

E-ISSN: 2602-4594

USOBED

ULUSLARARASI BATI KARADENİZ SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER DERGİSİ

YIL: 2017 CİLT: 1 SAYI: 1

INTERNATIONAL JOURNAL OF WESTERN BLACK SEA SOCIAL AND HUMANITIES SCIENCES

YEAR: 2017 VOLUME: 1 ISSUE: 1

Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi

USOBED

International Journal of Western Black Sea Social and Humanities Sciences

e-ISSN: 2602-4594

EDİTÖR KURULU

Sahibi

Batı Karadeniz Akademisyenler Derneği Adına Yönetim Kurulu Başkanı

Doç. Dr. Mahmut BOZAN, Bartın Üniversitesi

Editör

Yrd. Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ, Bartın Üniversitesi, ayhankarakas74@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Süleyman AĞRAŞ, Düzce Üniversitesi, suleyman.agras@duzce.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Abdülhamit EŞ, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, es_a@ibu.edu.tr

Yayın Kurulu (Editorial Board)

Prof. Dr. İhsan ALP, Gazi Üniversitesi, ihsanalp@gazi.edu.tr

Prof. Dr. Kemal TİMUR, Dicle Üniversitesi kemaltimur@hotmail.com

Prof. Dr. Mahmut KARTAL, Cumhuriyet Üniversitesi mkartal@cumhuriyet.edu.tr

Prof. Dr. Mehmet ZELKA Üsküdar Üniversitesi mehmet.zelka@uskudar.edu.tr

Prof. Dr. Said KINGİR Sakarya Üniversitesi saidkingir@sakarya.edu.tr

Prof. Dr. Şah Murat ARIK Kastamonu Üniversitesi sahmurat@kastamonu.edu.tr

Prof. Dr. Yalçın KARAGÖZ, Cumhuriyet Üniversitesi ykaragoz@cumhuriyet.edu.tr

Doç. Dr. Mahmut BOZAN Bartın Üniversitesi mabozan@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Ahmet ÖZTEL, Bartın Üniversitesi, ahmetoztel@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Faruk Kerem ŞENTÜRK, Düzce Üniversitesi, keremsenturk@duzce.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Ramazan ARSLAN, Bartın Üniversitesi, rarslan@bartin.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. M. Said CEYHAN, Bartın Üniversitesi, sceyhan@bartin.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Yaşar ÖZ, Bartın Üniversitesi, yasaroz@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Yıldırım YILDIRIM, Düzce Üniversitesi yildirimyildirim@duzce.edu.tr

Sekreteryaya

Dr. Ayhan KARAKAŞ, Bartın Üniversitesi

Yabancı Dil Editörü

Öğr. Gör. Hayri KAPSUK, Bülent Ecevit Üniversitesi, hayrikapsuk67@gmail.com

İletişim

Dr. Ayhan KARAKAŞ

Bartın Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü Zemin Kat No:5

Ağdacı Kampüsü

74100-MERKEZ-BARTIN-TÜRKİYE

Telefon: 0378 223 5430

e-posta: bakaddergi@gmail.com

Teknik Destek

Yrd. Doç. Dr. Eyüp Burak CEYHAN

Eposta: eyupburak@gmail.com

Bu Sayının Hakemleri

Prof. Dr. Yalçın KARAGÖZ, Cumhuriyet Üniversitesi

Prof. Dr. İhsan ALP, Gazi Üniversitesi

Doç. Dr. Cahit AYDEMİR, Düzce Üniversitesi

Doç. Dr. Mahmut BOZAN, Bartın Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ, Bartın Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. İsmail Fatih CEYHAN, Bartın Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. M. Said CEYHAN, Bartın Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Ramazan ARSLAN, Bartın Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Yusuf BİLGİN, Bartın Üniversitesi

Öğr. Gör. Dr. Halil İbrahim ŞENGÜN, Dicle Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

Çok Yönlü Bir Sivil Toplum Örgütü: Ahilik..... 1 - 20

A Multiple Civil Society Organization: Akhism

Yrd. Doç. Dr. Ayhan Karakaş

Bütçe Açıkları Belirleyicilerinin Ekonometrik Analizi: Türkiye Uygulaması (2006-2015).....21 - 35

Econometric Analysis Of Budget Deficits Determinants: Example Of Turkey (2006-2015)

Yrd. Doç. Dr. M. Said Ceyhan, Seçil Koç Yıldız

Muhasebe Mesleğine Yönelimde Kişiliğin Önemi: Meslek Yüksek Okulu Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama..... 36 - 53

Importance Of Personality Towards Accounting Profession: An Application in Vocational School Students

Yrd. Doç. Dr. Yaşar Öz, Öğretim Görevlisi Hasan Yavuz

Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi: Kasko Sigorta Müşterileri Üzerine Bir Uygulama54 - 74

The Effects Of Perceived Service Quality On Customer Loyalty: An Application On Insurance Customers

Yrd. Doç. Dr. Faruk Kerem Şentürk, Yüksek Lisans Hasan Arif Eker

Ülkelerin Yaşanabilirlik Düzeylerinin COPRAS Yöntemiyle Karşılaştırmalı Analizi: BRICS Ülkeleri ve Türkiye.....75-84

Comparative Analysis of Habitability Levels of Countries with COPRAS Method: BRICS Countries and Turkey

Yüksek Lisans Can Şahin, Yrd. Doç. Dr. Ahmet Öztel

EDİTÖRDEN

Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi'nin (USOBED) ilk sayısıyla akademik dünyaya merhaba diyoruz. Batı Karadeniz Akademisyenler Derneği (BAKAD) tarafından yayınlanan USOBED'in önemli bir ihtiyaca cevap vereceği kanaatini taşıyoruz. Zira bilgi ve ona bağlı olarak teknolojik yeniliklerin dünyayı değiştirdiği bir süreçte sürüklenen ülke olmamanın yolu bilgiyi üretme ve yönetmede yatmaktadır. Bugün İslâm dünyasının bir sömürü ve işgal sahasına dönüştürülmesindeki en büyük âmil, körüklenen ve derinleştirilmeye çalışılan ihtilaflardan da öte cehalette yatmaktadır. İslâm dünyası aslında bir bütün olarak ele alındığında kaynaklar bakımından fakir değil, bilakis zengindir. Fakat bu zenginliği değerlendirecek bilgi ve teknolojiye sahip değildir. Beşerî sermayesi gelişmiş ülkelere dağılmış ve onlara hizmet etmektedir. Bu sebeple de zengin kaynakların fakir ve döğülen bekçileri konumuna düşmektedir. İhtilaflar sun'idir ve bunun en önemli sebebi, ittifakı netice verecek siyaset ve stratejilerin üretilmemesinde yatmaktadır.

Türkiye'nin son 15 yılda üniversite sayısı başta olmak üzere eğitime ve ar-ge yatırımlarına ayırdığı pay önceki dönemlere kıyasla ciddi bir şekilde artmış olmasına rağmen henüz alınacak çok mesafe bulunmaktadır. Bir fikir vermesi açısından 1000 kişi başına düşen bilim adamı sayısına bakıldığında OECD üyesi ülkeler ortalaması 6.4 iken Türkiye'de bu oran 1.1'de kalmaktadır. Yani mevcut sayıyı beşe katlamamız gerekmektedir. Diğer yandan 2010-2015 yılları arasında dünyada en çok yayın yapan ülkelere bakıldığında ABD 3.660.831 yayın ile ilk sırada yer alırken onu Çin (1.678.221) ve İngiltere (904.456) takip etmekte, Türkiye ise 204.216 yayımla 18. sırada yer almaktadır. Yayınların etki değeri açısından bu sıra maalesef korunamamakta, dünya yayın toplamına %1.50 oranında katkıda bulunan Türkiye'nin etki değeri ve 3,30'da kalmaktadır. Meselâ küçük bir ülke olan İzlanda'nın dünya yayın sayısına katkısı %0,05 olmasına rağmen etki değeri Türkiye'nin üç katından daha fazladır (11.03).

Bu tabloyu Türkiye hiç de hak etmemekte fakat bu sonucu doğuran politikaların tenkidi de açık bir şekilde yapılmamaktadır. Konunun anlaşılması bakımından burada çok kısa bir değerlendirme yapılacak olursa birinci hatanın çağ nüfusuna yetecek kadar üniversite kurulmamasında yattığı görülür. Bu hususta nicelik-nitelik tartışmasının mânası yoktur. Zira böyle bir öncelik sonralık zaman kaybından başka bir şey değildir. Doğru olan ikisinin birlikte götürülmesidir. Üç-beş büyük kente toplanan seçkin akademisyenlerin yeni üniversite açılmasına soğuk bakması ve "tabela üniversitesi" yakıştırması kabul edilemez. Dahası patates gibi ocağı büyüten, okul ve ekol oluşturan akademisyen yerine, tüm gücü turp ve havuç gibi sadece kendi köküne aktaran ve gittikten sonra yeri boş kalan akademisyenlerin artık bir öz eleştiri yapma zamanları da gelmiştir.

İkinci yanlış politika akademik terfi ve bilimsel yayın konusunda yapılmaktadır. Meselâ yabancı dil bilme, dünyayı anlama ve yapılan yayınları takip için bir alet ve araç olması gerekirken uzmanlık ve ehliyetin önüne geçirilmiş, akademisyenler yabancı dille, yabancı ülke dergilerinde yayın yapmaya ve bilimsel toplantılara iştirak etmeye zorlanmıştır. Bu garip pazar derhal kendi piyasasını oluşturmuş, milli kimlikli bilimsel toplantıların ve milli dergilerin yüzüne bakılmaz olmuş hem bilgi hem de para dışarı kaçırılmıştır. Acaba bilim, keşif, icat ve patent ifade edildiği dile göre mi kaliteli veya daha iyi olmaktadır? Akademik teşvikte ve terfide yerli ve milli olanı itmenin, değersizleştirmenin mantığı nedir? Türkiye'nin entelektüel sermayesi neden böyle pervasızca yabancı ülkelere peşkeş çekilmektedir? Maksat

kalite ise ülkemizdeki dergilerin kalitesini arttırmanın yollarını aramak daha isabetli değil midir?

İşte Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi yayın hayatında hem bu gibi hayati önemi haiz dosyaları tartışmaya açacak hem de özellikle sosyal bilimler alanındaki açığı karınca-kadarınca doldurmaya gayret edecektir. Zira Türkiye’de sosyal ve beşerî bilimler ciddi bir ihmale uğramış, bilim denilince akla hep fen bilimleri gelmiş, TÜBİTAK’ın yapısı bile buna göre dizayn edilmiştir. Bu sebeple bilimsel yayınlarda tıp ve mühendislik başta olmak üzere fen bilimleri sosyal bilimlere göre daha çok gelişme göstermiştir.

Sosyal bilimlerde Türkiye’nin gelişmiş ülkelere göre alması gereken önemli bir mesafe vardır. Genel duruma bir göz atılacak olursa 2015 yılı verilerine göre dünya toplam yayın sayısının %19’u sosyal bilimler alanına ait olup bu yayınların %36.75’i atf almıştır. Bu alanda en çok yayın yapan ülkelerin başında ABD (828.926), İngiltere (259.034) ve Çin (118.681) gelmektedir. Sosyal Bilimlerde en çok yayın yapan ABD’nin toplam yayınlarının %22’si sosyal bilimler alanındadır. Türkiye ise bilimsel yayın sayısının %12.27’sini sosyal bilimler alanında gerçekleştirmiş ve 25.950 yayın ile Dünyada 17. sırada yer bulmuştur. Ancak atf açısından daha gerilerde olup 2.75 etki değeri ile 45. sırada yer almaktadır.

Bilim dünyasındaki mevcut durum ve Türkiye’nin konumu kesinlikle bir ümitsizlik iması doğurmamalıdır. Aksine Türkiye beşerî sermaye açısından fevkalade güçlü, bilime aç, yeniliklere açık, rekabete hazır bir potansiyele sahiptir. Türkiye bu potansiyeli ulaşım ve savunma sanayiindeki başarıları ile açıkça ortaya koymuştur. Türkiye’nin insani gelişim endeksine sağlıktaki dönüşümün yaptığı katkı tüm dünyada takdir toplamıştır. Bu dönüşümün eğitimde de yapılması gerekir. Zira uygun politika ve stratejiler geliştirildiği takdirde 2023 hedeflerinin gerçekleştirilmesine en büyük destek eğitim, ar-ge, bilim ve teknolojiden gelecektir.

İlk sayısını yayımladığımız Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi’nin milletimize, ülkemize, İslâm dünyasına, insanlığa ve özellikle de akademik camiaya hayırlı ve uğurlu olmasını diliyorum.

Doç. Dr. Mahmut Bozan

BAKAD Başkanı

ÇOK YÖNLÜ BİR SİVİL TOPLUM ÖRGÜTÜ: AHİLİK

Yrd. Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ*

Bartın Üniversitesi, İİBF, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ayhankarakas74@gmail.com

Öz

Bu çalışmanın amacı Ahilik teşkilatı ve işleyişi, bulunduğu devirdeki sosyal, ekonomik ve iş hayatının düzenlenmesine etkileri hakkında bilgi vermektir. Araştırma bir literatür çalışmasıdır. Ahilik, hem kendi iç dinamikleri açısından ticarî alanda bir kontrol mekanizması sağlarken, hem de ahlâkî açıdan mütesiplerinin değerleri öğrenmesine ve bunları hayata geçirmesine yardımcı olan bir sivil toplum kuruluşu hüviyetine bürünmektedir. Bir sivil toplum kuruluşu olmakla beraber, ahiliğin devlet desteğinden ve kontrolünden tamamen uzak olduğu düşünülmemelidir. Ahiler, etkili oldukları dönemde aynı zamanda devletin çok ihtiyacı olan askeri güce katkıda bulunmak için de organize edilmişler ve devlet adamları tarafından da desteklenmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Ahilik, Ahilik Teşkilatı, Ahiliğin Fonksiyonları

A MULTIPLE CIVIL SOCIETY ORGANIZATION: AKHISM

Abstract

The aim of this study is to inform about the organization and functioning of Akhism and its effects on the social, economical and business life regulation. The research is a literature study. Akhism takes on the identity of a non-governmental organization, both providing a commercial control mechanism in terms of its internal dynamics, and helping its followers learn moral values and put them into practice. Along with being a non-governmental organization, it should not be considered to be totally away from government support and control. In those times when The Ahijis were influential, they were also organized and supported by statesmen for their contribution to the military force which is of great importance for a state.

Keywords: Akhism, Akhism Organization, Functions of Akhism

GİRİŞ

Ahilik, orta çağlarda Anadolu'nun sosyal yaşantısının düzenlenmesinde büyük rol oynamıştır. XIII. Yüzyılın ortalarından başlayarak Türk gençlerini aylak kalmaktan ve her

türlü kötü akımların etkisinden kurtarmak, aynı zamanda o zamanlar devletin çok ihtiyacı bulunan askeri güce katkıda bulunmak için organize edilmiş olan ahi kuruluşu, çok yönlü sosyal yapıya sahiptir. Osmanlı Devletinde sivil toplum ve vakıf faaliyetlerine azami önem verilmiştir. Türkiye Cumhuriyetine 34.000 vakıf devredildiği, bugün ise resmi kayıtlara göre (Vakıflar Genel Müdürlüğü) 5.000 civarında vakıf olduğu bilinmektedir, (Bozan, 2017: 404) oysa günümüzde nüfus ve sosyal refahın artışı gibi sebeplerle bu sayının daha fazla olması gerekmektedir.

“Ahi kelimesinin kaynağı ile ilgili birbirinden tamamen farklı iki görüş bulunmaktadır. Birinci görüşe göre Ahi kelimesinin kaynağı Türkçe olup “akı” kelimesinin Anadolu’daki söyleniş tarzından ileri gelmektedir. İkinci görüşe göre ise Ahi kelimesi Arapçadan Türkçe’ye geçmiştir. Ahi kelimesinin Türkçe olduğunu ileri sürenlere göre ahi kelimesindeki h harfi, k harfinin h olarak telaffuz edilmesinden ileri gelmektedir. Nitekim Anadolu’da k harfinin n ve g şeklinde telaffuz edildiği bilinmektedir. Misal olarak, okumak, bakmak, yerine okumah, bakmah, veya okumağ, bakmağ, denildiği malumdur. Buna göre ahi kelimesi cömert, eli açık, anlamlarına gelen akı kelimesinin h sesi ile okunmasından başka bir şey değildir. Ahi kelimesinin reisler için kullanılması onun Türkçe akı kelimesindeki ses değişikliğiyle oluştuğu görüşünü kuvvetlendirmektedir. Nitekim Ahi müessesesindeki reislere Ahi, diğerlerine feta, fityan denilmektedir. Ahi kelimesini tetkik edenlerin bir kısmı ise kelimenin Arapçadan Türkçeye geçtiğini ileri sürdüklerini belirtmiştir. Bu görüşe göre, Ahi erkek kardeş manasında ah kelimesinin sonuna birinci tekil şahıslar için sahiplik ifade eden ye zamirinin bitişmiş olarak kullanılan kelimedir. Ahi kelimesi bu haliyle kardeşim anlamındadır (Erken, 1986:18).”

“Ahi Arapça isim, Ahu yerinde kardeş, birader, yar, dost, cemi, çoğulu ihveti kardeşler, dostlar bir tarikata ve mesleğe bağlı olanlar demektir (Kadri, 1927:202).”

“Kur’an-ı kerim incelendiğinde ahi kelimesi sahiplik ifade eden zamir ile birlikte tekil veya çoğul olmak üzere kırk dört yerde geçmektedir. Ahi kelimesi fütüvvet ile ilgili yazılmış bulunan fütüvvetnamelerde ve Anadolu’da yaşamış bulunan Ahilerin bırakmış oldukları vakfiyelerde ahi şeklinde yazıldığı görülür. İbn-i Batuta seyahatnamesinde ahi kelimesini şu şekilde açıklar. Müfredi(Tekil) Ahi ah kelimesinin birinci tekil şahıs şeklinde söylenmesinden meydana gelmiştir. Ahi kelimesi ile ilgili yukarıda izah etmeye çalıştığımız iki görüşün de geçerli ve tutarlı yönleri vardır(Erken ,1986: 19).”

Ahi kelimesinin cömert, eli açık, anlamına gelen akı kelimesinin Anadolu'da h sesiyle okunması görüşü doğru olacağı gibi diğer görüşün de yabana atılamayacağı görülmektedir.

“Ahi kelimesi tasavvufi bir mahiyete sahip oluşu, bu iki görüşte savunulan anlamları kapsadığı ve böyle bir ayırma gerek olmadığı fikri bizce daha geçerlidir. Çünkü ahilik müessesesi cömertliğe, el açıklığına, mertliğe dayandığı gibi fertlerin birbirini kardeş görmelerine de dayanmaktadır. İslam'a mensup olanların birbirlerini kardeş olarak gördükleri ve bunun ilk örneğini Hz. Muhammed(SAV) döneminde olduğunu belirtmiştir. Buna göre Ahi Kur'an'ı Kerim ayetlerinde geçtiği şekilde kullanılmış ve Türk'e has bir terim haline gelmiştir. Kardeşlik bilindiği gibi cömertliğe, yardımlaşmaya ve dostluğa dayanan bir duygudur. Ahilik müessesesinin mensupların erkek oluşu Kur'an'ı Kerim ayetlerinde geçen ve erkek kardeş anlamındaki ahi kelimesinin hareket noktası alındığı biçimindeki görüşü destekler. Çünkü genel tasavvufi akımlar görüşlerini Kur'an-ı Kerim ayetleri ile desteklemeye çalışmışlardır. Kaynağını Kur'an'dan almayan görüşler kabul görmemiş ve yayılma imkânı bulmamışlardır. Ayetler fertler arasındaki düşmanlıkların kalkması ve yerine kardeşlik duygusunun hâkim olmasını bunun Allah'ın isteği olduğunu ifade etmektedir(Erken 1986: 21).”

Nitekim “Elbirlik Allah'ın dinine sımsıkı sarılın. Birbirinizden ayrılıp dağılmayın. Allah üzerinizdeki İslam nimetini düşünün ki, cahiliyet devrinde birbirinize düşmanlar iken O sizin kalpleriniz arasında ülfet (yakınlık) meydana getirdi de onun nimeti sayesinde din kardeşleri olunuz...” (Al-i İmran, 103. Ayet).

“Fransız Türkolog J. Deny, eski ve orta Türkçe'de eli açık, cömert, yiğit anlamlarına gelen akı sözcüğünün; söyleniş bakımından benzeri Arapça ahi sözcüğüne ileri sürülmektedir. Ahilik felsefesi; tarihte önemli köşe başları olduğu kabul edilen reformları, Rönesans'ı, hümanizmayı, ekonomik doktrinleri, sosyo- ekonomik kurum ve kuruluşları doğrudan ve dolaylı olarak etkilemiştir. Almanya ve İtalya gibi ülkelerde ahiliğin ana prensipleri etkili olmuştur (Hazar, 1990 :23-24).”

Bu çalışmanın amacı Ahilik teşkilatı ve işleyişi, bulunduğu devirdeki sosyal, ekonomik ve iş hayatının düzenlenmesine etkileri hakkında bilgi vermektir. Araştırma bir literatür çalışmasıdır.

1. ANADOLU'DA AHİLİĞİN ORTAYA ÇIKIŞI

Devlet otoritesi dışında kurulup gelişen, bu günkü anlamından uzak olmakla birlikte kısmi bir sivil toplum manzarası gösteren, ilk dönem Osmanlı Ahi birlikleri, devlet otoritesinin henüz kendisini etkili bir şekilde gösteremediği dönemlerde olanca yoğunluğuyla siyasal alanda boy göstermiş, özellikle Moğol egemenliğinin sona erdirilmesinde, sosyal kargaşanın sönümlenmesinde önemli vazifeleri deruhte etmişlerdir. Şehir ekonomisi devresine girmeden epeyce önce, Ahilik teşkilatını belli bir ideolojiye bağlı tarikatlar şeklinde görüp, tahlillerin buna göre yapılmasını ileri süren görüşler oldukça ikna edici argümanlara dayandırılmaktadır. İlk dönem fütüvvetnamelerinin çoğunda iktisadi konulara yer verilmemesi bu düşünceyi teyit etmektedir (Gölpmarlı, 1950: 116-117, akt. Nişancı ve Aydın, 2017).

Bir meslek örgütü olarak ahîlik, hem kendi iç dinamikleri açısından ticarî alanda bir kontrol mekanizması sağlarken, hem de ahlâkî açıdan müntesiplerinin değerleri öğrenmesine ve bunları hayata geçirmesine yardımcı olan bir sivil toplum kuruluşu hüviyetine bürünmektedir. Bir sivil toplum kuruluşu olmakla beraber, ahîliğin devlet desteğinden ve kontrolünden tamamen uzak olduğu düşünülmemelidir. Ahîler, etkili oldukları dönemde aynı zamanda devletin çok ihtiyacı olan askeri güce katkıda bulunmak için de organize edilmişler ve devlet adamları tarafından da desteklenmişlerdir. Bilhassa ilk dönem Osmanlı sultanlarının pek çok Ahîye vakıfta buldukları bilinmektedir (Sarıkaya, 1999, s. 50. Akt. Kaya,2013).

“Anadolu’nun, Urfa’dan başlayarak Adana’ya dek giden sınırlarından zaman zaman giren Abbasiler ordusu, Niğde, Nevşehir, Kırşehir, Kayseri, Yozgat ve Ankara bölgelerine akınlar yapmış, bazen buralarda ele geçirdikleri yerlere yerleşip kalmışlardır. Özellikle VII. Yüzyıla dek Türk askerlerinin, Abbasiler ordusunun en güçlü, en etkili ve en kalabalık bölümünü, komutanlarının büyük bir kısmını oluşturur. Anadolu’nun içlerine giren Türklerin adlarını, yüzyılların ihmalinden yıpratmasından korunabilmiş mezar taşlarında görüyoruz. Anadolu Türk halkının gördüğü zulüm: mallarının elinden alınması, Selçuklu Hükümdarı, valiler. Yöneticiler sıkıştırılıyor, onlarla da halk huzursuz oluyordu. Bu huzursuzlukların sonucu olarak da halk valilere ve yöneticilere, onlar da hükümdara ya da Moğol genel valisine karşı ayaklanıyor, silahlı çatışmalar oluyor, İlhanlı Hükümdarı kalabalık ordu ile Anadolu’ya girip her tarafı yakıp yıkıyordu. 1256 da kurulan Karamanoğulları Beyliği, sağlam bir milli şuurla bu Moğol zulmüne karşı zaman zaman başkaldırıyordu. Bunlardan Mehmet Bey dil edebiyat ve bürokrasideki İran kültür etkisine boykot edip, sarayda, divanda, çarşıda, pazarda Türkçe’ den başka bir dil kullanılmamasının ilan etmişti. Ahi Evran, zaten yüzyıllardır savaşçılık ve dini, ahlaki bilgiler vermekte büyük ve önemli görevler yerine getirmiş bulunan

fütüvvet teşkilatından ve fütüvvetnamelerden faydalanarak ahi örgütünü kurdu. Gene o sıralarda, her devirde ve günümüzde olduğu gibi, dini duygular sömürücüsü çıkarıcılar ortaya çıkmış bunlar, halkın sırtından bedava geçinmek için günah affettirme ve cennete girme beratları dağıtmaya başlamışlardı. Yalnız oturup dua etmekle iş bitmez, çalışmak, tedbir almak da gereklidir ve ancak bu sayede namerde muhtaç olmadan, başkasına el açmadan alını açık yaşanabilir. İşte Ahi Evran, Türk halkının ekonomik durumunu yükseltmek, başkasına el açmadan, alın teri ile şerefle yaşamının yollarını bir sanat veya meslek sahibi yaparak göstermek, aynı zamanda dini hisler sömürücüsü çıkarıcıların sarkıntılıklarından da korunmak istiyordu. O işe debbağ, ayakkabıcı ve saraç esnafını toplayıp, örgütlemekle başladı. Üstün becerisi, ahlaki sağlamlığı ve hakseverliği ile büyük bir şöhret ve saygı topladı, kurduğu örgütün başkanı, “Ahi Baba”sı oldu. Bir süre sonra 32 kola ayrılan deri işçiliği zamanla Anadolu da, balkanlar da ve kırimda gelişmiş geniş bir örgüt haline gelmişti. 17. yüzyıl Türk gezgini Evliya Çelebi, Edirne debbağlarından söz ederken: “debbağhanede 5 bin kadar Ahi Evran Köçeği, feta ve tevana, serbas, şahbaz, yiğitler çıkar.” Demektedir. İstanbul debbağ ve saraçlarından bahsederken de bunların gene Ahi Evran ocağına bağlı olduklarını yazıyor. 1651 yılında İstanbul da esnafın yaptığı bir ayaklanmayı anlatırken “önce saraçhaneden ahiler bayrak, davul ve kudüm kaldırıp cümle dükkânlar kapandı. Camiler kilitlendi” diyor. Anadolu’da Ahiliğin ortaya çıkışını hazırlayan etkenleri özetleyecek olursak bunları şöyle sıralayabiliriz: Doğudan Asya’daki büyük ve uygar Türk şehirlerinden gelen çok sayıdaki sanatkârlara kolayca iş bulmak, yerli Bizans sanatkârları ile rekabet edebilmek, tutunabilmek için yaptıkları malların kalitesini korumak, üretimi ihtiyaca göre ayarlamak, sanatkârlarda sanat ahlakının yerleştirmek, Türk halkını ekonomik yönden bağımsız hale getirmek ihtiyaç sahibi olanlara her alanda yardım etmek, ülkeye yapılacak yabancı saldırılarında devlet silahlı kuvvetleri yanında savaşmak, Türklük şuurunu, sanatta, dilde, edebiyatta, müzikte, gelenek ve görenekler de milli heyecan yaratıp ayakta tutmak. “Yaren teşkilatı” adıyla köylere dek inmiş bulunan bu örgüt, bu saydığımız ödev ve görevlerin yerine getirilmesinde büyük rol oynamıştır (Çağatay, 1981:89).”

“Kritik bir dönemde kurulan Ahi Birlikleri; Bizans loncalarıyla rekabet ederek ekonomik mekanizmaya sahip olmak, gerektiğinde halkı Moğol saldırılarına karşı savaşa hazır duruma getirerek karşı koymak amacını taşımaktadır. Ayrıca esnaf ve sanatkarlara iş yerinde çırak, kalfa ve usta hiyerarşisi öğretilirken, akşamları toplandıkları ahi toplantı ve oturma zaviyelerinde ahlak eğitimi uygulanmıştır (Yazıcı, 1988:19).”

“Anadolu Selçukluları döneminde, Anadolu’da yayılan ve Osmanlının kuruluşunda çok önemli rol oynayan Ahiler, icra ettikleri fonksiyonlara göre bir yayılış tarzı gösterirler. Ahiler sadece şehirlerde faaliyet göstermediler. Bilakis kasaba, köyler ve dağ başlarında da faaliyet göstermişlerdi. Ahiler, şehirlerde kurdukları tezgâhlar ve iş merkezleriyle devletin iktisadi ve ticari hayatına hâkim olurlarken, aynı zamanda şehirlerle beraber dağ başlarında ve derbentlerde kurdukları zaviyelerde askeri faaliyetlerde bulunmuşlardır. Ahilerin ıssız yerlerde zaviyelere sahip olduklarını ve bu zaviyelerde gelen, geçene hizmet edildiğini anlatan İbn-i Batuta, zaviyelerin masraflarını karşılamak üzere vakıflar teşekkül ettirildiğini de bildirmektedir. Ahiler hizmet edebilecekleri her yere zaviye kurup müesseselerinin en ücra köşelere kadar yaymışlardır (Erken,1986:40).”

13. yüzyılda Ahi Evran döneminde gelişen Ahilik teşkilatında da toplumun bazı sosyoekonomik ve kültürel çeşitli problemlerine çözüm üretmek ve sosyal değer yaratmak vardır. Bu kapsamda diğerkâmlık, yardımseverlik, iyilikseverlik gibi duygular Ahiliğin temel özelliklerindedir (Durak, 2016).

1.1.Anadolu’da Ahi Kuruluşlarının Öncüleri

“Ahiler fütüvvete layık olabilmeleri için bilim ve sanat bilmeleri gerektiği çoğu kez Cuma akşamları yapılan toplantılarda, yani ahi sohbetlerinde Kur’an, Hadis, Menakib, Muamelat-ı Hukema, Evsaf-ı Müzekka, sergüzeşti Şüheda, nispet-i ahibba, letaifi zürefa, esrar-ı fıkara, sulûk-u suvefa, belagat-ı şüara okuyan, mezar, cami, türbe vs. kitabelerindeki ve adları aşağıda bildirilen öteki eserlerinde bulunan bilgilere göre; başlıca Ahi şahsiyetleri, Ahi Muhammed, Ahi Kayser, Ahi Çoban, Ahi Yusuf, Ahi Ahmet, Ahi Sadettin, Ahi Ahmet Şah, Ahi Musa ve hatta Şeyh Edebalı, Çandarlı Kara Halil’in de Ahi olduğu söylenmektedir. Kadı Burhaneddin zamanında da, Ahi İsa, Ahi Nevruz, Ahi Alişah, Ahi Muhammed, Ahi Nasuriddin gibi kişiler vardır (Çağatay, 1981:95).”

1.1.1. Ahi Evran

“Ahi Evran Türk halkının ekonomik ihtiyaçlarını karşılamak, sanat ve meslek sahibi yapmak amacıyla deri işleyici, ayakkabıcı ve saraç esnafını çevresine toplayıp örgütleyerek bu organizasyonun başkanı olmuştur. Bir süre sonra çeşitli kollara ayrılan sanat dalları gelişerek, Ahi Birlikleri’nin geniş bir organizasyon haline gelmesini sağlamıştır (Hazar, 1990:49).”

“Tam adı Şeyh Nasir’ud-Din Mahmud el-Hoyi’dir. Hoyi nispetinden de anlaşılacağı gibi, aslen Azeri Türklerinden olup Azerbaycan’ın Hay kasabasındandır. Ahi Evran’ın tahmini olarak 567 hicri(1175) de Hoy’de doğduğu ve 93 yıl yaşadığı, büyük bir ihtimal ile de Türkmenlerin devrin Selçuklu sultanına karşı başlattıkları Kırşehir isyanında öldürüldüğü iddia edilmektedir (Bayram, 1982:534).”

“Ahi Evran’ın lakabı ile meşhur olan Şeyh Nasir’ud Din Mahmud el-Hoyi’nin çocukluğu ve ilk tahsil devresi memleketi olan Azerbaycan’da geçtikten sonra Horasan’a giderek Fahr’ud-Din Razi’nin tedris halkasına katılır ve ondan feyz alır. Fahr’ud-Din Razi’nin büyük kelimeler âlimi olması, şeyh Nasir’ud-Din Mahmud’un da bu tedris halkasında şer’i ilimleri tahsil ettiğini ortaya koymaktadır. İlk tasavvufi terbiyesini Horasan ve Maverâünnehir de Yesevi dervişlerinden alır. Zaten adı geçen yerlerde Yesevi tarikatı yaygındır. Horasan’da tasavvufi düşünceden feyz alması, onun Horasanlı olduğu düşüncesinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Daha sonra Hac seyahati için memleketten ayrıldı. Bu seyahat esnasında şeyh Evnad’ud-Din Kirmani ile tanıştı ve onun müridi oldu. Ahi Evran Kayınpederi olan Şeyh Kirmani ile beraber Abbasi halifesi Nasırlı Dinillah tarafından Anadolu’ya gönderilmiştir. Anadolu’ya gelen Ahi Evran ilk önce Kayseri’ye yerleşmiş ve bir Debbağlık atölyesi kurmuş. Şeyh ile beraber Anadolu’nun şehir, kasaba ve köylerini dolaşarak Ahilik teşkilatının kurmuştur (Erken ,1986:29).”

“Ahi Evran devrin sultanı I. Alaaddin Keykubat tarafından sevilmiş ve sultana yakın olmuştur. Bu devirde tarikat pirleri siyasi faaliyetlere iştirak etmişler, hatta bazen sultanların üzerlerindeki nüfuzlarının hissedildiği bilinen bir gerçektir (Köprülü,1976:195).”

II. Gıyaseddin’in ölümü üzerine yerine geçen oğlu II. İzzeddin Keykavus, babası tarafından tutuklanan Ahi ve Türkmenleri serbest bırakmıştır. Beş sene tutuklu kalan Ahi Evran’da serbest bırakılmış ve Denizli’ye gitmiştir. Menakıplamalara göre burada bahçıvanlık yapmış, Denizli’de belirli bir müddet kaldıktan sonra yerine talebesi ve müridi olan Ahi Sinan’ı halife bırakarak Konya’ya dönmüştür. Ahi Evran’ın Konya’ya dönüşü özellikle Mevleviler tarafından hoş karşılanmamış, Moğol yönetimini benimseyen Mevlevilerle Ahiler arasında çekişmeler yeniden şiddetlenmiştir. Mevlevilerle Ahilerin arasında cereyan eden çekişmenin bir diğer sebebi de, Türkmenlerin, devlet yönetiminde bulunan Fars unsuruna karşı çıkmaları ve yönetimi ele geçirme arzusundan kaynaklanmaktadır. Başta Ahi Evran olmak üzere bütün Ahi müritleri ve diğer Türkmenlerle birlikte putperest Moğol istilasına karşı direnmişlerdir. Kayseri şehrinde olan Ahiler bu

direnışe öncülük etmişlerdir, fakat ihanete uğramaları neticesinde kılıçtan geçirilmişlerdir. Ahi Evran'ın o sırada tutuklu oluşu katliamdan kurtulmasını sağlamıştır. II. İzzeddin Keykavus ile IV. Rukneddin Kılıçaslan arasında cereyan eden saltanat kavgası Moğolların Kılıçasalan'ı desteklemesi sonucu Kılıçaslan tahta oturur ve II. İzzeddin Keykavus'u tutan Ahi ve Türkmen ileri gelenleri tekrar katliama tabi tutulur. Bu arada Kırşehir Emirliğine Nuruddin Caca tayin edilir. Kırşehir'de ikamet etmekte olan Ahi Evran ve diğer büyükler tayne karşı çıkarlar ve ayaklanırlar. Ankara, Aksaray, Çankırı, Kastamonu ve uçlarda isyan başlar ve en büyük direniş Kırşehir'de olur. Kırşehir üzerine asker sevk edilir ve isyan edenler kılıçtan geçirilir. Bu isyanda Ahi Evran ile Mevlana'nın oğlu Alaeddin Çelebi'de muhtemelen öldürülmüştür (Erken, 1986:32).”

Ahi Evran'ın Fikirleri

Ahi Evran, Yesevi Tarikatından, Fahreddini Razi'nin tedaris halkasından ve Evhaddin Kirmani'nin terbiyesi ve fütüvvet anlayışından etkilenmiştir. Ahi Evran'ın fikirlerini “sanatkarlık” ve “cihat mefkuresi” olarak iki kısımda incelenebilir.

“Ahi Evran'a göre Ahiliğe girenler sanata sahip olmaları gerekir. Çünkü ancak bu şekilde kazançları helal olur. Ayrıca zengin olanın başkasına daha çok hizmet etmesi muhtemeldir. Ahi Evran'a göre Ahi olan aynı zamanda cihat mefkûresine de sahip olmalıdır. Zira Cihat Kur'an da farz kılınmıştır. Ahi Evran fikirlerini Anadolu'da Ahmet Yesevi gibi halkın anlayacağı bir lisanla anlatmış ve yaymıştır. Hâlbuki o eser yazacak kadar âlimdir. Ahi Evran pratik hayata ağırlık verir. Onun bu yaklaşımının fikirlerinin Anadolu'da çabuk yayılmasına sebep olmuştur. Ahi Evran Sünni, Şafii ve ehli-sünnete mensuptur. Ahiler Kur'an ve Sünnet hükümleri gereğince yaptıkları işlere hile katmaktan sakınmışlardır (Erken, 1986:34).”

2. AHİLİKTE TÖRE VE KURALLARI

“Ahiliğe girişte önce adayın başı tıraş edilir. Tövbe ve telkin verilir, ahdullah okurlar, taç, hırka ve şalvar giydirilir. Yol ata ve iki yol kardeş verirler. Kuşak kuşadırlar, tuğ ve bayrak verirler, seccadeye geçirirler, helva pişirirler, birbirlerine lokma sunarlar ve bir şehirden başka bir şehre helva gönderirler. Böylece uzun yıllar eğitilip denendikten, törenlerden geçirildikten sonra kişi en olgun bir Ahi haline gelmiş olur (Çağatay,1981:180).”

2.1.Ahilik İlkeleri

- Doğru sözlü olmak

- Emanete hıyanet etmemek
- Cömert olmak
- Gözünü kötü şeylerden sakınmak
- İkiyüzlü ve yiyicilerden uzak durmak
- Kötülülerden uzak durmak
- Öfkelenmek, (öfke gelince akıl gider) (Burgazi, 1954).

2.2.Ahilik Basamakları

Feta Özellikleri; Sıdk, sefa, emanet, takva, kerem, mürüvvet, hayâ olarak sayılabilir (Burgazi,1954:124).

2.2.1. Feta'nın Ahi'ye karşı görevleri;

- Ahisinin dediklerine uymalı, ona itiraz etmemeli ve istediklerini yapmalıdır.
- Ahisinin hiçbir sözüne itiraz etmemeli
- Ahiden izinsiz bir şey yapmamalıdır.
- Mümkün olduğu kadar ahisine yakın olmalıdır.
- Ahisinden utanmalı ve korkmalı
- Ahisine hizmet etmeli
- Ahisini herkesten çok sevmeli

2.2.2. Ahi Özellikleri;

- Fetanın özelliklerinin hepsini kazanması
- Cömertlik
- Namazını kazaya bırakmaması
- Hayâ ve edep sahibi olması
- Dünyayı terk etmesi
- Helal kazanç
- İlim sahibi olma

- Büyüklerin (devlet adamları) kapısına gitmemesi

Ahî, vicdanın kendi üzerine gözcü koyan adamdır. Helalinden kazanan, yerine ve yeterince harcayan, ölçü tartı ehli olan, yararlı şeyler üreten ve yardım edendir. Kalbi Allah'a, kapısı yetmiş iki millete açık olan, mürüvvet ve merhamet üzere olup cömertliği esas alan, ahlâkı ana sermaye edinip akıl yolunda yürüyen, ilim isteyen ve ilmi ile amel edip yararlı çalışmayı elden bırakmayan kişiler ahîlerdir. Fütüvvet erkânınca yiğitlik niteliklerine ulaşmış, ayrıca bir sanat öğrenmiş, Allah'ın varlığına ve birliğine inanmış, Hz. Muhammed (sav)'in elçiliğini kabul edip sünnetlerine uymuş, din ehli ile sohbet ve muhabbete yönelmiş kişiler, ahîlikte ilerlemiş olanlardır (Soykut, 1971:89, Akt. Kaya, 2013).

Ayrıca, dört nesnesi açık ve üç nesnesi de kapalı olmalıdır.

Açık olması gerekenler;

1. Gönlü açık olmalı
2. Kapısı açık olmalı
3. Eli açık olmalı
4. Sofrası açık olmalı

Kapalı olması gerekenler;

1. Gözü kapalı olmalı
2. Dili kapalı olmalı
3. Şalvarı kapalı olmalı

2.2.2.1.Ahi'nin Feta'ya Karşı Görevleri;

- Fetaya tarikatın adab ve erkânını öğretmeli
- Fetaya ibadetlerini yapabilmesi için lazım olan dinin ibadet, iman ve muamelat ile ilgili bütün bilgileri öğretmeli
- Fetayı öyle yetiştirmelidir ki başkaları fetayı gördüklerinde onu falan yetiştirdi demeli
- Fetayı karanlıktan aydınlığa götürecek ilme sahip kılmalı (Erken, 1986:42).

2.2.3. Şeyh

En üst makamdır. Çok az kişi bu makama çıkar.

“Özellikleri;

- Hakka inanmak
- Halk içinde ölçülü duyarlı olmak
- Benliğini öldürmek
- Ululara hizmet eylemek
- Buyruğu altındakilere yumuşak yürekle davranmak
- Dostlara öğüt vermek
- Dervişlere su vermek
- Bilginlere karşı alçakgönüllü olmak
- Düşmanlara hoş görünmek
- Bilgisizin karşısında susmak” (Gülvahapoğlu,1991:215).

2.3.Ahilikten Düşüren Sebepler;

Şunlar ahilikten düşüren sebeplerdendir; İçki içmek, zina etmek, livata, etmek, gammazlık, münafıklık, kibir, hased, kin, yalancılık, va’deinde durmamak, hıyanet, namahreme bakma, nekeslik, ayıp arama, gıybette bulunma, bühtan, hırsızlık ve haram yemendir.

2.4.Ahiliğe Kabul Edilmeyenler;

Bu kişilerde ahiliğe kabul edilmezler; Kâfirler, münafıklar, müneccimler, içki içenler, tellallar, dellaklar, pişegar, kasaplar, cerrahlar, ameldarlar, seyyad, mühtekirler, kemgözlüler, ayıp arayanlar, cimriler, gıybet edenler ve bühtan kılanlar.

2.5.Ahilikte İş Kolları

“Ahilikte uğraşın öncüsü bir peygamberdi. Bu nedenle iş kutsal sayılırdı. Örneğin; Hz. Adem-Tarımcı, Hz. Şit-Hallaç, Hz. İdris-Terzi, Hz. Nuh –Marangoz, Hz. Hud-Tacir, Hz. Salih-Deveci, Hz. İbrahim-Sütçü, Hz. İsmail-Avcı, Hz. İshak-Çoban, Hz. Yusuf-Saatçi, Hz. Musa-Çoban, Hz. Zülküfl-Ekmekçi, Hz. Lut-Tarihçi, Hz. Üzeyir-Bağcı, Hz. İlyas-Çulhacı, Hz. Davut-Zırhcı, Hz. Lokman-Otacı(Hekim), Hz. Yunus-Balıkçı, Hz. İsa-Gezgin, Hz.

Muhammed-Tacir. Bu meslekler dışındakiler kasaplar, berberler vb. ahiliğe alınmazdı” (Gülvahapoğlu,1991:216).

2.6.Ahilikte Sofra Kuralları

“Ahilik, toplumsal ahlak kurallarından olmak üzere, sofrada adabını da ihmal etmemiştir. Bu bir nevi aile terbiyesidir. Taam yemekte yirmi erkân vardır: dördü farzdır, dördü sünnettir. On ikisi de edeptir. Bazıları cümle on iki tutarlar, illa dürüst değildir. Nitekim beş vakit namazın farzı vitir ile yirmi rekâttir. Taamın dahi farzı yirmi erkândır.

Amma ol kim farzdır:

Önce helal yemektir. Hiç kimse vebal almaya.

İkinci pak ve temiz yiye.

Üçüncü kendi önünden yiye,

Dördüncü şükür kıla Allah’a.

Amma ol dört sünnettir;

Taamdan önce elin su ile yıka,

İkincisi taama suna, bismillah diye,

Üçüncüsü çanağın kenarından yiye,

Dördüncüsü taamdan sonra elhamdülillah diye.

Amma on iki edeptir.

Sofrada sümkürmeye,

Su içmemek

Yemek yerken gelene ikram etmemek devam etmek

Geçirmeme

Ahiliğin bünyadı taam yedirmektir.

Sipas ve minnet kılmaya

Allaha şükür etme

Aksırası sümküresi gelirse ağzını tutma

Yarıda bırakmama”(Gülvahapoğlu,1991:257).

3. AHİLİKTE BULUNAN DÖRT ANA PROGRAM

Ahilikte dört kapı vardır; bunlar Şeriat Kapısı, Tarikat Kapısı, Hakikat Kapısı, Marifet Kapısı olarak sıralanır. Ahilik düşüncesinin biraz daha rahat, çağdaş bir söyleyişle ahilik anayasasının dört ana bölümüdür bunlar. Toplum düzeni; bireyden topluma, toplumdan devlete dek, bu hukuki rasyonel yaptırımlarla biçimlenecektir. Bunların toplum düzeninde uygulaması o döneme göre bir bakıma hukuk devletine geçiştir. Çağımızda hukukun üstünlüğü tartışmasız kabul edilmiştir. Çünkü hukuk düzeni, toplumun bir ahenk, disiplin, düzen, intizam, sosyal adalet ve sosyal güvenlik içerisinde yaşamasının temelini oluşturur. Yaşamının, ilerlemenin, kişiliği geliştirmenin, temel hakları korumanın, üretim ve tüketime düzenleyicisi hukuk düzenidir. Bu nedenle ahilik düşüncesi 13. yy'dan başlamak üzere, çağımızın bu sosyal, toplumsal, siyasal ihtiyacına o zamandan yaklaşım sağlamıştır (Gülvahapoğlu, 1991).

3.1.Şeriat Kapısı:

Bilindiği gibi şeriat din kurallarının genel adıdır. Ahilik, hukuk düzenini din kurallarından yorumla çıkarmıştır. İslam dinine yapılan geniş, derin yorumlar ahilik düşüncesinin rasyonalize etmiştir. Böylece Lahbani'nin dediği gibi: Ahilikte “hür kurtlara karşı hür kuzular” prensibi yoktur. Ahi hukuku, güçlülere, güçsüzleri ezdirmez. Bunları boğuşturamaz. Arada bir sosyal güvenlik, sosyal adalet kurarak, bireylerin birbirlerine karşı düşmanca davranış içerisinde girmelerini önler. Toplumsal barışı kökenden biçimlendirilir. Toplumsal ahlak öğütü değil yaşatılarak öğretilir (Gülvahapoğlu,1991:271).”

“Sanatınızı ilerletin, birbirinize kardeş sevgisi ve saygısıyla bağlanın, yolsuz işlere, haksız hırsılara kapılmayın, insanlığınızı, Müslümanlığınızı unutmayın! Gönül üzmetken, canlıya ceza vermektен, cemaati terk etmektен kaçının, seha ve kerem sahibi olun, muhtaçlara ayırt etmeksizin yardım ehli olun! (Soykut,1971:121).”

3.2.Tarikat Kapısı:

“Tarikat, yol, yöntem, iş ve düşüncede uyulacak kurallar demektir. Bir bakıma siyasal parti programı, tüzüğüdür. Tarikatlar, Bektaşilik, Mevlevilik, Ahilik, Bayramilik.... vb. olmak üzere Türk tarihindeki düşünce ve davranış kurallarıdır. Toplumsal, siyasal ahlak kurallarıdır. Bir bakıma o dönemlerin siyasal partileridir. Düşünce boyutlarının bir sistem içerisinde düzenlenmesidir. Tarikat ehli soydan gelmez, eğitimle yetişir. Padişahlık sülalesi gibi bir bele bağlı olmak yoktur. Önemli olan; hangi dinden, mezhepten, ırktan olursa olsun, yola girmek

ve yolda yetişmektir. Tarikat, erkân ve adabını, kurallarını, iş ve üretim ahlaki içerisinde benimsemek ve hayat biçimi haline getirmektir.

3.3.Hakikat Kapısı:

Hakikat kapısı Ahilik ocağına girenlerin uyacağı temel esaslardan biridir. Hakikat gerçek insanın toplum içerisinde kişilik ve değer bulmasının esasıdır. Yalanı kovan, buna kesinlikle itibar etmeyen Ahi ocakları, gerçeği, doğruyu, insanı ve toplumu doğrudan ilgilendiren olayları, durumları, oluşmaları hakikat ışığından geçirmeyi ilke edinmişlerdir. Ahilik kurumu yüzyıllar boyu yaşatan ve hatta devlet kurduran; bilim, ahlak, çalışma-iş, toplumsal disiplin ve özgürlük gibi, çağımızın peşinden koştuğu değerlere göre biçimlendirilen şuur, işte bu hakikat yoludur(Gülvahapoğlu,1991:275). “

“Hakikat için, hakikat uğruna nerede olursa olsun, tehlikelere atılmaktan çekinme! Seni hiçbir şey bu yolda yürümekten yıldırmasın! Çetin ve zor şartlarla karşılaştığın zaman, onlara karşı koymak için tahammül göster! Tahammül etmeyi öğren! Böyle bir huy edinmeyi öğrenmek ne güzel bir erdemdir! Bütün işlerinde Allah’a güven ve O’na dayan! Böylelikle koruyup gözetici, üstün bir dayanağa sahip olursun! Yapacağın işleri önceden iyi düşün ki, ancak iyi ve doğru olanını yapasın. Bu vasiyetim, sözün en hayırlısı ve faydalısıdır. Ve ben bilirim ki fayda vermeyen bilgide hayır yoktur. Gencin gönlü hiçbir şey ekilmemiş toprak gibidir. Oraya ne ekilirse o biter. Onun için tecrübe sahiplerinin arayıp, tarayıp buldukları, edindikleri tecrübelerle iyiliğine kani oldukları şeyleri arayıp tarama zahmetine katlanman için, başka işlerle değil, fakat sadece o işle meşgul ol” Hz. Ali’nin vasiyeti (Sertoğlu;1969:216).

3.4.Marifet Kapısı:

“Marifet sözcüğünün sözlük anlamı, herkesin yapamadığı ustalık, her yerde ve her şeyde görülmeyen hususiyet, ustalıkla yapılmış olan şey, hüner, sanat, bilme, biliş, hoş gitmeyen hareket, vasıta, araç ikinci el anlamlarına gelir. Yani iş, emek, yaratı, yetenek, yöntem geliştirme. İş, meslek, beceri sahibi olmak, varsa hünerin her yerde vardır, yerin. Atasözünü hayata geçirmektir. Çünkü hüner sahibini aziz eder, yüceltir. Marifet kapısı günümüzdeki iş dünyasıdır. Tarlada ekin, fabrikada baca, büroda hesap, bahçede meyve, terzide kumaş, iğnede iplik, hastada ilaç, yargıçta vicdan, avukatta hakseverlik, öğretmende öğrenci, bilgide buluş, işçide ter, patronda hakkı verme, ödeme, tüccarda doğruluk, yazarda dürüstlük, harmanda ekin, demektir. Marifeti olmayan kimseler, meyvesi olmayan ağaç gibidir. Kendilerine de topluma da yararları yoktur (Gülvahapoğlu,1991:282).”

4. AHİLİĞİN ÜSTLENDİĞİ FONKSİYONLAR

“Ahi Birlikleri'nin kuruluşunda rol oynayan sosyal, siyasal, kültürel ve ekonomik faktörler aynı zamanda Ahi Birliklerinin faaliyetlerini de yönlendirmiştir” (Hazar,1990:54).

4.1.Dini Fonksiyon:

“Ahilik ortaya çıktığı ve yayıldığı devir itibariyle tamamen bir tarikat görünümündedir. Bu devirde Anadolu'ya yerleşen bütün sosyal grupların vazifesi yerleştikleri bölgeleri İslamlaştırmaktı. Bu sebeple ahiliğin bünyesinde toplananların gayelerinden birisi ve hatta diyebiliriz ki en önemlisi bu idi. Ahilik müessesesinin bu fonksiyonu icra ettiğini, esnaf teşkilatına dönüştükten sonra da görmekteyiz. Ahilerin, Ahilik müessesesinde toplanmaları dini bir gayenin icabıydı. O devrin teşkilatlarında görülen ortak husus dini fonksiyonlu oluşlarıdır. Bu sebeple ahilik müessesesi de, devrin teşkilatlanış modeline uygun olarak geliştirilmiş olup, dini ayin ve erkân'a ehemmiyet veriyorlardı. Ahilik müessesesine girişte ve yükselmelerde fetalıktan ahiliğe, ahilikten şeyhliğe veya çıraklıktan kalfalığa, kalfalıktan ustalığa, bir takım dini semboller ve ifadeler yer alıyordu. Ahilik müessesesi dini fonksiyonu itibariyle bir ahlak mektebi görevi yürütmüştür. Ahilik müessesesi dini fonksiyonu gereğince Peygamberleri ve bazı evliyayı mensuplarına san' at piri olarak telkin etmiş ve bunların örnek şahsiyetler olduğu görüşünü benimsetmiştir (Erken,1986:48).”

4.2.Askeri ve Siyasi Fonksiyon:

“Anadolu'nun Türkleşmesinde ve İslamlaşmasında çok önemli rol oynayan ahilik müessesesi, görevinin ancak askeri hususları da bünyesinde toplamakla yerine getirebilirdi. Ahiler cihat ülküsüne sahip oluşları yüzünden askeri özelliklere sahiptirler. Onlar, devlet fetihle meşgul olurken, içerde emniyet ve asayişini sağlıyorlardı. Ahilik müessesesinin askeri fonksiyonu, Osmanlı Beyliğinin devletleşmeden ve müesseseseleşmeden önceki devrine rastlar. Uzun çarşılı, ahilerin beylikler döneminde askeri fonksiyonu icra ettiğini söyler (Erken,1986:50).”

“Toplumsal bütünleşme için uzlaşmacı bir tutum içinde bulunmaları, sentezci bir yaklaşımı benimsemeleri Ahi Birliklerinin siyasi faaliyetlerine temel teşkil etmiştir. Savaşlarda görev aldıklarına dair hiçbir iz bulunmayan ahi birlikleri, iç karışıklıklarda ve sınır bölgelerindeki ayaklanmalarda devletin yanında olmuşlar, gerektiğinde askeri güç gibi asayişini sağlamışlardır. İktisadi ve siyasi açıdan özerk bir kuruluş olmalarına rağmen anarşi ile mücadele etmişlerdir (Cahen,1984:40).”

4.3.Ekonomik Fonksiyon:

“Anadolu’ya yerleşen Türkler’in kitle halinde yerleşik hayata geçmeleri ekonomik faaliyetlerinin temel karakteristiğini oluşturmaktadır. Anadolu’ya yerleşen Türkler’in varlıklarını devam ettirebilmeleri, yerleşik hayatın gereği olarak ekonomik sisteme sahip olmalarını gerektirmekteydi. Bu nedenle Ahi Birlikleri Türk halkının ekonomik ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla; ekonominin üretim, tüketim, sermaye, yatırım, fiat vb. konularını ele almış, çağın gerekleri ölçüsünde en uygun yöntem ve uygulamalarla işletebilmiştir. Ülkede güçlü ve yaygın bir orta sınıf oluşturarak Türk toplumunu ekonomik yönden kalkındırmış, refah seviyesini yükseltmiştir (Hazar, 1990:56).”

4.4.Sosyal Fonksiyonu:

“İdeal bir insan tipi ortaya koyan ahilik felsefesinin kapsamında kişinin sosyal yaşantısı ve dolayısıyla toplumun sosyal ihtiyaçlarının karşılanması da yer almaktadır. Ahilikteki sosyal yardım ve dayanışma prensipleri Ahi Birlikleri’nin faaliyetlerini belirleyen unsurlardan biridir. Çalışanların iş ve sosyal hayatı birlikte değerlendirerek usta, kalfa, çırak statüsündekilerin candan ve manevi bağlarla birbirlerine bağlanmaları sağlanmıştır. Ahlaki ve meslek ilkelerine göre düzenlenen bu ilişkiler Ahi Birlikleri’nin denetimi altında devam ettirilmiştir. İnsanların zararlı akımlardan ve çıkar çatışmalarından uzaklaştırılması, sosyal dayanışmanın ve toplumsal bütünleşmenin sağlanması amacına yönelik olan sosyal faaliyetler; aşağıdaki gibi sıralanabilir (Hazar, 1990).

4.4.1. Toplantılar:

Ahi Birlikleri tarafından sosyal amaçlı olarak düzenlenen toplantılar, genelde esnaf ve sanatkârlar arasında güçlü ve yaygın bir dayanışmanın sağlanmasını amaçlamaktadır. Bunların başlıcaları, geleneksel ziyafet toplantısı, senede bir defa düzenlenen, üç gün üç gece süren ve yıllık genel toplantı niteliği taşıyan üçgünler toplantısıdır.

4.4.2. Konukseverlik ve Yaran Sohbetleri:

Ahilik felsefesi yalnızca şehir ve kasabalardaki esnaf ve sanatkârları eğitmekle kalmamış; daha geniş bir alana köylere kadar uzanmıştır. Köylerdeki konuk odalarında yerli ve yabancı misafirler ağırlanmış, böylece konuklarla yerli halk arasında iletişim sağlanması gerçekleştirilmiştir. Ahilik felsefesine uygun olarak, özellikle uzun kış gecelerinde düzenlenen ve köylere kadar yayılmış bulunan sohbet toplantıları düzenlenmiş; yaran

kuruluşlarınca düzenlenen bu sohbetlerle bireylerin karşılıklı sevgi ve saygıya dayalı bir dayanışma içerisine girmeleri amaçlanmıştır.

4.4.3. Merasimler:

Usta, kalfa, çırak ilişkilerinin göze, kulağa ve kalbe hitap edecek şekilde algılanmasını amaçlayan gösterilerdir. Dinlendirici, hatırlatıcı ve eğitici özellikleri olan çıraklık, kalfalık ve ustalık merasimleri, ahiliğe giriş törenleri zaman içerisinde değişiklikler göstermiş olmakla beraber, özde önemli farklar meydana gelmemiştir (Hazar,1990:57).

4.4.4. Esnaf Sandıklarınca Yapılan Yardımlar:

“Esnaflarca düzenlenen eğlence, ziyafet, tören vb. giderler; ihtiyacı olanlara verilen krediler; yoksul esnaflara, bilginlere ve din adamlarına yapılan maddi yardımlar esnaf sandıklarında karşılanmıştır.

4.4.5. İmece Faaliyetleri:

Birlik ve beraberlik, karşılıklı yardımlaşma niteliği taşıyan imece geleneği Ahi Birlikleri tarafından oluşturulan yaran kuruluşlarınca tüm köylerde gerçekleştirilmiştir (Hazar,1990:57).”

SONUÇ

“Ahilik, orta çağlarda Anadolu'nun sosyal yaşantısının düzenlenmesinde büyük rol oynamıştır. XIII. Yüzyılın ortalarından başlayarak Türk gençlerini aylak kalmaktan ve türlü kötü akımların etkisinden kurtarmak, aynı zamanda o zamanlar devletin çok ihtiyacı bulunan askeri güce katkıda bulunmak için organize edilmiş olan ahi kuruluşu, çok yönlü sosyal yapıya sahiptir. Bir kere belli bir süre bir kademede kalarak pişirilen yamak-çırak-kalfa-usta hiyerarşisi kurmak ve bu kademelerdekilere baba evlat ilişkisi gibi candan bağlarla bağlamak suretiyle sanatı, sağlam ahlaki ve mesleki temellere oturtmuştur. Esnaf ve sanatkârlıkta önemli olan bir sorun olan üretici-tüketici çıkar ve ilişkilerini, birbirleriyle bir sürtüşmeye düşmeyecek biçimde ayarlamıştır. Şehirlerden köylere, ülkenin en ücra köşelerine, dağ başlarına kadar yayılan bir zaviye yani toplantı ve konuk evleri örgütü kurarak Orta Asya'dan Anadolu'nun en uzak köşelerine dek yüzyıllar boyu süren Türk göçü ile gelenlere ve İbn-i Batuta örneğinde gördüğümüz gibi her türlü konuğa sıkıntılı günlerinde kucak açan bu konuk evlerinin, yolların güvensiz, taşıma araçlarının ilkel, han ve başka konaklama yerlerinin nadir bulunduğu bir devirde ne büyük bir sosyal fonksiyon yerine getirmişlerdir. Ahilerin, Anadolu'nun bazı şehir ve kasabalarında yönetim işlerinde Selçuklulara yardımcı oldukları

görülmektedir. Ahilerde, zaviyeyi Başkan yaptırır, halılar, kilimler ve başka gerekli eşya ile döşer, kandiller asardı. Her zaviyeye bağlı sanatkârlar, akşamüzeri işlerini bitirdikten sonra kazançlarından bir bölümünü başkana getirir, bu para ile yemek, meyve ve zaviyelerde kullanılan başka gerekli şeyler satın alınırdı. Akşamları yemek yedikten sonra dini ve ahlaki, eğitimsel kitaplar okunur sonra sema ve raks edilirdi. Bu durum bize ahilerin ham sofu değil, din ile dünya işlerini bir arada yürüttüklerin gösterir. Akşama dek kafa ve kol gücü tüketen bir kişinin ertesi günü işini aynı istekle sürdürebilmesi için maddi ve manevi desteğe, neşelenip eğlenmeye ihtiyacı vardır. Zaviyeler bu boşluğu doldurmuşlardır (Çağatay, 1981:101).”

Ahilik; üretimden tüketime, mesleki eğitimden insan ilişkilerine kadar geniş bir alanda düzen oluşturma gayretini ifade eden ve içeren bir değerler ve kurallar sistemidir (Köksal 2006; Bayraktar 2006). Üründe ve hizmette kalitenin sağlanması ve devam ettirilmesi, sürekli gelişme, müşteri odaklı olma, etkili denetim, takım çalışması, sayısal hedefler ve değerlendirmeler yerine kaliteye önem ve öncelik verme, eğitim ve yetiştirme programlarını kurumsallaştırma, işte iç huzuru sağlama, sosyal ortamı dengeleme ve çalışanlar arasında iletişim ve işbirliğini teşvik etme, katılımı sağlama gibi örgütsel kültür norm ve değerleri, hem çağdaş dünyanın hem de Ahilik Sisteminin sağladığı değerlerden sayılabilir (Acar 2005).

Ahilik kurumu, birey ve toplumu bir bütün olarak düşünmüş ve huzur ve mutluluğun öncelikle bireyde başlaması gerektiğinden hareketle vefa, doğruluk, cömertlik, güvenilirlik, tevazu gibi değerleri bireyin uyması gereken temel kurallar haline getirmiştir. Yalan, kin, nefret, kıskançlık, cimrilik, hırsızlık, zina, iftira, dedikodu gibi kötü alışkanlıkların da birey ve toplumu olumsuz etkileyen ve uzak durulması gereken zararlı davranışlar olarak kabul etmiştir (Kızıler, 2015).

Ahilik modern yönetim fonksiyonlarını da yerine getirmiştir. Üretim, emek, ürün, işyeri sayısı gibi konularda Ahi teşkilatının planlama uygulamalarına rastlamaktayız. Teşkilatın ve teşkilata bağlı üye işletmelerin kapsamlı bir örgüt yapısının var olduğu görülmektedir. Yöneltilme açısından, ustanın çalışanlarını işbirlikçi bir yönetim anlayışına ve üretimin ve süreçlerin daha iyi olabilmesi için uğraşılmasına yönelttiği örneklerde görülmektedir. Ayrıca Ahi babanın 32 meslek dalının piri olarak organizasyonun tepesinden sağladığı koordinasyon fonksiyonu göze çarpmaktadır. Üretime ilişkin standardizasyon çalışmaları, rutin denetimler ve standartlara uymayanların çeşitli şekillerde cezalandırılması, etkili bir denetim fonksiyonunun varlığına işaret etmektedir. Yamak, çırak, kalfa ve usta

ilişkinin bir otokontrol mekanizmasıyla birbirlerine bağlandığı ve bu sayede iç denetim unsurlarının yerine getirildiği görülmektedir (Erbaşı, 2012).

KAYNAKLAR

Arıcı K. (1993). *Ahilik ve Çalışma Hayatımız; Ahilik Kültürünün Günümüze Uygulanabilirliği Meselesi*, TES-AR Araştırma Notları-4, Ankara,

Bayram M. (1982). *Ahi Evran'ın Öldürülmesi ve Ölüm Tarihinin Tesbiti*, İ.Ü.T.F. Tarih Enstitüsü Dergisi, Sayı:12, İstanbul,

Bozan, M. (2017). Yoksulluk Algısına Farklı Bir Bakış. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (15), 389-410.

Cahen C. (1984). *Osmanlılardan Önce Anadolu'da Türkler*, Çev. Yıldız Moran, İstanbul,

Çağatay N. (1981). *Bir Türk Kurumu Olarak Ahilik*, Selçuk Üniversitesi Yayınları, 2.Baskı, Konya,

Durak, İ. (2016). Sosyal Girişimcilik ve Ahilik Teşkilatı: Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 47, 101-120.

Er C. (1985). Ahiliğe Nasıl Girilirdi?, *Karınca, TKK Yayını*, Sayı:587, Ankara, Kasım,

Erbaşı, A. (2012). Ahilik Teşkilatında Yönetim Fonksiyonlarıyla İlgili Uygulamalar. *Turkish Studies*. 7(2), 1321-1331.

Erken, V. (1986). Ahilik Müessesesinde Eğitim ve Yönetim, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Ankara,

Erken,V. (1998). *Bir Sivil Örgütlenme Modeli Ahilik*,Se-ba Yay., Ankara

Eryiğit, S. (1989). *Ahi Birliklerinde Yönetim ve İşletme Fonksiyonlarının -Temel Yapısı*, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara,

Gülvahaboğu, A. (1991). *Sosyal Güvenlik Öncüsü Ahi Evran Veli ve Ahilik*, Memleket Yayınları, Ankara,

Gündüz İ. (1984). *Osmanlılarda Devlet Tekke Münasebetler*, İstanbul.

Hayrat Neşriyat İlim Araştırma Merkezi Meal Heyeti, (2004). Kur'an-ı Kerim ve Muhtasar Meali, Hayrat Neşriyat, İstanbul,

Hazar, A. (1990). Ahilik Sisteminde Temel İşletmecilik Kuralları ve Günümüz Türk İşletmeciliğine Kazandırılması İle İlgili Bir Model Yaklaşımı, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Ankara,

Kadri H. K. (1927). Türk Lügatı, 1. Cilt, İstanbul,

Kaya, U. (2013). Değerler Eğitiminde Bir Meslek Teşkilatı: Ahilik. Değerler Eğitimi Dergisi. 11(26), 41-69.

Kızıler, H. (2015). Osmanlı Toplumunun Sosyal Dinamiklerinden Ahilik Kurumu. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi. 4(2), 408-423.

Köprülü M. F. (1976). “Türk Edebiyatında İlk Mutasavvıflar”, Diyanet İşleri Başkanlığı Yayını, Ankara,

Kuzgun Ş. (1998). Ahilik Kalite Kontrolü ve Tüketicinin Korunması, Standart Dergisi, Türk Standartları Enstitüsü Yayını, Sayı:321, Eylül,

Nişancı, Ş. ve Aydın, S. (2017). Ahilik Örneğinden Hareketle Siyaset Ahlak İlişisini Düşünmek. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 31(4), 843-855.

Sertoğlu M. (1969). Bektaşilik,

Soykurt R. (1971). Orta Yol Ahilik, Ankara,

Yazıcı M. (1987). “Ahiliğin Esnaf Teşkilatındaki Tarihi Gelişim Hareketleri”, TTK Yayını, Sayı:609,Ankara, Eylül.

Yazıcı M. (1998). Ahiliğin Esnaf Teşkilatındaki Tarihine Bakış, Ahilik Yolu, TESV Yayını, Sayı:32.

Bütçe Açıkları Belirleyicilerinin Ekonometrik Analizi: Türkiye Uygulaması (2006-2015)¹

Yrd. Doç. Dr. M. Said CEYHAN*

Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü, İktisat Bölüm Başkanı, sceyhan@bartin.edu.tr

Seçil KOÇ YILDIZ

Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Mezunu, İktisat ABD

skocoyildiz38@gmail.com

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de 2006-2015 yılları arasında bütçe açıkları belirleyicilerinden büyüme, enflasyon, istihdam, işsizlik ve döviz kurunun açıklar üzerindeki etkisinin ekonometrik analizlerle ortaya çıkarılmasıdır. Çalışmada ADF birim kök testi ile serilerin durağanlıklarına bakılmakta, bütçe açıkları, büyüme ve enflasyon ile durağanlık sağlanmakta fakat istihdam, işsizlik ve döviz kurunda durağanlık sağlanamamaktadır. Bu sebeple çalışmaya bütçe açıkları belirleyicilerinden büyüme ve enflasyon ile devam edilmektedir. Durağanlık sağlandıktan sonra Johansen koentegrasyon testi kullanılarak bütçe açıkları ile büyüme ve enflasyon arasındaki koentegrasyon ilişkisi araştırılmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre bütçe açıkları ile büyüme ve enflasyon arasında koentegrasyon ilişkisi bulunmuştur. Koentegrasyon ilişkisi sebebiyle nedensellik ilişkisinin yönünün bulunması amacıyla hata düzeltme modeli (VECM) uygulanmıştır. Amprik uygulama sonuçlarına göre; uzun dönemde bütçe açıkları ile enflasyon arasında çift yönlü, bütçe açıkları ile büyüme arasında büyümeden bütçe açıklarına doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Bütçe Açıkları, Enflasyon, Büyüme, Makroekonomi.

Econometric Analysis of Budget Deficits Determinants: Example of Turkey (2006-2015)

ABSTRACT

The aim of this study is to reveal the effects of budget deficits in 2006-2015 on growth, inflation, employment, unemployment and foreign exchange deficits through econometric analyzes. In the study, the stability of the

¹ Bu çalışma Bartın Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonu tarafından desteklenmiştir (Proje No; 2016-SOS-CY-003).

series is examined with the ADF unit root test and stagnation can be achieved in budget deficits, growth and inflation , but not in employment, unemployment and exchange rate. For this reason, budget deficits continue to be driven by growth and inflation. After stabilization, the Johansen cointegration test is used to investigate the cointegration relationship between budget deficits and growth and inflation. According to the results obtained, cointegration relation between budget deficits and growth and inflation **was** found. An error correction model (VECM) has been applied in order to find the causality relation due to the cointegration relation. According to the results of the amprical application; Long-term relationship between budget deficits and inflation was bi-directional, while budget deficits and growth were growing without one-way causality relation to budget deficits.

Keywords: Budget Deficits, İnflation, Growth, Macroeconomi.

1. GİRİŞ

Dünyada özellikle 2. Dünya savaşı sonrasında Refah Ekonomisi kavramının gelişmesi ve uygulamaları sonucunda kamu giderlerinde çok büyük artışlar olmuştur. Bunun etkisi ile birçok ülkenin iç dengelerinde bozulmalar olmuş ve bunun sonucunda bütçe açıkları ile birlikte kamu borçlanma gereğinde büyüme meydana gelmiştir. Bu sürece paralel olarak Türkiye özelinde de kamu kesimi dengesi içinde yer alan konsolide bütçelerin genellikle açık verdiği bilinmektedir. Söz konusu açıkların makro ve mikro ekonomik göstergeler üzerinde birçok pozitif ve negatif etkilerinin olacağı bir gerçektir. Bu etkilerin bilimsel bir yöntemle incelenerek sebep ve sonuçlarının analiz edilmesi, yorumlanıp değerlendirilmesi ve bu sonuçlardan alınabilecek önlemler hakkında fikir üretilmesi önem arz etmektedir.

Cumhuriyetin kuruluşundan bu güne kadar yoğunluğu ve büyüklüğü farklı olsa da Türkiye’de neredeyse pek az istisna yıl dışında sürekli yaşanan yüksek bütçe açıkları başta enflasyon olmak üzere yatırım, büyüme, istihdam gibi pek çok makroekonomik değişken üzerinde etkiler meydana getirmektedir. Bütçe açıklarının makroekonomik değişkenler üzerinde meydana getirdiği etkileri test etmek amacıyla 2006-2015 dönemini kapsayan ekonometrik çalışma yapılarak nedensellik analizi planlanmaktadır.

Bu yönü ile Türkiye’nin bundan sonraki mali ve iktisadi politikalarında dengenin sağlanması ve çeşitli iktisadi hedeflere ulaşmanın aracı olan bütçe araçlarında bütçe açıklarının oluşmaması, bu açıkların sebep olduğu yıkıcı sonuçların giderilmesi için bu tür bilimsel çalışmaların yapılması çok büyük önem arz etmektedir.

Türkiye’de bütçe açıkları belirleyicilerinden büyüme, enflasyon, istihdam,işsizlik ve döviz kurunun bütçe açıkları üzerindeki etkilerinin araştırılması çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışma Türkiye’nin 2006-2015 yılları arasında üçer aylık verileri ile sınırlıdır.

2. LİTERATÜR ÖZETİ

Batavia ve Lash (1983), Türkiye’de 1950-1975 yılları arasında enflasyon ile bütçe açıkları arasında regresyon analizi yapmıştır. Bütçe açıkları ile enflasyon arasında çift yönlü ilişki bulmuşlardır.

Fischer ve Easterly (1990), enflasyon ile bütçe açıkları arasında korelasyonu incelemişlerdir. Analiz sonuçlarına göre düşük enflasyon dönemlerinde zayıf, yüksek enflasyon dönemlerinde ise aralarındaki korelasyonun oldukça yüksek olduğunu belirlemişlerdir.

Payesteh (1993), ABD’de 1973-1988 dönemi üçer aylık verilerini kullanarak ABD federal bütçe açığı ile sermaye girişi arasındaki ilişkiyi eş bütünleşme analiziyle incelemiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre bütçe açıkları ile sermaye akımları arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna varmıştır.

Oxley (1994), İngiltere 1870-1913 yıllık verilerini kullanarak eşbütünleşme ve Granger nedensellik analizi yapmıştır. Çalışmada ekonomik büyümeden bütçe açıklarına doğru nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna varmıştır.

Ergül (1999), bütçe açıkları ile makroekonomik verilerin arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla enflasyon, faiz oranları, ekonomik büyüme ve ödemeler dengesi verileriyle analiz yapmıştır. Kamu açıkları ile enflasyon, faiz oranları, dış denge arasında karşılıklı ilişki olduğu gözlemlenmiştir. Kamu açıkları ile ekonomik büyüme arasında ilişkinin analiz sonuçlarına göre; milli gelir artışının kamu açıkları üzerinde etkisi olduğu, kamu açıklarının büyüme üzerinde etkisi olmadığı sonucuna varılmıştır.

Günaydın (2000), Türkiye’de 1968-1998 dönemi arasında reel bütçe açıkları ile reel döviz kurları ve enflasyon oranları ile reel döviz kurları arasındaki nedensellik ilişkisini analiz etmiştir. Türkiye’de hem kısa dönemde hem de uzun dönemde reel bütçe açıkları ile reel döviz kurları arasında reel bütçe açıklarından reel döviz kurlarına doğru, enflasyon oranları ile

reel döviz kurları arasında ise enflasyon oranlarından reel döviz kurlarına doğru granger nedensellik olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kesikoğlu (2005), Türkiye’de bütçe açıklarının temel makro ekonomik değişkenler üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla 1987:1-2003:4 dönemi konsolide bütçe açıklarının cari işlemler açığı, istihdam, büyüme ve yatırımlar üzerindeki etkilerini vektör otoregresyon yöntemi ve granger nedensellik testleriyle analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre bütçe açıkları ile enflasyon, cari açıklar, büyüme arasında çift yönlü nedensellik ilişki vardır. Bütçe açıkları ile istihdam arasında istihdamdan bütçe açıklarına doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Narayan ve Prasad (2006), Fiji’de 1970-2004 dönemi yıllık verilerini kullanarak bütçe açığı, para arzı ve tüketici fiyat endeksi arasındaki uzun dönem ilişkisiyi test etmişlerdir. Çalışma sonuçlarına göre bütçe açığı ve para arzı enflasyonu pozitif etkilemektedir.

Adak (2010), konsolide bütçe açıklarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla 1972-2006 yılları arasındaki ekonomik büyümeyi temsilen Gayri Safi Milli Hasıla(GSMH) ve bütçe açıklarını kullanarak granger nedensellik analizi yapmıştır. Çalışmada, bütçe açıklarının değişiminin ekonomik büyüme gelişimi üzerinde %24 oranında negatif bir güce sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Aksoy (2010), Türkiye’de 1980-2008 yılları arasında bütçe açıklarının büyüme, enflasyon ve faiz üzerinde etkisini analiz etmiştir. Çalışmada bütçe açıklarından faize doğru hem kısa hem de uzun dönemde nedensellik ilişkisi olduğu; bütçe açıkları ile enflasyon, büyüme ve para arzı arasında koentegrasyon ilişkisi tespit edilememiştir.

Hayırlı (2012), Türkiye’deki 1987-2009 yılları aylık verilerini kullanarak bütçe açıklarının makroekonomik etkilerini test etmek amacıyla ile büyüme, faiz oranı ve enflasyon üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Analiz sonuçlarına göre bütçe açıkları ile büyüme arasında negatif, faiz ve enflasyon ile pozitif etkileşim içinde olduğu sonucuna varmıştır.

Doğru ve Şentürk (2013), az gelişmiş ve gelişmekte olan Latin Amerika ülkelerinde 1980-2011 yılları arasında bütçe açıklarının uzun dönemde enflasyona sebep olup olmadığını test etmiştir. Yapılan çalışmada kısa dönemde bütçe açıklarının enflasyona neden olmadığı, uzun dönemde aralarında pozitif ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Khumalo (2013), Güney Afrika'da 1980-2002 dönemi üç aylık verilerini kullanarak bütçe açığı ve enflasyon arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bulgular bütçe açıkları ile enflasyon arasında uzun dönemde ilişki olduğunu ve bütçe açıklarının enflasyonu pozitif yönde etkilediğini göstermektedir.

Adedokun (2014), Nijerya'da 1975-2010 yılları arasında bütçe açığının yatırıma olan etkisini uzun ve kısa vadede hata düzeltme modeli ve eş bütünleşme analizini kullanarak analiz etmektedir. Yapılan çalışma bütçe açığının yatırım ile önemli bir ters ilişkiye sahip olduğunu savunmaktadır. 2005 yılında Nijerya tarafından kabul edilen borçların affına rağmen, Nijerya'da yatırım hızlandırıcı etkisinin ikna edici kanıtları bulamadığı sonucuna varmıştır.

Bangura, Tarawalie, Fofanah ve Macarthy (2016), Sierra Leona'deki 1980-2014 yıllık verilerini kullanarak reel GSYH, enflasyon, faiz oranı, döviz kuru ve devlet yatırımlarının bütçe açığı üzerindeki etkisini VHD Modelini kullanarak analiz etmişlerdir. Uzun dönemde reel GSYH, faiz oranı ve döviz kurunun bütçe açığına negatif yönde etki ettiği, enflasyon ve hükümet yatırımlarına ise pozitif yönde etki ettiği sonucuna varmışlardır. Kısa dönem analiz sonuçlarına göre reel GSYH, faiz oranları ve hükümet yatırımlarının bütçe açıkları belirleyici unsurları olduğu sonucuna varmışlardır.

3. VERİ SETİ VE EKONOMETRİK MODEL UYGULAMA

Çalışmasında Türkiye'de makroekonomik değişkenlerden büyüme ve enflasyonun bütçe açıkları üzerinde yarattığı etki 2006:Q1-2015Q4 dönemindeki üçer aylık veriler kullanılarak incelenmiştir. Analiz içerisinde yer alan tüm değişkenler TCMB'nin Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS)'den alınmıştır. Modelde kullanılan bütçe açıkları için 1 Ocak 2006 yılında yürürlüğe giren "Kamu Mali Yönetimi ve Kontrolü Kanunu"da belirtilen merkezi yönetim bütçe dengesi kullanılmıştır. Yurt içindeki büyümeyi iyi yansıtması sebebiyle büyüme için GSYH seçilmiştir. Enflasyon oranı için de fiyat hareketlerini en iyi yansıtan TÜFE seçilmiştir.

Değişkenlerle ilgili zaman serilerinin belirlenmesinde E- Views 7.0 paket programı kullanılmıştır. Modelimizde kullandığımız değişkenler ve değişkenlerin kısaltılmış versiyonları aşağıda gösterilmiştir.

➤ Gayri Safi Yurtiçi Hasıla	LGSYH
➤ Tüketici Fiyat Endeksi	LTÜFE
➤ İstihdam	LİSTİHDAM
➤ İşsizlik	LİŞSİZLİK
➤ Döviz Kuru	LDÖVİZKURU

3.1 Birim Kök Testi

Bu çalışmada bütçe açıkları, büyüme ve enflasyon serilerine ait zaman serilerinin durağanlık sınaması Augmented Dickey – Fuller (ADF) testi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Serilerin birim kök özelliğini test etmek amacıyla aşağıdaki regresyon denklemi kullanılmıştır.

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 Y_{t-1} + \alpha_2 trend + \sum \gamma_i \Delta Y_{t-1} + \varepsilon_t$$

Denklemden verilerin durağan olup olmadığını , ΔY_t seviyesinde birinci derece farkının alındığını, ε_t ise beyaz gürültülü hata terimini göstermektedir. Modelde serilerin “sabitli-trendsiz”, “sabitli” ve “sabitli-trendli” olarak üç biçimde durağan olup olmadığına bakılmaktadır. Eğer seviye değerlerinde durağan değilse durağanlık sağlanana kadar zaman serilerinin farkı alınarak durağanlık sağlanmalıdır (Yamak ve Tanrıöver, 2009: 48). ADF birim kök sonuçlarına bakarak değişkenlerin durağan olup olmadığını “Mackinnon” kritik değerlerine bakarak tabloda gösterilmiştir.

Tablo 1: ADF Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler	ADF t istatistiği (düzey)		ADF- t istatistiği (Birinci Fark)	
	Trendsiz	Trendli	Trendsiz	Trendli
LOGBA	0.731803	-2.341213	-5.255694	5.208109
LOGGSYH	1.682801	-3.185633	-3.738468	-4.377931
LOGTÜFE	3.751731	-2.123150	-4.023240	-5.307649

ADF test sonuçlarına göre LOGBA, LOGGSYH ve LOGTÜFE değişkenleri düzeyde durağan olmadıkları için birinci farkları alındığı zaman durağan hale gelmektedir. Değişkenlerin bütünleşme derecesi $I(1)$ 'dir.

Bütçe açıkları, büyüme ve enflasyon ile durağanlık sağlanmakta fakat istihdam, işsizlik ve döviz kurunda durağanlık sağlanamamaktadır. Bu sebeple çalışmaya bütçe açıkları belirleyicilerinden büyüme ve enflasyon ile devam edilmektedir.

3.2. Eş bütünleşme Testi

Çalışmamızda Johansen eşbütünleşme analizi ile test edilmiştir. Gecikme uzunluğunun seçimi Johansen eşbütünleşme testini etkilemektedir. Bu sebeple Johansen testinin ilk aşamasında uygun gecikme uzunluğunun vektör otoregresif modeli (VAR) ile belirlenmesi gerekmektedir (Altıntaş ve Çetintaş, 2010, 44-45). Çalışmamızda Johansen testi yapılırken "VAR ve koentegresyon sabit, trendli parametre vardır" şeklinde beşinci seçeneğe göre model çözülmüştür.

Tablo 2: Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-2.677866	NA	0.000283	0.344113	0.480159	0.389888
1	76.93777	139.9305	3.93e-06	-3.935622	-3.391438	-3.752521
2	86.70678	15.39359	3.82e-06	-3.982229	-3.029906	-3.661801
3	116.4557	41.46825*	1.13e-06	-5.239742	-3.879280*	-4.781988
4	120.8323	5.304945	1.61e-06	-4.959534	-3.190935	-4.364454
5	134.7952	14.38596	1.36e-06	-5.260313	-3.083575	-4.527907
6	144.3246	8.085592	1.63e-06	-5.292401	-2.707524	-4.422668
7	166.3043	14.65314	1.05e-06*	-6.079050*	-3.086035	-5.071991*

* Kriterler tarafından belirlenen gecikmeleri göstermektedir.

Tablo 2'de görüldüğü gibi LR, FPE, AIC, SC ve HQ kriterleri gecikme seviyesinin tespitinde kullanılmıştır. Kriterlere göre gecikme seviyesi için üç kriterin 7 gecikmeye işaret etmesi sebebiyle gecikme seviyesinin 7 olmasına karar verilmiştir.

Aşağıdaki tablolarda JJ eş bütünleşme sonuçlarına yer verilmiştir. Tablo 3 'te İz (Trace) testi, Tablo 4'te Maksimum Öz değer test istatistikleri gösterilmiştir.

Tablo 1: Johansen- Juseliun Eşbütünleşme (İz) Testi Sonuçları

Değişkenler: LOGBA, LOGGSYH, LOGTÜFE			
İz (Trace) İstatistiği			Gecikme Sayısı:7
Sıfır Hipotez H_0	Alternatif Hipotez H_1	Test İstatistiği	Kritik Değer (%5)
$r = 0$	$r = 1$	80.75487*	35.01090
$r \leq 1$	$r = 2$	22.29489*	18.39771
$r \leq 2$	$r = 3$	0.510905	3.841466

Tablo 2: Johansen- Juseliun Eşbütünleşme (Maksimum Öz Değer) Testi Sonuçları

Değişkenler: LOGBA, LOGGSYH, LOGTÜFE			
Maksimum Öz Değer İstatistiği			Gecikme Sayısı:7
Sıfır Hipotez H_0	Alternatif Hipotez H_1	Test İstatistiği	Kritik Değer (%5)
$r = 0$	$r = 1$	58.45997 *	24.25202
$r \leq 1$	$r = 2$	21.78399 *	17.14769
$r \leq 2$	$r = 3$	0.510905	3.841466

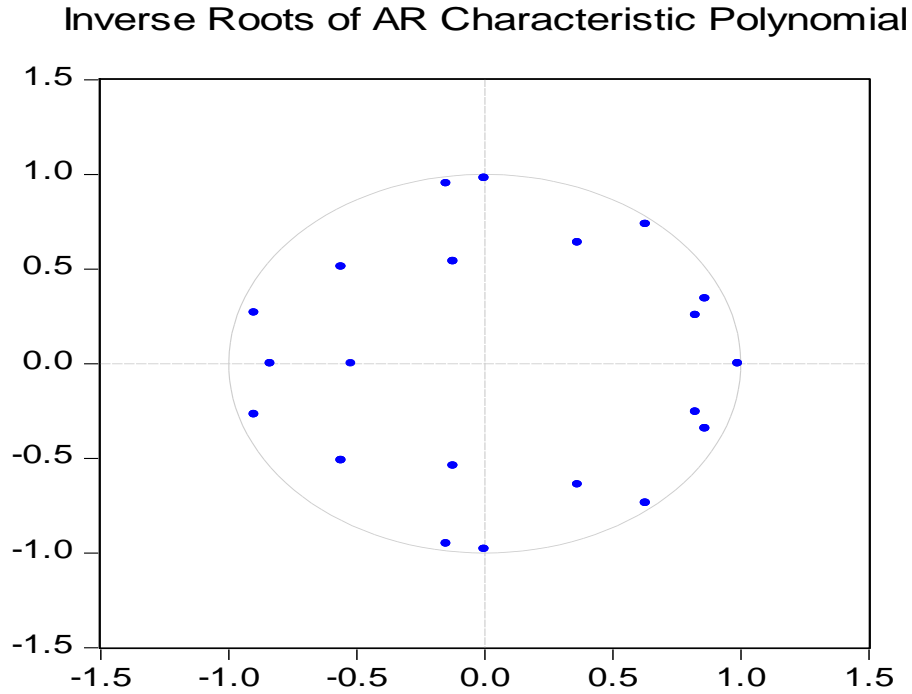
Tablo 3 ve Tablo 4'teki JJ test sonuçlarına göre iki değişken arasında koentegrasyon olmadığını ($r=0$, $r \leq 1$) ifade eden boş hipotezi % 5 anlamlılık düzeyinde reddedilmiştir. Buna karşın $r \leq 2$ hipotezi % 5 anlamlılık düzeyinde reddedilmemiştir. Bu modelde 2 koentegrasyon vektörünün bulunduğu anlaşılmaktadır. JJ yöntemiyle elde edilen normalize edilmiş koentegrasyon vektörü sonuçları aşağıda gösterilmektedir.

Tablo 3: Normalize Edilmiş Eşbütünleşme Vektörü

LOGBUTCEA	LOGGSYH	LOGTÜFE
1.000000	12.48427 (0.43520)	5.137389 (0.36890)
$LOGBÜTÇEA_t = F(LOGGSYH_t + LOGTÜFE_t)$		
$LOGBÜTÇEA_t = 12,48 LOGGSYH_t + 5,13 LOGTÜFE_t$		
LOGBÜTÇEA	LOGGSYHSABIT	LOGTUFEGAZ
1.000000	0.000000	3.831355 (3.47431)
0.000000	1.000000	0.104614 (0.27942)
$LOGGSYH_t = F(LOGTÜFE_t)$		
$LOGGSYH_t = 3,83 + 0,10 LOGTÜFE_t$		

Parantez içindekiler standart hatayı göstermektedir. Tablo 5'i incelediğimiz zaman bütçe açıkları ile enflasyon ve büyüme arasında uzun dönemde pozitif yönlü etkileşim içerisindedir. Yani bütçe açıkları ile enflasyon ve büyüme %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel bakımdan anlamlı ve pozitif ilişkinin olduğu gözlemlenmektedir. Büyüme ile enflasyon arasında da uzun dönemde % 5 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü ve anlamlı ilişki görülmektedir.

Aşağıdaki Şekil 1' de tahmin edilen modele ait AR karakteristik polinomun ters köklerinin birim çember içerisindeki konumu modelin durağanlık açısından sorun teşkil etmediğini ispatlamaktadır.



Şekil 1: AR Karakteristik Ters Polinom Köklerinin Birim Çember İçerisindeki Konumu.

3.3. Hata Düzeltme Modeline Dayalı (VECM) Granger Nedensellik Testi

Serilerin uzun dönem ilişkilerinin varlığı ispat edildikten sonra, Hata Düzeltme Modeline Dayalı Granger Nedensellik testi yapılmıştır. Wald testi sonuçları Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 4: Hata Düzeltme Modeline (VECM) Dayalı Granger Nedensellik Testi

Bağımlı Değişken: D(LOGBÜTÇEA)

Bağımsız Değişken	Ki-kare	Gecikme Uzunluğu	Olasılık
D(LOGGSY)	33.55667	7	0.0000
D(LOGTÜFE)	30.33940	7	0.0001
All	43.82487	14	0.0001
Bağımlı Değişken: D(LOGGSYH)			
Bağımsız Değişken	Ki-kare	Gecikme Uzunluğu	Olasılık.
D(LOGBUTCEA)	2.804902	7	0.9024
D(LOGTUFEE)	26.63550	7	0.0004
All	29.59020	14	0.0087
Bağımlı Değişken: D(LOGTUFEE)			
Bağımsız Değişken	Ki-kare	Gecikme Uzunluğu	Olasılık
D(LOGBUTCEA)	14.61118	7	0.0413
D(LOGGSYH)	11.78470	7	0.1079
All	33.40701	14	0.0025

Tablo 6'daki sonuçlara göre bütçe açıkları ile enflasyon arasında uzun dönemde çift yönlü nedensellik olduğu görülmektedir; bütçe açıkları büyümenin nedenidir ve enflasyon da bütçe açıklarının nedenidir. Büyüme ile bütçe açıkları arasında tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur, başka bir deyişle büyüme bütçe açıklarının nedenidir. Büyüme ile enflasyon arasında tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmaktadır, enflasyon büyümenin nedenidir.

4.SONUÇ

Bütçe açığı, bütçe gelirlerinin bütçe giderlerini karşılayamaması sonucu ortaya çıkan negatif fark olarak ifade edilmektedir. Bütçe açıklarının gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki en önemli makroekonomik sorunların başında yer aldığı görülmektedir. makroekonomik değişkenlerin makroekonomik etkilerinin tespit edilmesi, uygulanacak para ve maliye politikalarının belirlenmesinde bütçe açıklarının eksiksiz ve doğru tahmin edilmesi önem arz etmektedir.

Bütçe açıklarının ölçülmesi zor olduğu için farklı ölçüm yöntemleri geliştirilmiştir. Ülkelerin karar alma mekanizmalarının tercihlerine göre belirlenen bütçe açığı ölçüm yöntemleri farklı olması sebebiyle ülkelerarası bütçe açıklarının karşılaştırılması zor olmaktadır.

Türkiye'de bütçe açıklarının oluşmasındaki temel neden bütçe gelirlerinin bütçe giderlerini finanse edememesidir. Türkiye'nin savunma harcamalarının artması, terörle mücadele, KİT'lerin etkin çalışmaması, kayıt dışı ekonomi sebebiyle vergilerin tahsil

edilememesi, ekonomik krizler, transfer harcamalarının artması gibi sebepler de bütçe açıklarının sebeplerindendir.

Türkiye’de 1980 yılı ekonomik reformların başlangıcı olduğu için 1980 öncesi ve 1980 sonrası olarak bütçe açıklarının tarihsel gelişimini ele alınmıştır. Cumhuriyet’in kurulduğu ilk yıllarda Osmanlıdan kalan borçlar ve yetersiz kamu gelirleri sebebiyle devlet desteği olmadan ekonomi politikaların gelişmemesi sebebiyle devletçi politikalar uygulanmıştır.

Devlet Klasik İktisadi Yaklaşımın görüşünü benimseyerek denk bütçe politikasını uygulamış, mali disipline önem vererek sanayiye desteklemiştir. 1933 yılında Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı uygulama geçilmiş ve başarı olunmuştur. İkinci Beş Yıllık Sanayi Planı hazırlanmış fakat II. Dünya Savaşı sebebiyle uygulamaya geçilememiştir. 1950’li yıllardan sonra bütçe açıkları artmaya başlamış, 1970’li yıllarda etkisini daha fazla göstermeye başlamıştır.

24 Ocak 1980 Dönüşümü ile Türkiye dışa açık ekonomi politikasını uygulayarak dış dünya ile entegre olmuştur. 24 Ocak kararları dışa açık, ihracata dayalı ve bütçe açıklarının finansmanı için sıkı para ve maliye politikalarının uygulanmasını öngörmüştür. 1980-1983 yıllarında uygulama etkisini göstermiş fakat 1983 yılından sonra açıklar daha da artmaya başlamıştır.

Bütçe açıklarının finansmanı için başvurulması gereken en doğal temel yöntem vergi gelirlerinin artırılmasıdır. Fakat kamu harcamalarının kamu gelirlerinden daha fazla artması ile vergi gelirleri yetmemekte devletler alternatif olarak borçlanma yoluyla finansmanı tercih etmektedirler.

Bütçe açıklarının finansmanı için başvuru yöntemlerinden biri iç borçlanmadır. Hazine bonoları ve Merkez Bankası avansı kullanılarak kaynak transferi yapılmaktadır. Merkez bankasından avans alarak bütçe açıkları finanse edilmek istenildiği zaman, özellikle kısa vadeli avansların vadesinde kapatılmamasından dolayı piyasaya karşılıksız para arzı yapılmış olmakta ve bu da enflasyonu körüklemektedir. Kısa vadeli avans yerine borçlanmaya gidildiğinde ise şayet pasif tasarruflar ödünç alınarak borçlanmaya gidilmiş ise borçlanma sonucunda para arzı artmakta ve toplam talep toplam arzı aştığından enflasyona neden olmaktadır.

Bütçe açıklarının finansmanı amacıyla başvuran yöntemlerden biri de dış borçlanmadır. Hükümetler dış borçlanma yaparak hem açıklarını finanse etmeyi hem de ödemeler dengesini iyileşmeyi düşünmektedir. Borçlanmanın bütçe açıklarını finanse etmede yetersiz kaldığı durumlarda ülkeler monetizasyona başvurumaktadırlar. Merkez bankasının para basarak bütçe açıklarını finanse etmesi para arzının artmasına ve enflasyona sebep olmaktadır.

Türkiye’de 1985 yılına kadar bütçe açıklarının finansmanında monetizasyona başvurulmuş, 1985 yılında bütçe kanununda iç borçların kullanılması kolaylaştırılmış, Merkez Bankası kaynaklarının kullanımı zorlaştırılmıştır. Bütçe açıklarının finansmanında sürekli iç borçlanmaya başvurulması faiz oranlarının yükselmesine sebep olmuştur. 1990 yıllarda artmış ve kronikleşmiştir. 2000’li yıllara yüksek bütçe açıklarıyla giren Türkiye 2000 ve 2001 krizleri sonrası IMF ile yaptığı stand-by anlaşmasıyla Güçlü Ekonomiye Geçiş programına uygulamaya başlamıştır. 2006 yılında yürürlüğe giren Kamu Mali Yönetim ve Kontrol kanunu ile bütçe gelir, gider ve uygulamalarında olumlu gelişmeler yaşanmıştır.

Bu çalışmada 2006-2015 yılları arasında üçer aylık veriler kullanılarak bütçe açıklarının belirleyicilerinden büyüme ve enflasyonun bütçe açıkları üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Birim Kök Testi, VAR analizi, Johansen eş bütünleşme testi ve hata düzeltme modeline (VECM) dayalı Granger Nedensellik testi uygulanmıştır.

ADF Birim Kök testi ile serilerin birinci derecede durağan oldukları tespit edildikten sonra koentegre olup olmadıklarını belirlemek için eşbütünleşme analizi yapılmıştır. Yapılan eşbütünleşme testi sonuçlarına göre bütçe açıkları ile enflasyon, büyüme arasında pozitif yönlü koentegrasyon ilişkisi bulunmuştur. Aynı şekilde büyüme ile enflasyon arasında da pozitif yönlü koentegrasyon ilişkisi bulunmuştur.

Bulunan koentegrasyon ilişkisinin yönünü bulmak amacıyla hata düzeltme modeli kullanılmıştır. Hata düzeltme sonucuna göre; bütçe açıkları ile enflasyon arasında uzun dönemde çift yönlü nedensellik olduğu, büyüme ile enflasyon arasında uzun dönemde enflasyondan büyümeye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu görülmüştür.

Yaptığımız analiz sonucunda bütçe açıklarının büyümenin nedeni olduğu ortaya çıkmıştır. Enflasyonun da bütçe açıklarının nedeni olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca büyüme ile bütçe açıkları arasında tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Yani büyüme ile bütçe

açıkları arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Başka bir deyimle büyüme oranı bütçe açıklarını artırmaktadır.

Büyüme ile enflasyon arasında tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmaktadır, başka bir ifadeyle enflasyon büyümenin nedenidir. Bu sonuç hükümetlerin büyümeyi reel gelir kaynakları yerine genellikle borçlanma ile finanse ettiğini kanıtlamaktadır.

Türkiye’de 2006-2015 yılları arasındaki dönem üzerinde yapılan bu çalışma ile enflasyon ve büyümenin bütçe açıklarının belirleyicileri olduğu sonucuna da varılmıştır. Bütçe açıkları ile enflasyon arasında kısır döngü yaşanmaktadır. Enflasyonun azalması için bütçe açıklarının finansmanında iç borçlanmaya başvurulmakta, fakat iç borçlanma faiz oranlarını artırarak bütçe açıklarını artırmaktadır. Büyümenin artması bütçe açıklarını artırmakta, büyüme için bütçe açıkları göz ardı edilmektedir.

Bütçe açıklarının azaltılması için enflasyon oranının düşürülmesi ve büyümenin bütçe içerisindeki özellikle cari harcamaları kısarak bütçe açıklarını azaltması gerekmektedir. Sonuç olarak hükümetlerin yatırımları kısımadan bütçenin cari harcamalarını kısarak tasarrufa gitmesi bir yandan büyümeden ödün vermeden diğer yandan bütçe açıkları azaltılmış olacak ve kamu kesimi borçlanma gereği de azaltılmış olacaktır. Sonuç olarak hükümetlerin yatırımları kısımadan bütçenin cari harcamalarını kısarak tasarrufa gitmesi bir yandan büyümeden ödün vermeden diğer yandan bütçe açıkları azaltılmış olacak ve kamu kesimi borçlanma gereği de azaltılmış olacaktır.

KAYNAKLAR

Adedokun, A. J. (2014). The effect of budget deficit on investment in Nigeria: an empirical study. *IUP Journal Of Applied Economics*, 13 (2), 38-47.

Aksoy, A. (2010). *Türkiye’de bütçe açıklarının enflasyon, büyüme ve faiz üzerine etkileri: Türkiye uygulaması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.

Aksu H., Emsen, Ö. S. ve Başar, S. (2001). Türkiye’de bütçe açıkları ile nominal ve reel faiz oranları ilişkileri: 1985-2000. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. http://doi.org/10.16951/iibd.84866_

- Altıntaş, H. ve Çetintaş, H. (2010). Türkiye’de ekonomik büyüme, beşeri sermaye ve ihracat arasındaki ilişkilerin ekonometrik analizi: 1970-2005. *Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, (36), 33-56. <http://iibf.erciyes.edu.tr/dergi/>.
- Bangura, A., Tarawalie, A. B., Fofanah, L. ve Macarthy, S. (2016). Macroeconomic determinants of budget deficit: Evidence From Sierra Leone. *International Journal of Economic Perspectives*, 10 (1), 5-13.
- Batavia, B. ve Lash, N. (1983). Public sector deficits and inflation: case of Turkey. *Quarterly Journal of Economics*, 3 (5), 182-187.
- Doğru, B. ve Şentürk, S. B. (2013). Latin Amerika ülkelerinde bütçe açığı ve enflasyon arasındaki eşbütünlüşme ilişkisinin analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (41), 89-109.
- Ergül, Y. T. (1999). *Türkiye’de bütçe açıklarının makroekonomik dengeler üzerine etkileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi., Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Günaydın, İ. (2000). Türkiye’de bütçe açıkları, enflasyon ve döviz kurları arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, (15), 69-80.
- Karagöz, K. (2007). Türkiye’de dış borçlanmanın nedenleri ekonometrik bir değerlendirme. *Sayıştay Dergisi*, (66-67), 99-110. <http://dergi.sayistay.gov.tr/icerik/der6667m6.pdf>.
- Kesikoğlu, F. (2005) *Türkiye’de bütçe açıklarının temel makroekonomik değişkenler üzerindeki etkileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi, Zonguldak Kara Elmas Üniversitesi., Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- Khumalo, J. (2013). Budget deficit-inflation Nexus in South Africa: VAR analysis. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4 (14), 725-734.
- Doi:10.5901/mjss.2013.v4n14p725.
- Oxley, L. (1994). Cointegration, causality and Wagner’s law: a test for Britain 1870-1913. *Scottish Journal Of Political Economy*, 41(3), 286-298.

Payesteh, S. (1993). Impact of U.S. budget deficit on international capital flows into the united states. *ProQuest Dissertations & Theses Global*. 148 (304080762). <https://search.proquest.com/docview/304080762?accountid=51245>.

Şen, H., Sağbaş, İ. ve Keskin, A. (2007). *Bütçe açıkları ve açık finansman politikası teori ve Türkiye uygulaması*. (Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 2. Baskı) Ankara: Orion Kitabevi.

Yamak, R. ve Tanrıöver, B. (2009). Faiz oranı, getiri farkı ve ekonomik büyüme: Türkiye örneği (1990-2006). *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24 (1), 43-58.

Muhasebe Mesleğine Yönelimde Kişiliğin Önemi: Meslek Yüksek Okulu Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama

Yrd. Doç. Dr. Yaşar ÖZ*

Bartın Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, yasaroz@bartin.edu.tr

Öğr. Gör. Hasan YAVUZ

Bartın Üniversitesi, Bartın MYO, Muhasebe Programı, hyavuz@bartin.edu.tr

ÖZ

Bu çalışma ile Bartın Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu, İşletme Yönetimi ve Muhasebe programlarında okuyan öğrencilerin kişilik özellikleri ile muhasebe mesleğine yönelimleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu amaçla ilgili bölümlerde okuyan 139 öğrenciye anket uygulanmıştır. Öğrencilerin kişilik özelliklerini ve kişilik boyutlarını tespit edebilmek amacıyla Beş Faktör Kişilik Ölçeği kullanılmıştır. Bu test sonucunda her öğrenci için 5 faktöre göre ayrı ayrı kişilik puanları bulunmuş ve her öğrencide baskın olan kişiliğin hangisi olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin kişilik özellikleri ile muhasebe mesleğine yönelimleri arasında anlamlı bir ilişki bulunup bulunmadığını ölçmek için Ki Kare Testi ve T Testi yapılmıştır. Analizler sonucunda cinsiyete göre, muhasebe derslerindeki başarı düzeyine göre, muhasebe derslerindeki ilgi düzeyine göre muhasebe mesleğine yönelim anlamlı bir şekilde değişmektedir. Öğrencilerin eğitim gördüğü bölüm, genel not ortalamaları ve burçlarının muhasebe mesleğine yönelimlerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Ayrıca kişilik boyutlarından Sorumluluk kişilik boyutu ve Duyusal Denge kişilik boyutları ile mesleğe yönelim arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur.

Anahtar Sözcükler: Beş Faktör Kişilik Ölçeği, Kişilik, Muhasebe Mesleği.

Importance of Personality Towards Accounting Profession: An Application in Vocational School Students

ABSTRACT

In this study, the relationship between the personality traits and the accounting profession tendencies of the students studying at the Bartın University Vocational School, Business Management and Accounting programs was examined. For this purpose, the survey was implemented to 139 students who study at these programs. Five Factor Personality Scale was used in order to determine personal features and personality dimensions of the students. As a result of the survey, individual points were found for each student according to 5 factors, and each student's dominant personality was identified. To determine whether there was a meaningful relationship

*Sorumlu Yazar (Corresponding Author)

Geliş (Received) : 26.12.2017

Kabul (Accepted) : 27.12.2017

Yayın (Published) : 31.12.2017

between the personality traits of the students and the accounting profession orientations, Chi Square Test and T Test were conducted. Analysis have revealed that the gender, the level of success and the level of interest in accounting courses are significant factors at orientation to the accounting profession. Students' program, general grade averages and their horoscope have no significant effect on the orientation of the accounting profession. Moreover, that was determined Conscientiousness personality dimension and Emotional Stability personality dimension were significantly effective on orientation to accounting profession.

Keywords: Five Factor Personality Scales, Personality, Accounting Profession

1. GİRİŞ

Kişilik ve meslek seçimi, hem bireyler açısından hem de işletmeler açısından büyük önem taşımaktadır. Zira bir kişi işini sevmeden işinde mutlu olamayacak, mutlu olamadığında da iş motivasyonu, verimliliği ve başarısı düşük olacaktır. Bu durum bireyin hem iş yaşamında verimsiz çalışmasına, hem de sosyal yaşantısında birçok olumsuzluğa neden olacaktır. Burada “Bireylerin kişilik özellikleri, mizaçları, huyları ve diğer demografik değişkenler ile mesleki yönelimleri arasında bir ilişki var mı?” sorusu insanın aklına gelmektedir. Eğer belli bir kişilik özelliğine sahip olanlar belli bir mesleğe yöneliyor ve bu mesleği severek yapıyor ise, bu noktada meslek seçimi konusunda kararsız olan kişilerin kişilik özellikleri tespit edilip doğru yönlendirmeler yapılabilir. Böylece yanlış meslek seçiminin hem kişiye, hem işletmeye, hem ekonomiye, hem de diğer kişilere vereceği zararlardan kurtulmuş olunur. Aynı zamanda kişiler de ilgili mesleğe olan kabiliyet ve özellikler de ortaya çıkma ve gelişme fırsatı bulacaktır. Kişilik ve meslek seçimi ile ilgili birçok farklı alanda birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmada muhasebe mesleğine yönelim ile kişilik özellikleri ve diğer demografik faktörler arasındaki ilişki incelenmiştir. Bartın Üniversitesi Meslek Yüksek Okulunda yapılan araştırmada öğrencilerin kişilik özellikleri 5 faktör kişilik testi ile tespit edilmeye çalışılmış ve muhasebe mesleğine yönelimleri incelenmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Yelboğa (2006) yaptığı çalışmada kişilik özellikleri ile iş performansı arasındaki ilişkiyi araştırmış ve analizler sonucunda benzer çalışmalarda da olduğu gibi, iş performansı ile kişilik özellikleri arasındaki bir ilişki olduğunu bulmuştur.

Dinç (2008) yaptığı çalışmada Karadeniz Bölgesinde bulunan 10 Meslek Yüksek Okulu öğrencilerinin muhasebe mesleğine yönelimlerini araştırmış. Çalışma sonucunda son sınıf öğrencilerinin çoğunun muhasebe alanında çalışmak istediği tespit edilmiştir. Muhasebe mesleğini seçmede etkili olan faktörler belirlenmiştir. Bu faktörler şöyledir; yüksek kazanç ve

sorumluluk beklentisi, kariyer beklentisi, mesleki bilgi ve becerisi, mesleki tecrübe ile sosyal statü beklentisidir.

Özdemir (2010) yaptığı çalışmada Muhasebe programında okuyan öğrencilerin muhasebe mesleğine bakış açıları, yönelimleri ve öğrencilerin mesleğe yöneliminde etkili olan faktörleri araştırmıştır. Çalışma sonucunda etkili olan faktörleri; Prestij, Mesleki Güvence ve Mesleki Avantajlar olarak üç grupta toplamıştır.

Gökdeniz ve Merdan (2011) yaptıkları çalışmada kişilik özellikleri ve kariyer seçimi arasındaki ilişkiyi öğretmen, doktor, mali müşavir gibi farklı meslek grupları için incelemiştir. Sonuç olarak, kişilikle kariyer seçimi arasında anlamlı ilişkiler olduğu ve her bir kişiliğin kariyer seçiminde farklı boyuta önem verdiği görülmüştür.

Albez ve Bilici (2012) yaptıkları çalışmada Erzurum'daki Muhasebe ve Vergi Uygulamaları bölümlerinde okuyan öğrencilerin muhasebe mesleğine yönelimlerini araştırmışlardır. Çalışma sonucunda mezun olan öğrencilerin, %66'sının mezun olduktan sonra meslek elemanı olmak istediği ortaya çıkmıştır. Muhasebe ile ilgili bir işte çalışmak istemeyenlerin büyük çoğunluğu ise memur olmak istemektedir.

Demirci vd. (2015) yaptıkları çalışmada kariyerini keşfetme aşamasında olan İşletme 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin kariyer seçiminde kişilik özellikleri ve bazı diğer unsurlar arasındaki ilişkileri incelemiştir. Katılımcıların kişilik özellikleri beş faktör kişilik ölçeği ile test edilmiştir. Yapılan istatistiksel analizler sonucunda, muhasebecilik mesleğine yönelik kariyer seçimlerinde; bireyin ailesinin aylık ortalama geliri, not ortalaması, meslek hakkında bilgi sahibi olup olmaması, muhasebe derslerini sevip sevmemesi ve sorumluluk kişilik boyutu ile anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır.

Erduru vd. (2017) yaptıkları çalışmada Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları bölümü öğrencilerinin muhasebe mesleğine bakışını incelemiştir. Çalışma sonucunda yapılan analizler sonucunda, öğrencilerin muhasebe mesleğine bakış açılarında cinsiyet yönüyle istatistiksel olarak anlamlı farklılığın olmadığı; öğrenim durumu, yaş ve mezun olunan lise değişkenleri açısından bazı önermelerde istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Apan ve Ercan (2017) yaptıkları çalışmada Lisans düzeyinde öğrencilerin kişilik özellikleri ile finansal okuryazarlıkları arasındaki ilişki incelenmiştir. Öğrencilerin kişilik özellikleri beş faktör kişilik analizi ile test edilmiş olup, analiz sonucunda “duygusal denge-dengesizlik”

boyutunun “finansal okuryazarlık” boyutu üzerinde negatif ve anlamlı bir etkisi bulunduğu, “deneyime açıklık” boyutunun ise “finansal okuryazarlık” üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin bulunduğu tespit edilmiştir.

Karakaş vd. (2017) yaptıkları çalışmada kişilik özellikleri ile iş tatmini ve işe bağlılık arasındaki ilişkiyi muhasebe meslek mensupları üzerinde incelemişlerdir. Çalışma sonucunda kişilik özelliklerinin iş tatminini etkilemekte olduğu, iş tatmininin de mesleki bağlılığı arttırdığı tespit edilmiştir. Yani iş tatmini sağlamış olanların kişilik tiplerinin mesleki bağlılığa aracılık ettiği bulunmuştur.

Sugahara vd. (2009), Japonyada 13 farklı muhasebe okulunda eğitim gören 349 öğrenci üzerinde, sertifikalı muhasebeci olma konusunda eğilimleri etkileyen faktörleri incelemişler ve geçmişte muhasebe deneyimi olan ve muhasebe dışında ihtisaslaşmış olanların mesleğe yönelmede daha ilgisiz oldukları sonucunu bulmuşlardır.

Yine Sugahara ve Boland’ın (2006) yaptığı, muhasebe eğitimi alan ve almayan üniversite öğrencilerinin muhasebecilik mesleğine bakışlarının incelendiği çalışmada, muhasebe eğitimi almayanların muhasebe mesleğine yanlış anlama eğiliminde oldukları ve meslek elemanları üzerinden mesleği değerlendirdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Germanou vd. (2009) ise etnik köken farklılıklarının ve mesleğe karşı olumlu veya olumsuz düşüncelerin mesleğe yönelimdeki etkisini araştırmış ve karşılaştırılan İngiliz ve Malay öğrenciler arasında benzer sonuçlar tespit etmiştir. Ayrıca, mesleğe karşı olumlu görüş sahibi olanların muhasebe kariyerine daha çok eğilimli olduğu da bulunmuştur.

3. MUHASEBE MESLEĞİ

Muhasebe mesleği, insanların sahip oldukları iktisadi değerleri kontrol etmek ve bu değerleri kendi faydasına uygun şekilde arttırmak düşüncesiyle ortaya çıkmıştır. Muhasebe mesleğine çözüm aradığı problemler açısından bakıldığında çok disiplinli bir meslek olarak görülebilir. Muhasebe mesleği; başta muhasebecileri, sistem analistlerini, bilgisayar programcılarını ve operatörlerini, hesap uzmanlarını kapsar. Ayrıca çözüm aradığı problemlerde matematiksel ve istatistiksel teknikler de kullanılır (Albez ve Bilici, 2012: 388).

Muhasebe Meslek Mensubu; Bir işletmede veya kurumdaki mali nitelikli işlemler ile ilgili olayları tespit eden, kaydeden, sınıflandıran, özetleyen, analiz eden, yorumlayan ve sonuçları ilgililere raporlayan, bütçeleme ve denetim amacıyla bilgi üreten, yönetim faaliyetlerini izleyen, muhasebe politikalarını oluşturan ve finansal raporları hazırlayan, muhasebe

faaliyetlerini yürüten, yönetimin ihtiyaç duyduğu genel veya özel raporları üreten, vergi ile ilgili işlemleri yürüten ve beyannameleri hazırlayan kişi olarak tanımlanır (Özyürek, 2012: 141).

Muhasebecilik mesleği oldukça eskilere dayanmasına rağmen halen değerini koruyan bir meslek dalı olarak görülebilir. Küreselleşen dünya ile birlikte rekabetin artması sonucunda işletmelerin verimli ve kârlı çalışmaları zorunluluk haline gelmiştir. İşletmeler mali durumlarını tespit edebilmek için iyi işleyen bir hesap ve denetim sistemine ihtiyaç duymaktadırlar. Bu bağlamda muhasebe mesleği toplumun ekonomik ve mali yapısının işleyişinde önemli bir yer üstlendiğinden devlet, işletmeler ve toplum açısından ayrı bir öneme sahiptir.

“13.06.1989 Tarih ve 20194 Sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmış 3568 sayılı Serbest Muhasebeci Malî Müşavirlik ve Yeminli Malî Müşavirlik Kanunu’na göre muhasebeci mesleğini icra etmek isteyen bir kişinin; lisans eğitimini tamamladıktan sonra bulunduğu ildeki Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odasında dosya açtırması ve kanunun ön gördüğü üç yıllık stajına başlamak için Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliğine (TÜRMOB) bağlı olan Temel Eğitim ve Staj Merkezi (TESMER) tarafından düzenlenen staja başlama sınavında başarılı olması gerekmektedir. Bu sınavın ardından, kişinin üç yıl süreyle meslek ile ilgili pratik eğitim almak amacıyla mesleki stajını yapmak durumundadır. Kişinin mesleki yeterliliğe haiz olduğunu ispat etmek için yine TESMER tarafından yapılan yeterlilik sınavından da başarılı olarak Serbest SMMM stajı iki yıl iken bu süre yetersiz görülmüş ve 5786 sayılı kanunun 3. Maddesiyle yapılan yasa değişikliği ile staj süresi üç yıla çıkartılmıştır. On yıl SMMM olarak çalışan meslek mensupları ise alanında uzman olduğunu kanıtlayacak Yeminli Mali Müşavirlik sınavına girerek bu unvanı alabilmektedir” (Demirci vd., 2015: 25-26). Ön lisans işletme ve muhasebe öğrencilerinin daha önceden dört yıl süre ile resmi staj yaparak SMMM olabilme hakları kaldırılmıştır. Ön lisans öğrencileri ancak işletme, iktisat, kamu yönetimi ve maliye gibi bir lisans bölümünden mezun olmak ve üç yıl süre ile resmi staj yapmak şartı ile meslek elemanı olabilmektedirler.

Ekonominin ve işletmelerin gelişmesi, teknolojinin yaygınlaşması, muhasebe ve muhasebe meslek elemanına olan ihtiyacı artırmıştır. Daha önce muhasebe tamamen bir kayıt tutma işi (bookkeeping), muhasebeci de defter tutucu (bookkeeper) olarak bilinirken, günümüzde muhasebeciler, bilgi üreticisi ve yöneticisi olarak da önemli konuma gelmişlerdir. Bu anlamda

muhasebe mesleği, gerekli bilgilerin üretiminin planlanması, bilgisayar imkânları ile üretilen bilgileri işletme kararlarına destek olacak şekilde kullanma uzmanlığı olarak görülmeye başlanmıştır (Albez ve Bilici, 2012: 388). Muhasebe mesleği her zaman geçerliliği olan bir meslektir, zira işletmeler var oldukça onların mali nitelikli işlemlerini takip edecek bir muhasebe elemanına ihtiyaç duyacaktır. Küçük işletmeler daha çok bu işlemlerini bir mali müşavire yaptırırken, büyük işletmeler ise kendi bünyelerindeki muhasebe veya finans bölümlerinde yine muhasebe elemanlarını istihdam edeceklerdir. Zaman içerisinde bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte bazı işlemlerin şekli değişmektedir fakat yine bu işlemleri muhasebe bilgisine sahip muhasebe elemanları yerine getirecektir.

4. KİŞİLİK KAVRAMI ve BEŞ FAKTÖR KİŞİLİK ÖLÇEĞİ

McCrae ve Costa (1989), kişiliği, bireyin değişik durumlarda ortaya koyduğu davranışları açıklayan, süreklilik arz eden, kişilerarası, duygusal, motivasyonel, deneyime dayalı etkileşim tarzı olarak tanımlamıştır. Kişilik, bir insanın duyuş, düşünüş, davranış biçimlerini etkileyen etmenlerin kendine özgü görüntüsüdür. Sürekli olarak içten ve dıştan gelen uyarıcıların etkisi altında olan kişilik, bireyin biyolojik ve psikolojik, kalıtsal ve edinilmiş bütün kabiliyetlerini, güdülerini, duygularını, isteklerini, alışkanlıklarını ve bütün davranışlarını içine alır. Kısaca, kişiliğin oluşmasında insanın doğuştan gelen özellikleri ve içinde yer aldığı çevrenin etkisini birlikte görmek mümkündür. Buradan hareketle, çevrenin etkisini dikkate alarak, kişiliğin sadece bireye özgü özellikleri değil, aynı zamanda belirli ölçüde içinde yaşanılan insan topluluğunun, belirli ölçüde de tüm insanların bazı ortak özelliklerini yansıttığı sonucu çıkartılabilir (Yelboğa, 2006: 198; Doğan, 2013: 57)

Kişiliğin tanımlanmasına ve ölçülmesine yönelik olarak pek çok kuramcının farklı görüşleri bulunmaktadır. Yirminci yüzyılın ilk yarısından itibaren, kişilik özelliklerinin boyutlarını tespit etmek üzere birçok faktör analizi çalışmaları yapılmıştır. Bu analizlerde kişilik modelleri ile ilgili faktör sayılarının üç ve yedi arasında değiştiği gözlenmiştir. Goldberg (1981), sözlükteki sıfatlara dayalı olarak yaptığı çalışmada, beş güçlü faktörün öne çıktığını belirtmiş ve birçok kişilik kavramının bu beş faktör çerçevesinde kuramsal olarak organize edilebileceğini ileri sürmüştür (Yelboğa, 2006: 199). Beş faktör kişilik analizi, kişiliğin değerlendirilmesinde sıklıkla başvurulan bir yaklaşımdır. Bu model “özellik yaklaşımına” dayanmaktadır ve kişiliğin ölçülmesinde bireylerin kendilerini ve diğerlerini tanımlamada kullandıkları “sıfatlardan” yararlanılmaktadır (Doğan, 2013: 57).

Beş faktör kişilik modeli; dışadönüklük, duygusal denge, uyumluluk, deneyime açıklık ve sorumluluk boyutlarıyla tanımlanır. Bu boyutları açıklayan tipik davranışsal sıfatlar aşağıdaki gibidir (Yelboğa, 2006: 199).

a. Dışadönüklük (Extraversion): Cana yakın, enerjik, neşeli, heyecan arayan ve baskın (yüksek puan); mesafeli, sakin, içedönük, yalnızlığı tercih eden (düşük puan)

b. Deneyime Açıklık (Openness): Keşfedici, analitik düşünen, başka görüşlere açık, duyarlı (yüksek puan); geleneksel, tutucu, gerçekleri savunan, ilgisiz (düşük puan)

c. Duygusal Denge (Emotional Stability): Rahat, özgüvenli, sabırlı, eleştiriye açık, strese toleranslı (yüksek puan); endişeli, gergin, çekingen (düşük puan)

d. Uyumluluk (Agreeableness): Alçak gönüllü, iş birliğine inanan, samimi anlayışlı (yüksek puan); şüpheli, dik başlı, inatçı, rekabetçi, ihtiyatlı (düşük puan)

e. Sorumluluk (Conscientiousness): Sistemli, azimli, başarıya yönelimli, hırslı, titiz (yüksek puan); plansız, erteleyen, dikkati kolay dağılan, düzensiz (düşük puan)

Her bir aday kişilikleri ile ilgili ifadelerle ne derecede katıldığını belirtir. Daha sonra her bir kişilik boyutuna ait sorular birbirinden ayrılır ve adayın bu beş kişilik boyutuna ait puanları hesaplanır. Adayın aldığı puanların yüksek veya düşük olmasına göre kişiliği hakkında yorum yapılır. Kişilik özelliklerini ölçmek amacıyla geliştirilen pek çok geçerli kişilik envanteri ya beş faktör boyutlarını ölçmekte, ya da beş faktör boyutlarıyla yüksek düzeyde ilişkili çıkmaktadır. Bugüne kadar geliştirilen kişilik özellikleri modelleri içerisinde beş faktör modelinin bu kadar geniş çapta kabul görmesinin temel sebebi, bu modelin insan kişiliğini tanımlamakta geçerli ve güvenilir olduğunun bilimsel olarak kanıtlanmış olmasıdır (Yelboğa, 2006: 200).

5. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ ve BULGULARI

Bu çalışma ile muhasebe mesleğine yönelim ile kişilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki bulunup bulunmadığı ve ayrıca bazı demografik değişkenlere göre muhasebe mesleğine yönelimde anlamlı bir ilişki bulunup bulunmadığı araştırılmıştır. Bu amaçla Bartın Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu İşletme Yönetimi programı ile Muhasebe ve Vergi Uygulamaları programlarında okuyan 1. ve 2. Sınıf öğrencilerine anket uygulanmıştır. Bu anketlerden yeterli bilgileri içermeyenler çıkartılarak 139 adet anket analize tabi tutulmuştur. Ankete katılanların demografik özelliklerine göre muhasebe mesleğine yönelimde anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla Ki-Kare Testi kullanılmıştır. Ayrıca muhasebe

mesleğine yönelmek isteyenlerin kişilik boyutlarına ilişkin puanları ile mesleğe yönelmek istemeyenlerin kişilik boyutlarına ilişkin puanları arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı tespit etmek amacıyla da Bağımsız Örneklem T Testi yapılmıştır. Ankete katılanların kişilik özelliklerini tespit etmek amacıyla Costa ve McCrae (1985) tarafından geliştirilen tarafından geliştirilen beş faktör kişilik envanterinden yararlanılmıştır. Belirlenen araştırma hipotezleri ise aşağıdaki gibidir.

H1: Muhasebecilik mesleğine yönelim, cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

H2: Muhasebecilik mesleğine yönelim, okunan bölüme göre farklılaşmaktadır.

H3: Muhasebecilik mesleğine yönelim, genel not ortalamasına göre farklılaşmaktadır.

H4: Muhasebecilik mesleğine yönelim, muhasebe derslerindeki başarı düzeyine göre farklılaşmaktadır.

H5: Muhasebecilik mesleğine yönelim, muhasebe dersine olan ilgi düzeyine göre farklılaşmaktadır.

H6: Muhasebecilik mesleğine yönelim, burçlara göre farklılaşmaktadır.

H7: Kişilik boyutu, burçlara göre farklılaşmaktadır.

H8: Muhasebecilik mesleğine yönelim, dışadönüklük kişilik boyutu açısından farklılaşmaktadır.

H9: Muhasebecilik mesleğine yönelim, uyumluluk kişilik boyutu açısından farklılaşmaktadır.

H10: Muhasebecilik mesleğine yönelim, sorumluluk kişilik boyutu açısından farklılaşmaktadır.

H11: Muhasebecilik mesleğine yönelim, duygusal denge kişilik boyutu açısından farklılaşmaktadır.

H12: Muhasebecilik mesleğine yönelim, deneyime açıklık kişilik boyutu açısından farklılaşmaktadır.

Yapılan çalışma ile ön lisans işletme yönetimi programı ile muhasebe ve vergi uygulamaları programı öğrencileri ile ilgili demografik bilgiler toplanmış, beş faktör kişilik analizine göre öğrencilerin kişilik özellikleri tespit edilmiş, kişilik boyutlarına göre mesleğe yönelimleri

araştırılmıştır. Ayrıca bazı demografik bilgiler ile mesleğe yönelim arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı da araştırılmıştır.

Tablo 1. Kullanılan Ölçeğe Ait Güvenilirlik Değerleri

Ölçüt Boyutları	N	İfade Sayısı	Cronbach Alpha Katsayısı (α)
Dışadönüklük	139	8	0,778
Uyumluluk	139	9	0,652
Sorumluluk	139	9	0,739
Duygusal Denge	139	8	0,709
Deneyime Açıklık	139	10	0,783
Tüm Ölçek	139	44	0,800

Öğrencilerin kişilik boyutunu tespit etmek amacıyla kullanılan sorular için güvenilirlik katsayısı Tablo 1’de görüldüğü üzere tüm kişilik boyutları için 0,60 – 0,80 aralığında bulunmaktadır. Dolayısıyla güvenilirlik katsayısı tüm ölçek ve tüm kişilik boyutları için iyidir.

Tablo 2. Demografik Bilgiler

Demografik Değişkenler	F(Sıklık)	Yüzde(%)
Cinsiyet	Erkek	46
	Kadın	54
	Toplam	100
Okunan bölüm	Muhasebe ve Vergi Uyg.	46
	İşletme Yönetimi	54
	Toplam	100
Sınıf	1. sınıf	52,5
	2. sınıf	47,5
	Toplam	100
Genel not ortalaması	0,01-2,00 arası	30,9
	2,01-2,50 arası	27,3
	2,51-3,00 arası	27,3

	3,01-4,00 arası	20	14,4
	Toplam	139	100
Lisede muhasebe eğitimi aldı mı?	Evet	63	45,3
	Hayır	76	54,7
	Toplam	139	100

Anket Bartın Üniversitesi, Meslek Yüksek Okulu'nda okuyan öğrencilere uygulanmıştır. Ankete katılan öğrencilerin yarısından biraz fazlası (%54) İşletme Yönetimi öğrencisidir, %46'sı da Muhasebe ve Vergi uygulamaları programı öğrencisidir. Yine aynı şekilde ankete katılanlardan yarısından biraz fazlası (%54) kız öğrencilerdir, %46'sı da erkek öğrencilerdir. Ankete katılan öğrencilerin yarısından biraz fazlası (%52,5) 1. Sınıf öğrencisidir, %47,5'lük kısmı da 2. Sınıf öğrencisidir. Ankete katılan öğrencilerden genel not ortalaması 2,00-3,00 arasında (%54,6) yoğunlaşmaktadır. Lise eğitimi sırasında muhasebe dersi gören öğrencilerin oranı %45,3 tür.

Tablo 3. Cinsiyete Göre Kişilik Boyutları t-Testi Analiz Sonuçları

Kişilik Boyutu	Cinsiyet	N (kişi sayısı)	Ortalama	P
Dışadönüklük	Erkek	64	3,5156	0,389
	Kadın	75	3,6367	
Uyumluluk	Erkek	64	3,6367	0,856
	Kadın	75	3,7317	
Sorumluluk	Erkek	64	3,691	,032*
	Kadın	75	4,0252	
Duygusal Denge	Erkek	64	2,8013	0,881
	Kadın	75	2,8114	
Deneyime Açıklık	Erkek	64	3,6753	0,56
	Kadın	75	3,757	

*(%5 güven aralığında anlamlıdır.)

Tablo3'e bakıldığında cinsiyete göre kişilik boyutlarından sadece sorumluluk kişilik boyutunda bir farklılık olduğu görülmektedir. Diğer kişilik boyutlarının hiçbirisinde cinsiyete göre bir farklılık bulunmazken, sorumluluk kişilik boyutunda anlamlı bir şekilde ortalama farklılaşmıştır. Yani kız öğrencilerin sorumluluk kişilik boyutundaki puanı daha yüksek çıkmış. Yani kız öğrencilerde sorumluluk duygusu erkek öğrencilerden daha fazla çıkmıştır.

Tablo 4 . Cinsiyet ve Muhasebe Mesleğine Yönelim

Muhasebe ile ilgili bir işte çalışmak ister misiniz?			
Cinsiyet	Evet	Hayır	Satır Toplamı
Erkek	33	31	64
	51,60%	48,40%	100,00%
Kadın	57	18	75
	76,00%	24,00%	100,00%
Toplam	90	49	139
	64,70%	35,30%	100,00%

*P=0,02 $\chi^2=9,035$

Yapılan ki-kare testi sonucuna göre P değeri 0,05'ten küçük olduğu için **H1 hipotezi kabul edilir**. Tablo4 'te görüldüğü üzere muhasebe mesleğine yönelimde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Kadınlardan muhasebe mesleğine yönelenler, erkeklerden daha fazladır. Yani muhasebe mesleğine yönelim cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

Tablo 5 . Okunan Bölüm ve Muhasebe Mesleğine Yönelim

Muhasebe ile ilgili bir işte çalışmak ister misiniz?			
Okunan Bölüm	Evet	Hayır	Satır Toplamı
Muhasebe ve Vergi Uyg.	45	19	64
	70,30%	29,70%	100,00%
İşletme Yönetimi	45	30	75
	60,00%	40,00%	100,00%
Toplam	90	49	139
	64,70%	35,30%	100,00%

P=0,207 $\chi^2=1,609$

Yapılan ki-kare testi sonucuna göre P değeri 0,05'ten büyük olduğu için **H2 hipotezi reddedilir**. Tablo 5 'te görüldüğü üzere muhasebe mesleğine yönelimde okunan bölüme göre anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Her iki bölümde de muhasebe ile ilgili bir işte çalışmak isteyenlerin oranları yüksektir. Yani muhasebe mesleğine yönelim okunan bölüme göre farklılık göstermemektedir.

Tablo 6. Genel Not Ortalaması ve Muhasebe Mesleğine Yönelim

Muhasebe ile ilgili bir işte çalışmak ister mi?			
Genel not ortalaması	Evet	Hayır	Toplam
0,01-2,00 arası	23	20	43
	25,60%	38,80%	30,90%

2,01-2,50 arası	22	16	38
	24,40%	32,70%	27,30%
2,51-3,00 arası	33	5	38
	36,70%	10,20%	27,30%
3,01-4,00 arası	12	8	20
	13,30%	16,30%	14,40%
Toplam	90	49	139
	100,00%	100,00%	100,00%
P=0,100	$\chi^2=15,462$		

Yapılan ki-kare testi sonucuna göre P değeri 0,05'ten büyük olduğu için **H3 hipotezi reddedilir**. Tablo 6'da görüldüğü üzere muhasebe mesleğine yönelimde genel not ortalamasına göre anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Genel not ortalaması yükseldikçe veya düştükçe muhasebe mesleğine yönelim artmamaktadır. Yani genel not ortalamasına göre muhasebe mesleğine yönelim farklılık göstermemektedir.

Tablo 7. Muhasebe Derslerindeki Başarı Düzeyi ve Muhasebe Mesleğine Yönelim

Muhasebe ile ilgili bir işte çalışmak ister mi?			
Muhasebe derslerindeki başarı düzeyi	Evet	Hayır	Toplam
Çok düşük	2	3	5
	40,00%	60,00%	100,00%
Düşük	5	7	12
	41,70%	58,30%	100,00%
Orta	29	23	52
	55,80%	44,20%	100,00%
Yüksek	42	11	53
	79,20%	20,80%	100,00%
Çok yüksek	12	5	17
	70,60%	29,40%	100,00%
Toplam	90	49	139
	64,70%	35,30%	100,00%

*P=0,003 $\chi^2=11,113$

Yapılan ki-kare testi sonucuna göre P değeri 0,05'ten küçük olduğu için **H4 hipotezi kabul edilir**. Tablo 7'de görüldüğü üzere muhasebe mesleğine yönelim, muhasebe derslerindeki başarı düzeyine göre anlamlı bir şekilde değişmektedir. Genel anlamda muhasebe derslerine başarı düzeyi yükseldikçe muhasebe mesleğine yönelim artmaktadır. Muhasebe derslerindeki

başarı düzeyi çok düşük ve düşük olanlarda “Muhasebe ile ilgili bir iş yapmak ister misiniz?” sorusuna karşılık “hayır” cevabı verenlerin oranı yüksek çıkmış, diğerlerinde ise “evet” cevabı verenlerin oranı yüksek çıkmıştır. Sonuç olarak muhasebe mesleğine yönelim muhasebe dersindeki başarı düzeyine göre farklılık göstermektedir.

Tablo 8. Muhasebe Derslerine İlgili Düzeyi ve Muhasebe Mesleğine Yönelim

Muhasebe ile ilgili bir işte çalışmak ister mi?			
Muhasebe derslerindeki ilgi düzeyi	Evet	Hayır	Toplam
Çok düşük	5	6	11
	45,50%	54,50%	100,00%
Düşük	2	6	8
	25,00%	75,00%	100,00%
Orta	33	27	60
	55,00%	45,00%	100,00%
Yüksek	36	7	43
	83,70%	16,30%	100,00%
Çok yüksek	14	3	17
	82,40%	17,60%	100,00%
Toplam	90	49	139
	64,70%	35,30%	100,00%

**P=0,000 $\chi^2=18,919$

Yapılan ki-kare testi sonucuna göre P değeri 0,05’ten küçük olduğu için **H5 hipotezi kabul edilir**. Tablo 8’de görüldüğü üzere muhasebe mesleğine yönelim, muhasebe derslerine ilgi düzeyine göre anlamlı bir şekilde değişmektedir. Genel anlamda muhasebe derslerine ilgi düzeyi yükseldikçe muhasebe mesleğine yönelim artmaktadır. Özellikle ilgi düzeyi yüksek ve çok yüksek olanlarda mesleğe yönelim oranı %80’leri geçmektedir. Yani muhasebe mesleğine yönelim muhasebe derindeki ilgi düzeyine göre farklılık göstermektedir.

Tablo 9. Burçlar ve Muhasebe Mesleğine Yönelim

Muhasebe ile ilgili bir işte çalışmak ister mi?			
Burçlar	Evet	Hayır	Toplam

Koç	13 68,40%	6 31,60%	19 100,00%
Boğa	3 37,50%	5 62,50%	8 100,00%
İkizler	2 40,00%	3 60,00%	5 100,00%
Yengeç	12 85,70%	2 14,30%	14 100,00%
Aslan	15 68,20%	7 31,80%	22 100,00%
Başak	8 80,00%	2 20,00%	10 100,00%
Terazi	4 40,00%	6 60,00%	10 100,00%
Akrep	10 90,90%	1 9,10%	11 100,00%
Yay	5 71,40%	2 28,60%	7 100,00%
Oğlak	3 42,90%	4 57,10%	7 100,00%
Kova	7 58,30%	5 41,70%	12 100,00%
Balık	7 53,80%	6 46,20%	13 100,00%
Toplam	89 64,50%	49 35,50%	138 100,00%

P=0,568 $\chi^2=16,309$

Yapılan ki-kare testi sonucuna göre P değeri 0,05'ten büyük olduğu için **H6 hipotezi reddedilir**. Tablo 9'da görüldüğü üzere muhasebe mesleğine yönelim bazı burçlarda yüzdesel olarak fazla olsa da istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Sonuç olarak muhasebe mesleğine yönelim burca göre farklılık göstermemektedir.

Tablo 10. Kişilik Boyutu ve Burçlar

Burç/Kişilik	Dışa Dönüklük	Uyumluluk	Sorumluluk	Duygusal Denge	Deneyime Açıklık	Toplam
Koç	4 21,10%	4 21,10%	4 21,10%	2 10,50%	5 26,30%	19 100,00%

Boğa	2	2	2	0	2	8
	25,00%	25,00%	25,00%	0,00%	25,00%	100,00%
İkizler	1	0	2	1	1	5
	20,00%	0,00%	40,00%	20,00%	20,00%	100,00%
Yengeç	4	1	4	2	3	14
	28,60%	7,10%	28,60%	14,30%	21,40%	100,00%
Aslan	6	5	8	1	2	22
	27,30%	22,70%	36,40%	4,50%	9,10%	100,00%
Başak	2	2	5	1	0	10
	20,00%	20,00%	50,00%	10,00%	0,00%	100,00%
Terazi	1	1	5	1	2	10
	10,00%	10,00%	50,00%	10,00%	20,00%	100,00%
Akrep	3	2	5	0	1	11
	27,30%	18,20%	45,50%	0,00%	9,10%	100,00%
Yay	0	4	1	0	2	7
	0,00%	57,10%	14,30%	0,00%	28,60%	100,00%
Oğlak	2	1	2	1	1	7
	28,60%	14,30%	28,60%	14,30%	14,30%	100,00%
Kova	4	1	2	0	5	12
	33,30%	8,30%	16,70%	0,00%	41,70%	100,00%
Balık	1	3	6	0	3	13
	7,70%	23,10%	46,20%	0,00%	23,10%	100,00%
Toplam	30	26	46	9	27	138
	21,70%	18,80%	33,30%	6,50%	19,60%	100,00%

$$P=0,773 \quad \chi^2=35,528$$

Yapılan ki-kare testi sonucuna göre P değeri 0,05'ten büyük olduğu için **H7 hipotezi reddedilir**. Tablo 10'da görüldüğü üzere muhasebe kişilik boyutu ile burçlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Yani kişilik boyutu burca göre farklılık göstermemektedir.

Tablo 11: Kişilik Boyutlarına Göre Muhasebe Meleğine Yönelim (Bağımsız Örneklem T Testi)

Kişilik Boyutu	Gruplar	N	Aritmetik Ort.	Sta.		
				Sapma	T	P
Dışadönüklük	Evet	90	3,6764	0,79828	1,925	0,056
	Hayır	49	3,4056	0,78168		
Uyumluluk	Evet	90	3,7528	0,70387	1,509	0,134

	Hayır	49	3,5689	0,65255		
Sorumluluk	Evet	90	3,9679	0,65813	2,318	0,022*
	Hayır	49	3,6939	0,68024		
Duygusal Denge	Evet	90	2,7016	0,77588	-2,072	0,04*
	Hayır	49	3	0,87287		
Deneyime Açıklık	Evet	90	3,8074	0,77084	1,951	0,053
	Hayır	49	3,5578	0,61676		

(*) %5 anlam düzeyinde.

Tablo 11’de görüldüğü gibi araştırmada elde edilen bulgulara göre dışadönüklük kişilik boyutu, uyumluluk kişilik boyutu ve deneyime açıklık kişilik boyutu, katılımcıların muhasebecilik mesleğine yönelimleri açısından düşük bir farklılık göstermektedir. Saptanan bu farklılık, yapılan **Bağımsız Örneklem T** testine göre P değeri 0,05’ten büyük olduğu için istatistiki olarak anlamlı bulunmamıştır. Dolayısıyla **H8, H9, H12 hipotezleri reddedilmiştir.**

Sorumluluk ve Duygusal Denge kişilik boyutları ile muhasebe mesleğine yönelim arasındaki ilişki için **Bağımsız Örneklem T** testine baktığımızda P değerinin 0,05’ten küçük olduğu görülmektedir. Yani istatistiki olarak anlamlı farklar bulunmuştur. Sorumluluk ve Duygusal Denge kişilik boyutları ile muhasebe mesleğine yönelim arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Sorumluluk kişilik boyutunda sorumluluk duygusu (Sorumluluk puanı) fazla olanlarda mesleğe yönelim fazla olurken, Duygusal Denge kişilik boyutunda Duygusal Denge ortalama puanı düşük olanların mesleğe yöneliminin fazla olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla **H10 ve H11 hipotezleri kabul edilmiştir.**

6. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Çalışmada yapılan analizler ve testler sonucunda muhasebe mesleğine yönelimde cinsiyet, muhasebe derslerindeki başarı düzeyi ve muhasebe derslerine ilgi düzeyi etkili olmaktadır. Bu değişkenlere göre anlamlı bir şekilde mesleğe yönelimde farklılıklar bulunmuştur. Çalışmanın sonucunda, muhasebe mesleğine yönelim açısından oran olarak kız öğrencilerin erkek öğrencilerden, muhasebe derslerindeki başarı düzeyi yüksek olan öğrencilerin başarı düzeyi düşük olan öğrencilerden, muhasebe derslerine ilgi düzeyi yüksek olan öğrencilerin ilgi düzeyi düşük olan öğrencilerden daha yüksek çıkmıştır. Ayrıca kişilik boyutları ile mesleğe yönelim arasındaki ilişkiye baktığımızda da Sorumluluk kişilik boyutu ve Duygusal Denge kişilik boyutları ile anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Öğrencilerin Sorumluluk kişilik boyutu ve Duygusal Denge kişilik boyutundaki puanları mesleğe yönelimde anlamlı bir şekilde değişmektedir. Sorumluluk puanı yüksek olanlar yani sistemli, azimli, başarıya yönelimli,

hırslı ve titiz olanların mesleğe yönelimi daha fazla çıkmıştır. Duygusal Denge kişilik boyutunda ise düşünülenin aksine olarak, puanı nispeten daha düşük olanların yani daha endişeli, gergin ve çekingen olmaya meyilli olanların muhasebe mesleğine yönelimi daha fazla çıkmıştır. Duygusal Denge kişilik boyutu için P değeri 0,04 çıkmıştır, yani anlam düzeyi nispeten düşüktür. Anket çalışmasının kapsamı genişletilip sonuçlar tekrar analiz edildiğinde de benzer sonuçlar ortaya çıkarsa bunun nedenleri de ayrıca araştırılabilir.

Bireylerin kişilikleri doğru bir şekilde tespit edilebilirse, öğrencilerin meslek seçiminden önce veya bölüm seçiminden önce doğru yönlendirilebilir. Ayrıca mesleğini severek yapanların kişilikleri de tespit edilebilirse, ilgili kişilik özelliklerindeki kişiler de ilgili mesleğe yönlendirilebilir. Böylece insanlar kişiliklerine, mizaç ve huylarına uygun bir işe girebilir ve işini daha yüksek verimlilik ve iyi bir motivasyon ile yerine getirebilir. Böylece en değerli kaynak olan insan kaynağı israf edilmemiş olur.

Bu çalışmanın kısıtları, sadece önlisans öğrencilerini içermesi ve uygulamanın dar bir çevrede yapılmasıdır. Sonraki çalışmaların önlisans, lisans ve lisansüstü öğrencilerini de kapsayacak şekilde ve karşılaştırmalı olarak yapılması halinde daha anlamlı sonuçlar elde edilebileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Apan, M., Ercan, S. (2017). Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Finansal Okuryazarlık Üzerine Etkisinin Yol Analizi ile Belirlenmesi: Lisans Düzeyindeki İşletme Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(16), 177-202.

Albez, A., Bilici, N. (2012). Meslek Yüksekokulları muhasebe öğrencilerinin mesleğe bakışları: Atatürk Üniversitesi'nde bir araştırma. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16(3), 383-398.

Demirci, Ş. D., Erol, E., Zeren, F. (2015). Muhasebecilik Mesleğine Yönelimde Beş Faktör Kişilik Ölçeği: İşletme Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 2(1), 25-37.

Dinç, E. (2008). Meslek seçiminde etkili faktörlerin incelenmesi: Meslek Yüksek Okulu-Muhasebe Programı öğrencileri üzerine bir araştırma. Kocaeli Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (16)2008/2, 90-106.

- Doğan, T. (2012). Beş faktör kişilik özellikleri ve öznel iyi oluş. Doğuş Üniversitesi Dergisi, 14(1), 56-64.
- Erduru, İ., Deran, A., Çelik, S. (2017). Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Muhasebe Mesleğine Bakış Açılarının İncelenmesi: Ömer Halisdemir Üniversitesi Örneği. İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, 5(2), 34-48.
- Germanou, E., Hassall, T., Tournas, Yanni. (2009). Students' perceptions of accounting profession: work value approach, Asian Review of Accounting, Vol. 17 Issue: 2, pp.136-148.
- Gökdeniz, İ., Merdan, E. (2011). Kişilik ile Kariyer Seçimi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3(2), 23-36.
- Karakaş, A., Saban, M., Aslan, A. (2017). Muhasebe Meslek Mensuplarının Kişilik Özelliklerinin İş Tatmini ve Mesleki Bağlılıklarına Etkisi. Mali Çözüm, Kasım-Aralık 2017, 41-62.
- Özdemir, S. (2010). Ön Lisans Muhasebe Öğrencilerinin Kariyer Planlamasını Etkileyen Unsurlar: Ege Bölgesinde Bir Araştırma. MÖDAV, 2010(2), 103-121.
- Özyürek, H. (2012). Muhasebe meslek mensuplarının taşıması gereken nitelikler. Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi, 4(1), 139-148.
- Satoshi, S., Hiramatsu, K., Boland, G. (2009). The factors influencing accounting school students' career intention to become a Certified Public Accountant in Japan, Asian Review of Accounting, Vol. 17 Issue: 1, pp.5-22.
- Satoshi, S., Boland G. (2006). Perceptions of the certified public accountants by accounting and non-accounting tertiary students in Japan, Asian Review of Accounting, Vol. 14 Issue: 1/2, pp.149-167.
- Yelboğa, A. (2006). Kişilik Özellikleri ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. "İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 8(2), 196-211.

ALGILANAN HİZMET KALİTESİNİN MÜŞTERİ SADAKATI ÜZERİNE ETKİSİ: KASKO SİGORTA MÜŞTERİLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Yrd. Doç. Dr. Faruk Kerem ŞENTÜRK

Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, keremsenturk@duzce.edu.tr

Hasan Arif EKER*

Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı,

hasaneker1453@gmail.com

ÖZ

Bu çalışmanın amacı; kasko sigortacılığı sektöründe müşterilerin algıladığı hizmet kalitesinin müşteri sadakati üzerindeki etkilerini incelemektir. Araştırma evrenini, Düzce ili merkezinde ikamet eden bireyler oluşturmaktadır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve araştırma verileri kasko poliçesi sahibi bireylerden, anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Araştırma kapsamında toplam 140 adet anket üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Araştırma bulgularına göre, müşteri sadakati algısı demografik özelliklere göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Kasko sigorta işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi boyutlarından güvenilirlik, empati ve yanıt verilebilirliğin müşteri sadakati üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu, fiziksel özelliklerin ise anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, Müşteri Sadakat, Kasko Sigortası

THE EFFECTS OF PERCEIVED SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY: AN APPLICATION ON INSURANCE CUSTOMERS

ABSTRACT

The purpose of this study is; to examine the effects of the perceived service quality on customer loyalty in the automobile insurance sector. Population of the study consisted of people who lived in Düzce city center. Quantitative research method was used in the research and research data were obtained from the individuals with insurance policies by using survey technique. A total of 140 questionnaires were evaluated within the scope of the research. According to research findings, customer loyalty does not differ significantly with respect to demographic characteristics. It has been determined that reliability, empathy and responsiveness have a positive

and significant effect on customer loyalty and physical properties have no significant effects on perceived service quality dimensions in insurance companies.

Keywords: Quality of Service, Customer Loyalty, Auto Insurance

1. GİRİŞ

Ülkemizde trafik kazaları ile kazaların sebep olduğu maddi ve manevi zararlar ülke sorunlarının başında gelmektedir. Türkiye’de 2006 yılında 12.227,393 araç trafiğe kayıtlı iken 2016 yılında bu sayı 20.559,243’e ulaşmıştır (TUİK, 17.10.2017). Araç sayısına bağlı olarak trafik kazaları incelendiğinde, 2006 yılında trafik kaza sayısı 728.755 iken 2016 yılı sonu itibarıyla bu sayı 1.182,491’e yükselmiştir (TUİK, 17.10.2017). Bu da trafik kazalarının, ülkemizin terör ve doğal afetlerle birlikte yaşadığı en önemli ve en maliyetli sorunlarından biri olduğunu göstermektedir. İstatistikler göz önüne alınarak, trafikte seyir halindeyken veya dururken oluşabilecek hasarların yaşanma olasılığı düşünüldüğünde, kasko sigortası yaptırmanın gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Kasko sigortası; aracın yanması, çalınması, çalınmaya teşebbüs edilmesi, üçüncü kişilerin kötü niyet veya muziplikle yaptıkları hareketler ile kaza sonucunda oluşabilecek zararları güvence altına alan bir sigorta türüdür (TSB, 19.10.2017). Kasko sigortası zorunlu değil, isteğe bağlı olarak yaptırılmakta ve karşı aracın değil sigortalının aracının hasarlarını kısmen veya tamamen karşılamaktadır.

Bu araştırmanın amacı; Düzce ilinde kasko sigortası sahibi müşterilerin algıladıkları hizmet kalitesini tespit ederek, algılanan hizmet kalitesinin müşteri sadakati üzerindeki etkilerini incelemektir. Yapılacak araştırma sonucunda elde edilecek bulgular, müşterilerin hizmet kalitesi unsurlarından hangilerine daha fazla önem verdiğini ve bu unsurların müşteri sadakatine etkilerini ortaya koyacaktır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Hizmet Kalitesi

Bu bölümde kalite, hizmet, hizmet kalitesi ile algılanan hizmet kalitesi kavramlarına değinilmiş ve hizmet kalitesinin boyutları incelenmiştir.

2.1.1. Kalite, Hizmet, Hizmet Kalitesi ve Algılanan Hizmet Kalitesi

Bu araştırmada değinilecek ilk kavram, algılanan hizmet kalitesi kavramıdır. Bu kavramı daha iyi açıklayabilmek amacıyla öncelikle kalite, hizmet ve hizmet kalitesi kavramları açıklanmıştır.

Kalite: Kalite kavramını Crosby (1979), istenen özelliklere uygunluk olarak tanımlamıştır. Juran (1998) ise kalite kavramını iki anlamda tanımlamıştır. Birincisi; kalite, müşterinin ihtiyaçlarını karşılayan ve dolayısıyla müşteri memnuniyetini sağlayan ürünler anlamına gelir. İkincisi; kalite, eksikliklerin, yani tekrarlanan hataların veya saha arızaları, müşteri memnuniyetsizliği, müşteri talepleri vb. yeniden düzenlenmesi anlamına gelir (Juran, 1998: 2.1-2). Amerikan Kalite Topluluğu da teknik kullanımda kalitenin iki anlam ifade ettiğini belirtmiştir. İlki; belirtilen veya ima edilen ihtiyaçları karşılama yeteneğine sahip bir ürün veya hizmetin özellikleri, ikincisi de eksikliklerden arınmış bir ürün veya hizmettir (ASQ, 20.10.2017).

Hizmet: İnsanlar veya makineler tarafından sunulan, tüketicilere fayda sağlayan ve fiziki varlığı olmayan ürünlerdir (Üzerem, 1997: 34). Hizmeti Grönroos (1984), “üretim ile tüketimin eşzamanlı olarak gerçekleştiği bir faaliyet” olarak tanımlamıştır. Hizmetleri ürün/mamullerden ayıran özellikler ise; hizmetlerin değişken olması, bölünemez olması, dayanıksız olması ve soyut olmasıdır (Değermen, 2006: 7).

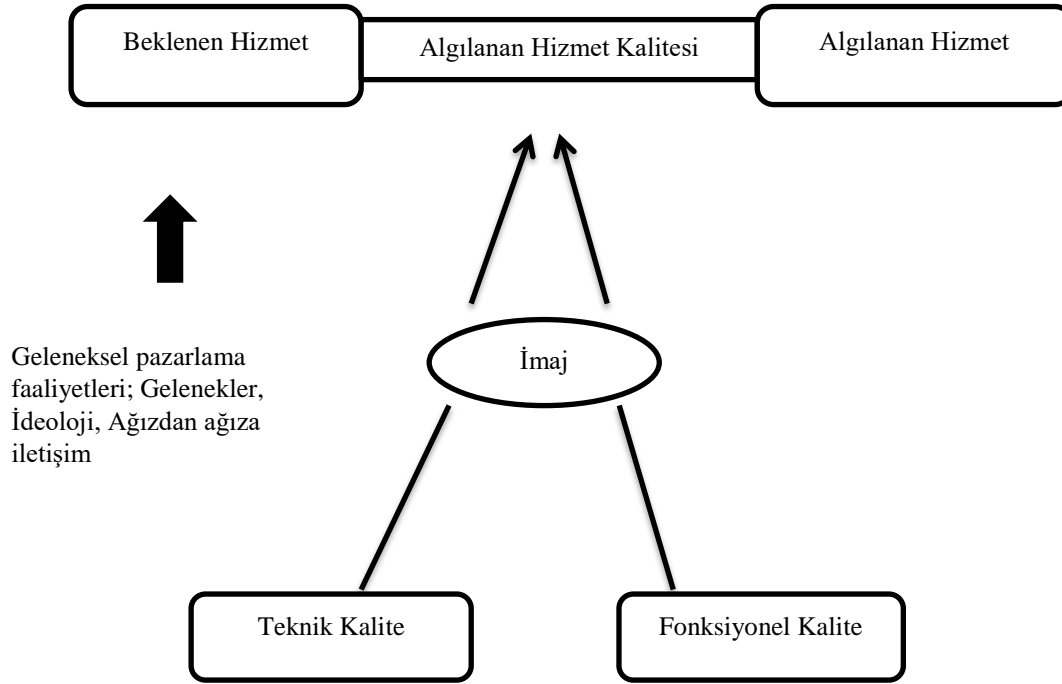
Hizmet Kalitesi; Bu kavramla ilgili literatürde çok fazla tanım bulunmakta olup, bunun sebebi kavramın çok boyutlu olmasıdır. Parasuraman (1988) hizmet kalitesini müşterilerin beledikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki fark olarak tanımlamıştır. Grönroos (1984) hizmet kalitesini teknik kalite ve fonksiyonel kalite olarak ikiye ayırmış: Teknik kalite müşterinin neyi aldığını, fonksiyonel kalite ise nasıl aldığı anlamına gelir şeklinde tanımlamıştır.

Algılanan Hizmet Kalitesi; Garvin’e (1987) göre algılanan kalitenin ana unsuru itibardır. Tüketiciler bir ürünü satın almadan önce, her zaman tam bilgiye sahip değildir. Bu gibi durumlarda reklamlar, marka ismi ve tanıtım gibi dolaylı bilgiler, markaların karşılaştırılması için tek çözüm olmaktadır (Garvin, 1987). Parasuraman (1988)’a göre algılanan hizmet kalitesi ise; müşterilerin bir hizmeti almadan önce kendilerinde oluşan beklenti ile onlara sunulan hizmetin karşılaştırılması sonucu elde edilen değerdir (Parasuraman, 1988).

2.1.2. Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri

Hizmet kalitesinin ölçülmesinde literatürde farklı modeller bulunmakta olup bu bölümde en geçerli olan 3 tanesi açıklanmıştır. Bunlar; Algılanan Hizmet Kalitesi (Grönroos) Ölçüm Modeli, Servqual Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli ve Servperf Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelidir.

Hizmet Kalitesinin ölçümüne ilişkin ilk model Grönroos tarafından 1984 yılında oluşturulmuştur (Bülbül & Demirer, 2008: 182). Grönroos (1984)'un modeline göre algılanan toplam kalite; beklenen kalite ile yaşanan kalite arasındaki farktır. Grönroos (1984) hizmet kalitesini; teknik kalite ve fonksiyonel kalite olarak ikiye ayırmıştır. Teknik kalite çekirdek hizmet veya hizmet sonucunun teslimi anlamına gelirken, Fonksiyonel kalite; hizmet sunumu süreci veya müşterinin hizmeti nasıl aldığı anlamına gelmektedir (Grönroos, 1984). Grönroos'un hizmet kalitesi ölçüm modeli Şekil 1'de gösterilmektedir.



Şekil 1: *Grönroos'un Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli*

Kaynak: Grönroos C. (1984), A Service Quality Model and its Marketing Implications, European Journal of Marketing, Vol:18, No:4, s:40.

Daha sonra Parasuraman vd. tarafından (1985) bu model geliştirilerek Servqual isimli hizmet kalitesi ölçüm modeli ortaya konmuştur. Bu model; beklenen hizmet kalitesi ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki farkı ölçmektedir. Beklenen hizmetin algılanan hizmetten düşük olması durumunda müşterinin tatmin olmayacağını, beklenen hizmet ile algılanan hizmetin eşit olması durumunda müşterinin tatmin olacağını ve algılanan hizmetin beklenen hizmetten büyük olması durumunda müşteri tatmin düzeyinin daha yüksek olacağını öne sürmüşlerdir. Model 1985 yılında ilk ortaya konduğunda beklentiler ve algıları ölçen 10 boyut ve 97 sorudan (Parasuraman vd. 1988) oluşmakta iken, yazarlar tarafından test edilerek 1988 yılında 5 boyut ve 22 sorudan oluşan ve günümüzde kullanılan model ortaya çıkarılmıştır.

Günümüzde kullanılan bu 5 boyut; fiziksel özellikler, güvenilirlik, yanıt verilebilirlik (heveslilik), güvence ve empatidir (Parasuraman vd., 1988).

Hizmet kalitesinin ölçümünde kullanılan üçüncü model Cronin ve Taylor (1992) tarafından ortaya konan Servperf modelidir. Bu model, Parasuraman vd. tarafından ortaya konan Servqual ölçeğinin hizmet kalitesini ölçmede yeterli olmadığı öne sürülerek (Bülbül, H. & Demirer, Ö., 2008: 183) ve bu ölçeğin içeriği kullanılarak oluşturulmuştur. Cronin ve Taylor (1992), Servqual ölçeğinde kullanılan, beklenen hizmet kalitesini ölçmenin doğru olmadığını çünkü tüketicilerin hizmeti almadan önce herhangi bir beklentiye girmeyeceklerini ve ne bekleyeceklerini bilmeyeceklerini öne sürmektedir. Oluşturdukları modelde beklentileri çıkararak sadece performansı değerlendirmişlerdir. Ayrıca Cronin ve Taylor (1992) ölçekler arasındaki bir diğer farkın da boyutlar olduğunu, Servperf modelinin Servqual modeli gibi beş boyuttan değil sadece tek boyuttan oluştuğunu savunmuşlardır.

2.1.3. Hizmet Kalitesi Boyutları

Günümüz hizmet işletmeleri, pazarda güçlü bir yer elde etmek amacıyla daha yüksek düzeyde kaliteli hizmet sunmaya yönelik stratejiler geliştirmeye çalışmaktadır. Pazarlamacılar açısından oldukça önemli olan hizmet kalitesi, hizmet sektörünün ekonomiler içindeki payı yükseldikçe daha da önemli bir hale gelmektedir.

Toplumda genel olarak kaliteye karşı ilginin artmasında rol oynayan faktörlerin başında tüketici bilinci ve beklentisindeki değişiklikler gelirken, bu ilgi artışı; teknolojik değişiklikler ve rekabet ortamındaki değişimlerden kaynaklanmaktadır. Kalite çeşitli yazarlarca çok boyutlu bir kavram olarak kabul edilmiş ve farklı şekillerde sınıflandırılmıştır. Bunlardan bazıları Tablo 1’de gösterilmektedir;

Tablo 1: *Hizmet Kalitesi Boyutlarına İlişkin Görüşler*

Grönroos (1984)	1-Teknik Kalite 2-Fonksiyonel Kalite
Parasuraman vd. (1985)	1-Maddi değerler(tangibles) 2-Güvenilirlik(reliability) 3-Cevap verme(responsiveness) 4-İletişim(communication) 5-Güvenlik(security) 6-Yeterlilik(competence) 7-Nezaket(courtesy) 8-Müşteriyi anlama/bilme (understanding/knowing the customer) 9-Erişime açık olma(Access) 10- Güvenilirlik (credibility)
Garvin (1984), What Does ‘Product Quality’ Really Mean?, Akt: Garvin (1987)	1-Performans 2-Özellikler 3-Uyumluluk 4-Güvenilirlik 5-Dayanıklılık 6-Kullanılabilirlik 7-Algılanan kalite 8-Estetik
Chakrapani (1998)	1-Güvenilirlik(desteklemek) 2-Beklentileri aşmak
Evans & Lindsay (1999)	1-Zaman, 2-Vakitlilik, 3-Tamlık, 4-Nezaket, 5-Tutarlılık, 6-Erişilebilirlik, 7-Doğruluk 8- Heveslilik

Literatürde en çok kullanılan modellerden biri olan Servqual hizmet kalitesi ölçüm modelinde ise konu 5 boyutta ele alınmaktadır. Bu boyutlar (Parasuraman vd., 1988: 23);

- **Fiziksel Özellikler:** Şirketin hangi teçhizatları kullandığı, şirketin dış ve iç görünüşünün görsel çekiciliği, şirket çalışanlarının giyim-kuşamları ve şirkette hizmete eşlik eden malzemeler (katalog, kitapçık vs.) olarak sıralanabilir.
- **Güvenilirlik:** Şirketlerin verdikleri sözleri zamanında yerine getirmesi, hizmeti ilk seferde ve doğru sunması, söz verdiği zamanda söz verdiği hizmeti yerine getirebilmesi ve hatasız kayıt tutması olarak sıralanabilir.
- **Yanıt verilebilirlik (heveslilik):** Şirket çalışan ve yöneticilerinin müşterilere net olarak hizmetin ne zaman yerine getirileceğini söylemesi, müşterilere hızlı hizmet verilmesi, çalışan ve yöneticilerin müşterilere hizmet vermeye ve yardım etmeye hevesli olması ile çalışanların müşterilerin isteklerine yanıt veremeyecek kadar meşgul olmaması olarak sıralanabilir.
- **Güvence:** Şirket çalışan ve yöneticilerinin müşterilerde güven duygusu uyandırması, müşterilerin hizmet süresinde kendilerini güvende hissetmesi, çalışan ve yöneticilerin hizmeti gerçekleştirebilmek ve müşterilerin sorularını cevaplayabilmek için gerekli bilgi ve beceriye sahip olması olarak sıralanabilir.
- **Empati:** Şirketin müşterilerine bireysel ilgi göstermesi, şirketin çalışma saatlerinin müşteriler için uygun olması, şirketin ve çalışanların müşteriye ve ihtiyaçlarını anlamak için özen göstermesi ile şirket çalışanlarının müşterilerin ihtiyaçlarından anlaması olarak sıralanabilir.

2.2. Müşteri Sadakati

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle müşteri sadakati kavramı tanımlanacak ve müşteri sadakatının öneminden bahsedilecek, sonrasında müşteri sadakat türleri ile düzeyleri ele alınacaktır.

2.2.1. Müşteri Sadakati Kavramı ve Önemi

Müşteri sadakati; bireylerin göreceli tutumu ile tekrar satın alma davranışları arasındaki ilişkinin gücüdür (Basu & Dick, 1994: 99).

Müşteri Sadakati; bazı yazarlarca müşterilerin, ihtiyaçlarını çözmek için başka bir hizmet/ürün veya marka araştırmadan, sürekli aynı ürün/hizmet veya markayı tercih etmesi

(Hırlak vd., 2017: 121, Aktepe vd., 2009) olarak tanımlamış, Oyman (2002: 170) tarafından ise; müşterinin bir işletme veya markaya duyduğu bağlılık olarak tanımlamıştır.

Müşteri sadakatının önemi konusu, müşteriler için ve işletmeler için ayrı ayrı ele alınmıştır. Müşteri sadakatının işletmeler açısından önemi; sadık müşterilerin fiyat artışına duyarlılığı daha azdır, sadık müşteriler daha sık alışveriş yaparlar, sadık müşterileri elde tutma maliyeti yeni müşteri kazanmaktan daha düşüktür, sadık müşteriler daha fazla kar getirir, sadık müşteriler daha pahalı ya da gelişmiş tür ve modelleri seçerler (Çağlı, 2002: 103).

Müşteri sadakatının müşteriler açısından önemi; müşteri sorunlarının daha hızlı ve kolay bir şekilde çözülmesini sağlar, müşterinin talep ve ihtiyaçlarının doğru algılanmasını sağlar, müşteride güven duygusunu geliştirerek daha rahat alışveriş yapmasını sağlar, müşterilerin işletme için değerli ve önemli olduklarını düşünmelerini sağlar (Şener, 2013).

2.2.2. Müşteri Sadakati Türleri

Müşteri sadakati türleri üç alt başlık içinde incelenmiştir. Bunlar; davranışsal sadakat, tutumsal sadakat ve karma (bilişsel) sadakattir. Davranışsal sadakat; müşterilerin tekrar satın alma davranışlarına dayanmaktadır. Bu sadakat türünde önemli olan satın alma niyeti geliştirmek ve tekrar satın almaktır (Altıntaş, 2000: 32). Tutumsal Sadakat; bu sadakat türünde müşteri sadece satın alma eylemi ile kalmaz aynı zamanda uzun dönemli ve yüksek talepli bağlılığı vardır (Yıldırım, 2005: 15). Tutum, tüketicinin hizmete olumlu eğilim gösterme derecesidir. Bu sadakat türünde duygusal bir içerik, bağlılık ve güven bulunmaktadır (Dursun, 2011: 102). Bu da bir anlamda işletmenin ücretsiz reklamının yapılmasını sağlamaktadır.

Karma (bilişsel) sadakat; bu sadakat türü ilk iki sadakat türünün bir karışımı olup, sadakat kavramını: satın alma sıklığına, miktarına, zamanına, ürün tercihlerine ve marka değiştirme eğilimine göre açıklamaktadır (Değermen, 2006: 79). Karma sadakat türünün kullanılması işletmeler açısından müşteri sadakatının sağlanmasını büyük oranda artırmaktadır.

2.2.3. Müşteri Sadakat Düzeyleri

Basu ve Dick (1994) müşteri sadakat düzeylerini dört grupta ele almışlardır. Bu gruplar; sadakatsizlik, sahte sadakat, gizli sadakat ve mutlak sadakattir. Sadakatsizlik; bu gruptaki müşterilerin aynı ürün veya hizmeti tekrar satın alma niyetleri yoktur. Farklı pazar koşullarının bulunduğu durumlarda bu tarz bir sadakat düzeyi oluşmaktadır (Değermen, 2006: 80).

Sahte sadakat; bu müşteriler markaya duygusal olarak bağlı kalmaları da sıklıkla alışveriş yaparlar. Bu alışverişler; firmanın sağladığı finansal teşvikler ve kolaylıklar, alışılacalmış satın alma ve alternatiflerinin yokluğu gibi sebeplerle ve bunlarla bağlantılı faktörlerle açıklanabilir (Baloglu, 2002: 48-49).

Gizli sadakat; bu düzeydeki müşterilerde şirkete karşı güçlü bir tutum varken, satın alma oranı düşüktür. Satın alma oranının düşük olması; müşterinin yeterli kaynağı olmamasından veya şirketin fiyat, erişilebilirlik ya da dağıtım stratejisinin yetersizliği gibi sebeplerden kaynaklanabilir (Baloglu, 2002: 48). Mutlak sadakat; bu düzeydeki müşterilerde hem tekrar satın alma davranışı hem de nispi tutum yüksek düzeydedir (Basu & Dick, 1994: 99). Bu müşteriler genellikle belirli bir firmadan alışveriş yapmakta ve diğer tekliflere karşı savunmadadır (Okumuş & Temizerler, 2006: 48).

3. METODOLOJİ

3.1. Yöntem

Araştırma yöntemi olarak elde edilmesi gereken veriler ve kavramsal açıdan nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Bu bölümde araştırma evren ve örnekleme, veri toplama tekniği, araştırmada kullanılan ölçekler, araştırma modeli ve hipotezler ile araştırma sınırlılıkları konusunda bilgiler verilecektir.

3.1.1. Evren ve Örneklem

Araştırma kapsamında Düzce İli merkezinde kasko sigortası alımında, algılanan hizmet kalitesinin müşteri sadakati üzerindeki etkileri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma evreninin tamamına ulaşmanın zor veya evrenin tam olarak hesaplanamadığı durumlarda, evreni temsil edebilecek nitelikte örneklem alma yoluna gidilmektedir. Araştırma evreninin belirlenemediği durumlarda genel kural olarak; minimum gözlem/değişken sayısının 5 katından fazla olması kuralı uygulanmıştır. Genel kabul gören değişken/gözlem oranının en az 1/3, 1/4 veya 1/5 oranında ideal ölçüleri temsil ettiği belirtilmektedir (Nakip, 2003). Araştırmada kullanılan hizmet kalitesi ölçeği 22 ifadeden, müşteri sadakati ölçeği ise 5 ifadeden oluşmaktadır. Buna göre; ihtiyaç duyulan gözlem sayısı 27*5 üzerinden 135 olarak hesaplanmıştır. Araştırma kapsamında Düzce ili merkezinde kasko sigortası sahibi bireylerden 147 adet anket toplanmış, bunlardan 7 tanesi eksik veriler olması gerekçesiyle çıkarılmış ve kalan 140 anket üzerinden araştırma analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, bireylerin değişkenlere yönelik algıları hakkındaki genel eğilimlerinin ortaya çıkarılması planlanmaktadır.

3.1.2. Veri Toplama Tekniği

Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Anket en genel tanımıyla; cevaplayıcının önceden belirlenmiş bir sıralama ve yapıda oluşturulan sorulara cevap vermesiyle veri elde etme yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Altunışık vd., 2007: 68). Anket tekniğinin tercih edilme sebebi; diğer veri toplama tekniklerine göre farklı bölgelerden daha büyük gruplara hızla uygulama olanağının olması ve maliyetinin düşük olmasıdır (Büyüköztürk vd., 2012: 124).

Katılımcılar ile ilgili demografik özellikleri belirlemek için kategorik ölçekler kullanılırken, hizmet kalitesi ve müşteri sadakati değişkenleri ile ilgili özellikleri belirlemek amacıyla aralık ölçeği (5 aşamalı likert) kullanılmıştır. Anketler katılımcılara yüz yüze uygulanmıştır. Anketlerin dağıtılma ve toplanma süreci 04/12/2017 – 08/12/2017 tarihleri arasında gerçekleşmiştir.

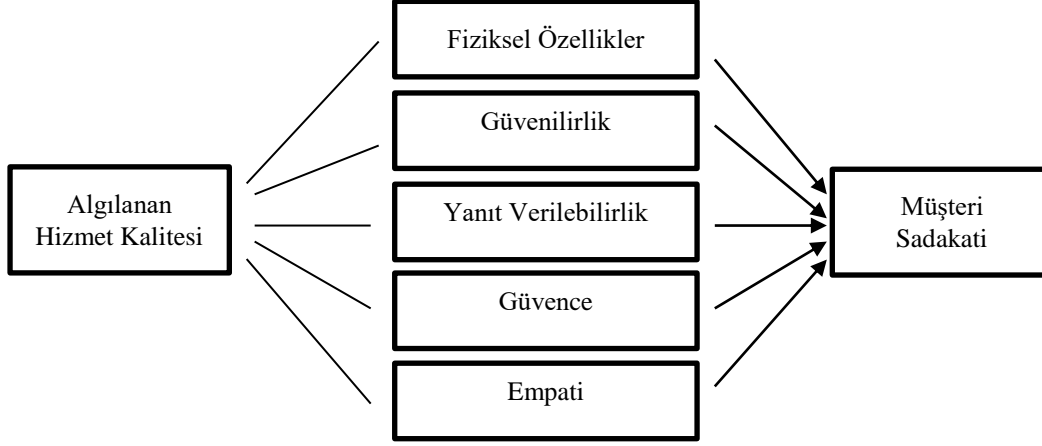
3.1.3. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Hizmet Kalitesi Ölçeği: Parasuraman vd. (1988) tarafından geliştirilen Hizmet Kalitesi ölçeğinin Türkçeye uyarlanması, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri Bülbül ve Demirel (2008) tarafından gerçekleştirilmiştir. Orijinali 22 madde ve beş boyuttan oluşan ölçek, araştırmacılar tarafından değiştirilmeden beş boyutta 22 ifade ile yapısal geçerliliği sağlayacak şekilde düzenlenmiştir. Ayrıca Türkçeye uyarlanmış ölçekte güvenilirlik analizlerinde Cronbach Alfa katsayısı, 0.811 ile 0.881 arasında değişmektedir ki bu oranlar ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Müşteri Sadakati: Tan vd. (2016) tarafından geliştirilmiş olan müşteri sadakati ölçeğinin, güvenilirlik ve geçerlilik analizi yazarlarca yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik analizlerinde Cronbach Alfa katsayısı 0.703 olarak tespit edilmiş ve tek boyutlu olarak ölçümlenmiştir.

3.1.4. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Literatür araştırması dikkate alınarak oluşturulan araştırma modeli; öncelikle hizmet kalitesi ve müşteri sadakati olmak üzere iki temel değişken ve beş alt boyut olarak kurgulanmıştır. Araştırma modeli ile ilgili ayrıntılar Şekil 2’de sunulmaktadır.

Şekil 2: *Araştırma Modeli*

Şekil 2'deki model dikkate alınarak araştırma hipotezleri oluşturulmuştur. Öncelikle hizmet kalitesi boyutları ile müşteri sadakati arasındaki ilişkiler kurgulanmıştır. Buna bağlı olarak müşterilerin kasko sigortası satın almak için gittikleri işletmelerde; işletmenin fiziksel ortamının, ekipmanının ve personelinin görünüşünün insanlar üzerinde olumlu bir etki yaratacağı ve sadakati artıracacağı düşünülmektedir,

H1: Firmanın fiziksel özellikleri, müşteri sadakatini pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

Günümüz hizmet işletmelerinde müşterilerin en fazla önem verdiği özelliklerden biri güvenilirliktir. Hizmetler, ürünler gibi somut olmadığından, kullanıldığında veya satın alındığında müşterilerde yarattığı etkinin önemi yüksektir. Bu esaslarla yola çıkıldığında kasko sigortası satın alınan işletmelerden alınan hizmetlerin; zamanında, doğru bir şekilde ve güvenilir olarak alınmasının, insanlar üzerinde olumlu bir etki yaratıp sadakati artıracacağı düşünülmektedir.

H2: Firmanın güvenilir olması, müşteri sadakatini pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

Kasko sigortası insanların zor anlarında kullanacağı bir hizmet türüdür. Yolda aracı bozulan veya kaza yapan bir müşterinin o an isteyeceği şey hızlı bir şekilde hizmet almak ve firmanın kendilerine yardım etmeye hevesli olmasıdır. Buradan hareketle; personelin/yöneticilerin müşterilere yardım etme isteği ve hızlı bir şekilde hizmet sunmasının müşteri sadakatini artıracacağı düşünülmektedir.

H3: Firma çalışan ve yöneticilerinin, müşterilerin ihtiyaç ve sorularını yanıtlayabilmesi ile hızlı şekilde hizmet sunması müşteri sadakatini pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

İnsanlar bir işletmeden hizmet alırken karşılarındaki personelin/yöneticinin tavırları o anda satın alıp-alınamama davranışını, hizmeti satın aldıktan sonra da; bir sorunla karşılaşımüracaat ettiklerinde gördükleri muamele, o işletme ile tekrar iş yapıp yapmama davranışlarında yüksek bir etkiye sahip olacaktır. Bu itibarla; firma çalışan ve yöneticilerinin bilgi düzeyleri, nezaketleri ve müşterilere güven vermelerinin, müşteri sadakatini artıracığı düşünülmektedir.

H4: Firmanın müşterilerine güvence vermesi müşteri sadakatini pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

Globalleşen dünya ve her alanda sürekli artan rekabet, işletmeleri kişiye özel hizmetler vermeye ve müşteriler ile daha fazla ilgilenmeye mecbur etmektedir. Firmalar ve çalışanlar günden güne müşterileri elde tutmak adına onların ihtiyaçlarını anlayarak, bireysel özen göstermenin ne denli önemli olduğunun farkına daha fazla varmaktadır. Bu sebeplerle; firmanın ve çalışanların müşterilerine sunduğu özen ve kişiye özel dikkatin, müşteri sadakatini artıracığı düşünülmektedir.

H5: Firma yöneticileri ve çalışanların kendilerini müşterilerinin yerine koyabilmesi/empati yapabilmesi müşteri sadakatini pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

Yukarıda kurulan hipotezler ile birlikte çalışmada demografik özelliklerle bağlantılı bazı alt amaçlar belirlenmiştir. Bu amaçlar doğrultusunda geliştirilen iddialar;

- ✓ Müşteri sadakati algısı cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir.
- ✓ Müşteri sadakati algısı medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermektedir.
- ✓ Müşteri sadakati algısı kullanılan aracı, başkasının kullanıp kullanmaması durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.
- ✓ Müşteri sadakati algısı daha önce maddi hasarlı kaza geçirip/geçirmeme durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.
- ✓ Müşteri sadakati algısı yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir.
- ✓ Müşteri sadakati algısı eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.
- ✓ Müşteri sadakati algısı aylık ortalama gelire göre anlamlı farklılık göstermektedir.

- ✓ Müşteri sadakati algısı kaç yıldır araç kullanıldığına göre anlamlı farklılık göstermektedir, şeklinde belirlenmiş ve Anova ve t-testi analizleri ile iddialar doğrulanmaya çalışılmıştır.

3.1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Yürütülen araştırmanın kapsam, içerik ve metodolojik açıdan birtakım sınırlılıkları bulunmaktadır. Kapsam ve içerik açısından; Parasuraman vd. (1988) tarafından ortaya koyulan Servqual ölçeği beklentiler ve algıları ölçüp beraber değerlendirmesine rağmen bu çalışma algılanan hizmet kalitesinin müşteri sadakati üzerindeki etkilerini ölçmek için yapıldığından, sadece algılar ölçülmüştür. Ayrıca müşteri sadakati tek boyutlu olarak ele alınmış ve sadakat ile yakından ilgili olan müşteri tatmini konusu da değerlendirmeye alınmamıştır.

Metodolojik açıdan ise; araştırmada Düzce ili merkezindeki bireylerin kasko sigortası alımında algılanan hizmet kalitesinin müşteri sadakatine etkisi ölçülmeye çalışılmış, diğer şehir veya bölgelerdeki bireylerin bakış açıları yansıtılmamıştır. Bu durumlar araştırmanın sınırlılıkları olarak değerlendirilmektedir.

4. BULGULAR

Hipotezlerin test edilmesi aşamasında karşımıza parametrik ve nonparametrik analizler olarak iki seçenek çıkmaktadır. Merkezi limit teoremine göre anakütle dağılımları ne olursa olsun, örnek hacimleri yeteri kadar büyükse ($n \geq 30$) örnek ortalamaların örnekleme dağılımları, normal dağılıma uymaktadır (Ak, 2010: 73, Lumley vd., 2002: 154). Barrett ve Goldsmith (1976) ise örnek hacminin 40'dan büyük olduğu durumlarda örnek ortalamaların örnekleme dağılımlarının normal dağılıma uyacağını belirtmektedir. Buna göre hipotezler parametrik analiz yöntemleri ile test edilmiştir.

Bu doğrultuda elde edilen veri seti SPSS 21 paket programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Bulgular, katılımcılar ile ilgili demografik özelliklerin incelendiği betimsel analizlerle ve sonrasında çoklu doğrusal regresyon analizleri ile incelenecektir.

4.1. Demografik Bulgular

Araştırma sürecine sadece kasko sigortası sahibi bireyler dahil edilmiş ve katılımcıların önemli bir kısmı (%72,9) lisans mezunu olurken, aylık gelir düzeyleri de 1.501-3.500 TL aralığında (%47,9) bulunmuştur. Katılımcıların önemli bir çoğunluğu (%70) erkek ve evli (%72,1) olmakla birlikte yaş ortalamaları değişkenlik göstermektedir (%25'i 18-31 yaş aralığında, %37,9'u 32-38 yaş aralığında, %24,3'si 39-45 yaş aralığında ve %12,9'u da 46 yaş

ve üzeri). Katılımcıların, %23,6'sı 5 yıl ve altı, %44,3'ü 6-10 yıldır, %20,7'si 11-15 yıldır, %6,4'ü 16-20 yıldır ve %5'i de 20 yıl ve üstü süredir araç kullanmakta olup, çoğunluğu (%54,3) daha önce kaza geçirmiştir. Katılımcıların %37,9'u da aracınızı sizden başkası kullanıyor mu sorusuna evet yanıtını verirken, %62,1'i hayır yanıtını vermiştir.

Tablo 2: *Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri*

Demografik Özellikler	Katılımcı Sayısı (N)	Yüzde (%)	Demografik Özellikler	Katılımcı Sayısı (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet			Medeni Durum		
Erkek	98	70	Evli	101	72,1
Kadın	42	30	Bekar	39	27,9
Toplam	140	100	Toplam	140	100
Aracı Başkasının Kullanması			Daha Önce Maddi Hasarlı Kaza Geçirme		
Evet	53	37,9	Evet	76	54,3
Hayır	87	62,1	Hayır	64	45,7
Toplam	140	100	Toplam	140	100
Yaş			Eğitim Durumu		
18-31	35	25,0	Lise Mezunu	17	12,1
32-38	53	37,9	Üniversite Mezunu	102	72,9
39-45	34	24,2	Yüksek Lisans/ Doktora Mezunu	21	15,0
46 ve üzeri	18	12,9			
Toplam	140	100	Toplam	140	100
Aylık Ortalama Gelir			Araç Kullanım Süresi		
1501-3500 TL	67	47,9	5 ve altı	33	23,6
3501-4500 TL	60	42,9	6-10 yıl	62	44,3
4500 TL ve üstü	13	9,3	11-15 yıl	29	20,7
			16 ve üstü	16	11,4
Toplam	140	100	Toplam	140	100

4.2. Betimleyici İstatistikler

Elde edilen değişkenlerle ilgili betimleyici istatistikler değerlendirilmiştir. Her bir değişkene ait ortalama, standart sapma, güvenilirlik katsayıları, soru sayıları ve kullanılan ölçek düzeyleri ile ilgili sonuçlar tablo 3'de sunulmaktadır.

Tablo 3: *Değişkenler İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler*

Yapılar	Ortalama	Standart Sapma	Soru Sayısı	Güvenilirlik Katsayısı	Ölçek Düzeyi
*1-Fiziksel Özellikler	3,83	,77	4	,93	5
*2-Güvenilirlik	4,09	,74	5	,92	5
*3-Yanıt Verilebilirlik	3,90	,71	4	,87	5
*4-Güvence	4,06	,68	4	,90	5
*5-Empati	3,85	,71	5	,93	5
Müşteri Sadakati	3,76	,89	5	,96	5

***Algılanan Hizmet Kalitesi Boyutları**

Değişkenlere yönelik tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde katılımcıların fiziksel özellikler boyutuna yönelik algısının orta düzeyde (Ort: 3,83), güvenilirlik boyutuna yönelik algısının yüksek düzeyde (Ort: 4,09), yanıt verilebilirlik boyutuna ilişkin algısının orta düzeyde (Ort:3,90), güvence boyutuna yönelik algısının yüksek düzeyde (Ort: 4,06) ve empati boyutuna yönelik algısının orta düzeyde (Ort: 3,85) olması önemli bir bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte katılımcıların müşteri sadakati algısının da (Ort: 3,76) orta düzeyde olduğunu belirtebiliriz. Ayrıca Kayış'ın (2010) belirttiği α değerlerine göre değişkenlere yönelik güvenilirlik katsayılarının oldukça güvenilir olduğunu söyleyebiliriz.

4.3. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Bulguları

Bu kısımda araştırmanın değişkenleri arasındaki etkileşimleri belirlemeye ve hipotezleri test etmeye yönelik çoklu regresyon analizi bulguları paylaşılmaktadır. Regresyon analizi yapabilmek için gerekli koşullardan biri olan normal dağılım şartının sağlandığını bulgular kısmının başında belirtmiştik. Bununla beraber otokorelasyonu test etmek amacıyla elde edilen Durbin Watson değerleri ise regresyon analizinin diğer bir varsayımı olan otokorelasyonun olmadığını ortaya koymaktadır (Küçüksille, 2010).

Ortaya koyulan araştırma modelinin test edilmesi haricinde bağımsız değişkenlerin birlikte bağımlı değişken olan müşteri sadakati üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 4: Müşteri Sadakati - Algılanan Hizmet Kalitesi Boyutları Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	Standart Hata _B	β	t	P	İkili r	Kısmi r	Tol.	VIF
(Sabit)	-,165	,350	-	-,470	,639	-	-		
Fiziksel Özellikler	-,012	,076	-,010	-,153	,879	,257	-,013	,740	1,352
Güvenilirlik	,351	,117	,294	3,007	,003	,681	,251	,346	2,893
Yanıt Verilebilirlik	,363	,148	,291	2,456	,015	,708	,207	,235	4,259
Empati	,290	,131	,232	2,219	,028	,656	,188	,302	3,312
R=0,745, R ² =0,555, F=42,137, p=0,000, Durbin-Watson=2,032									

Yordayıcı değişkenin boyutları ile bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyonlar incelendiğinde; fiziksel özellikler ile müşteri sadakati arasında negatif ve düşük düzeyde bir ilişkinin (r=,257) olduğu, güvenilirlik ile müşteri sadakati arasında pozitif ve yüksek düzeyde bir ilişkinin (r=,681) olduğu, yanıt verilebilirlik ile müşteri sadakati arasında

pozitif ve yüksek bir ilişkinin ($r=,708$) olduğu, empati ile müşteri sadakati arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişkinin ($r=,656$) olduğu görülmektedir.

Bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantılılığın olmaması adına VIF değerleri arasında 10'dan yüksek, tolerance değerleri arasında 0,20'den düşük bir değer olmaması gerekmektedir. Çalışmada VIF değerleri arasında 10'dan yüksek bir değer çıkmamış, tolerance değerleri arasında ise güvence boyutu, tolerance değerinin 0,192 çıkması üzerine analize dahil edilmemiştir. Ayrıca Durbin–Watson katsayısı (2,032) bağımsız değişkenler ile hata terimleri arasında sorunlu bir ilişkinin olmadığını göstermektedir.

Tablodaki bulgulara göre bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama düzeyi istatistiki açıdan anlamlıdır ($R^2= ,555$, $F= 42,137$, $p= ,000$). Standardize edilmiş regresyon katsayılarına (β) göre, değişkenlerin müşteri sadakati üzerindeki göreceli önem sırası; güvenilirlik, yanıt verilebilirlik, empati ve fiziksel özellikler şeklindedir.

Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise; güvenilirlik, empati ve yanıt verilebilirliğin müşteri sadakati üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu, fiziksel özelliklerin ise müşteri sadakati üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir.

4.4. Farklılığa Yönelik Bulgular

Bu kısımda müşteri sadakati algısının aşağıda belirtilen demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemeye yönelik t-testi ve Anova analizi sonuçları paylaşılmaktadır.

Tablo 5: *Müşteri Sadakatine Yönelik t-testi Analiz Bulguları*

Cinsiyet	A.O.	S.S.	t	p
Kadın	3,78	,96	,422	,674
Erkek	3,71	,69		
Medeni Durum	A.O.	S.S.	t	p
Evli	3,81	,92	-1,221	,224
Bekar	3,61	,77		
Daha Önce Kaza Geçirme	A.O.	S.S.	t	p
Evet	3,75	1,02	-,072	,943
Hayır	3,76	,70		
Aracı Başkasının Kullanması	A.O.	S.S.	t	p
Evet	3,71	,95	-,514	,608
Hayır	3,79	,85		

Müşteri sadakati algısının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğinin test edildiği analizde, erkek katılımcılar (A.O. = 3,78) ile kadın katılımcılar (A.O. = 3,71) arasında %95 anlamlılık düzeyine göre önemli bir farklılık bulunmamaktadır ($t = ,422$ ve $p = ,674 > .05$). Müşteri sadakati algısının medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğinin test edildiği analizde, evli katılımcılar (A.O. = 3,81) ile bekâr katılımcılar (A.O. = 3,61) arasında %95 anlamlılık düzeyine göre önemli bir farklılık bulunmamaktadır ($t = -1,221$ ve $p = ,224 > .05$). Müşteri sadakati algısının daha önce kaza geçirme durumuna göre farklılık gösterip göstermediğinin test edildiği analizde, kaza geçiren katılımcılar (A.O. = 3,75) ile kaza geçirmeyen katılımcılar (A.O. = 3,76) arasında %95 anlamlılık düzeyine göre önemli bir farklılık bulunmamaktadır ($t = -,072$ ve $p = ,943 > .05$). Müşteri sadakati algısının aracı başkasının kullanması duruma göre farklılık gösterip göstermediğinin test edildiği analizde, kullandığını söyleyen katılımcılar (A.O. = 3,71) ile kullanmadığını söyleyen katılımcılar (A.O. = 3,79) arasında %95 anlamlılık düzeyine göre önemli bir farklılık bulunmamaktadır ($t = -,514$ ve $p = ,608 > .05$).

Tablo 6: *Müşteri Sadakati Algısına Yönelik Anova Analizi Bulguları*

Yaş	n	A.O.	S.S.	ANOVA	
				F	p
18-31	35	3,51	,83	1,381	,251
32-38	53	3,79	,88		
39-45	34	3,92	,89		
46 ve üzeri	18	3,83	,95		
Aylık Gelir Düzeyi	n	A.O.	S.S.	ANOVA	
				F	p
1501-3500 TL	67	3,73	,87	1,515	,224
3501-4500 TL	60	3,71	,92		
4500 TL ve üstü	13	4,16	,73		
Eğitim Durumu	n	A.O.	S.S.	ANOVA	
				F	p
Lise	17	4,05	1,06	1,619	,202
Üniversite	102	3,68	,85		
Yüksek Lisans/ Doktora	21	3,90	,85		
Araç Kullanım Süresi	n	A.O.	S.S.	ANOVA	
				F	p
5 ve altı	33	3,49	,73	2,023	,114
6-10 yıl	62	3,74	,96		
11-15 yıl	29	4,01	,76		
16 ve üstü	16	3,92	,98		

Analiz bulgularına bakıldığında, katılımcıların müşteri sadakati algıları yaş düzeylerine göre ($F = 1,381$, $p = ,251 > ,05$), eğitim düzeylerine göre ($F = 1,619$, $p = ,202 >$

,05), aylık gelir durumlarına göre ($F = 1,515, p = ,224 > ,05$) ve araç kullanım sürelerine göre ($F = 2,023, p = ,114 > ,05$) anlamlı farklılıklar göstermemektedir.

5. SONUÇ

Algılanan hizmet kalitesi kısaca, müşterilerin satın aldıkları bir ürün veya hizmetin kullanımını sonucu onlarda bıraktığı intibadır. Müşteri sadakati ise; müşterilerin satın aldıkları bir ürün veya hizmeti tekrar satın alma niyetleri ve eylemleridir. Bu çalışmada; işletmeler açısından yeni müşteriler kazanmak sadık müşterileri elde tutmaktan daha maliyetli olduğundan, yani sadık müşterilerin daha karlı olduğundan yola çıkılarak, kasko sigortası satışı yapan işletmelerde müşteri sadakatinin sağlanması için algılanan hizmet kalitesi boyutlarından hangilerinin ne ölçüde önemli olduğu ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Literatür taraması sonucunda algılanan hizmet kalitesinin müşteri sadakati üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik birçok çalışma olduğu fakat kasko sigorta işletmeleri üzerine bir çalışma yapılmadığı tespit edilmiştir. Bu amaçlarla yola çıkılan çalışmada, algılanan hizmet kalitesi boyutları; fiziksel özellikler, güvenilirlik, yanıt verilebilirlik, güvence ve empati ile müşteri sadakati arasındaki ilişkinin yönü ve düzeyi belirlenmeye çalışılmış, ayrıca alt amaç olarak müşterilerin bazı demografik değişkeleri ile sadakatleri arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre algılanan hizmet kalitesi boyutlarından güvenilirliğin, kasko sigorta işletmelerinde müşteri sadakati üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu, sadakati belirleyen en önemli unsur olduğu tespit edilmiştir. Anket verilerinin toplanması aşamasında; katılımcıların çoğunun kasko sigortası alım işlemlerini -güvene dayalı olarak- kitle iletişim araçları ile yürüttüğü, bazılarının işletmenin fiziki ortamını hiç görmediği anlaşılmıştır. Bu işletmelerin müşteri ilişkilerine daha çok önem vererek, daha fazla sadık müşteri oluşturma potansiyeline sahip olduğu düşünülmektedir. Bu itibarla; H2 hipotezi kabul edilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre en önemli ikinci etkiye sahip boyutun yanıt verilebilirlik olduğu, yanıt verilebilirlik özelliğinin müşteri sadakati üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiş, H3 hipotezi kabul edilmiştir. Verilerin toplanması aşamasında; katılımcıların yarıdan fazlasının (%54,3) daha önce kaza geçirdiği, birkaçı hariç bu kazaların ufak hasarlı ve sorun yaşamadan kasko şirketinden hızlı bir şekilde hizmet alarak sorunlarının çözüldüğü kanısına varılmıştır. Büyük hasarlı kaza geçirenlerin (özellikle araç pert işlemleri yapılacakları) ise; işlemlerinin yavaş ilerlediği, muhatap bulmakta zorluk yaşadıkları ve sonraki satın alımlarında aynı firmayı tercih etmedikleri/etmeyecekleri anlaşılmıştır. Şirketlerin müşterilerini elden kaçırmamak adına büyük hasarlı kaza işlemlerini daha özverili ve hızlı bir şekilde yapmasının müşteri kayıplarını önleyeceği düşünülmektedir.

Araştırmada en önemli üçüncü etkiye sahip boyutun empati olduğu, empatinin yanıt verilebilirlik üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiş, H5 hipotezi kabul edilmiştir. Hizmet sektöründe giderek artan rekabet, işletmeleri kişiye özel hizmetler vermeye ve müşterilere özen göstermeye zorlamaktadır. İşletmelerde müşterileri elde tutmak adına, onların ihtiyaçlarını anlayarak, bireysel özen göstermeye daha fazla dikkat etmelidir.

Araştırma bulgularına göre fiziksel özellikler boyutunun kasko sigorta işletmelerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir. İşletmelerin fiziksel ortama yatırım yapmaktan ziyade; güvenilirlik, yanıt verilebilirlik ve empati boyutlarına yatırım yaparak daha fazla kar elde edebileceği düşünülmektedir.

Algılanan hizmet kalitesi boyutlarından güvence ise araştırma bulgularına göre gerekli değerli taşımadığı için analize dahil edilmemiştir.

Araştırmada demografik özelliklerin müşteri sadakati üzerinde anlamlı farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla; cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, aylık gelir düzeyi, daha önce maddi hasarlı kaza geçirip geçirilmediği, aracı başkasının kullanıp kullanmadığı ve kaç yıldır araç kullanıldığı soruları sorulmuştur. Elde edilen verilere göre yapılan t-testi ve Anova analizi sonuçlarına demografik özelliklerden hiçbirinin müşteri sadakati üzerinde anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

İleride müşteri sadakatının diğer belirleyicileri, sadakati artıran ve azaltan hususlar üzerine çalışılabilir.

KAYNAKÇA

Ak, B. (2010). Parametrik Hipotez Testleri, Ş. Kalaycı (Der.), SPPS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri (5. Baskı). Ankara: Asil.

Aktepe, C., Baş, M. & Tolon, M. (2009). Müşteri İlişkileri Yönetimi (1.Basım). Ankara: Detay.

Alma, D. & Demiray Erol, E. (2016). Kasko Sigorta Tercihini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Celal Bayar Üniversitesi Personeline Uygulama, Selçuk üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Yıl:16, Sayı:32.

Altıntaş, M. H. (2000). Tüketici Davranışları. Bursa: Alfa.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, S. (2007). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (5. Baskı). Sakarya: Sakarya.

Baloglu, S. (2002) Dimensions Of Customer Loyalty: Separating Friends From Well Wishers, The Cornell Hotel And Restaurant Administration Quarterly, Volume:43, Issue:1, ss: 47-60.

Barrett, J.P. & Goldsmith, L. (1976). When is n Sufficiently Large?, The American Statistician, 30(2), ss: 67-70.

Basu, K. & Dick, A. S. (1994). Customer Loyalty: Toward on Integrated Conceptual Framework, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol:22, No:2, ss: 99-113.

Bülbül, H. & Demirer, Ö. (2008). Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri Servqual ve Serperf'in Karşılaştırmalı Analizi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Sayı: 20. ss: 181-198.

Büyüköztürk, S., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, S. & Demirel, F. (2012). Bilimsel Araştırma Yöntemleri (13. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Chakrapani, C. (1998). How to Measure Service Quality & Customer Satisfaction, Chicago IL., American Marketing Associations.

Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Re-examination and Extension, Journal of Marketing, Vol 56(3), ss: 55-68.

Crosby, P. B. (1979) Quality is Free, New York: McGrawHill.

Çağlı, U. (2002). Sadık Müşterileri Markanızın Temsilcisidir, Capital – Aylık İş Ekonomi Dergisi, Cilt:10, Sayı:5.

Değermen, H. A. (2006). Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati. İstanbul: Türkmen.

Dursun, M. (2011). Müşterilerin Kurumsal İmaj Algısının Müşteri Bağlılığı Üzerindeki Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma, Yönetim Dergisi, Yıl:22, Sayı:69.

Evans, J. & Lindsay, W. (1999). The Management and Control of Quality, 4th Edition, t.Paul, MN:West.

Filiz, Z. & Şengöz, M. (2010). Kasko Sigortası Tercihinin Konjoint Analizi ile İncelenmesi, İşGüç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, Cilt:12, sayı:1, s:107-121.

Garvin, D. A. (1984), What Does “Product Quality” Really Mean?, Sloan Management Review, Fall 1984.

Garvin, D. A. (1987). Competing on the Eight Dimensions of Quality, Harvard Business Review, 65, no. 6.

Grönroos, C. (1984). "A Service Quality Model And Its Marketing Implications", European Journal of Marketing, Vol: 18, No: 4, ss: 36-44.

Gümüş, F.B. & Şerit, K. (2015). Kasko Sigortası Edinme ile Bireylerin Kaygı Düzeyleri mi Yoksa Demografik Özellikleri mi İlişkilidir?, AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:15, Yıl:15, Sayı:1, ss: 111-141.

Hırlak, B., Taşlıyan, M., Güler, B. & Ceyhan, Y. (2017). Algılanan Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Sadakati ve Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler Arasındaki İlişkiler, Social Sciences Studies Journal (SSSJJournal), Vol:3, Issue:2.

Juran, J. M. (1998). Juran's Quality Handbook (5.Baskı). New York: McGraw-Hill.

Kayış, A. (2010). Güvenilirlik Analizi., Ş. Kalaycı (Der.), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri (5. Baskı). Ankara: Asil.

Küçükşille, E. (2010). Çoklu Doğrusal Regresyon Modeli, Ş. Kalaycı (Der.), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri (5. Baskı). Ankara: Asil.

Lumley, T., Diehr, P., Emerson, S. & Chen, L. (2002). The Importance of the Normality Assumption in Large Public Health Data Sets, Annu. Rev. Public Health, Vol.23, 151–169.

Nakip, M. (2003). Pazarlama araştırmaları teknikler ve (SPSS destekli) uygulamalar. Ankara: Seçkin.

Okumuş, A. & Temizerler, Z. (2006). Süpermarket Müşterilerinin Mağazaya Olan Bağlılık Derecelerine Göre Pazar Tanımlaması ve Bölümler Arasındaki Farklılıkların İncelenmesi, Yönetim Dergisi, Yıl:17, Sayı: 54.

Oyman, M. (2002). Müşteri Sadakati Sağlamada Sadakat Programlarının Önemi, Kurgu Dergisi (Kurgu Anadolu üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi), Cilt:19, Sayı:19.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research, The Journal of Marketing, Vol: 49(4), ss: 41– 50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of service Quality, Journal of Retailing, Vol: 64(1), ss: 12-40.

Şener, T. (2013). Bankacılık Sektöründe Kurum İmajının Müşteri Sadakati Üzerinde Etkileri: Nevşehir İli Örneği, İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir

Tan, A., İğde, M. Çelik, T. Z. & Buğan, M. F. (2016). Algılanan Hizmet Kalitesinin Katılım ve Mevduat Bankalarında Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi. *International Journal of Academic Value Studies*. 2(4). ss: 45-59.

Üzerem, N. (1997). “Hizmet Kalitesinin Yönetimi” *Pazarlama Dünyası Dergisi*, Sayı:63, Yıl:11.

Yıldırım, Ö. (2005). Termal Turizm İşletmelerinde Müşteri Sadakati ve Bir Araştırma, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.

Yıldız, O. & Erdil, S. T. (2013). Türkiye Havayolu Yolcu Taşımacılığı Sektöründe Hizmet Kalitesinin Karşılaştırmalı Ölçümlenmesi, *Öneri*, C:10, S:39, ss: 89-100.

(TSB) Türkiye Sigorta Birliği, “Kasko”, site, 19.10.2017. <https://www.tsb.org.tr/>

(TUİK), Türkiye İstatistik Kurumu, site, 17.10.2017. <http://www.tuik.gov.tr/Start.do;jsessionid=49fkhGQSp1h3wZKyqJTFV1xDG1wvGhvnF6jP0m24bX77yTh8LJqd!228291036>

ASQ, 19.10.2017. American Society For Quality. Site. 20.10.2017. <https://asq.org/>

ÜLKELERİN YAŞANABİLİRLİK DÜZEYLERİNİN COPRAS YÖNTEMİYLE KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ: BRICS ÜLKELERİ VE TÜRKİYE

Can ŞAHİN

Bartın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans
Öğrencisi, cnsn88@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Ahmet ÖZTEL*

Bartın Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, ahmetoztel@gmail.com

ÖZ

Bir ülkedeki insanların kaliteli bir yaşam sürdürebilmeleri belirli ekonomik, sosyal ve siyasal bazı kriterlere bağlıdır. Bu kriterlere işsizlik oranının düşüklüğü, adaletli bir gelir dağılımı, şehirleşme, eğitim ve sağlık sistemlerinin kaliteli olması gibi çeşitli örnekler verilebilir. Bu çalışmada, BRICS (Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin, Güney Afrika) ülkeleri ve Türkiye'nin, yaşanabilirlik düzeylerinin karşılaştırmalı analizi, COPRAS yöntemi ile yapılması amaçlanmıştır. Çalışmada, kriter olarak GSYİH, nüfus yoğunluğu, ortalama yaşam süresi, işsizlik oranı, insani gelişmişlik endeksi ele alınmıştır. Çalışma sonunda, veriler ile elde edilen ülkelerin sıralamaları sonuç bölümünde yorumlanarak değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda, yaşanabilirlik seviyesine göre; en yüksek Rusya, az bir farkla ikinci Çin olurken Güney Afrika sonuncu olarak tespit edilmiştir. Türkiye ise sıralamada dördüncü sırada yer almıştır.

Anahtar kelimeler: Çok Kriterli Karar Verme, COPRAS, Yaşanabilirlik Düzeyi, BRICS Ülkeleri.

Comparative Analysis of Habitability Levels of Countries with COPRAS Method: BRICS Countries and Turkey

ABSTRACT

The ability of people in a country to live a quality life depends on certain economic, social and political criteria. These criteria include a low rate of unemployment, a fair distribution of income, urbanization, and quality of education and health systems. In this study, comparative analysis of the habitability levels of the BRICS (Brazil, Russia, India, China, South Africa) countries with Turkey is aimed to be done by the COPRAS method. In the study, GDP, population density, average life span, unemployment rate, human

development index have been taken as criteria. At the end of the study, the order of the countries obtained with the data has been interpreted in the conclusion part. As a result of analysis, Russia has been detected to be the first country in terms of the level of habitability and the second is China with a slight difference, and the last is South Africa. Turkey took the fourth place in the rankings.

Key words: Multi Criteria Decision Making, COPRAS, Habitability Levels, BRICS Countries.

1. GİRİŞ

Bir ülkede yaşana bilirlilik düzeyini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Enflasyon, ekonomik büyüme, işsizlik oranları, eğitim yapısı, siyasi istikrar ve güvenlik durumu gibi etkenler o ülkede yaşana bilirliliği doğrudan veya dolaylı bir şekilde etkileyen nedenlerden bazılarıdır.

Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK)' na göre yaşam kalitesi, bireylerin yaşadıkları çevreyi daha iyi bir hale getirme ülküsü adına birlikte ve refah içerisinde yaşamadır. Ülkelerin ve şehirlerin insanlara sağladığı fırsatlar ve faydalar o çevrede yaşayan insanlar için yaşanabilir iyi bir ortam yaratabilir. Fakat insanların yaşamdan ve çevreden beklediği farklılıklar, yaşanabilirlik düzeyinin kavramsal anlamda kesin bir tanımının ortaya çıkmasını engellemekte ve yaşanabilirlik düzeyinin kişiye, zamana, mekâna göre değişmesine neden olabilmektedir. Bu sebeple yaşanabilirlik düzeyini İnsanların genel ihtiyaçlarını ve yaşantılarını sürdürebilmesi için gerekli olan ekonomik, sosyal, doğal çevre gibi faktörlerin bileşimi olarak tanımlayabiliriz. (Organ, A., Katrancı, A., 2016)

BRIC terimini ilk olarak 2001 yılında Goldman Sachs Yönetim Kurulu Başkanı, iktisatçı Jim O Neill kullanmıştır. Aynı yıl "Dünyanın ekonomik olarak daha iyi BRIC' lere İhtiyacı var." (The World Needs Better Economic BRICs) isimli rapor yayımlanmış ve ülkelerin İngilizce adlarının baş harflerinden oluşturulan bu ülkeler grubunun (Federative Republic of Brazil, Russian Federation, Republic of India Peoples Republic of China) ismi ilan edilmiştir. (Elbasan, 2011)

BRICS grubuna dâhil ülkelerin birbirlerinden farklı iktisadi özellikleri vardır. Mesela Brezilya tarım üretimi oldukça yüksek bir ülke olup, ihracatının büyük kısmını Çin'e yaparken, Çin BRICS grubu ülkelerin en büyük imalat yapan ülkesi olup hammadde ithali yüksek düzeydedir. Bunun yanında ülke içinde ürettiği mamulleri dışarıya satan, ekonomisi ihracat ağırlıklı işleyen bir ülkedir ve sanayi üretiminde öteki üye ülkelerle karşılaştırıldığında oldukça ilerde olduğu görülmektedir. Rusya incelendiğinde, enerji sektöründe ağırlıklı olarak doğalgaz ve petrol alanında, Güney Afrika ise doğal kaynaklar olarak maden rezervleri oldukça fazladır. Hindistan'a bakıldığında, gelişmesinin hizmet sektörü ağırlıklı olup, bilgisayar yazılımı sektöründe üst sıralarda yer almaktadır (Aras, 2015).

BRICS ülkelerinin gayri safi milli hâsıla değeri 2013 sonu itibarıyla 74 milyar dolar ile küresel GSMH' nin % 20'sine yaklaşan bir seviyeye ulaşmıştır (Başaran, 2014).

Dünya nüfusunun neredeyse %40'ını oluşturan ve küresel ekonominin %25'ini temsil eden BRICS ülkeleri, çok hızlı gelişen ekonomileri ile ön plana çıkmaktadırlar. Grup ülkelerinin paylaştığı temel amaç ise, küresel ekonomi ve siyasette hak ettikleri etkinliği elde etmektir (Elbasan 2011).

Bütün bu veriler, BRICS ülkelerinin önümüzdeki günlerde uluslararası platformlarda daha fazla söz sahibi olan güçlü bir birlik olacağını göstermektedir.

2. COPRAS YÖNTEMİ

1996 yılında, Vilnius Gediminas Teknik Üniversitesinden Zavadskas ve Kaklauskas COPRAS (Complex Proportional Assessment) isimli yöntemi önermişlerdir. Bu yöntem, değerlendirmeye tabi tutulan kriterlerin önem ve fayda düzeyleri yönünden, alternatifler arasında sıralama yapmak için uygulanmaktadır. (Podvesko, 2011, s: 137)

COPRAS yöntemi ile elde edilen avantajları aşağıdaki gibi sıralayabiliriz (Aksoy vd., 2015):

AHP ve TOPSİS gibi çok kriterli karar verme yöntemlerine göre hesaplamaları daha basit olduğundan kullanımı göreceli olarak kolay bir yöntemdir.

- Çalışmada sunulan seçenekleri düzenli bir sıralamaya tabi tutma imkânı sağlar.
- Nitel ve nicel kriterleri değerlendirmeye tabi tutar.
- COPRAS yöntemi, kriterlerin arasında maksimize ve minimize edilmek istenen değerlerin ayrı ayrı hesaplanma yapma imkânına sahiptir.

COPRAS basit ve kullanışlı bir yöntem olduğundan literatürde çok farklı alanlarda uygulamaları yapılmıştır. Örneğin; Yatırım Projesi Seçimi Problemi (Popovic, vd, 2012), Personel Seçme Problemi (Zolfani vd., 2012), Enstitülerin Performans Analizi (Das, vd, 2012), İmalat İşletmeleri İçin Eksantrik Pres Alternatiflerinin Değerlendirilmesi (Özdağoğlu, 2013a), Farklı Normalizasyon Yöntemlerinde Tercih Sıralaması (Özdağoğlu, 2013b), Mesken Yeri Seçme (Mulliner, vd, 2013), Sosyal Medya Platformu Seçimi (Tavana vd, 2013), Kırsal Alanlarda Konut Yapımı Değerlendirmesi (Zolfani, Zavadskas, 2013), Uzun Ömürlü Binalarda Ekonomik Modernleşme Değerlendirmesi (Staniunas vd., 2013), Takım Tezgaşı Seçimi (Nguyen vd., 2014), Petrol Üretim Şirketlerinin Performans Analizi (Rabbani vd., 2014) çalışmalarında COPRAS yöntemi kullanılmıştır.

Ayrıca bina yaşam döngülerinin analizinde, konut bakım çalışmalarında, verimli konut yatırım araçları ve kredi seçmek için konut kredi erişim modeli geliştirmede, apartman bakım müteahhitlerinin değerlendirilmesinde, bina yenilemede etkin yapı yenileme seçeneklerini tasarlama ve gerçekleştirmede, ticaret ve eğlence merkezi inşasında müteahhit seçiminde, Vilnius Gediminas Teknik Üniversitesi'nin ana bina pencerelerinin değişmesinde görev alacak müteahhit firmanın seçiminde, emlak piyasa değerlerinin belirlenmesinde, yol tasarım alternatiflerinin incelenmesinde, Vilnius şehrinde yerleşim alanlarının sürdürülebilirliğinin analizinde, sürdürülebilir şehir yoğunluğunun ölçülmesinde, bina yaşam döngüsü seçiminde, sanayileşmiş ülkelerde inşa çevre alternatiflerinin değerlendirilmesinde, Hint teknik kurumlarının göreceli performanslarının ölçülmesinde, farklı konut yerlerinin satın alınabilirliklerinin tespit edilmesinde, eksantrik pres alternatiflerinin belirlenmesinde, esnek imalat sistemi seçiminde kullanılmıştır (Sarıçalı, G., Kundakçı, N).

2.1. BRICS ÜLKELER GRUBU İLE TÜRKİYENİN YAŞANABİLİRLİK DÜZEYLERİNİN COPRAS YÖNTEMİ İLE KARŞILAŞTIRILIP DEĞERLENDİRİLMESİ.

COPRAS Yöntemi aşağıdaki aşamalardan oluşmaktadır. (Zavadskas vd, 2008; Podvezko, 2011; Özdağoğlu, 2013b). Modelde bulunan değişkenleri şöyle açıklayabiliriz;

A_i : i . alternatif

$i = 1, 2, \dots, m$

C_j : j . değerlendirme kriteri

$j = 1, 2, \dots, n$

W_j : j . değerlendirme kriterinin önem düzeyi $j=1,2,\dots,n$

X_{ij} : j . değerlendirme kriterinde i . alternatifin başarı değeri

Adım 1. X_{ij} değerlerinden oluşan ve D ile gösterilen karar matrisi oluşturulur. Karar matrisi aşağıda gösterilmiştir.

$$D = \begin{matrix} A_1 \\ A_2 \\ A_3 \\ \dots \\ A_m \end{matrix} \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2n} \\ x_{31} & x_{32} & \dots & x_{3n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{m1} & x_{m2} & \dots & x_{mn} \end{bmatrix} \quad (1)$$

Adım 2. Eşitlik 2 yardımıyla normalleştirilmiş karar matrisine elde edilir.

$$x_{ij}^* = \frac{x_{ij}}{\sum_{i=1}^m x_{ij}} \quad \forall i = 1,2,\dots,n \quad (2)$$

Adım 3. Kriterlerin ağırlık değerleri matrisi (W_j) ile normalleştirilmiş karar matrisi çarpılarak D' ile gösterilen ve d_{ij} elemanlarından oluşan ağırlıklı normalleştirilmiş karar matrisi elde edilir. Ağırlıklı normalleştirilmiş karar matrisinin oluşturulması işlemi Eşitlik 3 ile gösterilmiştir.

$$D' = [d_{ij}] = x_{ij}^* \times w_j \quad (3)$$

Adım 4. Faydalı kriterler, çalışmada daha çok kullanılan ve çalışma amacına uygun olarak hareket etmesi planlanan kriterler olarak değerlendirilirken, negatif etkili kriterlerin çalışma sonunda faydalı kriterlere göre nispeten daha düşük değerleri alması yani amaca ulaşmada kullanılan en düşük değerleri ifade etmektedir. Fayda yönlü kriterler için ağırlıklı normalleştirilmiş karar matrisi değerlerinin toplamı S_i^+ , negatif etkili veya maliyet yönlü kriterler için ağırlıklı normalleştirilmiş karar matrisi değerlerinin toplamı S_i^- simgeleriyle gösterilir. S_i^+ ve S_i^- değerinin hesaplanması (4) ve (5) numaralı eşitliklerde gösterilmiştir.

$$S_i^+ = \sum_{j_i}^k d_{ij} \quad j = 1,2,\dots,k \text{ faydalı kriterler} \quad (4)$$

$$S_i^- = \sum_{j=k+1}^n d_{ij} \quad j = k + 1, k + 2, \dots, n \text{ negatif etkili kriterler} \quad (5)$$

Adım 5. Her bir alternatif için Q_i simgesiyle gösterilen göreceli önem değeri Eşitlik 6 ile hesaplanır:

$$Q_i = S_i^+ + \frac{\sum_{i=1}^m S_i^-}{S_i^- \times \sum_{i=1}^m \frac{1}{S_i^-}} \quad (6)$$

Adım 6. Maksimum göreceli önem değeri (7) numaralı eşitlik ile bulunur.

$$Q_{max} = \text{En büyük } \{Q_i\} \quad \forall i = 1, 2, \dots, m \quad (7)$$

Adım 7. Her bir alternatif için P_i ile gösterilen performans indeksi Eşitlik 8 kullanılarak hesaplanır.

$$P_i = \frac{Q_i}{Q_{max}} \cdot \%100 \quad (8)$$

Performans indeksi P_i olarak ifade edilir ve Alternatifler arasından P_i indeksi 100 olan alternatif en iyi alternatif olarak değerlendirilir. Ayrıca alternatiflerin tercih sıralaması yapılırken performans indeks değerleri büyükten küçüğe doru sıralanmış veri şeklinde sunulur.

2.2. COPRAS Yönteminin Uygulanması

Performans değerlemede dikkate alınan kriterlerden; gayri safi yurtiçi hâsıla, ortalama yaşam süresi, insani gelişmişlik indeksi mümkün oldukça yüksek olması istenen değerlerdir. Farklı bir söyleyişle faydalı kriterlerdir. Nüfus miktarı ve işsizlik ise küçük olması arzu edilen değerler, başka bir deyişle negatif etkili kriterlerdir.

1.Aşama: Karar Matrisinin Oluşturulması

Karar matrisi oluşturulurken söz konusu ülkelerin 2015 yılı değerleri Dünya Bankasının resmi internet adresinden (<http://www.worldbank.org/>) ve (2015 İnsani Gelişme Raporu, 2015) elde edilmiş. Ve elde edilen bu değerler Tablo 1' de gösterilmiştir.

Tablo 1: Karar Matrisi

ÜLK ELER	GSYİH (xmilyon\$)	NÜFU S	ORTA LAMA YAŞAM SÜRESİ	İNSANİ GELİŞİMİŞLİK ENDEKSİ	İŞSİZLİK ORANI
TÜR KİYE	798.782	77.523.788	75,164	0,76	9,20
BREZ İLYA	2.456.000	206.077.898	74,402	0,76	6,80
ÇİN	10.482.000	1.364.000.000	75,782	0,73	4,09
RUS YA	2.064.000	143.819.666	70,744	0,80	5,10
HİND İSTAN	2.034.000	1.295.000.000	68,014	0,61	3,60
GÜN EY AFRİKA	2.034.000	54.146.734	57,182	0,67	25,10

2. Aşama: Karar Matrisinin Normalize Edilmesi

Eşitlik 2. yardımıyla Tablo 2.'de görülen normalize edilmiş karar matrisi oluşturulmuştur.

Tablo 2: Normalize Edilmiş Karar Matrisinin Hesaplanması

ÜLK ELER	GSYİH	NÜFUS YOĞUNLUĞU	ORTA LAMA YAŞAM SÜRESİ	İNSANİ GELİŞİMİŞLİK ENDEKSİ	İŞSİZLİK
TÜR KİYE	0,0402029	0,0246846	0,1784	0,176320	0,1
BREZ İLYA	0,1236110	0,0656180	0,1766	0,174930	0,1
ÇİN	0,5275613	0,4343163	0,1798	0,168443	0,0
RUS YA	0,1038816	0,0457942	0,1679	0,184893	0,0
HİND İSTAN	0,1023717	0,4123458	0,1614	0,141102	0,0
GÜN EY AFRİKA	0,1023717	0,0172411	0,1357	0,154309	0,4

3. Aşama: Ağırlıklı Normalize Karar Matrisi

Bu adımda normalize edilen matris ile her kriter için eşit ağırlık olarak belirlenen 0,2 ile çarpılarak ağırlıklandırılmış karar matrisi oluşturulmuştur.

Tablo 3: Ağırlıklı Normalize Edilmiş Karar Matrisinin Hesaplanması

R	ÜLKELE	H	GSYİ	NÜFUS YOĞUNLUĞU	ORTAL AMA YAŞAM SÜRESİ	İNSANİ GELİŞİMİŞLİK ENDEKSİ	K	İŞSİZLİ
	TÜRKİYE	0406	0,008	0,004936	30	0,03568	1	0,034143
	BREZİLYA	7222	0,024	0,013123	12	0,03532	1	0,025236
	ÇİN	5123	0,105	0,086863	63	0,03597	6	0,015179
	RUSYA	7763	0,020	0,009158	46	0,03358	7	0,018927
N	HİNDİSTA	4743	0,020	0,082469	86	0,03228	6	0,013360
	GÜNEY AFRİKA	4743	0,020	0,003448	63	0,02714	9	0,093152

4. 5. ve 6. Aşamalar: Her Alternatif için S_{i+} ve S_{i-} Değerleri ile Q_i Değerlerinin Hesaplanması

Tablo 4: Faydalı ve Negatif Etkili Kriterlerin Belirlenmesi

ÜLKELER	S_i^+	S_i^-	$1/S_i^-$
TÜRKİYE	0,0437235	0,0390806	25,5881745
BREZİLYA	0,0600434	0,0383602	26,0686858
ÇİN	0,1414886	0,1020423	9,7998542
RUSYA	0,0543609	0,0280863	35,6045784
HİNDİSTAN	0,0527629	0,0958297	10,4351777
GÜNEY AFRİKA	0,0476206	0,0966009	10,3518670
TOPLAM	0,4000000	0,4000000	117,8483375

Tablo 5: Göreli Önem Değerleri (Her bir alternatif için Q_i ile gösterilen göreceli önem değeri eşitlik belirlenmesi)

ÜLKELER	Q_i DEĞERİ
TÜRKİYE	0,1305747
BREZİLYA	0,1485256
ÇİN	0,1747512
RUSYA	0,1752097
HİNDİSTAN	0,0881819
GÜNEY AFRİKA	0,0827568
MAX.	0,175209748

Aşama 7. En yüksek göreceli önem değeri Q_{max} tespit edilip, sıralanması**Tablo 6:** En yüksek göreceli önem değeri Q_{max} tespit edilip, sıralanması

ÜLKELER	GÖRECELİ DEĞERLERİ	ÖNEM	SIRALAMA
TÜRKİYE	74,52480853		4
BREZİLYA	84,77014414		3
ÇİN	99,73828123		2
RUSYA	100		1
HİNDİSTA	50,32935599		5
GÜNEY AFRİKA	47,23301116		6

Tablo 6'daki sıralamaya göre en iyi alternatif %100 performans indeks değerine sahip olan Rusya. En kötü alternatif ise %47,23 performans indeks değeri ile Güney Afrika olmuştur.

SONUÇ

BRICS ülkeler grubu ile Türkiye'nin yaşanabilirlik düzeylerinin karşılaştırılıp değerlendirildiği bu çalışmada çok kriterli karar verme tekniklerinden COPRAS yöntemi kullanılmıştır. COPRAS yöntemi, objektif değerlendirmelerden oluştuğu ve göreceli olarak kolay hesaplamalar içerdiğinden tercih edilmiştir. Uygulamada BRICS ülkeleri ile Türkiye değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

Çalışmada ülkelerin yaşanabilirlik düzeyleri karşılaştırmalı değerlendirilirken kullanılan ekonomik, toplumsal, sosyal, siyasi nitelikler arasından karar vericinin veri setine ulaşabildiği; gayri safi yurtiçi hasıla, ortalama yaşam süresi, insani gelişmişlik endeksi, toplam işsizlik ve nüfus miktarı kriter olarak belirlenmiştir. Uygulama için dünya bankası verileri kullanılmıştır.

Yapılan değerlendirmeler sonucunda ülkelerin yaşanabilirlik düzeyi sıralamasında ilk sırada Rusya yer almıştır. Rusya'nın birinci sırada yer almasının nedenleri arasında zengin doğal kaynaklara sahip olması, gelişmiş sanayi ve beşeri yapısı ile diğer sosyo-ekonomik verilerin uygulamada yer alan diğer ülkelere göre daha iyi bir durumda olması gösterilebilir. Yapılan çalışmada Türkiye toplamda 6 ülke içerisinde 4. sırada kendisine yer bulmuştur.

Bu çalışmada karar vericinin kriter olarak belirlemiş olduğu gayri safi yurtiçi hasıla, ortalama yaşam süresi, insani gelişmişlik endeksi, toplam işsizlik ve nüfus miktarı kriterlerine farklı kriterler dahil edilerek yeni analizler yapılabilir. Ayrıca ileri çalışmalarda aynı kriterlerin yıllar itibarıyla güncel verilerini değerlendirmeye tabi tutarak ülkelerin sıralama değişimini yakından takip etmek ve böylece gelişim seviyelerini değerlendirmek mümkün olabilecektir.

KAYNAKÇA

Aksoy, E., Ömürbek, N., Karaatlı, M., (2015). "AHP Temelli MULTIMOORA ve COPRAS Yöntemi ile Türkiye Kömür İşletmeleri'nin Performans Değerlendirilmesi". Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, s:4, 1-28.

Aras, S. (2015). "Küresel Güney ve BRICS Ülkeleri". Erişim adresi: <http://akademikperspektif.com/2015/02/25/kuresel-guney-ve-brics-ulkeleri/> (10 Haziran 2017).

Başaran 2014, <http://www.haberturk.com/yazarlar/cuneyt-basaran/985294-bric-ulkeleri-kan-agliyor>, (Son erişim tarihi: 07 Haziran 2017 tarihinde erişildi.).

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı Web Sitesi, http://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/library/human_development/human-development-report-2015.html (Son erişim tarihi: 07 Haziran 2017 tarihinde erişildi.).

Das, M.C., B. Sarkar, S. Ray (2012), "A Framework to Measure Relative Performance of Indian Technical Institutions using Integrated Fuzzy AHP and COPRAS Methodology", *Socio- Economic Planning Sciences*, 46(3), 230-241.

Dünya Bankası Web Sitesi, <http://www.worldbank.org/tr/country/turkey> (Son erişim tarihi: 07 Haziran 2017).

(Elbasan 2011, <http://www.bilgesam.org/incele/86/-brics--çok-kutuplu-bir-dunyaya-dogru/#.WTg0ddSLSt8>, 07 Haziran 2017 tarihinde erişildi.)

Energy and Buildings, 38 (5), 454-462. Popovic, G., D. Stanujkic, S. Stojanovic (2012), "Investment Project Selection by Applying COPRAS Method and Imprecise Data", *Serbian Journal of Management*, 7(2), 257-269.

Kaklauskas, A., E.K. Zavadskas, S. Raslanas, R. Ginevicius, A. Komka, P. Malinauskas (2006), "Selection of Low-E Windows in Retrofit of Public Buildings By Applying Multiple Criteria Method COPRAS: A Lithuanian Case",

Mulliner, E., K. Smallbone, V. Maliene (2013), "An Assessment of Sustainable Housing Affordability using a Multiple Criteria Decision Making Method", *Omega*, 41(2), 270-279.

Nguyen, H.T., S.Z.M. Dawal, Y. Nukman, H. Aoyama (2014), "A Hybrid Approach for Fuzzy Multi-Attribute Decision Making in Machine Tool Selection with Consideration of the Interactions of Attributes", *Expert Systems with Applications*, 41(6), 3078-3090.

Organ, A., Katrancı, A., (2016, Aralık). “Kırılıan Sekizli Olarak Adlandırılan Ülkelerin Yaşanabilirlik Düzeyinin Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri ile Değerlendirilmesi”. Balkan Sosyal Bilimler Dergisi, 73-90.

Ömürbek, E. (2017). “PROMETHEE, MOORA ve COPRAS Yöntemleri İle Oran Analizi”. MEHMET Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. s:16, 174-187.

Özdağoğlu, A. (2013a). “İmalat işletmeleri için eksantrik pres alternatiflerinin COPRAS yöntemi ile karşılaştırılması”. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi, 8(Haziran), 1–22.

Özdağoğlu, A. (2013b). “Çok ölçütlü karar verme modellerinde normalizasyon tekniklerinin sonuçlara etkisi: COPRAS örneği”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 8(2), 229–252.

Podvezko, V. (2011), “The Comparative Analysis of MCDA Methods SAW and COPRAS”. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 22(2), 134-146.

Sarıçalı, K. G. (2016). “AHP ve COPRAS Yöntemleri ile Otel Alternatiflerinin Değerlendirilmesi”. *International Review Of Economics and Management*, s. 45-66.

Staniunas, M., M. Medineckiene, E.K. Zavadskas, D. Kalibatas (2013) “To Modernize or Not: Ecological–Economical Assessment of Multi-Dwelling Houses Modernization”. *Archives of Civil and Mechanical Engineering*, 13(1), 88-98.

Tavana, M., E. Momeni, N. Rezaeiniya, S.M. Mirhedayatian, H. Rezaeiniya (2013), “A Novel Hybrid Social Media Platform Selection Model Using Fuzzy ANP and COPRAS-G”, *Expert Systems with Applications*, 40(14), 5694-5702.

Zavadskas, E.K., A. Kaklauskas, Z. Turskis, J. Tamosaitiene (2008), “Contractor Selection Multi- Attribute Model Applynig COPRAS Method With Grey Interval Numbers”, *International Conference 20th EURO Mini Conference “Continuous Optimization and Knowledge-Based Technologies”* (EurOPT-2008), 20-23 May 2008, Neringa, Lithuania, 241-247.

Zolfani, S.H., N. Rezaeiniya, M.H. Aghdaie, E.K. Zavadskas (2012), “Quality Control Manager Selection Based on AHP-COPRAS-G Methods: A Case in Iran”, *Ekonomiska Istrazivanja*, 25(1), 88-104.

Zolfani, S.H., E.K. Zavadkas (2013), “Sustainable Development of Rural Areas’ Building Structures Based on Local Climate”, *Procedia Engineering*, 57, 1295-1301.

YAZIM REHBERİ

Batı Karadeniz Akademisyenler Derneği tarafından yayınlanan USOBED (**Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi**) (**International Journal of Western Black Sea Social and Humanities Sciences**) Dergisi 2017 yılından itibaren; İktisat, İşletme, Maliye, Siyaset Bilimi, Kamu Yönetimi, Uluslararası İlişkiler, Çalışma Ekonomisi, Endüstri İlişkileri, Tarih, Felsefe, Psikoloji, Sosyoloji, İslami İlimler, Coğrafya gibi sosyal ve beşeri bilim alanlarında yayın hayatını sürdürmektedir.

Hakemli bir dergi olup, Haziran ve Aralık aylarında yılda iki kez yayınlanmaktadır.

Editörlüğümüze gelen makaleler, bir ön incelemeden sonra Hakem Kurulu içerisinde konunun uzmanı olan iki, gerektiğinde üç hakemin değerlendirmesinden geçmektedir.

Dergimizin yayınlanması arzu edilen çalışmaların aşağıda belirtilen yazım kurallarına ve diğer koşullara uygun bir şekilde editörlüğümüze ulaştırılması gerekmektedir.

Makalede yazarı tanıtıcı herhangi bir bilgi bulunmamalıdır. Yazar adı /adları, görev yeri/yerleri, e-posta gibi bilgiler, sürecin sonunda editör tarafından makaleye eklenecektir. Yazı, birden fazla yazarlı ise makale yükleme basamağının ilgili bölümünde "yazar ekle" butonuna tıklayarak diğer yazarı/yazarları da eklemeyi unutmayınız.

Dergiye ancak başka bir yerde yayınlanmamış veya halen yayınlanmak üzere değerlendirme sürecinde olmayan yazılar gönderilebilir. Hakem değerlendirme süreci sonunda yazı yayına kabul edilirse, yazının tüm yayın hakları USOBED Dergisi'ne aittir.

USOBED Dergisi'ne gönderilen aday makalenin değerlendirme basamağındaki her işlem, yazarlara e-posta ile iletilmektedir. Ancak sistem üzerinden gönderilen bazı mesajlar, yazarın e-posta sunucusu tarafından engellenmekte veya spam klasörüne atılmaktadır. Bu durumda da raporların veya düzeltme isteklerinin yazara ulaşmaması gibi olumsuz bir sonuç ortaya çıkmakta ve değerlendirme süreci uzamaktadır. Muhtemel bir iletişimsizliğin önüne geçmek için yazarların ilgili aşamaları sistem üzerinden takip etmesi de sağlıklı olacaktır.

Başlık makaleyi betimleyici olmalı, makalenin esas konularını teşkil etmelidir. Türkçe ve İngilizce başlıklar mümkünse 12 kelimeyi aşmamalıdır. Yazının başlığı büyük harflerle 15 punto ve koyu olarak yazılmalı; Özet yerine "Öz" kavramı kullanılmalıdır. Öz makalenin ana bölümlerinin her birinin kısa özetini içermeli, okuyucunun makaleyi bütünüyle okumaya karar vermesini sağlayacak bilgileri içermelidir. Öz, özet dahil tüm ana başlıklar 12 punto büyük harflerle, alt başlıklar ise küçük harflerle, koyu ve 12 punto olarak yazılmalıdır.

Dergimize gönderilecek makaleler Türkçe veya yabancı dilde (İngilizce, Fransızca veya Almanca) olabilir. Makalenin Türkçe ve İngilizce dilleriyle hazırlanmış en çok 100-150 kelimelik özetinin de eklenmesi gerekir (İngilizce ve Türkçe başlık da yer almalıdır). Ayrıca bu özetin altında, çalışmanın alanını tanımlayabilecek Türkçe ve İngilizce "anahtar sözcükler, (keywords)" de bulunmalıdır.

Özet, varsa; Makalenin sonunda yer almalı, verilen bilgiler öz'e oranla daha geniş kapsamlı ifade edilmeli. Araştırma metninde yer almayan herhangi bir bulgu veya sonuca yer verilmemeli. Metin içindeki bilgilere referansta bulunulmamalıdır.

Yazılar A4 ebatlı kağıda aşağıdaki biçimde yazılmalıdır. Makale kaynakça dahil; Sayfa sayısı olarak 25 sayfayı, kelime sayısı olarak da 8000 kelimeyi geçmemelidir. Üst : 3 cm Sol : 4 cm Alt : 3 cm Sağ :3 cm Karakter : Times New Roman 12 punto Satır Aralığı : 1.5

Makale, dergipark sistemi üzerinden gönderilmelidir. Ayrıca yazar/lar tarafından imzalı "Yayın Devir Hakkı Formu" nun da taranarak aynı sisteme üzerinden gönderilmesi gerekmektedir.

Yazıda yer alan konu başlıkları Arabik sisteme göre numaralandırılmalıdır (1. , 1.1, vs.) Tablo ve şekillerin hazırlanmasında derginin boyutları ve genel dizayn dikkate alınmalıdır. Şekillere ve tablolara başlık ve sıra numarası verilmeli ve sayfaya ortalanmalıdır. Başlıklar tabloların üstünde şekillerin ise altında yer almalıdır. Denklemlere sıra numarası verilmelidir. Sıra numarası parantez içinde ve sayfanın en sağında bulunmalıdır.

Tüm yazılar; Amerikan Psikologlar Derneği (American Psychological Association, APA) tarafından yayınlanan “ The Publication manual of the American Psychological Association (6th edition), 2001 “ isimli kaynaktan belirtilen yazım ilkelerine uygun bir biçimde yazılmalıdır. Apa'nın 6. Baskısı yazarların dikkate alacağı versiyon olmalıdır.

Bahsedilen kaynağa ilişkin internet adresi ; <http://www.apastyle.org/> ,

http://www.muhenberg.edu/library/reshelp/apa_example.pdf

Kaynaklar latin alfabesi ile yazılmış olmalıdır.

Dergilerin varsa DOI numaraları kaynağın sonuna eklenmelidir.

Örneğin;

Silverson, B. E. (2011). Fundamental of Personal Initiative. Journal Of Management and Economics: General, 224, 202 – 253. Doi: 10.1037/0056- 3245.134.2.248

Yoksa makaleye dair URL numaraları yazılır ,

Klasik eserlerin (Adam Smith , Marx , Locke vb) özgün tarihleri biliniyorsa kaynağın sonunda şu şekilde verilmektedir : (Özgün eser 1882 tarihlidir)

Aynı soyadlı yazarlardan, yayını daha eski olsa bile adının ilk harfi alfabetik olarak önce gelen kaynakçada önce belirtilmektedir. Örneğin; Vasfi, E. (1998). Hukuki Terimler, Ankara: Vadi. Vasfi, L. (2007). Hukuk Reformları Sürecinde Türkiye'nin İnsan Hakları Sorunu. İnsan Hakları Haberciliği, (derl.) Sevda Alankuş, İstanbul: STE Vakfı.

• Kitap ve Raporların kaynakçada gösteriminde önce yayınlandığı yer ve sonra kitabevi, yayınevi adı “ kitabevi” “yayınevi” “yay” vb. ekler belirtilmeksizin verilir. Örneğin;

Ankara: Dost

İstanbul: Nesa

İstanbul: Sabancı Vakfı

New York, NY: McGraw – Hill

• Tek Yazarlı Kitap

Ansel, N. (2006). Sessiz Gün. İstanbul: Deki.

Carlsen, S. (2009). Matrix: Ya da Sapkınlığın İki Yüzü. Bahadır Turan (Çev.). İstanbul: Encore.

• Çok Yazarlı Kitap

Abisel, N., Arslan, U.T., Behçetoğulları, P., Karadoğan, A., Öztürk, S.R. & Ulusay, N. (2005). Çok Tuhaf Çok Tanıdık. İstanbul: Metis.

• Editörlü Kitap

Katip, M. (Ed.) (2007). Kamusal Fayda. Ankara: İmge.

• Editörlü Kitapta Bölüm

Akyol, B. (2004). Saha Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı. Kemal Özbek (Ed.), Kamusal Alan Dahilinde (s. 689-713). Ankara: Dost.

• Birden Çok Baskısı Olan Kitap

Straight, W. Jr. & Walles, E. B. (2004). The Elements of World(7. Baskı). New York: Longman.

• Sadece Elektronik Basılı Kitap

O'Keefe, E. (n.d.). Egoism & the cnsts in Western values. Erişim [http://www.onlineoriginals.com/showitem .asp litem I 135](http://www.onlineoriginals.com/showitem.asp?item I 135)

• Kitabın Elektronik Versiyonu

Shelton, M. A (1989). Magazine addiction? A study of Social Life [DX Reader version]. Retrieved from

<http://www.ebookstore.tandf.co.uk/html/index.asp>

• Elektronik Adresten Yararlanılan Kaynakta Kaynağın erişilebileceği URL verilir ,

<http://www.antraktsinema.com/makale.php?id=729>

• Elektronik Makaleler

Bulunması durumunda digital object identifier (DOI) numarası belirtilmelidir.

Rousseau, S. C. (2009). What is Freedom ?. Knowledge Management

Research & Practice. Advance online publication. doi: 1 0.1

057/palgrave.kmrp.8500141

• Elektronik Gazate Makaleleri

Seran, Ö. (2010, 21 Ocak). Televizyon alışkanlıklarımız ve çocuklar. www.hurriyet.com.tr

• Daha Önceki Bir Baskının Yeni Basımı (Özellikle Klasik Eserlerde)

Smith, A. (1976). An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations. E. Cannan (Ed.). Chicago: University of Chicago Press. (İlk baskı 1776).

Metin İçinde Kullanımı :(Smith, 1776/1976)

- Kitaptan Çevrilmiş Bölüm

Kaynakçada: Hengel, M. (1958). The Best Quality. T. Prast (Çev.). Chicago: Charles Scribner's Son. (İlk baskı. 1912-1917).

- Rapor ve Teknik Makaleler

Özer, H. (2008). Mediscape Turkey 2000 (Report No. 2). Ankara:

SERAUM

- Dergi Tek Yazarlı Makale

Cenah, Y. (2009). Geçmişin Sosyolojik Baskısı: Tarihsel ve Toplumsal Akla Doğru. Toplum ve Bilim, 12, 202-240.

- Dergi Çok Yazarlı Makale

Bilken, F. S., Çelik, P. (1998). Müzakere Yöntemleri. Kültür ve İletişim, 2 (1), 397-414.

- Yazarı Belirsiz Editör Yazıları

Editorial: "What is a Chaos" [Editorial]. (2006). Journal of Management and Business, 25, 8-10.

- Yazarı Belirsiz Gazete Ve Dergi Yazıları İçin

Kaynakçada: Türkiye ve Rusya İlişkileri Ne Yönde: Bir Tarih, İki Devlet. (2003, 13 Aralık). Hürriyet, 36.

Metin İçinde : (Türkiye Rusya İlişkileri Ne Yönde, 2003)

- Yazarı Belli Gazete ve Dergi Yazıları

Öymen, F. (2013, 29 Aralık). Siyaset ve Ekonomi. Milliyet, s.21.

- Basılmamış Tezler, Poster Yazılar, Tebliğler

Eğer Yök'den indirilmiş ise Url adresi kaynağın sonuna yazılmalıdır.

Erkan, F. (2012). Politika ve Yansıması: Mardin'de Sosyolojik Altyapı. (Yayımlanmamış doktora tezi). Celal Bayar Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.

- Ansiklopediler

Kaynakçada: Ottomans: History. (1997). Encyclopaedia Britannica içinde (12. Baskı. Cilt. 14, s. 1170- 1188). Chicago: Encyclopaedia Britannica.

Metin İçinde: (Ottomans: History, 1987)

- Sözlükler

Kaynakçada: Hellmender. (208). Political Dictionary (11. Baskı). Los Angeles, Longman.

Metin İçinde: (Helmmender, 2008)

- Görüşme

Şenay, YILDIZ. (2012).Rusya Ukrayna'ya Girerse Çekoslovakya Gibi

Olur. Cengiz SAĞAN ile söyleşi. Akşam. 28 Temmuz 2003.Erişim

Tarihi 13 Ocak 2004, <http://www.aksam.com.tr/roportaj/rusyaukraynaya-girerse-cekoslovakya-gibi-olur/haber-289039>

- Televizyon Programı

Kaynakçada: Long, T. (Yazar), ve Moore, S. D. (Yönetmen). (2002). Bart vs. Lisa vs. 3. Sınıf [Televizyon Dizisi]. B. Oakley ve J. Weinstein

(Yapımcı), Simpsonlar içinde. Bölüm: 1403 F55079. Fox.

Metin İçinde Gösterimi: (Simpsonlar, 2002)

- Film

Kaynakçada: Micheal, K. (Yönetmen/Senaryo Yazarı). (2001).

Economist[Film]. U.S.: Warner Bros.

Metin İçinde Gösterimi: (Economist, 2001)

- Fotoğraf

Kaynakçada: Ara, Güler. (1987). Ankara Milli Parkı [Fotoğraf]. Güzel Sanatlar Fakültesi, Ankara.

Metin İçinde Gösterimi : (Ara, 1987)

Makale yayınlama süreci şöyledir:

-Makale; “Hakem Kurulu” içerisinde belirlenecek hakemlerin değerlendirme sürecinden geçtikten sonra, eğer varsa, düzeltmeleri yapması için yazara geri gönderilecektir. Yazar, hakem tarafından istenen düzeltmeleri yaptıktan sonra, geri göndermelidir.

Bu duyuruda belirtilen kurallara uyulmamasının tüm sorumluluğu yazar(lar)a aittir. Böyle bir durumda hakem değerlendirme raporuna bakılmaksızın Dergi Yayın Komisyonu ilgili makaleyi yayınlamama hakkını saklı tutar.