SS. 203 -219
- Güneş, Ö. (2006), **Nitelikli İşgücü ve Uluslararası Rekabet Gücü: Türkiye Uygulaması**, Erciyes Üniversitesi, SBE, Yüksek Lisans Tezi
- Hodgetts, R.M., 1993. Porter's diamond framework in a Mexican context. **Management International Review** 33 (2), 41-54.
- Neven, D. ve Droge, C. L. (2001), "A Diamond for the Poor? Assessing Porter's Diamond Model for the Analysis of Agro- Food Clusters in the Developing Countries", **Proceedings of the 11th Annual World Food and Agribusiness Forum and Symposium**, 25-28 June, Australia
- Padmore, Tim ve Hervey Gibson *Modeling system of innovation: II. A framework for industrial cluster analysis in regions*. **Research Policy** 1998 Vol26 P625-P641
- Porter, M. E. (1990), **The Competitive Advantage of Nations**. The Macmillan Press Ltd., London and Basingstoke.

- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (1998a), **Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance**, New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1998b). “**Clusters and the New Economics of Competition.**” *Harvard Business Review*: 77-90.
- Porter, M. E. (1998c). *On competition*. Boston: The Harvard Business Review.
- Romanelli, Elaine ve Khessina, Olga M. (2005). Regional Industrial Identity: Cluster configurations and economic development. *Organization Science*. Vol.16, No:4. July-August. ss 344-358.
- World Economic Forum – WEF
www.tisk.org.tr

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. 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

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.5
İçindekiler**

Sayfa

6 – 27

Batıda İktisadi Düşüncenin Dinsel İçeriği ve Ussal Ekonomik Etkinliğin Yükselişi

Kürşat Haldun AKALIN

28 – 36

İşitme ve Bedensel Engelli Sporcuların Yaşadıkları Çatışma Türlerinin Bazı Demografik Değişkenler Yönünden İncelenmesi

H.Murat ŞAHİN, Zuhal KILIINÇ, GÜRER- Oktay HACIOĞLU

37-54

Uluslararasılaşmış Bir Sektörde Rekabet Gücü neye Bağlıdır? Araç Kiralama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma

Bayram AKAY, Oğuz TÜRKAY

55-65

Perceptions of the Staff of the General Directorate of the Staff of the General Directorate of Sports About Organizational Justice

Yakup AKYEL, Mustafa Yaşar ŞAHİN, Mehmet GÜNAY

66-84

Endüstriyel Rekabet Gücü Ve Kümelenme Potansiyeli İlişkisi: BİŞKEK Kırmızı Et Sektöründe Bir Araştırma

Mine HALİS, Necdet BİLGİN

85

Yazım Kuralları