

International Journal of Entrepreneurship & Management Inquiries (EMI)



Cilt (Volume): 2

Sayı (Number): 3

Yıl (Year): 2018

International Journal of Entrepreneurship & Management Inquiries (EMI)

Cilt (Volume): 2 • Sayı (Number): 3 • Yıl (Year): 2018

Sahibi (Owner):

Prof. Dr. Himmet KARADAL

E-ISSN: 2602 - 3970

Editörler (Editors) :

Prof. Dr. Himmet KARADAL

Assoc. Prof. Dr. Dababrata CHOWDHURY

Editör Yardımcısı (Managing Editor) :

Öğr. Gör. Ethem MERDAN

Yayın Kurulu (Editorial Board) :

Prof. Dr. Himmet KARADAL

Assoc. Prof. Dr. Dababrata CHOWDHURY

Öğr. Gör. Ethem MERDAN

Danışma Kurulu (Advisory Board) :

Prof. Dr. Adnan ÇELİK (Selçuk Üni.)	Prof. Dr. Hasan Kürşat GÜLEŞ (Selçuk Üni.)
Prof. Dr. Emin CİVİ (University of New Brunswick, KANADA)	Prof. Dr. Hasan TUTAR (Sakarya Üni.)
Prof. Dr. Abdullah KIRAN (Muş Alparslan Üni.)	Prof. Dr. Hikmet KAVRUK (Gazi Üni.)
Prof. Dr. Ağah Sinan ÜNSAR (Trakya Üni.)	Prof. Dr. İhsan YÜKSEL (Kırıkkale Üni.)
Prof. Dr. Ahmet AY (Selçuk Üni.)	Prof. Dr. Jülide KESKEN (Ege Üni.)
Prof. Dr. Ahmet DİKEN (Necmettin Erbakan Üni.)	Prof. Dr. Mahmut ARSLAN (Hacettepe Üni.)
Prof. Dr. Alaybey KAROĞLU (Gazi Üni.)	Prof. Dr. Mehmet KARAGÜL (Mehmet Akif Ersoy Üni.)
Prof. Dr. Argun KARACABEY (Altunbaş Üni.)	Prof. Dr. Mehmet ÖZBİRECİKLİ (Mustafa Kemal Üni.)
Prof. Dr. Atılhan NAKTİYOK (Atatürk Üni.)	Prof. Dr. Mehmet ÖZMEN (Çukurova Üni.)
Prof. Dr. Ayşe ŞAHİN (Mersin Üni.)	Prof. Dr. Meltem ONAY (Manisa Celal Bayar Üni.)
Prof. Dr. Azim ÖZTÜRK (İstanbul Üni.)	Prof. Dr. Mete YILDIZ (Hacettepe Üni.)

Prof. Dr. Azize ERGENELİ (Hacettepe Üni.)	Prof. Dr. Muammer TEKELİOĞLU (Çukurova Üni.)
Prof. Dr. Bahadır AKIN (Necmettin Erbakan Üni.)	Prof. Dr. Muhittin ACAR (Hacettepe Üni.)
Prof. Dr. Bekir DENİZ (Ardahan Üni.)	Prof. Dr. Murat KASIMOĞLU (İstanbul Ticaret Üni.)
Prof. Dr. Bilçin TAK (Uludağ Üni.)	Prof. Dr. Murat TÜRK (Osmaniye Korku Ata Üni.)
Prof. Dr. Canan AY (Manisa Celal Bayar Üni.)	Prof. Dr. Mustafa İLKAN (KKTC Doğu Akdeniz Üni.)
Prof. Dr. Canan MADRAN (Dokuz Eylül Üni.)	Prof. Dr. Nazan GÜNAY (Ege Üni.)
Prof. Dr. Celil ÇAKICI (Mersin Üni.)	Prof. Dr. Nihat ERDOĞMUŞ (Yıldız Teknik Üni.)
Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN (Karatay Üni.)	Prof. Dr. Nüket SARAÇEL (Doğuş Üni.)
Prof. Dr. Çağlar ÖZEL (Uluslararası Kıbrıs Üni.)	Prof. Dr. Orhan ÇOBAN Selçuk Üni.)
Prof. Dr. Çetin BEKTAŞ (Gaziosmanpaşa Üni.)	Prof. Dr. Ramazan ERDEM (Süleyman Demirel Üni.)
Prof. Dr. Dursun BİNGÖL (Türk Hava Kurumu Üni.)	Prof. Dr. Recai COŞKUN (Sakarya Üni.)
Prof. Dr. Edip ÖRÜCÜ (Balıkesir Üni.)	Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK (Sakarya Üni.)
Prof. Dr. Erdoğan EKİZ (King Abdülaziz University)	Prof. Dr. Reyhan Ayşen WOLFF (Giresun Üni.)
Prof. Dr. Erşan SEVER (Aksaray Üni.)	Prof. Dr. Rıfat IRAZ (Selçuk Üni.)
Prof. Dr. Esen GÜRBÜZ Niğde Üni.)	Prof. Dr. Said KINGİR (Sakarya Üni.)
Prof. Dr. Fatih Coşkun ERTAŞ (Atatürk Üni.)	Prof. Dr. Sezer AKARCALI (Ankara Üni.)
Prof. Dr. Ferit ÖLÇER (Mustafa Kemal Üni.)	Prof. Dr. Süreyya YILDIRIM (Sinop Üni.)
Prof. Dr. Fezullah EROĞLU (Pamukkale Üni.)	Prof. Dr. Şenol KANTARCI (Akdeniz Üni.)
Prof. Dr. Gülten GÜMÜŞTEKİN (Çanakkale Onsekiz Mart Üni.)	Prof. Dr. Şükrü ÖZEN (Yıldırım Beyazıt Üni.)
Prof. Dr. Güven MURAT (Ordu Üni.)	Prof. Dr. Tamer MÜFTÜOĞLU (TEB Bankası)
Prof. Dr. Haluk TANRIVERDİ (İstanbul Üni.)	Prof. Dr. Yıldırım Beyazıt ÖNAL (Adana Bilim ve Teknoloji Üni.)

Aralık 2018

DERGİ HAKKINDA

AMAÇ

JOURNAL EMI'nin temel amacı; çok disiplinli alanlarda çalışmalar yapmakta olan bilim insanlarının bilgi, deneyim, değerlendirme, görüş ve önerilerini paylaştıkları bilimsel bir platform oluşturmak ve bu alandaki çalışmalara ulusal ve uluslararası düzeyde katkı sağlamaktır.

KAPSAM

JOURNAL EMI dergisi yılda en az üç kez elektronik ortamda yayımlanmaktadır. Dergide çok alanlı (multidisipliner) Türkçe ve/veya İngilizce (iktisat, işletme, siyaset bilimi ve kamu yönetimi, maliye, uluslararası ticaret ve lojistik, Uluslararası İlişkiler, ekonometri, istatistik, bankacılık ve finans, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, İnsan Kaynakları Yönetimi, Sağlık Yönetimi, Turizm İşletmeciliği vd.) uygulamalı veya kuramsal çalışmalara, istatistiki analiz ve değerlendirmelere, nicel ve nitel araştırmalara yer verilmektedir.

DEĞERLENDİRME SÜRECİ

Yılda üç sayı halinde yayımlanan International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries (EMI) Dergisi Uluslararası hakemli bir dergidir. Dergide yayımlanan makaleler en az iki hakem tarafından incelenmektedir. Yayın şartları son sayfada yer almaktadır.

KISALTMA

Dergiye yapılan atıflarda JOURNAL EMI kısaltması kullanılmalıdır.

HABERLEŞME ADRESİ

Dilkur Akademi,

Migros Arkası İpekyolu İş Merkezi Kat:10 Aksaray 68100 Türkiye

Tel : 0506 466 00 77

İnternet <https://journalemi.com/> <http://dergipark.gov.tr/ijemi>

E-posta : journalemiinfo@gmail.com

DERGİNİN TARANDIĞI İNDEKSLER



Scientific Indexing
Service

JOURNAL EMI, 2018 Mart döneminden itibaren SIS indeksine alınmıştır.



Google Scholar

JOURNAL EMI, 2018 Şubat döneminden itibaren Google Scholar indeksine alınmıştır.



Open AIRE

JOURNAL EMI, 2018 Şubat döneminden itibaren OpenAIRE indeksine alınmıştır.



Directory Research
Journals Indexing
(DRJI)

JOURNAL EMI, 2018 Mayıs
döneminden itibaren DRJI
indeksine alınmıştır.



İdeal Online

JOURNAL EMI, 2018 Haziran
döneminden itibaren İdeal Online
indeksine alınmıştır.



CiteFactor

JOURNAL EMI, 2018 Haziran
döneminden itibaren CiteFactor
indeksine alınmıştır.

İÇİNDEKİLER

MAKALELER

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNDE YÖNETSEL ETİK DEĞERLER (MERSİN İLİNDE UYGULAMALI BİR ARAŞTIRMA).....	1
LİBYA POLİTİK SİSTEMİNİN GELECEĞİ ÜZERİNE BİR ANALİZ.....	17
SYRIAN CRISIS IN SCOPE OF THE US-RUSSIAN COMPETITION IN MIDDLE EAST.....	33
BEŞERİ SERMAYE OLUŞUMUNDA MESLEKİ EĞİTİMİN ÖNEMİ.....	49
ABD'DE HAM PETROL FİYATLARI DİZEL FİYATLARINI NASIL ETKİLEMEKTEDİR: ARDL YAKLAŞIMI İLE AMPİRİK ANALİZ.....	64
MENKUL KIYMETLEŞTİRME BANKA KREDİLERİNE KIYASLA FİRMALAR İÇİN ALTERNATİF FONLAMA KAYNAĞI OLABİLİR Mİ? TÜRKİYE'DE HİZMET SAĞLAYAN ŞİRKETLERE UYGULANABİLİRLİĞİ BAKIMINDAN İNCELENMESİ.....	75
ÖZEL SAĞLIK KURULUŞLARINDA HİZMET TALEBİNİ ETKİLEYEN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER: ESTETİK TIP MERKEZLERİ ÖRNEĞİ.....	91
ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ VE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ ALGILARI: BİR ALAN ÇALIŞMASI.....	106
FİNANSAL FAIR-PLAY KRİTERLERİNE UYUM SÜRECİ FUTBOL KULUPLERİNİN MUHASEBE UYGULAMALARINDA MANİPÜLATİF EYLEMLERİ TETİKLER Mİ?.....	126
TÜKETİCİ SATIN ALMA KARAR SÜRECİNDE AMBALAJIN YERİ VE ÖNEMİ.....	139
ÖRGÜTSEL ADALETSİZLİK VE SESSİZLİK İLİŞKİSİNDE ÖRGÜTSEL SİNİZMİN DÜZENLEYİCİ ROLÜ.....	152
DOĞU AKDENİZ ÜNİVERSİTENDE BAZI BÖLÜMLERE KAYITLI ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN TÜKETİCİLİKLE İLGİLİ KAVRAMLARA YÖNELİK BİLGİ DÜZEYLERİNİN VE DAVRANIŞ ALIŞKANLIKLARININ İNCELENMESİ.....	176
TÜRKİYE'NİN “VİZYON 2023” STRATEJİSİ İLE ALMANYA'NIN “2025” STRATEJİK HEDEFLERİNİN ENDÜSTRİ 4.0 GÖSTERGELERİ İTİBARIYLA KARŞILAŞTIRILMASI.....	195
DOĞU AKDENİZ ÜNİVERSİTENDE BAZI BÖLÜMLERE KAYITLI ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN TÜKETİCİLİKLE İLGİLİ KAVRAMLARA YÖNELİK BİLGİ DÜZEYLERİNİN VE DAVRANIŞ ALIŞKANLIKLARININ İNCELENMESİ.....	176
CHANGE IN THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF ENTERPRISES THAT BECOME MULTINATIONAL AND EFFECTS OF INTERNATIONALIZATION: A RESEARCH IN TEXTILE INDUSTRY.....	213
TR-71 BÖLGESİNDEKİ KOBİ'LERİN KURUMSALLAŞMA SÜRECİNDE KOSGEB DESTEKLERİNİN ROLÜ.....	233
TÜRK RESMİNDE GELENEKSEL MOTİFLER: Güzin DURAN, Fahr el nissa ZEİD, Maide AREL.....	247

International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries

(JOURNAL EMI)

Volume: 2 • Number: 3 • Year: 2018

CONTENTS

ARTICLES

MANAGERIAL ETHICAL VALUES IN WOMEN ENTREPRENEURSHIP (APPLIED RESEARCH IN MERSİN PROVINCE).....	1
AN ANALYSIS ON THE FUTURE OF LIBYAN POLITICAL SYSTEM.....	16
ORTA DOĞU'DA ABD-RUSYA REKABETİ KAPSAMINDA SURIYE KRİZİ.....	34
THE IMPORTANCE OF PROFESSIONAL EDUCATION IN HUMAN CAPITAL FORMATION.....	50
HOW CRUDE OIL PRICES AFFECT DIESEL PRICES IN UNITED STATES: AN EMPIRICAL ANALYSIS USING ARDL APPROACH.....	65
CAN SECURITIZATION BE AN ALTERNATIVE FUNDING SOURCE FOR FIRMS COMPARED TO BANK CREDITS? EXAMINED IN TERMS OF APPLICABILITY TO COMPANIES THAT PROVIDE SERVICE IN TURKEY.....	76
DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS AFFECTING SERVICE DEMAND IN PRIVATE HEALTH INSTITUTIONS: AESTHETIC MEDICAL CENTERS EXAMPLE.....	92
SHOPPING MALLS AND UNIVERSITY STUDENTS' PERCEPTIONS OF SHOPPING CENTERS: A FIELD STUDY.....	107
MAY ADAPTATION PROCESS TO FINANCIAL FAIR-PLAY'S CRITERIAS TRIGGER THE MANIPULATIVE ACTIONS IN ACCOUNTING APPLICATIONS ON FOOTBALL CLUBS?.....	127
THE IMPORTANCE OF PACKAGING IN THE PROCESS OF PURCHASING DECISION.....	140
THE MODERATING ROLE OF ORGANIZATIONAL CYNICISM IN THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL INJUSTICE AND SILENCE.....	153
THE INVESTIGATION OF KNOWLEDGE LEVEL AND BEHAVIOR HABITS ON CONCEPTS OF COMSUPTION FOR UNIVERSITY STUDENTS ENROLLED IN SOME DEPARTMENTS OF EASTERN MEDITERRANEAN UNIVERSITY.....	177
COMPARISON OF "VISION 2023" AND "NEW HIGH TECHNOLOGY" STRATEGIES BY INDUSTRIAL 4.0 INDICATORS.....	196
CHANGE IN THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF ENTERPRISES THAT BECOME MULTINATIONAL AND EFFECTS OF INTERNATIONALIZATION: A RESEARCH IN TEXTILE INDUSTRY.....	213
THE ROLE OF KOSGEB SUPPORTS ON INSTITUTIONALIZATION PROCESS OF SMEs IN TR-71 REGION.....	234
TRADITIONAL MOTIFS IN TURKISH PAINTING: Güzin DURAN, Fahr el nissa ZEİD, Maide AREL.....	248

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNDE YÖNETSEL ETİK DEĞERLER (MERSİN İLİNDE UYGULAMALI BİR ARAŞTIRMA)

Prof. Dr. Cemile ÇELİK¹

Öğr. Gör. Nihal YILMAZ²

ÖZET

İçinde bulunduğumuz çağda birçok alanda ilerlemenin yolu “nitelikli” olabilmekten geçmektedir. Burada “nitelikli” olmakla ifade edilen şey sadece teknik anlamda bir işi en iyi şekilde yapabilme özelliği değil, kişiye nitelik bakımından üstünlük kazandıran etik değerleri de kapsamaktadır. Bu çalışmanın amacı, etik davranış ilkelerinin ve etik sorunların, hizmet sunan kamu kurum ve kuruluşu çalışanları ile hizmet alan kadın girişimciler tarafından nasıl algılandığını saptamaktır. Bu doğrultuda araştırma, Mersin ilinde faaliyet gösteren kadın girişimciler ile kadın girişimcilerin ilişkili oldukları 11 kamu kurum ve kuruluşu çalışanları üzerinde yürütülmüştür. Araştırmada veri toplama yöntemlerinden, anket yöntemi kullanılmıştır. Anketler 200’ ü kadın girişimci, 300’ ü kurum çalışanı olmak üzere 500 kişiye dağıtılmış, dağıtılan anketlerden tutarlı cevaplara sahip olan 400 anket değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmada; Neumann ve Reichel (1979) tarafından geliştirilen ‘İş Etiğine Yönelik Tutumlar’ (ATBEQ) ölçeğinden yararlanılmıştır. Kadın girişimciler ile kadın girişimcilerin ilişkili oldukları kamu kurum ve kuruluşlarında çalışanların etik davranış algı düzeyleri soru bazında ölçülmüştür. Ölçümler sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını tespit etmek için kurulan hipotezler, Bağımsız Örneklem t-Test Analizi ile test edilmiştir. Kadın girişimciler ile kamu kurum ve kuruluşu çalışanlarının etik davranış algı düzeylerini belirleyen bulgular incelendiğinde, kadın girişimcilerin etik davranış algı düzeylerinin kamu kurum ve kuruluşu çalışanlarına kıyasla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kadın Girişimci, Etik, Yönetsel Etik.

Jel Kodları: M1, M10, M19

¹Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, ccelik@mersin.edu.tr.

²Öğretim Görevlisi, Mersin Üniversitesi, nihalyilmaz@mersin.edu.tr.

**MANAGERIAL ETHICAL VALUES IN WOMEN ENTREPRENEURSHIP
(APPLIED RESEARCH IN MERSİN PROVINCE)**

ABSTRACT

In the present age in many areas the way to progress depends on being “qualified”. What is expressed here as being "qualified" is not only the ability to accomplish a job as good as possible in technical terms, but also it involves the ethical values which makes an individual superior in terms of personal qualities. The purpose of this study is to determine how ethical codes of conduct and ethical issues are perceived by women entrepreneurs who serve with public service organizations and employers. In this direction, the research was carried out on 11 public institutions and organizations employees related to female entrepreneurs and women entrepreneurs operating in the province of Mersin. Survey method was used in the survey data collection methods. The questionnaires were distributed to 500 people, 200 women entrepreneurs and 300 institution workers, and 400 questionnaires with consistent answers from the distributed questionnaires were evaluated. In the study; (ATBEQ) scale developed by Neumann and Reichel (1979). Ethical behavior perceptions of employees in public institutions and organizations related to women entrepreneurs and women entrepreneurs were measured on a question-based basis. Hypotheses established to determine whether there is a significant difference between the groups as a result of the measurements were tested by the Independent Samples t-Test Analysis. When the findings that determine the perception level of ethical behavior of female entrepreneurs and public institutions are examined, it is determined that the perception level of ethical behavior of female entrepreneurs is higher than that of public sector and organization employees.

Keywords: Women Entrepreneurs, Ethics, Managerial Ethics.

JEL Codes: M1, M10, M19

1. BÖLÜM-KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1 Girişimci ve Kadın Girişimci Kavramı

Girişimcilik kavramı İngilizcede “Entrepreneurship”; Fransızcada “Entreprende”; ‘sorumluluk üstlenen’, ‘riske giren’ kişi anlamlarına gelmektedir (Fuad, Bohari ve Hin, 2011:127). Girişimcilik; fırsatların kullanılması, değerlendirilmesi ve keşfedilmesi olarak tanımlanabilir (Aderemi, Ilori, Siyanbola, Adegbite ve Aberejo, 2009:25). Soyak (2010) girişimciyi, “üretimin riskini ve satış sürecindeki belirsizliklerini yüklenerek, işgücü, toprak ve sermaye faktörlerini bir araya getiren ve üretim sürecine dâhil eden kişi” olarak tanımlarken; girişimciliği, “bu kişilerin risk alma, fırsat peşinde koşma ve bunları hayata geçirme ile yenilik yapma süreçlerinin bütününe verilen isim” olarak tanımlamıştır. Kadın girişimci tanımlamalarına bakıldığında, Kadın girişimci; kendine ait iş yerinin kaynaklarını yönetmek ve organize etmek için, sonunda kar elde etmek umuduyla işin doğası gereği bulunan maddi riskleri üstlenen kişidir (Lanier, 2003:110). Kadın girişimci; hayatta pek çok zorluklarla ve girişimciliğin doğurduğu risklerle mücadele eden kişidir (Davis, 2011:1-16). Kadın girişimci; gelirini artırma, kendini ispatlama, bağımsız olma, önceki deneyimlerini ve eğitimlerini kullanmak için zorlu bir rol üstlenen kişidir (Zhu ve Chu, 2010:164-180). Subrahmanian (2011)’ a göre kadın girişimci, kişisel ihtiyaçlarını karşılamak ve ekonomik açıdan bağımsız olmak için zorluklara meydan okuyarak zorlu bir süreci üstlenen kişidir. Çakıcı (2006) kadın girişimciliğini, kendindeki gücü hisseden kadınların bağımsız karar alabilmek için yürüttüğü atılımlar olarak tanımlamıştır.

1.2 Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar

Kadın girişimcilerin ilk üç yıllarında karşılaşılabilecekleri 10 kritik engel şu şekilde sıralamıştır (Davis, 2011:1-16): Yeni müşteriler bulma, Mali destek, Yönetici temini, İşçi problemleri ile ilgilenme, Ürün fiyatlandırma, Piyasa genişlemesi için planlama, Yasal/hukuki sorunlarla ilgilenme, Yeni işçi bulma ve eğitime, Ürün kalitesini belirleme ve kaliteyi koruma, Devlet kurumları ile ilgilenme. Kadın girişimcilerin özellikleri, karşılaştıkları sorunlar ve iş kuracak kadınlara öneriler üzerine yapılmış olan bir araştırmada, kadın girişimcilerin karşılaştıkları engeller şu başlıklar altında ele alınmıştır (Soysal, 2010:83-114): **Cinsiyetten Kaynaklanan Engeller:** Sermaye Eksikliği, Toplumun Geleneksel İnanç ve Baskısı, Cinsiyete Dayalı Rol Ayrımcılığı, Cinsel ve Duygusal Taciz, Cam Tavan Engeli, Sosyal Pozisyon ve İletişim Eksikliği, Yasalardan Kaynaklanan Engeller, Basmakalıp Yargılar (Güvensizlik, Tecrübe Eksikliği ve Başarısızlık Beklentisi), Rol Çatışması, Eğitim Düzeyinin Düşük Olması, Zaman Darlığı, Sosyal Sorunlar, Sağlık ve Psikolojik Sorunlar, Girişimcilikte Rol Modellerinin Eksik Olması.

Örgüt ve Çevresel Şartlardan Kaynaklanan Engeller: Liderlik, Bütüncül Bakışın Sağlanamaması ve Örgütlenememe, Kurumsal Çeşitlilik ve Koordinasyon Zorlukları, Politika Geliştirme ve Uygulama ile İlgili Engeller (Soysal, 2010: 83-114).

1.3 Kadın Girişimcilerin İlişkili Oldukları Kurum ve Kuruluşlar

1.3.1. Kamu Kurum ve Kuruluşları

Kadın girişimciliğinin gelişmesi ve desteklenmesi yolundaki atılımlar Türkiye’ de özellikle 1990’ lar ve sonrasında gelişme göstermiştir. Bu doğrultuda Türkiye’ de kadın girişimcilerle ilişkili kamu kurum ve kuruluşlarının başlıcaları; Küçük ve Orta Ölçekli Sanayiye Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK), Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM), Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Valilikler, Belediyeler, Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) ve Üniversitelerdir.

1.3.2. Meslek Odaları ve Sivil Toplum Kuruluşları

Kadın girişimcilerle ilişkili kamu kurum ve kuruluşları ile etkileşim halinde olan Sanayi ve Ticaret Odaları, Sanayici ve İş Adamları Dernekleri, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Kalkınma Ajansları, Türkiye Kadın Girişimcileri Derneği (KAGİDER), diğer girişimci ve kadın girişimci dernekleri gibi meslek odaları ve sivil

toplum kuruluşları bulunmaktadır.

1.3.3. Uluslararası Kuruluşlar

Avrupa Birliği (AB), Birleşmiş Milletler (BM), Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ve Dünya Bankası (WB) kadın girişimciliğine yönelik çalışmalar yürütmektedir.

1.4. Etik ve Yönetsel Etik

1.4.1. Etik

Etik; toplumun kabul ettiği davranışların normlarını kapsar. Etik olmak hukukun gereğini yapmaktır (Nwinyokpugi vd., 2014:1-10). Etik; bireysel ve toplu insan davranışlarının amaçları üzerinde muhakeme yapma, bu değerlere dayalı eylem kararlarımızı yönlendirmek için paylaştığımız değerleri

aydınlatmayı amaçlar (Brînzea, 2011:89-105). Etik, genellikle yasalar gibi yazılı ve kesin koşullar içermez. Zamana, değişen şartlara, toplumsal ihtiyaçlara ve bilimsel gelişmelere bağlı olarak değişkenlik gösterebilir. Ancak temelindeki “iyilik etme”, “kötülük etmeme”, “adil davranma” gibi ana unsurlar değişmemektedir (Ruacan, 2005:147).” Ülkeler arasındaki farklılıklara rağmen genel kabul görmüş olan etik kodları aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz: Kamu görevlilerinin davranış standartları, Resmi bilgilerin ifşası, Kamu görevlilerinin politik tarafsızlığı ve siyasi faaliyetlerdeki sorumluluğu, Kamu görevlilerinin toplumun diğer paydaşları ile olan ilişkileri, Çıkar çatışması, Hediye vb. (maddi değer ifade eden) kabulü, Yolsuzluk, Kamu görevlilerinin sorumlulukları ve hakları, İse alma ve terfi konularında objektiflik, Bireyleri ve kamu görevlilerini adaletsiz bir tarzda haklarından mahrum bırakan kötü yönetim, Kamu gücünün suiistimali, Ayrım yapma veya yanlı davranma, Kamu görevlilerinin etik dışı davranışları yetkili makamlara bildirim ve korunması, İş ve istihdam konuları, Lobi faaliyetleri, Hükümet ve kamu kurumları ile iş dünyası arasındaki ilişkiler, Kamusal ve özel yaşam arasındaki farktır.

1.4.2. Etik ve Değer İlişkisi

Joycelyn’ in çalışmasında (akt. Yüksel, 2006) değerler; neyin doğru ve yerinde olduğu doğrultusundaki kararları etkileyen standartlardır. Etik kavramı ise; mevcut durumlar arasında seçim yapmamızı etki eden değerler kavramıyla yakından ilişkilidir. Gortner’in çalışmasında (akt. Yüksel, 2006) ise; etik ile değerler arasındaki kritik ilişki, etik standartların ve kodların değerlerle ilgili çatışmaların ve ikilemlerin çözümünde yol gösterici rol oynamasıdır. Kuçuradi (2003) etik ve etikler başlıklı çalışmasında değer kavramının, kişinin neyin iyi olduğu hakkındaki görüşlerini kapsadığı için ahlaki bir boyut taşıdığını ve etiğin değer kavramının temelini oluşturduğunu ifade etmiştir. Josephson’ ın çalışmasında (akt. Kutvan, 2011), bu etik değerlerin içinde görülebilecek olumlu ya da olumsuz davranış türleri şu şekilde ifade edilmiştir. **Olumlu davranış örnekleri;** Adil olmak, Doğruyu söylemek, Açık olmak, Tutarlı olmak, Kişisel bütünlük göstermek. **Olumsuz davranış örnekleri;** Yalan söylemek, Hile yapmak, Sorumsuz davranmak, Ayrımcılık yapmak ve Rüşvet almak (Kutvan, 2011:40).

1.4.3 Yönetsel Etik

Yönetsel etik; bireylerin çalıştıkları kurumların ahlaki ortamını ya da idaresini etkilemek için kullandıkları araç, faaliyet ve konseptlerdir (MacNab, vd., 2007). Yönetsel etik, yönetsel kurum ve kuruluşların farklı eylem ve işlemlerinde hem önlem alınması gereken istenmeyen davranış biçimleri; hem de teşvik edilen, olumlu davranışları barındıran bir takım ilke ve standartlardan oluşur (Kandemir

& Deliorman, 2009:1-97). Yönetmelik; Yönetmelik eylemin davranış kurallarını ve ilkelerini ifade eder (Kılıç, Pelit, ve Altunöz, 2011:122-139) “Vatandaşlar nezdinde kurumların ve kamu görevlilerinin güvenilirliği, yönetimin dürüstlük, tarafsızlık, adalet, hukuka uygunluk, saydamlık, eşitlik ve etkinlik gibi değerlere ne ölçüde bağlı olduğuyla ilgilidir. Bir başka deyişle devletin güvenilirliğinin temeli etik standartlardır (Ay, 2005:31-52)”. Yönetmelik kavramı, müşteriler (tüketiciler), çalışanlar ve yöneticiler ile olan ilişkilerin yanı sıra işletmelerin ortakları, tedarikçileri, toplum, devlet ve doğal çevre ile olan ilişkilerini de kapsamaktadır (Kutvan, 2011). Alan yazını incelendiğinde, “yönetmelik” kavramı, “kamu etiği”, “kamu yönetimi etiği” ya da “kamu hizmeti etiği” olarak farklı isimlerle ifade edilmektedir (Birinci, 2009). Kamu yönetimi etiği: “Ahlakın belli bir örgüt içerisinde, o örgütçe belirlenmiş kurullarla beslenerek ortaya çıkmış biçimidir (Görmez, 2009:281-352).”

1.4.4. Kamu Kurum ve Kuruluşlarında Etik ve Etik Dışı Davranışlar

Yönetmelikte, kamu görevlilerinin tabi oldukları etik davranış ilkeleri şu şekilde sıralanmıştır; Görevin Yerine Getirilmesinde Kamu Hizmeti Bilinci (5. Madde). Halka Hizmet Bilinci (6. Madde). Hizmet Standartlarına Uyuma (7. Madde). Amaç ve Misyona Bağlılık (8. Madde). Dürüstlük ve Tarafsızlık (9. Madde). Saygınlık ve Güvenlik (10. Madde). Nezaket ve Saygı (11. Madde). Yetkili Makamlara Bildirim (12. Madde). Çıkar Çatışmasından Kaçınma (13. Madde). Görev ve Yetkilerin Menfaat Sağlamak Amacıyla Kullanılmaması (14. Madde). Hediye Alma ve Menfaat Sağlama Yasağı (15. Madde). Kamu Malları ve Kaynaklarının Kullanımı (16. Madde). Savurganlıktan Kaçınma (17. Madde). Bağlayıcı Açıklamalar ve Gerçek Dışı Beyan (18. Madde). Bilgi Verme, Saydamlık ve Katılımcılık (19. Madde). Yöneticilerin Hesap Verme Sorumluluğu (20. Madde). Eski Kamu Görevlileriyle İlişkiler (21. Madde). Mal Bildiriminde Bulunma (22. Madde). TÜSİAD (2005), Uluslararası etik davranış ilkelerini şu şekilde sıralamıştır: Tarafsızlık, Hukukilik, Dürüstlük, Bütünlük, Liyakat, Nesnellik, Sadakat, Liderlik, Saydamlık, Hesap verebilirlik, Profesyonellik, Eşitlik, Süreklilik, Saygınlık ve Güven (Doğruel, 2012). Kamu Görevlileri Etik Kurulunun internet sitesindeki verilere göre, 2005-2011 yılları arasında, Kurula etik ihlalleri ile ilgili olarak 9 ayrı konu başlığı altında toplam 1111 başvuruda bulunulmuştur (Çalık, 2012).

Tablo-1. 2005-2010 Yılları Arasında Etik Kurula Yapılan Başvuruların Konuları ve Sayıları

Başvuru Konuları	Başvuru Sayısı
Psikolojik yıldırma (mobbing) iddiaları	84
Genel etik davranış ilkelerine aykırılık iddiaları	245
Görevi ihmal, görevi kötüye kullanma iddiaları	176

Çıkar çatışması iddiaları	44
Kamu malları ve kaynaklarının hizmet gerekleri dışında kullanıldığı iddiaları	67
Kayırmacılık/ayrımcılık iddiaları	101
Bilgi edinme hakkının ihlaline yönelik iddialar	54
Yolsuzluk/usulsüzlük iddiaları	194
Diğer İddialar	146
Toplam	1111

Kaynak: www.etik.gov.tr aktaran Çalık, K. (2012). *Kamu yönetiminde etik değerlerden sapma: Bir kamu örgütü üzerine alan araştırması*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Yapılan başvurular arasında ilk üç sırayı; “genel etik davranış ilkelerine aykırılık iddiaları”, “yolsuzluk/usulsüzlük iddiaları” ve “görevi ihmal/görevi kötüye kullanma iddiaları” almıştır.

Tablo-2. 2005-2011 Yılları Arasında Etik Kurula Yapılan Başvuru Sayısı

Yıl	Başvuru Sayısı
2005	78
2006	47
2007	64
2008	76
2009	183
2010	358
2011	305
Toplam	1111

Kaynak: www.etik.gov.tr aktaran Çalık, K. (2012). *Kamu yönetiminde etik değerlerden sapma: Bir kamu örgütü üzerine alan araştırması*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

2005-2011 yılları arasında Kurula yapılan başvuru sayısı, 2006 ve 2011 yılları dışında her yıl artmıştır. Alan yazını incelendiğinde etik dışı davranışlar araştırmacılar tarafından aşağıdaki şekilde sıralanmıştır: İşletme raporlarında tahrifat yapılması, Bir çalışanın hatasının gizlenmesi, Vergi kaçırılması, İşletme kaynaklarının (telefon, faks, bilgisayar, araba, çalışan vb.) kişisel amaçlar doğrultusunda kullanılması, Sigortasız veya yaşı tutmayan işçi çalıştırılması, Yolsuzluk yapılması, Emanete hıyanet edilmesi, Tüketici haklarına saygı duyulmaması, Doğaya ve çevreye karşı saygılı davranılmaması, Aldatıcı/ yanıltıcı reklam yapılması, İşin insandan daha ön planda tutulması, Devletten alınan teşviklerin amacına uygun kullanılmaması, Yıldırma (mobbing) politikasının uygulanması,

Görevin ihlal edilmesi, Asgari ücretin altında işçi çalıştırılması, Başkalarının sömürülmesi, Bencillik edilmesi, İşkence yapılması, Zimmetine para geçirilmesi, Görev ve yetkinin kötüye kullanılması, Rüşvet alınması, Kayırmacılık ve ayrımcılık yapılması, İhtilas (aşırma) yapılması, İhmalcilik (Saygan, 2011: 67). Örgütler de karşılaşılan etik dışı davranışlar 7 kategoride gruplanabilir: Maddi kazanç için suistimal (rüşvet, yolsuzluk ve hırsızlık dâhil), Çıkar çatışması, Uygunsuz ve profesyonel olmayan davranışlar (resmi görevi kötüye kullanma dâhil), Kusurlu idare (ehliyetsizlik ve ihmal dâhil), Kaynak israfı ve kötü yönetim, Adaleti saptırma, Personel veya işyeri şikâyetleri (Brown, 2008: 14). Ulusal İş Etiği Araştırmalarınınca (NBES) ortaya konan en çok karşılaşılan 5 davranış şu şekilde belirtilmektedir: İşgörene karşı kötü ya da korkutucu davranış, İşgören, müşteri, tedarikçi veya kamuya yalan söyleme, Kişisel çıkarın örgütsel çıkardan üstün tutulması, Güvenlikle ilgili düzenlemelerin ihlali, Çalışılan gerçek zaman hakkında yanlış bildirimde bulunma (Yağmur, 2013: 38). Çalışma hayatında ise en çok karşılaşılan etik dışı davranış türleri arasında; ayrımcılık, kayırma, rüşvet, yolsuzluk ve yıldırma (mobbing) gelmektedir.

2. BÖLÜM - ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

2.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı; etik davranış ilkelerinin, hizmet alan kadın girişimciler ile kadın girişimcilere hizmet sunan kamu kurum ve kuruluşu çalışanları tarafından nasıl algılandığını saptamak, iş hayatında etik dışı davranışların önüne geçebilmek için farkındalık yaratmak ve elde edilen bulgular doğrultusunda önerilerde bulunmaktır.

2.2. Araştırma-Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemlerinden anket yöntemi kullanılmıştır. Anketin ilk bölümünde; kadın girişimcilerin ve kamu kurum ve kuruluşu çalışanlarının sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik olan sorulardan yararlanılmıştır. İkinci bölümünde ise Neumann ve Reichel (1979) tarafından geliştirilen, “İş Etiğine Yönelik Tutumlar (ATBEQ)” ölçeğinden (5’li Likert Ölçeği; 1=Kesinlikle Katılmıyorum; 5=Kesinlikle Katılıyorum) yararlanılarak kadın girişimcilerin ve kamu kurum ve kuruluşu çalışanlarının etik algı düzeylerinin ölçülmesi sağlanmıştır.

2.3. Araştırmanın Örnekleme

Araştırma; Mersin Valiliği (İl Dernekler Müdürlüğü, Aile ve Sosyal Politikalar İl Müdürlüğü), Mersin Büyükşehir Belediye Başkanlığı, Toros Üniversitesi Rektörlüğü, Mersin Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüğü, Serbest Bölge Müdürlüğü, Adana Çukurova Kalkınma Ajansı Başkanlığı, Mersin KOSGEB Başkanlığı, MESİAD Başkanlığı, Mersin Ticaret ve Sanayi Odası Başkanlığı, MEÜ Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi Müdürlüğü ile Mersin ilinde faaliyet gösteren kadın girişimciler üzerinde yürütülmüştür. Araştırmada, kamu kurum ve kuruluşlarında anket formlarının uygulanacağı kişiler tesadüfi örnekleme seçim yöntemi kullanılarak; Kadın girişimcilere uygulanacak olan anket formları ise; tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda % 95 güven aralığında, % 5 hata payı ile anket formlarının uygulanacağı kişi sayısı 370 kişi olarak bulunmuştur. Ancak araştırmanın daha iyi sonuçlar vermesi ve bulguların daha sağlıklı olması açısından, anketler 200' ü kadın girişimci, 300' ü kurum çalışanı olmak üzere 500 kişiye dağıtılmıştır. Dağıtılan anketlerden tutarlı cevaplara sahip olan 160' kadın girişimci 240' ı kamu kurum ve kuruluşu çalışanı olmak üzere 400 anket değerlendirmeye alınmıştır.

3. BÖLÜM - VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

3.1. Kadın Girişimciler ile Kamu Kurum ve Kuruluşu Çalışanlarının Sosyo-Demografik Özelliklerinin Analizi

Araştırmaya katılan 160 kadın girişimcinin %65'inin 36 yaş ve üzeri olduğu tespit edilirken; %52,9'u kadın, %47,1' i erkek olan 240 kamu kurum ve kuruluşu çalışanının %50,8' inin "26-36" yaş aralığında yer aldıkları tespit edilmiştir. Dolayısıyla katılımcıların genç ve orta yaş aralığında yer aldıkları söylenebilir. Eğitim düzeylerine bakıldığında, kadın girişimcilerin %36,3' ünün "Lise ve Dengi", %27,5' inin "Lisans" mezunu olduğu gözlenmiştir. Kadın ve erkek kurum çalışanlarında ise %56,3' lük bir oranla daha çok "Lisans" mezunu olarak tespit edilmiştir. Medeni halleri incelendiğinde kadın girişimcilerin %83,8' i evli iken, kurum çalışanlarının toplamda %60,4' ünün evli olduğu tespit edilmiştir. Çalışma süreleri incelendiğinde, kadın girişimcilerin %54,4' ünün "1-5" yıl arasında, kurum çalışanlarının ise %53,3' ünün "1-5" yıl arasında çalıştıkları tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin baba meslekleri incelendiğinde, %43,8' inin girişimci, işadamı ve esnaf, %24,4' ünün işçi, memur ve emekli ve yine %24,4' ünün serbest meslek çalışanı olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç kadınların aileden gelen bir girişimci olma özelliği kazandıklarına dair bir çıkarım sağlamaktadır. Kadın girişimcilerin %62,5'inin yabancı dilinin İngilizce olduğu tespit edilmiştir. Sahip oldukları işletmeleri ise bizzat

kendilerinin (%73,8), daha sonra aile fertlerinin (%21,9) yönettiği görülmektedir. Girişimci kadınların girişimde buldukları alanlara bakıldığında; daha çok lojistik, dikiş-nakış, güzellik-bakım, tekstil, tarım ve hayvancılık sektörlerinde faaliyet gösterdikleri (%56,9) (kuaför, tekstil, dikiş-nakış, hayvancılık, tarım, el sanatları gibi kendi hesabına çalıştıkları işler vb.) tespit edilmiştir.

3.2. Kadın Girişimciler ile Kamu Kurum ve Kuruluşu Çalışanlarının Etik Davranış Algı Düzeylerinin Analizi

Kurum çalışanları ile kadın girişimcilerin: “İş dünyasının tek ahlaki tarafı para kazanmaktır” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olduğu ve kadın girişimcilerden daha çok kurum çalışanlarının “iş dünyasının tek ahlaki tarafının para kazanmak” olduğu düşüncesine katılmadıkları tespit edilmiştir. “İşini iyi yapan bir kişi, ahlaki sorunlar hakkında endişelenmeyebilir.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olduğu; kadın girişimcilerden daha çok kurum çalışanlarının “işini iyi yapan bir kişinin ahlaki sorunlar hakkında endişelenmesine gerek olmadığı” düşüncesine katıldığı tespit edilmiştir. “Çalışanların her biri, farkında olsun ya da olmasın ahlaki kurallara uygun biçimde davranmalıdır.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olmadığı; buna göre; hem kurum çalışanlarının hem de kadın girişimcilerin “çalışanların her birinin farkında olsun ya da olmasın ahlaki kurallara uygun biçimde davranmaları” gerektiği düşüncesine katıldıkları tespit edilmiştir. “Yasalara uygun davranılırsa, ahlaki kurallara da uyulmuş olur.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olmadığı; buna göre; hem kadın girişimcilerin hem de kurum çalışanlarının “yasalara uygun davranılırsa, ahlaki kurallara da uyulmuş” olabileceği düşüncesine katıldıkları tespit edilmiştir. “İş ahlaki, temel olarak insanların beklentileri ile davranışlarını uyumlu hale getirmektedir.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olduğu; buna göre; kurum çalışanlarından daha çok kadın girişimcilerin “iş ahlakının temel olarak insanların beklentileri ile davranışlarını uyumlu hale getirdiği” düşüncesine katıldığı tespit edilmiştir. “Kurum kararları ahlak felsefesiyle ilgili olmayıp, gerçekçi uygulamaları içerir.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olduğu; buna göre; kadın girişimcilerin “kurum kararlarının ahlak felsefesiyle ilgili olmayıp, gerçekçi uygulamaları içerdiği” görüşe katılmadıkları, kurum çalışanlarının ise olumlu görüş beyan ettikleri tespit edilmiştir. “Ahlaki değerler iş dünyası için anlamsızdır.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olduğu; buna göre; kadın girişimcilerden daha çok kurum çalışanlarının “ahlaki değerlerin iş dünyası için anlamsız” olduğunu düşünmedikleri gözlenmiştir. “Kamuoyu, kurumlara karşı güven eksikliği duymaktadır.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik

davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olmadığı; buna göre; hem kurum çalışanlarının hem de kadın girişimcilerin “kamuoyunun, kurumlara karşı güven eksikliği duyduğunu” düşündükleri tespit edilmiştir. “İş ahlakı sadece halkla ilişkilerle ilgili bir kavramdır.” Önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Bu tespit doğrultusunda katılmadıkları yönünde vermiş oldukları cevaplarda, kadın girişimcilere kıyasla kurum çalışanlarının “iş ahlakının sadece halkla ilişkilerle ilgili bir kavram” olmadığı yönünde daha ağırlıklı bir görüş dikkati çekmektedir. “Günümüz iş dünyası ile geçmişteki iş dünyası arasında, ahlaki değerler açısından değişen hiçbir şey olmamıştır.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre negatif yönde anlamlı bir farklılığın olduğu; buna göre; kadın girişimci ve kurum çalışanlarının olumsuz yönde cevap verdikleri ve kadın girişimcilerin kurum çalışanlarına kıyasla bu önermeye daha az katıldıkları tespit edilmiştir. “Rekabet edebilirlik ve karlılık birbirinden bağımsız değerlerdir.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olduğu; buna göre; kadın girişimciler bu önermeye katılmazken, kurum çalışanlarının olumlu cevap verdikleri tespit edilmiştir. “Rekabeti sınırlamak, topluma zarar vermekle birlikte temel doğa kanunlarını da ihlal eder.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olduğu; kadın girişimcilerin katılmadıkları yönünde görüş bildirirken, kurum çalışanlarının ise “rekabeti sınırlamanın, topluma zarar vermekle birlikte temel doğa kanunlarını da ihlal edeceğini” düşündükleri tespit edilmiştir. “Kurum-işletme çalışanı olarak, ilgili yerden hasar karşılama talebinde bulunurken, hasara bakmaksızın alabileceğim en fazlasını almaya çalışırım.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre olumsuz bir anlamlı farklılığın olduğu; buna göre; kadın girişimcilerin ve kurum çalışanlarının bu önermeye olumsuz görüş beyan ettikleri ve kurum çalışanlarının kadın girişimcilere kıyasla bu önermeye daha az katıldıkları tespit edilmiştir. “Bir çalışan olarak kurum-işletme malzemelerini eve götürmemin kimseye zarar vermeyeceğini düşünürüm.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre negatif yönde anlamlı bir farklılığın olduğu; buna göre; kadın girişimcilerin ve kurum çalışanlarının bu önermeye olumsuz görüş beyan ettikleri ve kadın girişimcilerin kurum çalışanlarına kıyasla bu önermeye daha az katıldıkları tespit edilmiştir. “Hasta olduğum günleri, tatil günlerim olarak görürüm.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre negatif yönde anlamlı bir farklılığın olduğu; buna göre; kadın girişimcilerin ve kurum çalışanlarının bu önermeye olumsuz görüş beyan ettikleri ve kadın girişimcilerin kurum çalışanlarına kıyasla bu önermeye daha az katıldıkları tespit edilmiştir. “Çalışan maaşları arz-talep yasalarına göre belirlenmelidir.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olmadığı; buna göre; hem kurum çalışanları hem de kadın girişimcilerin “çalışan maaşlarının arz-talep yasalarına göre belirlenmesi” gerektiğini düşünmedikleri tespit edilmiştir. “Hissedarların asıl amacı yatırımlarından maksimum getiri elde etmektir.” önermesi

üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olmadığı; buna göre; hem kurum çalışanları hem de kadın girişimcilerin “hissedarların asıl amacının yatırımlarından maksimum getiri elde etmek” olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir. “İş hayatında alınan kararlar kar sağlamaya yönelikse, buna uygun hareket edilmeli, aksinin zaman kaybı getireceği düşüncesinde olunmalıdır.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olmadığı; buna göre; hem kurum çalışanlarının hem de kadın girişimcilerin “İş hayatında alınan kararlar kar sağlamaya yönelikse, buna uygun hareket edilmesi gerektiği, aksinin zaman kaybı getireceği” düşüncesinde oldukları tespit edilmiştir. “Bir çalışanın detaylara takılması boş bir çaba değildir.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olduğu; buna göre; kadın girişimcilerden daha çok kurum çalışanlarının “Bir çalışanın detaylara takılmasının boş bir çaba olmadığını” düşündükleri tespit edilmiştir. “Belirli bir amacınız varsa, o amaca ulaşmak için ahlaki olsun ya da olmasın gereken her adımı atmalısınız.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olduğu; buna göre; kurum çalışanları bu önermeye olumsuz görüş beyan ederken, kadın girişimcilerin “belirli bir amacınız varsa, o amaca ulaşmak için ahlaki olsun ya da olmasın gereken her adımı atmalısınız” düşüncesine katıldıkları tespit edilmiştir. “İş dünyasının kendine özgü kuralları vardır.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olmadığı; buna göre; hem kurum çalışanlarının hem de kadın girişimcilerin “İş dünyasının kendine özgü kuralları olduğunu” düşündükleri tespit edilmiştir. “Ahlaklı bir çalışan, başarılı bir çalışandır.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı; buna göre; hem kurum çalışanlarının hem de kadın girişimcilerin “Ahlaklı bir çalışanın, başarılı bir çalışan” olduğu yönünde aynı görüşü paylaştıkları tespit edilmiştir. “Doğru ve kişisel sorumluluklara sahip olmayı, koşulsuz sevgi ve bağlılığa tercih ederim.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olduğu; buna göre; kurum çalışanlarından daha çok kadın girişimcilerin “doğru ve kişisel sorumluluklara sahip olmayı, koşulsuz sevgi ve bağlılığa tercih edebileceğini” düşündükleri tespit edilmiştir. “Gerçek anlamda ahlaklı olmak öncelikli olarak kişisel çıkarları düşünmeyi gerektirir.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olmadığı; buna göre; hem kurum çalışanlarının hem de kadın girişimcilerin “gerçek anlamda ahlaklı olmanın öncelikli olarak kişisel çıkarları düşünmeyi gerektirdiğini” düşünmedikleri ve olumsuz görüş beyan ettikleri tespit edilmiştir. “Fedakârlık yapmak ahlaki değildir.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olmadığı; buna göre; hem kurum çalışanlarının hem de kadın girişimcilerin “fedakârlık yapmanın ahlaki olmadığını” düşünmedikleri ve olumsuz görüş beyan ettikleri tespit edilmiştir. “Bir kişi, işine ve kararlarına göre yargılanabilir.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olmadığı; buna göre; hem kurum çalışanlarının hem de kadın girişimcilerin “bir kişinin, işine ve

kararlarına göre yargılanabileceğini” düşündükleri tespit edilmiştir. “İnsan ürettiğinden fazlasını tüketmemelidir.” önermesi üzerindeki görüşleri arasında etik davranış algı düzeylerine göre anlamlı bir farklılığın olduğu; buna göre; kurum çalışanlarından daha çok kadın girişimcilerin “insanın ürettiğinden fazlasını tüketmemesi gerektiği” düşüncesine katıldıkları tespit edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kadın girişimciler ile kamu kurum ve kuruluşu çalışanlarının etik davranış algı düzeylerini belirleyen bulgular incelendiğinde, kadın girişimcilerin etik davranış algı düzeylerinin kamu kurum ve kuruluşu çalışanlarına kıyasla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Araştırmamız kapsamında elde edilen bulgulara dayanarak genel bir değerlendirme yapıldığında; kamu kurum ve kuruluşlarında karşılaşılan ya da karşılaşılması muhtemel etik dışı davranışların varlığının bilinmesi yönetsel etik sürecinin yürütülmesinde kuşkusuz kilit rol oynayacaktır. Kurum ve kuruluşlarda, etik dışı davranışların varlığı tespit edildiğinde, kamuoyu tarafından kurum ve kuruluşlara duyulan güven azalarak, kurumlar itibarını kaybedecektir. Toplumda şüphe ve güvensizliğe yol açacak durumları ortadan kaldırmak ve kamuoyunun güvenini arttırmak için, kamu kurum ve kuruluşlarında görev yapanların uymaları gereken etik davranış kodlarının, örgüt yetkililerince belirlenmesi ve bu sayede etik dışı davranışların engellenmesi planlanmalıdır. Örgüt çalışanları etik davranışlar konusunda eğitilmelidir. Bu noktada insan kaynakları yöneticilerine büyük sorumluluklar düşmektedir. Yine eğitim kurumları ve enformasyon merkezleri ile ilişkili olan dernekler ve sivil toplum kuruluşları da, etik değerlerin oluşturulması ve uygulanması aşamasında katkı sağlayabilmektedirler. Aynı zamanda, kurum içerisinde etik değerlerin geliştirilmesi, etik dışı davranışların engellenmesi ve etik iklimin oluşturulabilmesi için örgüt içerisindeki olumsuz durumları raporlamanın (whistleblowing) önü açılmalı ve alınacak önlemlerle etik sorunlar ortadan kaldırılmalıdır. Bu açıdan raporlayanların, karşı tepkilere ve cezalara maruz bırakılmaması ve kurum ile olan ilişkilerinin devamlılığının sağlanması için, raporcuları (whistleblowers) korumaya yönelik yasalar çıkartılmalı, hatta mevcut yasaların da geliştirilmesi için yurtdışında uygulanan yasalar model alınmalıdır. Bu doğrultuda çıkarılacak olan yasaların hangi bireyleri içine alacağı belirlenmelidir. Yani yasalar, yalnızca örgüt çalışanlarını değil, örgüt ile ilişkisi olan herkesi içine almalıdır. Ayrıca çıkarılan bu yasalar, örgüt çalışanlarına ve paydaşlarına açıkça duyurulmalıdır. Bunun için örgüt içerisindeki uygun yerlere gerekli bilgiler asılabilir. Ya da zaman zaman düzenlenecek olan toplantılarla çalışanlara gerekli bilgiler hatırlatılmalı, aynı zamanda çalışanların bu doğrultuda görüş bildirmelerine olanak sağlanmalıdır. Dolayısıyla, sunulan önerilerle alınacak önlemler doğrultusunda, toplumsal düzenin ve refahın sağlanması için gerekli atılımlara ivme kazandırılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Aderemi, H. O. S., Ilori, M. O., Siyanbola, W. O., Adegbite, S. A., & Abereijo, I. O. (2009). An assessment of the choice and performance of women entrepreneurs in technological and non-technological enterprises in Southwestern Nigeria. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 5(1), 25.
- Ay, C. (2005). İşletmelerde etiksel karar almada kültürün rolü. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 12 (2), 31-52.
- Birinci, G. (2009). Kamu etiği ve insan hakları. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (8), 123-145.
- Brînzea, V. M. (2011). Managerial ethics and its key role in establishing an ethical work climate. *Business and Leadership*, 1(7), 89-105.
- Brown, A. J. (2008). Whistleblowing in the Australian public sector. *Enhancing the theory and practice of internal witness management in public sector organisations Australian National University*, 1-331.
- Çakıcı, A. (2006). Mersin'deki kadın girişimcilerin iş yaşamını etkileyen faktörler. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (4), 54-78.
- Çalık, K. (2012). *Kamu yönetiminde etik değerlerden sapma: Bir kamu örgütü üzerine alan araştırması*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Davis, A. (2011). Rural and urban women entrepreneurs: A comparison of service needs and delivery methods priorities. *Int. Journal of Business Science and Applied Management*, 6(2), 1-16.
- Doğruel Mansuroğlu, Ç. (2012). *İlköğretim okul müdürlerinin etik davranışları ile okul iklimi ilişkisinin incelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.
- Fuad, N. F., Bohari, A. M., Hin, C. W. H. (2011). Women entrepreneurs in the ICT-related business in Malaysia: A demographic survey. *International Journal of Business and Management*, 6(10), p127.
- Görmez, K., Atan, M., Sancak, H. Ö. (2009). Etik, Kültür ve Toplum. *Kamu Etiği Akademik Araştırmaları*, 281-352.
- Kandemir, A. ve Deliorman, R.B. (2009). Kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşları ve etik. Yolsuzluğun önlenmesi için etik projesi, *Kamu Görevlileri Etik Kurulu*, Ankara. 1-97.
- Kılıç, G., Pelit, E., Altunöz, Ö. (2011). The relationship between managerial ethics perception and professional burnout levels of employee: A comparative study of five-star hotels' employees between Turkey and Italy. *Journal of Business Research-Turk/İsletme Arastirmalari Dergisi*, 3(1), 122-139.
- Kuçuradi, İ. (2003). Etik ve etikler. *Türkiye Mühendislik Haberleri*, 423(1), 7-9.

Kutvan, A. B. (2011). *Yönetmelik etik ve basın işletmeleri üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Lanier, P. A. (2003). The Rise of Women Entrepreneurs. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 8(4), 110.

MacNab, B., Brislin, R., Worthley, R., Galperin, B. L., Jenner, S., Lituchy, T. R., MacLean, J., Aguilera, G. M., Ravlin, E., Bess, D., Tiessen, J. H., Turcotte, M. F. (2007). Culture and ethics management whistle-blowing and internal reporting within a NAFTA country context. *International Journal of Cross Cultural Management*, 7(1), 5-28.

Nwinyokpugi, N. P., Nwibere, B. M., Orodho, J. A., Okafor, G. O., Malizu, C. F., John, V., Barman, B. (2014). Managerial Ethics and Organizational Effectiveness: The Nigerian Experience. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science*, 19(1),1-10.

Ruacan, Ş. (2005). Bilimsel araştırma ve yayınlarda etik ilkeler. *Gazi Tıp Dergisi*, 16 (4), 147-149.

Saygan, S. (2011). *Whistleblowing ve örgütsel etik iklimi ilişkisi üzerine bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.

Soyak, M. (2010). Kadın girişimciliği ve mikrofinans: Türkiye deneyimi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (24), 129-144.

Soysal, A. (2010). Türkiye'de kadın girişimciler: Engeller ve fırsatlar bağlamında bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65 (1), 83-114.

Subrahmanian, M. (2011). Women Entrepreneurs: The emerging economic Force. *Thavan Ijreb*, 1(01), 10-14.

Yağmur, A. (2013). *Etik liderliğin ve etik iklimin etik dışı davranışlara etkisi: Ampirik bir çalışma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Gebze.

Yüksel, C. (2006). Kamu yönetiminde etik ve Türk kamu yönetiminde etik hakkında yeni yasal düzenlemeler. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, 64(2), 167-212.

Zhu, L., Chu, H. M. (2010). Motivations, success factors and problems encountered by Chinese women entrepreneurs: a factor analysis. *International Review of Business Research Papers*, 6(5), 164-180.

AN ANALYSIS ON THE FUTURE OF LIBYAN POLITICAL SYSTEM

Abdulkarim SAID¹

Serdar YURTSEVER²

ABSTRACT

Politics is the activity they are doing to create, maintain and change the general rules in which people live as a subject. In this respect, mainly politics is a social activity that is linked in a complex way to the existence of difference and conflict, on the one hand, and on cooperation and collective action on the other. In order to understand politics in the most correct way, it is necessary not to see it as an action that solves or solves all conflicts, but as an effort to resolve conflicts beyond achieving it.

In Libya, the dynamics of religion, tribalism, oil and ideology have always been dominant. Libya is trying to establish a new order in the political arena in which Gaddafi term ends and NATO intervention is in all areas. This process, which has been going on with painful and various serious difficulties, is already carried out with a certain system. The aim of this study is to examine the current political practices of Libya and the state administration process and to examine the past and present administrative processes of the management processes that have been found in the social and cultural structure of the Libyan society and make proposals for the future application of the ideal political system.

Keywords : Arab Spring, Democracy, Political System, Tribe, Civil Society.

JEL Codes : Y800- Related Disciplines (International Relations).

¹Master Student, University of Mediterranean Karpasia, kareemusbah@gmail.com

²Assoc.Prof.Dr., University of Mediterranean Karpasia, serdar.yurtsever@akun.edu.tr

LİBYA POLİTİK SİSTEMİNİN GELECEĞİ ÜZERİNE BİR ANALİZ

ÖZ

Siyaset, insanların ona tâbi olarak yaşadıkları genel kuralları oluşturmak, korumak ve değiştirmek amacıyla yaptıkları faaliyetlerdir. Bu yönüyle, esas olarak siyaset, bir yandan farklılık ve çatışmanın varlığıyla karmaşık bir biçimde bağlantılı, diğer yandan işbirliği ve kolektif eylemlerle ilişkili olan bir sosyal faaliyetlerdir. Siyaseti en doğru biçimde anlamak için, onu tüm çatışmaları çözen veya çözebilen bir faaliyet olarak değil, bunu başarmaktan öte bir çatışma çözme çabası olarak görmek gerekir.

Libya tarihinde din, kabilecilik, petrol ve ideoloji dinamikleri sürekli hakim durumda olmuşlardır. Libya, Kaddafi döneminin bitişi ve NATO müdahalesi sonrasında tüm alanlarda olduğu siyaset alanında da yeni bir düzen kurmaya çalışmaktadır. Sancılı ve çeşitli ciddi zorluklarla geçmekte olan bu süreç, hâlihazırda belli bir sistemle yürütülmektedir. Bu çalışmanın amacı, Libya'nın mevcut siyasi uygulamaları ve devlet yönetim sürecini inceleyerek, Libya toplumunun sosyal ve kültürel yapısında can bulan yönetim süreçlerinin geçmiş ve şimdiki yönetim süreçlerini inceleyerek, gelecekteki ideal siyasal sistem uygulamasına yönelik önerilerde bulunmaktır.

Anahtar Kelimeler : Arap Baharı, Demokrasi, Politik Sistem, Kabile, Sivil Toplum.

JEL Kodları : Y800-İlgili Disiplinler (Uluslararası İlişkiler).

INTRODUCTION

In the broadest sense, politics can be defined as the activities to create, protect and change the general rules governing people's lives. In this framework, politics is in a complex connection with the events of conflict and cooperation. On the one hand, rival ideas, different demands, the need for competition and the existence of conflicting interests do not conform to the rules that people come to; On the other hand, people know that they have to work together or cooperate in order to be effective or keep them in effect. For this reason, the essential characteristic of politics is often shown as the process of resolving conflict. Here, the resolutions of competing opinions and conflicts of interest are provided. However, politics can be considered as a search for conflict in this broad sense, not as an activity that can be solved and resolved rather than reaching all conflicts (Heywood, 2014: 24).

The political system is a set of organizations developed to identify and realize common goals of communities. These organizations constitute the whole thing in a connected fashion. All members participate in the activities. The decisions of the system are binding to all members. Members must comply with all laws and decisions of the system and cannot be found in arbitrary approaches. There are various sanctions and penalties for this. The political system consists entirely of economic, social and natural systems.

Libya lived under colony rule before 1951, and was ruled by monarchy and federal system between 1951-1969. Libya, where dictatorship is dominant since 1969, has been struggling to place democracy in society and state administration since 2011. However, it is not possible to say that democracy has worked despite the seven years that have passed.

The lack of political party and election experience in the past, the complexity of tribal and ethnic structures, the struggles for superiority with each other, and the inability to create a safe environment for democracy and life, and conflicts arising from the sharing of rich underground resources are the main problems.

Background: The Arab Spring is an anonymous concept used to express popular movements on different scales that have recently come to the fore against oppressive and authoritarian governments in the Arab world and to define them positively as a process of democratization. In this context, the protests and demonstrations carried out in the social media and researches related to the subject, Arab Spring, Arab Awakening, Arab Rebellion, Arab Revolution is also known by such names. The popular movements that began on December 18, 2010, resulted in revolutions in Tunisia and Egypt. In Libya, in 2011, Gaddafi caused an internal civil war, which was considered by Gaddafi as a nonsense supported by NATO, but which has taken over the regime.

Aims and Objectives: In Libya, the dynamics of religion, tribalism, oil and ideology have always been dominant. Libya is trying to establish a new order in the political arena in which Gaddafi term ends and NATO intervention is in all areas. This process, which has been going on with painful and various

serious difficulties, is already carried out with a certain system. The aim of this article is to examine the current political practices of Libya and the state administration process and to examine the past and present administrative processes of the management processes that have been found in the social and cultural structure of the Libyan society and make proposals for the future application of the ideal political system.

As a result of this work, it is evaluated that the results to be achieved will contribute to the efforts of democratization, nationalization, formation of national identity, providing economic wealth, operation of state institutions, securing public confidence, social justice, ensuring of country security and creating a stable environment which is being carried out by various parties in and out of Libya.

Problem Statement and Research Questions: Libya, despite the fact that in 2011 the revolution took more than six years to complete, the political system that was being supported by all the people in the country could not be brought to a healthy operation. In this article, the problems faced by the country are put forward and it is tried to show what measures should be taken in order to establish an effective authority capable of providing functional services with consistent institutions. The research questions identified in this context are as follows:

- * Has an ideal democracy environment been created over time since 2011?
- * In terms of operating the democracy, do the governance institutions functionally achieve their mission?
- * What are the internal and external influences on the establishment of democracy?
- * What are the political changes and did they were better than before?
- * What are the tribal and ethnic influences in the organization of the country's governance?
- * What are the precautions to be taken for the democracy approximation of the country's governance?

Limitations: This article is based on published books, articles, a mix of primary and secondary materials and public/government documents, speeches, remarks which are related to the topic. Moreover, published studies and research done on the issue of Libyan political system and Arab spring and other sub-topics related to this research is utilized, all of which will be part of the references for this endeavor.

Methodology: The study is a qualitative study. Within the framework of the subject, the information obtained on the basis of the examination of the printed books, researches and articles were evaluated and the solution proposals were presented by introducing the problems faced by existing democracy management efforts.

1. CONCEPTUAL FRAMEWORK

Briefly and generally speaking, the concept of politics can be attempted to achieve power, to use power, and to participate in the use of power. We can call political power as the power to determine the basic distribution and control of social resources among social groups. The main function of political power is to determine which group will benefit from the social source or how much social resources it will control. The structure and use of political power in a society determines the political system. The political system can be defined as a set of established and certain human relationships that contain considerable authority or power. (Şaylan, 1981: 1, 4)

Politics is interesting because people are incompatible with each other. People do not agree how life should be. Who should take what? How should power and resources be distributed? Should it be based on community co-operation, or on the basis of conflict? At the same time, people do not agree how such problems will be resolved. How should collective decisions be taken? Who should be speaking? How much effect should each person have? And such that. According to Aristotle, politics is “the supreme science” as an activity that people have taken to improve their lives and create the Good Society. Politics is, first and foremost, a social activity; he is always a dialogue, never a monologue. Only individuals like Robinson Crusoe can develop a simple economy, they can create an art, and so on; but they cannot do politics. Politics can only emerge with the advent of another man, Friday. However, the dispute that lies at the heart of politics is also true of its nature and how it should be examined (Heywood, 2014: 3).

1.1. The State

The state is necessary to provide control over a territory and is an organization that controls the population living in a certain region and is different from other organizations operating in the same region. It is autonomous, centralized and its parts are officially coordinated with each other (Rynn, 2001: 135).

The state can be defined as a set of institutions, bureaus and officials whose decisions are seen as binding for all and who have high authority to conform or obey the population of a particular geographical region. As can be understood from this definition, the state has both power and authority: it has the capacity to exercise and the right to exercise it (Munroe, 2002: 37).

However politics is defined, government is undoubtedly central to it. To ‘govern’, in its broadest sense, is to rule or exercise control over others. The activity of government therefore involves the ability to make decisions and to ensure that they are carried out. In that sense, a form of government can be identified within most social institutions. People in every part of the world recognize the concept of government and would, in the overwhelming majority of cases, be able to identify institutions in their society that constitute government. Furthermore, most people accept without question that government is necessary, assuming that without it orderly and civilized existence would be impossible. Although

they may disagree about the organization of government and the role it should play, they are nevertheless convinced of the need for some kind of government (Heywood, 2004: 66).

1.2. The Power

While some thinkers view politics as the capital of values, others define it as a “struggle for power” from a traditional view. This formulation transforms the problem of describing the political system into a problem of defining power. Power is the control over the actions of the human mind and other men. Since the definition of political power usually includes the concept of state, the state is included in the definition of the political system (Rynn, 2001: 144).

According to Max Weber, power is the imposition of one’s will on the behavior of others. Power can be defined as sovereignty in one word; it is also possible to define it as a special instance of effect application, in an environment of serious deprivations, as a process of influencing the politics of others, asymmetric relationship between the behavior of two persons, or make changes despite the resistance of the opposition (Okpanachi, 2013: 344).

1.3. The Nation

We call the nations that are the living habits of living together constituted by the citizens who are citizens of the state and who are willing to share in the future. The most prominent image of the legal systems in our age is the nation-state. When we look closer to the nation-states, we can easily see that the organizational forms of each are not exactly the same. These differences arise mainly from the history of the political culture, the philosophies of the founding of the states, the international relations and the institutional arrangements in their history, and their contents. The forms of organization of the nation-state constitute the basic institutions, the written and unprinted rules that determine the internal functioning of these institutions, and the political regimes associated with these institutions (Kalaycıoğlu et.al, 2013: 18).

1.4. Sovereignty

Sovereignty states that a state can effectively use its authority, its structure and its authority within its borders. Sovereignty is the capacity to enforce both rule-making authority and rules. Sovereignty; is also a concept that explains the place of legal and political authority, the use of political power, and the relationship between the rule makers and those who follow these rules, which define the independent status of political society at international level (Aksoy, Ateş, Akyeşilmen & Çemrek, 2013: 3).

2. AN OVERVIEW ON LIBYA’S POLITICS HISTORY

2.1. Governance in Libya from the Past to the Gaddafi Period

Libya is a product of a series of striking changes. In less than a century, it went from an Ottoman province to an Italian colonial, to a constitutional monarchy, to a very general socialist state, to a

democracy in the construction phase. However, these breakdowns in Libya's official political system included a series of continuities that constituted a stable and long-standing foundation of state-society relations (Smiths, Janssen, Briscoe, Besick, 2013: 17). Although Libya, as a state, gained independence in 1951, first a monarchy, then a practice of dictatorship management systems. It is not possible to say that the people of Libya have tested the power of democracy until 2011 (Laurea, 2012: vi).

With the United Nations resolution in 1951, Libya declared its independence as a constitutional, hereditary monarchy under the leadership of Sanusi Said Muhammad Idris (King Idris I). “The United Kingdom of Libya,” adopted a federal system of government comprising three provinces. Though, The Libyan State ended the federal system of government with the constitutional amendment in 1963, turning Libya into a unitary structure under the name “The Kingdom of Libya” (Omagu&Odigbo, 2017: 30 ; see also Eltweni, 2016: 8).

Although the United Kingdom of Libya brought together the three provinces under one flag, Libyans had very little experience in running a centralized administration. The Italians had left Libya with considerable infrastructure, but few administrative or bureaucratic institutions. The colonizers had also deliberately prevented the emergence of a ‘politically active Libyan citizenry’ (Smiths et.al, 2013: 10).

This performance under the Sanusi administration of the Libyan state was the exercise of dominating Cyrenaican from the state performance to the rest of Libya. Libya's state institutions, like the state, have worked very much like a customer patron relationship. Similar to the new independent African states, the Libyan state can be described as a hollow sea shell to hide its natural distribution on the ground (McGlynn, 2016: 15).

2.2. Gaddafi Period

By 1969 a group of low ranking officers in the army –the most prominent of them was lieutenant Gaddafi– changed the regime of the state under the need for change felt by the people, so to speak. The head leaders started immediately organizing their movement by initiating a Revolutionary Command Council (RCC). Nevertheless, if we consider it as a coup politically speaking, publically it was felt as real revolution for Arabism in Libya, because even Libyans did not sympathize with the King or the Monarchy as if they waited for the coup to happen. Furthermore, the coup went smoothly with not difficulties detected by the people, and Gaddafi became swiftly the head of RCC and the new republic (Eltweni, 2016: 9 ; Alsari, 2017: 24 ; Tuncer, 2017: 50 ; Genugten, 2011: 4). Gaddafi’s coup took a single day and was accomplished without fighting or bloodshed (Friesen, 2013: 21)

During his 42 years in power, Colonel Gaddafi succeeded in maintaining his power despite the crisis, with the country’s traditional power balances and interventions on its social and religious fabric. While Gaddafi put forward a system in which the people are the absolute power in theory with the Jamahiriya system, - in other words he invented-; has maintained its role as the absolute political

determiner of the country for many years thanks to its loyal men who have placed them in key positions in practice. Gaddafi's patronage relations, tribal structure and the ability to manipulate the local governments have achieved great success in avoiding opposition to him. In this respect, it has become one of the most influential autocratic leaders in the region in terms of the dissemination of dissident groups, including regional Islamic movements. For this reason, it is necessary to put the bureaucratic elite which Gaddafi patronized and guided in the analysis of the local power balances on the process of reviving in the context of Libya into the first place (Bölme, Ulutaş, Özhan & Küçükkeleş, 2011: 9).

Some authors describe the Jamahiriya as: "Contrary to popular belief, Libya, which western media described as 'Gaddafi's military dictatorship' was in actual fact one of the world's most democratic States. The Jamahiriya was a higher form of direct democracy with the People as President. Traditional institutions of government were disbanded and abolished, and power belonged to the people directly through various committees and congresses. The nation State of Libya was divided into several small communities that were essentially 'mini-autonomous States' within a state." (Imam, Abba & Wader, 2014: 1158).

Gaddafi tried to convince the public that Libya would become a non-stateless society, but it simply stood up to the point of making it acceptable to the country and making it complicated to prevent any step in the country from becoming economic or political. Thus, the Libyans struggled not to focus on the policies of the Leader and paid less attention to the political aspects of their country (Eltweni, 2016: 10).

The Third Universal Theory is an attempt to establish a philosophical basis on the principles of Islam, with a view to positive neutrality in the Third World countries. According to the theory, Third World states can coexist with the United States and the Soviet Union, and that they can negotiate with them for their own interests. But these associations or negotiations should not cause the Third World states, and especially the Arab states, to enter the dominion of two ideological imperialist super powers. The world is actually divided into two parts, one of which sees the other super powers as hunting. The Third Universal Theory provides a concept that is called the North-South Interpretation in international relations. Accordingly, the world is divided into countries that consume natural resources (industrialized North) and countries that produce natural resources or whose resources are consumed by the north (less developed Southwest). As a matter of fact, Gaddafi defended this interpretation of the international relations that he revealed in his theory. In this regard, Libya is a strong supporter of the national liberation movements that are fighting colonial regimes (Metz, 1987: 136).

The first volume of the Green Book is called The Solution of the Problem of Democracy: "The Authority of the People". Gaddafi said he believed in one of his most influential instruments. According to him, political parties, plebiscites and parliament had to be rejected; only a form of direct democracy

based on a system of congresses and committees can show the best way of directing the world. He wrote that;

“...the democratic system is a cohesive structure whose foundation stones are firmly laid one above the other, the Basic People’s Conferences, the People’s Conferences, and the People’s Committees, which finally come together when the General People’s Conference convenes. There is absolutely no conception of democratic society other than this...” (Laurea, 2012: 12 ; Hajjar, 1980: 183-185).

In the second part of the Green Book published in 1977 titled Solution of Economic Problems, it is seen that the concept of socialist economy is totally dominant. In this section, Gaddafi’s evaluations and opinions on the current economic system are included under the headings of Needs, Housing, Income, Transportation, Land and Maids (Doğan&Durgun, 2012: 68). In this section, criticizing modern ideologies, Capitalism and Communism, argued that socialism could be the only precious alternative to them (Laurea, 2012: 12 ; Hajjar, 1980: 183-185).

2.3. Democratization Efforts since 2011 to Present

Developments in post-Gaddafi Libya can be divided into three general stages in general terms. The third phase is still ongoing:

In the recent post-Gaddafi period (October 2011 - July 2012), which focuses on the determination of temporary leaders and rescue from the 2011 conflict,

A controversial transitional period (July 2012-May 2014) that focuses on the enactment and testing of the validity of temporary institutions; and

Tension and violence among loose political-military coalitions, a multi-faceted conflict between members and violent Islamist extremist groups, and a period of conflict and mediation (May 2014), characterized by an increase in the efforts of third parties to promote reconciliation (Blanchard, 2018: 5).

The Libyan case makes it difficult to understand the relationship between a militant structure and democratization. It is very clear that the control of the Army is a key obstacle for a successful democratic transition in Libya. Critical legislation, such as the 2013 Political Isolation Act, was enacted under the influence of the armed forces, and the military forces maintained their economic and political privileges. However, the problem is not just the failure of the military forces to be under the authority of civilian administration. In the first place, it is a more fundamental failure that a coherent Libyan National Army, which has a hierarchical structure and established a chain of command, cannot be created. At the root of this failure is the deep and historical root of the Libyan state (Alfasi, 2016: 16).

On 7 July 2012 the Libyan voters cast their votes in the first national elections for around five decades. Both the UN and the EU observers declared the elections pretty fair and transparent in spite of violent incidents. Naturally, it is not possible to claim that voters have a free will and appreciation for

voting and selecting certain candidates. It would not be wrong to say that local elections are effective in this election made many years later and that it directs voters' will. Libyans have a very important reason to trust local actors rather than central actors: it is accepted that Gaddafi's supporters are local and stateless groups and that these groups at least have undertaken minimum security and social welfare functions. Local legitimacy is therefore seen as important by these groups (Anderson, 2013: 26 ; General National Congress Election Report, 2012: 62).

But the 2012 elections did not produce a strong government on the political level. The lack of organizing political parties around the country has not created a structure that can bring together the interests of the country in the new parliament, and even a fragmented picture has emerged. Also, because of the high number of candidates and the lack of second round voting, most of the selected candidates received less than 20% of their votes in their own regions (Chivvis & Martini, 2014: 41).

Libya has three centers of power currently. The first centre of power is the Presidential Council (PC), which has been located in the Abu Sittah navy base, in Tripoli, since 30 March 2016. According to the Libyan Political Agreement (LPA), the PC has an authority on the Government of National Accord (GNA), which is currently based in Tripoli. The GNA should be approved by The House of Representatives (HoR), which was established in Tobruk, but should be able to act to ensure the safety of some of the members, some of whom are repeatedly reported to have been abandoned by the members threatened by the GNA members. Because of this, HoR was forced to vote by the ruling, but most of his members stated that they had given him a written statement twice.

The second power center is the opponent of the GNA, which is based on the authority of the General National Congress (GNC), the first resurrected parliament of 2012, which was chaired by Former Prime Minister Caliph Ghwell. It is not in Tripoli at the same time, it is not in control anymore. The majority of GNC members (also called as Tripoli Parliament) moved to the Council of State, an advisory body created in accordance with LPA in Tripoli.

The third power center is composed of officials in Tobruk and Al-Bayda, and they must also bring power to the GNA. HoR in Tobruk has the legal legislative authority of the LPA, the Abdullah al-Thinni government operates in the eastern Libyan city of Al-Bayda, and eventually must accept the power of the GNA. Tobruk and al-Bayda officials are under the control of anti-Islamic general Halifa Haftar, who is self-defining, aligned with Egypt, who leads the Libyan National Army (LNA) (Apap, 2017: 4-5).

“The basic question is not who is in the government, who is out of government.” Today, individual political legitimacy prevents the development of full democratic representation from the role it plays in the revolution (Libya Working Group Report, 2011: 2).

In a country with two Parliaments and two governments, there is no control over either the person or the land. The armed groups are engaged in local conflicts against both the two and against the two coalitions throughout the country. Organized crime, kidnapping, torture, unsolved murders and suicide bombings are powerful reasons to show Libya as the legend of the failure of the Arab Spring, with debatable subject matter how successful others are. It is unlikely that a country will enter a civil war, or a Libyan state will be able to fulfill all its functions in the short term. Despite all the precautions and efforts, Libya's democratic transition process seems to have come about (Perroux, 2015: 1).

Blanchard (2018: 4) explains the post-Qadhafi political issues as followings:

“The relative powers and responsibilities of local, regional, and national government;

The weakness of national government institutions and security forces;

The role of Islam in political and social life;

The involvement in politics and security of former regime officials; and

The proper management of the country’s large energy reserves, related infrastructure, and associated revenues.”

While efforts have been made to reform by government or international organizations, little has been gained in the two key issues of public confidence and institutional efficiency. (Mangan&Murtaugh, 2014: 7)

It is a profound reality that the increasing influences and role of tribes on Libyan politics must be taken into account after the revolution in order to realize a real and meaningful national reconciliation (Ladjal, 2016:17).

The tribal loyalty or identity has proved to be a suitable means of ensuring tribal general acceptance in order to confirm the legitimacy of ruling the country. It is doubtless that it will continue to have significant effects in the future (Sawani, 2012: 4).

In this confusion, the ever-changing alliances of the political table of the country, extreme factionalism and different interests based on local or tribal basis cannot be drawn ideologically of their own reality but can be drawn motivated by various ideologies inspired and financially bonded with oil / gas incomes. On these highly unstable bases of the state, the exclusionary policies are re-emerging at an exceptional pace, and the use of violence continues to be common and decentralized (Smiths, et.al, 2013: 56).

Libya's democracy transition process should be constructed with new management structures from top to bottom, working toward the center from the periphery of the country. The Libyans see the revolution as their own revolution despite the decisive intervention in the NATO leadership. For this reason, external interventions on improving both the security situation and democratizing at the local level are not welcomed and limited (Anderson, 2013: 1, 43).

There is a need for a diversified strategy based on regional, national and local actors. In order to assess the need for democratization of social prosperity and local power, it is necessary to take into account local organization behavior. Libya lacks the experience of setting up parties, trade unions and non-governmental organizations. A large number of parties and NGOs emerged without a democratic organizational experience during the civil war. For this reason, it is difficult to say whether they are the means of enrichment and political incentives (Anderson, 2013: 45).

Given the cultural and ethnic diversity of Libya, it is not possible for the government to adequately represent all groups within the country. A more important question, however, is that Libya's complex sociology will not risk the future of the country. Everyone is involved in the need for Libya to build institutions to direct the country to democratic activity, including a parliament, government and ministries (Mikail, 2012: 3)

It is highly probable that Islam plays an important and indispensable role for Libya in public and political life. However, the desire for democracy in Libya is real. The support given to Al Qaeda is limited and few Libyans want to see the emergence of a theocratic state (Grant, 2011: 3).

If the past, present and future of Libya are mentioned, the effects of the tribe and the oil pair should not be overlooked. In order for this relationship to work in a healthy way, it is possible to decide whether it is federal or decentralized or other state (Sawani, 2012: 5).

The chronological history of the governance formations and characteristics of Libya can be summarized briefly as follows:

- 1511-1911 Under the Rule of Ottoman Empire,
- 1918 Tripoli Republic
- Council of Chairs,
- Council of Presidents composed of four co-presidents and
- Law Council,
- 1911-1922 Italian Colonial Administration,
- 1922-1943 Colonial Administration,
- 1951 Federal Monarchy,
- Constitutional Hereditary Monarchy,
- The United Kingdom of Libya,
- 1963 The Kingdom of Libya,
- Terminated federal system and Libya turned into a unified country,
- 1969 Gaddafi Regime,
- Arab Unity,
- Anti-colonialism,

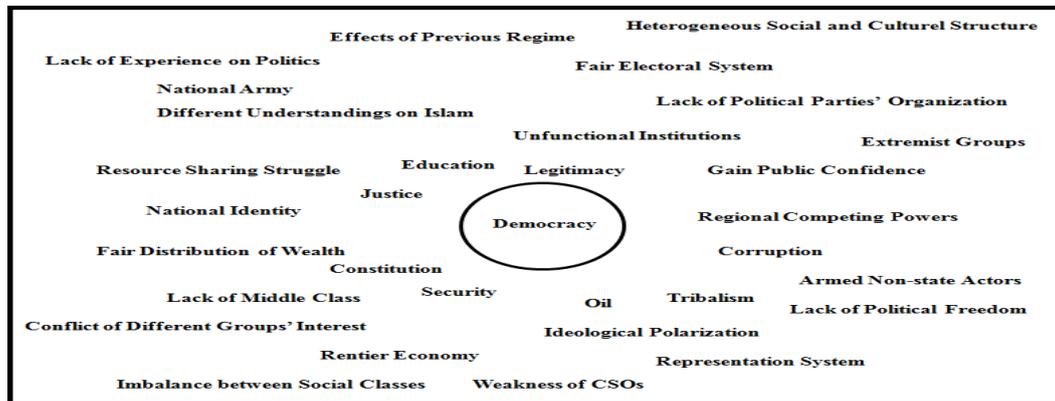
Military Dictatorship,
 Libyan Arab Republic,
 Socialism,
 Green Book,
 Third Universal Theory – Third way between democracy and communism,
 Socialist People’s Libyan Jamahiriya,
 Arab Nationalism,
 Interpretation of Islam,
 Direct Democracy – Jamahiriya higher than this,
 No need to political parties,
 People directly manage themselves,
 2011 Revolution.

CONCLUSION

There is a reality in the middle. Gaddafi regime in the course of the development of the people or the attitude of the country is not much interested in the regime is understood. It is clear that economic well-being is an important element in ensuring peace in the country.

The state structure and democratization efforts to be built in Libya after the 2011 revolution are faced with many problems that need to be solved as shown in figure:

Figure-1 : Multiple variables of Libyan democracy.



It seems that it is not possible to get a strong central government in a short period of time to get rid of the influence of the local government. The solution recommendations are given below:

- In a federal structure, the establishment of a loose central structure, the gradual strengthening of central government in Libya after the acquisition of the trust of the people of Libya, with the strong economic breakthroughs that the central government will gain over time in the direction of foreign policy and the prosperity of the people,
- Foreseeing the gradual transition of democracy,

- The eradication of the negative effects of the previous regime in the fields of social and economic management in the direction of democratization,
- The lack of experience in politics is fulfilled by the support of political party organizations and political awareness,
- Making consensual and convergent studies within the heterogeneous social and cultural structure towards the formation of national identity consciousness,
- The implementation of a fair election and representation system,
- Ensuring that state institutions provide fair and equal service to citizens,
- Strengthening the middle class in economic and educational terms,
- The prevention of the excessive growth and strengthening of one of the classes to which the new political system to be established will be based, and the determination of the rules that will provide balance,
- Planning the country resources to be carried out in different management regions of production, processing and marketing/exporting stages, making the administrative departments interdependent in order to prevent conflicts of interest,
- There are a large number of students studying abroad. Following their completion of their education, they should encourage to participate in economy and politics on their way back to the country and to increase the quality of life in Libya rapidly,
- Many Libyan voted along tribal and familial lines and for publicly known personalities rather than according to ideological alliances. Therefore, there is a need for public awareness,
- To construct the political system, firstly the provision of security and justice grounds,
- Ensuring that institutions operate functionally,
- The determination of a system of representation that will satisfy all tribes and all segments of society,
- Acceptance of a constitution to embrace all segments,
- The establishment of a national army that is strong and faithful to the chain of command,
- Fair distribution of economic resources and promotion of prosperity,
- The convergence of different interpretations of Islam by groups in Libya with a compromising attitude,
- The prevention of ideological polarization,
- Solving the legitimacy problem of the present authority,
- Fighting with corruption,
- Resolution of regional power struggles through consensus,

- The disarming of armed non-state groups,
- Securing political freedoms.

Authors wish for future of Libya;

“*The people of Libya have great dreams for the future. These dreams should not be wasted after all these sufferings.*”

REFERENCES

- Aksoy, M., Ateş, D., Akyeşilmen, N. & Çemrek, M. (2013). *Uluslararası politika-II (International politics-II)*. Eskişehir: Anadolu University.
- Alfasi, K. (2016). Democratic Backsliding and the Role of the Military in post-Qadhafi Libya, Is Democracy Decline. *Democracy and Society*, Georgetown University, 13 (1), 5-17.
- Alsari, A. B. (2017). *National reconciliation and political stability Libya*. Unpublished master's thesis, Karabuk University.
- Apap, J. (2017). *Political developments in Libya and prospects of stability*. European Parliamentary Research Service.
- Blanchard, C. (2018). *Libya: transition and US policy*. Congressional Research Service.
- Bölme S., Ulutaş U., Özhan T. & Küçükkeleş M. (2011). *İsyân, müdahale ve sonrası: Libya 'da dönüşüm sancıları (Rebellion, intervention and aftermath: transition causes in Libya)*. Seta Report.
- Chivvis, C. & Martini, J. (2014). *Libya after Qaddafi, lessons and implications for the future*. National Security Research Division.
- Anderson, R. (Ed.) (2013). *How the local matters, democratization in Libya, Pakistan, Yemen and Palestine*. Danish Institute for International Studies, Copenhagen.
- Doğan G. & Durgun B. (2012). Arap baharı ve Libya: tarihsel süreç ve demokratikleşme kavramı çerçevesinde bir değerlendirme (Arab spring and Libya: an evaluation on the concept of historical process and democratization). *Journal of Süleyman Demirel University Institute of Social Science*, 1 (15), 61-91.
- Eltweni, A., Y. (2016). *Libyan spring or fall: four decades of tyranny and unity four years of fragmentation*. Unpublished master's thesis, Karabük University.
- Friesen, J. (2013). *Tribes and revolution; the “social factor” in Muammar Gadhafi's Libya and beyond*. Unpublished master's thesis, McGill University, Canada.
- Genugten, S. V. (2011). *Libya after Gadhafi*. Vrije University, Brussels.
- General National Congress (GNC) Election Report*. (July 7, 2012). Retrived 28.12.2017, from www.cartercenter.org.
- Grant, G. (2011). *Libya's transition to democracy: an assessment with recommendations for British foreign policy*. The Henry Jackson Society.

- Hajjar, S. (1980). The jamahiriya experiment in Libya: Qadhafi and Rousseau. *The Journal of Modern African Studies*, 18 (2), 181-200.
- Heywood, A. (2004). *Political theory*. Third Edition, Palgrave Macmillan Publications.
- Heywood, A. (2014). *Politics*. Second Edition, Palgrave Publications.
- Imam, M., Abba, S. & Wader, M. (2014). Libya in the post Ghadaffi era, *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 2 (2), 1150-1167.
- Kalaycıoğlu, E., Oktay C., Sayarı S., Retornaz E. A., Hatipoğlu E., Bilgin H. D. & Kağnıcıoğlu D. (2013). *Karşılaştırmalı siyasi sistemler (Comparative political systems)*. Eskişehir: Anadolu University.
- Ladjal, T. (2016). Tribe and state in the history of modern Libya: a khaldunian reading of the development of Libya in the modern era 1711-2011. *Arts & Humanities*, 1-17.
- Laurea, T. D. (2012). *Libya before and after Gaddafi, an international law analysis*. Unpublished master's thesis, University of Ca'Foscari Venezia.
- Libya Working Group (LWG) Report: MENA Programme (2011). *Libya: challenges after liberation*. Chatham House.
- Mangan, F. & Murtaugh, C. (2014). Security and justice in postrevolution Libya, where to turn?. *Security Assesment in North Africa*.
- McGlynn, N. (2016). *Statelessness in Libya before and after the fall of Qaddafi*. Unpublished master's thesis, Leiden University.
- Metz, H. C. (1987). *Libya: A historical and cultural overview*. Retrived 28.12.2017, from <http://countrystudies.us/libya/>.
- Mikail, B. (2012). The multiple challenges of Libya's reconstruction. *Policy Brief*, No.114, 1-5.
- Munroe T. (2002). *An introduction to politics*. Canoe Press.
- Okpanachi E. (2013). *Introduction to political analysis course notes*. National Open University of Nigeria.
- Omagu, D. & Odigbo J. (2017). Democracy and the struggle for democratisation in Libya. *Socialscientia Journal of the Social Science and Humanities*, 2 (1), 30-46.
- Perroux, J.-L. R. (2015). Libya's untold story: civil society amid chaos. *Middle East Brief*, No.93, 1-9.
- Rynn, J. (2001). *The power to create wealth: a systems-based theory of the rise and decline of the great powers in the 20th century*. Unpublished dissertation, The City University of New York.
- Sawani, Y. M. (2012). Post-Qadhafi Libya: Interactive Dynamics and The Political Future. *Contemporary Arab Affairs*, 5 (1), 1-26.

Şaylan G. (1981). *Çağdaş siyasal sistemler (Contemporary political systems)*. TODAİ institute Publications.

Tuncer, C. (2017). *Analysis of the Libyan crisis within the framework of the internationalization of the state concept*. Unpublished master's thesis, Hacettepe University.

Smiths R., Jannsen F., Briscoe I. & Beswick T. (2013)., *Revolution and its discontents: state, factions and violence in the new Libya*. Netherlands Institute of International Relations.

SYRIAN CRISIS IN SCOPE OF THE US-RUSSIAN COMPETITION IN MIDDLE EAST

Abubaker ALAMAILES¹

Serdar YURTSEVER²

ABSTRACT

This study addresses the issue of the competition between the United States and Russia in the Middle East. The study examines the most important aspects which the two powers are competing for in the Middle East. These aspects include: geopolitical field, energy field and arms race. To better understand the US-Russia competition in the Middle East, the current Syrian crisis is taken as a case study. The investigation shows that the attitudes of the United States and Russia have been contradictory and disagreeable in Syria. The strategic interests and objectives that one party seeks to achieve are contrary to the interests and objectives of the competing party. As a final result, the study proved that what is happening in Syria represents the sharp competition between the United States and Russia which can be considered as an extension of their broader competition in the Middle East region. Also, since Syria holds a significant position in the region in strategic, economic, and energy terms, the possibility of reaching a complete solution depends on the compatibility of visions and attitudes between the two major powers and this is unexpected to be accomplished in the near future.

Key Words : Middle East, Competition, Syria, US, Russia.

JEL Codes : Y800- Related Disciplines (International Relations).

¹Master Student, University of Mediterranean Karpasia, amailes83@gmail.com

²Assoc.Prof.Dr., University of Mediterranean Karpasia, serdar.yurtsever@akun.edu.tr

ORTA DOĞU'DA ABD-RUSYA REKABETİ KAPSAMINDA SURİYE KRİZİ**ÖZET**

Bu çalışma, ABD ve Rusya arasındaki Orta Doğu'daki rekabet konusunu ele almaktadır. Çalışma, iki gücün Orta Doğu için rekabetindeki önemli yönleri incelemektedir. Bu yönler şunlardır: jeopolitik alan, enerji alanı ve silahlanma yarışı. OrtadoĐu'daki ABD-Rusya rekabetini daha iyi anlamak için mevcut Suriye krizi örnek olay olarak ele alınmıştır. İnceleme, ABD ve Rusya'nın tutumlarının Suriye'de çelişkili ve anlaşmazlık içinde olduğunu göstermektedir. Bir tarafın başarmayı amaçladığı stratejik çıkarlar ve hedefler, rakip tarafın çıkarlarına ve hedeflerine aykırıdır. Sonuç olarak, çalışma Suriye'de olup bitenlerin, Orta Doğu bölgesinde daha geniş bir rekabetin uzantısı olarak kabul edilebilecek ABD ile Rusya arasındaki keskin rekabeti temsil ettiğini kanıtlamaktadır. Ayrıca, Suriye'nin stratejik, ekonomik ve enerji açısından bölgede önemli bir konumu olduğu için, tam bir çözüme ulaşma olasılığı, iki büyük güç arasındaki vizyon ve tutumların uyumluluğuna bağlıdır ve bu, yakın bir gelecekte gerçekleştirilmesi beklenmeyen bir durumdur.

Anahtar Kelimeler: Orta Doğu, Rekabet, Suriye, ABD, Rusya.

JEL Kodları : Y800-İlgili Disiplinler (Uluslararası İlişkiler).

INTRODUCTION

The Middle East region is gaining a significant importance in the international system in the geopolitical, economical, and strategical aspects. It is considered as one of the most important keys to control the world system. The importance of this region has made it a focus of attention to the major powers in the world to achieve their international political goals.

This study deals with a very important issue in the international relations which is the competition between the US and Russia. This competition is dominating the relation between the two nations particularly in the way they deal with the Middle East issues under the current circumstances of the Arab Spring events. Both sides try to regain or gain more influence in the region because of its geopolitical, economical, and strategical superiority. Syria is considered one of the most important areas where the US-Russian competition has raged. The competition level has reached a critical limit and that has encouraged researchers to investigate the causes of this competition and the objectives of each party.

The study aims to identify the aspects of the US-Russian competition in the Middle East. In addition, the study is aiming to demonstrate the different conducts that the US and Russia are following to deal with the Middle East nations according to their strategic interests. Moreover, the study is targeting to find answers to the enquiries that have been raised about the US-Russian competition in the Middle East during the current Syrian crisis and why each party has taken different attitude and measures towards the situation in Syria.

In this study, the descriptive method is used to describe the aspects of the US-Russian competition in the Middle East and how each party deals with the countries in the region and particularly with Syria. Finally, The Syrian crisis is taken as a case-study to analyze and understand the US-Russian competition in the region.

1. ASPECTS OF THE US - RUSSIAN COMPETITION IN THE MIDDLE EAST

In order to determine the most important aspects of this competition, three main fields are considered namely the geopolitical field, energy field, and arms race field.

1.1. US - Russian Geopolitical Competition in the Middle East

The US foreign policy towards the Middle East has targeted the Arab countries in particular during the previous stages. The purpose was to of maintain the international strategic balance in the region in a situation that favors them, and to prevent any tendency to favor another force. It has been working to achieve this objective through (Little, 2008: 193-213):

- Redrawing the political features and characteristics of the countries of the region to become more democratic, considering that this constitutes an important American guarantee for the non-repetition of the events of September 11th, as well as preventing the emergence of any competing political forces.

- A complete support to the US military presence in the region and preventing the Russian influence and expansion.
- Attract the countries of the region towards the US in order to support American influence and reduce the influence of other countries by supporting political systems with close relationship with Washington.

On the other hand, the Arab countries in the Middle East are considered as prominent aspect in the Russian strategy because of several factors, most notably the geopolitical factor. The Arab region acquires geopolitical importance from several advantages to Russia (Khrestin & Elliott, 2007: 51-77):

- It is separated only by the Mediterranean Sea;
- The fact that the Arab region is one of the constants of English politics in the past and the present time;
- The Arab world is rich in oil;
- The presence of the strategic waterways in the Arab region: Suez Canal, strait of Hormuz, strait of Bab el Mandeb.

1.2. US-Russian Energy Competition in the Middle East

Oil and gas are still a vital source of energy despite the development of alternative energy resources. The pursuit of energy needs by societies and countries is not new, and the attempts to control energy resources have been the main driver of many conflicts between major powers (Bilgin, 2009: 4491).

Middle East oil has many advantages that drive many world powers to attempt to control it, including: (i) The low cost of oil production in the Middle East due to the high production rates, the shallowness of the oil wells, the high rate of success in the discovery of oil, and the low of investigation expenses, (ii) Lower prices for Middle East oil compared to other regions in the world, and (iii) The advantage of quality as the Middle East produces light, medium and heavy oil types and these types are suitable for different markets (Mansour, 1995: 57).

There are three main factors that make the Middle East a very significant economic base on the US economy (Wahbi, 2010: 62):

- Protecting the US economy from any shocks it may suffer as a result of the interruption of the flow of oil or even unexpected raise oil prices.
- Maintaining the standard of living in the US, which basically include energy-intensive consumption, and not exposing this level and pattern to any threat whatever the cost.
- Control the prices of oil and its distribution, and then control the nerve of the economies of industrial and competing countries such as Russia and China, in other words resolve the American impasse of the decline of its economy position globally.

With its new strategy, Russia has become a challenge to the US, which is no longer the dominant economy of the 21st century. It has been facing competitors in energy management in the Middle East, especially Russia and China. With the collapse of the USSR, Russian policy in the Middle East entered a new phase, which did not rise to the stage of competition during the reign of President Boris Yeltsin (1991-1999), but the change in Russian policy towards the Middle East came after the arrival of Vladimir Putin, who took over the presidency from 1999-2004, 2004-2009 and 2014 to present. Through many visits and meetings with regional leaders, Putin sought to re-enter the Middle East in an attempt to compete with the US (Lo, 2008: 24-78). The Russian approach seeks to establish an economic partnership and a real development role with the countries of the Middle East to provide a direct economic return to Russia (Gafarli, 2012: 142-143).

1.3. The US - Russian Arms Race in the Middle East

Arms trade in the world is a thorny issue in which political and military conflicts, strategic imperatives and national security concepts are intertwined with economic considerations of trade and manufacturing. Far from providing a large national income and raising the level of exports of the industrial countries, it provides many jobs for their people and reduces the level of unemployment. Latest data reported by the Stockholm International Peace Research Institute (SIPRI) on global weapons sales shows that there may be an arm race in the Middle East and Asia. As SIPRI stated in a report about movements in international transfers of major arms, weapons sales have reached their highest since end of the Cold War. The latest report compares arms imports between 2007-2011 and 2012-2016. Weapons imports by Middle Eastern nations increased 86% between the two periods, with the region accounting for 29% of all global arms purchases. Saudi Arabia raised its weapons imports by 212% between the two periods and by 2016 became the world's second largest importer; Qatar amplified its weapons imports by 245%. Almost all the weapons imported by these Arab states came from the US and Europe (Fleurant, Perlo-Freeman, Wezeman, 2017: 2, 6, 10).

2. SYRIAN CRISIS AS A CASE STUDY TO THE US-RUSSIAN COMPETITION IN THE MIDDLE EAST

The objective of this step is to bring the picture of this competition closer to the readers through this case-study. There has been a lot of talk recently about the Syrian crisis and how it represents the return of competition between the US and Russia, after their relationship has experienced kind of cooperation on many issues at the global level, such as combating terrorism. Therefore, the procedures that have been taken by the US and Russia toward the Syrian crisis and how their foreign policies have been dealing with it, the aspects of the US-Russian competition under the ongoing situation, and possible future scenarios for the Syrian crisis under the US-Russian competition will be highlighted in following sections.

2.1. The US Attitude on the Current Syrian Crisis

With the beginning of the events in Syria in 2011, the American attitude toward what was happening was betting on the Syrian regime to carry out reforms that met the demands of the protesters. Therefore, the American statements remained limited to calling for stopping the violence, meeting the demands of the protesters, working to find a political solution, and the threat of severe sanctions unless the Syrian regime is embarking on genuine political reforms. Then, Obama's administration moved on to exert pressure on the Syrian regime, imposing a package of financial and economic sanctions on May 18, 2011, including President Bashar al-Assad and a number of political and security officials in his regime. This came immediately after the military operations of the regime forces against the rebellious cities and villages. Although the US president stated on 12 July 2011 that Bashar al-Assad had lost his legitimacy due to his inability to complete the democratic transition, he did not invite him to step down until August 18, 2011 (Sharp & Blanchard, 2012: 13-15).

By the end of 2011, the armed component of the Syrian opposition grew rapidly, and calls for international protection for the Syrian people, no-fly areas, and humanitarian corridors were expanded. The US attitude was conservative at the time toward these proposals. It selected not to send lethal weapons to Syria and the assistance was in humanitarian forms including food and medical supplies (Sharp & Blanchard, 2012: 19-22).

Since the spread of reports of the Syrian regime's use of chemical weapons, the US had been threatening to take deterrent and cruel measures against the Syrian regime in case of use chemical weapons. President Obama said in his famous statement that the use of chemical weapons was a red line and that Syria regime would have serious consequences if it used chemical weapons against the people and the Syrian opposition. Shortly, new reports reached the White House confirming the use of sarin gas by the Syrian forces in the Eastern Ghouta which made the US to move its naval forces stationed in the Mediterranean and put it in preparation for a military strike on Syria. However, all the diplomatic efforts, by Obama and Secretary of State John Kerry, to build an international coalition to help carry out a military strike on Syria on charges of using chemical weapons failed. The solo impulsive decision that made by Obama administration to initiate a military attack on Syria caused a confusion in the international situations represented by different attitudes between America and Russia, a sharp split in the EU and in the United Nations Security Council (UNSC) and created confusion within the American society. In the midst of these complex situations, Russia proposed to the US that Syria hand over its chemical arsenal to the international community, in exchange for avoiding any military strike. This initiative was approved by the US and Syria and the Syrian regime began delivering its chemical shipments through stages (Blake & Mahmud, 2013: 246-253).

On October 3, 2016, the US issued a decision to suspend its political talks with Russia on Syria. US Secretary of State John Kerry called Russian support for Bashar al-Assad an irresponsible decision.

Kerry accused Russia and the Syrian regime of rejecting diplomatic options and continuing the military operations with hospitals being shelled, children are being horrified, and people being suffering (Humud, Blanchard & Nikitin, 2017: 1-13).

The American attitude towards what is happening in Syria is aiming to apply the theory of constructive chaos, with the intention of redrawing the geopolitical and political map not only in Syria but also in the Middle East as a whole. The theory of constructive chaos, according to the American perspective, is to dismantle the situation in a country, even if it leads to temporary chaos, in order to re-establish the country on new bases more appropriate to the interests of the US and its plans in the region. Moving the situation from the deadlock to the stage of elasticity, allows the US to intervene and apply ready-made scenarios, such as motivating the internal forces to make changes from within in the political systems (Nazemroaya, 2006: 1). This is evident in the Syrian case where the US supports the Syrian opposition, enabling them to overthrow the Syrian regime and at the same time working to mobilize international support for the intervention and the overthrow of the Syrian regime and support the arrival of another ally system.

The second objective the US is seeking to achieve in Syria is to prevent the arrival of weapons to Hezbollah and Hamas. The weapons that are brought from Iran through Damascus to Lebanon to support Hezbollah, and weapons smuggled across Syrian territory to Iraq will be disrupted when the Syrian regime is busy with the boiling situation happening in the country. Currently, an opposite round of arms smuggling is taking place where instead of smuggling arms through Syria to Iraq and Lebanon, arms are smuggled into Syria to support the Syrian fighting parties across borders from different directions (Mohns & Bank, 2012: 7-33).

The third objective that the US is seeking to achieve in Syria is a geopolitical goal, which falls within the context of the realistic direction that dominates American foreign policy in the context of its interactions with the major powers competing in the Syrian arena. According to the US strategy, Syria is a sensitive part of the edge of the earth to block Russia from the south-west and prevent it from having access to warm waters. The establishment of allied regimes in such sensitive areas is an urgent US demand since Syria is considered a central state within the context of the conflict between the US-led naval supremacy and the Russian-led land supremacy. US seeks to overthrow Russia's allies in the Middle East, including the Syrian regime, which is an important ally of Russia and its presence in the Mediterranean region (Fawcett, 2016: 144-148)

The fourth goal that the US is seeking to achieve through its attitude on the Syrian crisis is related to the issue of the energy struggle, especially for natural gas. The US is working hard to break the Russian monopoly on the European gas market and drive Europe out of the growing Russian influence by finding alternatives to gas sources that can the needs of Europeans. Within this goal, the

US is doing what it can to block any force that seeks to change the basis of the energy equation in the world which based on American superiority (Shueibi, 2012: 1-8).

2.2. The Russian Attitude on the Current Syrian Crisis

Syria is an important ally of Russia in the Middle East. The relationship with Damascus has been a key building block of the Russian strategy in the Middle East since before the era of President Hafez al-Assad, and it was deepened his reign. He focused on developing a strategic relationship with Russia as one of the most strategic permanent partnerships in the Middle East. On the other hand, Russia has since 2000 focused on restoring Russia's status as a "superpower", embodying its policy against the US in order to put Russia as a counterweight to the West in the Middle East. Syria is one of the most important foothold in the region for Russia, and it is of key importance in Putin's calculations because of its strategic location (Borshchevskaya, 2013: 1-7). Russia has been working since the beginning of the current Syrian crisis to confirm its position in preventing any military intervention in Syria or impose more sanctions on it. Russia is fearing that this would be a cover for further US hegemony in the region. Russia is taking a more intensive position against any intervention in Syria because it believes that will allow an American foothold in the heart of Syria after the overthrow of the regime as what happened in Iraq. Therefore, Russia quickly disrupted the Arab regional and international initiatives to issue resolutions supporting the implementation of these initiatives in UNSC through the use of veto (Berryman, 2012: 530-536).

Many observers point out that there are many factors associated with the Russian interests in Syria. These factors are of a political, strategic, and economic nature and control the position of Russia towards the Syrian crisis and can be identified in the following points (Sladden, Wasser, Connable, & Grand-Clement, 2017: 2-13):

- The economic interests: The Middle East is the second largest market for Russian arms exports. Prior to the Arab Spring, Algeria, Syria, and Libya regularly appeared on the lists of senior clients of Russian military equipment. Russia considers the battle in Syria as its battle because it sees the situation as a conspiracy by the Western countries, led by the US, to keep it away from the energy areas emerging in the Mediterranean. Russia realizes that the oil power and rising global prices that have helped the current Russia to restore its international role through its financial and economic capabilities. Russia's increasing interest in Syria is due to the discovery of its new wealth in several oil fields on the Syrian coast and near the Lebanese border. In addition, Russia is aware of America's desire to pass Qatari gas pipeline through Syria to Europe in an attempt to end the dependence of European countries on Russian gas.

- The political interests: Russian leaders believe that Assad's departure will either make Syria an American ally or slip into long-term chaos and civil war. In either case, Russia will lose a reliable ally. Since becoming president, Vladimir Putin has worked to rebuild relations between Russia and its allies in the Middle East. Syria, Libya, Iraq and Iran were at the center of this axis, through which Russia sought to balance American hegemony in the region.
- Strategic interests: Russian intentions to support Bashar Assad's regime are based on strategic readings and calculations. Moscow sees the overthrow of the Assad regime as a prelude to overthrowing the Iranian regime. It will inevitably affect the role that Russia aspires to play again as a major power in the new international balance, especially under the decline in the level of the US military presence after the withdrawal from Iraq and with the approaching withdrawal from Afghanistan.

3. THE ASPECTS OF THE US-RUSSIAN COMPETITION IN THE SYRIAN CRISIS

The Syrian arena is witnessing a complicated and complex struggle at the national and international levels, in which the US and Russia play the most prominent role in the conduct of the events of this Syrian crisis. There are several aspects of the US-Russian competition in Syria. The competition between the two poles can be defined in three levels: Official discourse, international level, and logistic support level for the conflicting parties.

3.1. The US-Russian Competition in Syria at Official Discourse Level

The official discourse and political statements of both the US and Russia on Syria has been tremendously contradictory. This creates a gap in the international situation which includes not only these two countries, but also alliances belong either to this part or to the other (Wilhelmsen & Haugevik, 2016: 3-4).

Pluralism in the Syrian arena have cast different dimensions in terms of dealing with the dangers and threats generated by the conflict. At the international level, American statements issued in succession by the White House were gradually increasing in condemning the conflict. Initially, the statements deplored what Assad is doing and requested the Syrian regime to make rapid political reforms. Eventually, these requests were progressively evolved in an open letter calling for Assad departure and insisting that the new Syria would not be with Assad in authority. The statements intensified to the point of threatening by military strike against the Syrian regime in case of using chemical weapons (Humud, et.al., 2017: 7-12). On the other hand, the Russian discourse called for restraint, accusing the armed opposition of undermining the regime, killing civilians, and describing them as terrorist groups. Russia has been always waving the veto whenever any calling for an UNSC resolution to remove the regime in Syria is issued (Valenta & Valenta, 2016: 7-8).

Since the end of Obama's second administration period and Donald Trump become the 45th US president on January 2017, the relation between the US and Russia regarding Syria has become more complex and complicated. In April 4, 2017, The US has accused the Syrian regime of carrying out a chemical air attack on the town of Khan Shaykhun. Trump announced from the White House that Bashar al-Assad's regime had crossed all red lines and that his position on Syria had changed after the attack (Mason & Perry, 2017: 1-10).

After few days and exactly the next Friday US President Donald Trump stressed his position on the Syrian crisis, even surpassing his predecessor, Barack Obama. Trump issued orders to attack the Shayrat Airbase east of Homs, which is under the control of Syria's government forces with Tomahawk missiles. The new policy of Trump may dictate any hope of cooperation between Washington and Moscow in Syria, especially since the White House did not inform the Kremlin of these attacks before its implementation (Holland & Cooney, 2017: 1-3).

3.2. The US-Russian Competition in Syria at International Level

The American efforts to issue an international resolution condemning the regime of Bashar al-Assad has been faced with a Russian refusal by using the veto ten times in different occasions since 2011. This highlights the seriousness of the international conflict on Syria and division between the major countries that differ in their vision of what is happening in Syria (Nichols, 2017: 1).

What can be understood from using veto power many times in the UNSC that Russia seeks to thwart any international resolution against the Assad regime to assert that it is an important international actor whose interests must be taken into account if the Syrian crisis is needed to be resolved. Thus, Russia has put both the US and Western countries in a difficult position. Either the US is committed to a common solution to the crisis that takes into account Russia's interests, which will be a major political victory for Russia, or work outside the framework of the UN and the international legitimacy, which raises the cost of intervention to the maximum degree and deprives it of legitimacy. The inability of the UN to take decisive international decisions at the level of the UNSC with the aim of overthrowing the Syrian regime, led to the US to impose sanctions on the Syrian regime individually, and motivated its partners within NATO and the Arab League States to impose similar sanctions. Not only did the US impose sanctions on Syria but urged the EU governments to do so. The US was able to reach a bilateral agreement with EU governments to impose sanctions that would ban imports of Syrian oil and new investments in the Syrian oil industry, and this was one of the most severe sanctions applied on Syria. Through these sanctions, it has become obvious that the inability of the international community to unify its position in the adoption of UN resolutions on Syria based on the American desire. This has pushed the US and many of its Western allies and some Arab countries to impose sanctions aiming to tighten the situation on the Syrian regime and weaken it internally. Consequently, the opposition that is directly or indirectly supported by the US would be able to overthrow the Syrian regime without the need for

external military intervention (Sharp & Blanchard, 2012: 13-15). However, these American efforts has been met by Russian steps in support of the Syrian regime. Russia has strengthened its trade ties with Syria through several deals and contracts, especially in the field of oil and gas, so that Russia and its ally China support the Syrian regime in the face of US and European sanctions imposed on it (The Voice of Russia, 2012: 1-7).

3.3. The US-Russian Competition in Syria at Logistic Support Level

Russia has played an important role in supporting the Syrian regime in confronting the armed opposition. The Russian support has not been only in the UNSC through the lifting of the veto, and not only through the political discourse of the Russian leaders, but rather to provide Syria with military experts, advanced military techniques and devices, internet and direct military deals, and spare parts. The services were further extended through financial support and direct Russian flights to support and transport the wounded and serious injuries from the Syrian troops to Russia (Eker, 2013: 3).

Continued support for the two sides of the war in Syria indicates that both the US and Russia are trying to improve their position in the battle before entering into negotiations to ensure significant gains at the expense of the opposing party. While Russia continues to support the Syrian regime at all levels, including military support, the United States and its allies support the Syrian armed opposition to topple the Syrian regime (Dannreuther, 2015: 82).

4. POSSIBLE FUTURE SCENARIOS OF THE SYRIAN CRISIS UNDER THE US-RUSSIAN COMPETITION

With Syria turning into a battleground of international contradictions, particularly the contradiction between US and Russian interests, speculation about the future situation in Syria has grown. The failure of all efforts to find a diplomatic solution that satisfies the parties to the conflict and committing the regime and the opposition to further armed violence with increasing foreign support by all means have made the expectations for the future situation in Syria more complex and complicated. Three scenarios will be now presented in this section in order to explore possible future scenarios of the Syrian crisis under the US-Russian competition and based on the preceding analysis of this study as follows:

4.1. Scenario I: Continuation of the Syrian Crisis

When reading the current scene in Syria, which is the continuation of Russian and US support to the parties to the conflict politically, militarily and financially, it seems difficult to reach an internal or international solution in the near future. The regime is likely to continue with the security solution, with the Russians still supporting him and betting on his ability to stay in power. On the other hand, the US supports the Syrian oppositions and increase their armament in order to weaken the regime until it

gradually disintegrates from within. Then, diminishing its ability to control the situation and then it can intervene to achieve its objectives.

The hit-and-run game between the Syrian army and opposition fighters are the most prominent phase among the conflict forms. This has been represented by the regime's entry into some areas and its retreat from other regions, and likewise by opposition. This situation will further blur the vision in the coming period, complicate the scene militarily and politically, and increase the likelihood of military escalation on the battlefield from the parties in order to find new negotiating key.

The lack of agreement between the US and Russia on the features of a new political system, that is consistent with their interests, is an indicator of the continuation of the crisis situation in Syria for a longer period. It may be in the interests of the US and Russia to continue arming both the regime and opposition forces so that the conflict will continue in a balanced manner to avoid a new political regime that opposes their interests in the region.

The persistence of Russian and the American positions on the Syrian crisis will lead to Syria sinking into a long war, in which neither side will succeed in achieving a "break-through" point. In this case, the status quo is likely to remain the same where the war between the regime and the opposition continues, and each party keeps controlling certain areas without any significant progress.

4.2. Scenario II: The Syrian Regime Stays in Power

According to this scenario, the Syrian regime will continue to be headed by Bashar al-Assad and Syria will return to the pre-revolutionary era. This will only be achieved through the elimination of the political and military opposition through intensive Russian support. As a result, the survival of Assad in power will be a major blow to Washington's interests in the region, in turn will strengthen Russia's position at the regional and international levels.

The Syrian regime's chances of survival are heavily supported by the strong relations with Russia which have been established for many years. Although these relations were briefly stagnated after the collapse of the USSR, they were shortly recovered after settling the debt issue that had been in Syria since the Soviet era. The relations between Russia and Syria have grown significantly in recent years through the conclusion of several agreements between the two countries, especially in the field of the modernization of the Syrian armed forces. Most of the purchases of arms supplied by the Syrian forces come from Russian Federation. In the context of the Syrian crisis, Russia and Syria signed many deals in which Russia will supply the Syrian army with various types of weapons for many years. Thus, the continuation of the flow of Russian weapons on Syria will enable the Syrian regime to withstand the armed opposition and re-establish its control over Syria.

4.3. Scenario III: The Fall of the Syrian Regime

This scenario includes the end of the era of the Syrian regime represented by President Bashar al-Assad. This may occur by (i) him to step down or, (ii) leave by negotiation or force binding as a result

of a military victory of the opposition or, (iii) entering into an international conflict leading to the same fate of the leaders of the Arab countries whose regimes fell in the events of the Arab Spring, or (iv) by coup against him internally.

Increasing American support, politically, logistically, and militarily, for the Syrian opposition with new sanctions imposed on the Syrian regime and working to isolate it internationally, will lead to an end to the Assad regime. The Russians will then bargain for change to preserve some of their interests. Russian diplomacy may open up to the Syrian opposition and agree to preserve its interests in Syria. It seems that securing such guarantees is not difficult or impossible in exchange for Russia changing its positions in support of the regime, particularly renouncing the use of the veto in UNSC. This will allow Russia to return as an influential party in the arrangements for the arrival of the new regime.

Based on current situation in Syria, the closest scenario to verify among the three choices is most likely the first scenario of the conflict continuation. The Assad's regime is likely to continue with the military solution, with the Russians still supporting him and believing that he is still able to remain in power and for the difficulty of obtaining an alternative regime that would safeguard their interests in Syria and the Middle East in general. In return, the US and its regional and international allies will continue to support the Syrian opposition in order to prevent the Syrian regime from eliminating the opposition. At the same time, working to weaken the regime until it gradually disintegrates from within, diminishing its ability to hold onto the state leading to change the Russian position without any preconditions.

CONCLUSION

This study focused on the analysis of competition between the US and Russia in the Middle East region in general and in Syria in particular. In other words, this study aims to understanding what has been happening in Syria from the beginning of the current crisis in 2011 from the perspective of the US-Russian competition and the following results are reached:

- The aspects of the US-Russia competition in the Middle East cannot be confined to one area only that is access to the energy resources of the region. There are other aspects that are as important as energy and play an important role in increasing the frequency of competition. These aspects include the geopolitical importance of the region and the arms trade.
- The US and Russia's attitudes toward regional issues reflects a clear divergence in their respective strategies resulted from conflicting interests in the Middle East. These different strategies toward the region can be summarized in the following point:
 - The Russian strategy considers the Middle East as an important area close to its southern border and any instability in it will negatively affect many of its states, and that will threaten its national security. In addition, Russia sees the region as an

important outlet for access to warm water, as well as an important market for arms promotion for financial returns that contribute to the recovery of its economy.

- The American strategy focuses on the need for permanent presence in the Middle East through different methods, whether direct military presence or through the establishment of political and economic alliances with the countries of the region. Therefore, it will be able to encircle Russia and prevent it from penetrating into what America considers its vital field. In other words, the US recently became concerned about the new Russian return as a world superpower, which threaten its presence in the Middle East, especially under the strategic rapprochement between Russia and China. The United States has adopted the strategy of expanding the competition with Russia and transfer it to areas of Russian influence, such as Syria. This will keep Russia busy solving its problems and crises, so it would not have the opportunity to reorganize its internal and external interests and return as a strong and competitive party threatening the American interests in the Middle East.
- The new Russian return to compete with the US on the international scene is primarily related to the arrival of an ambitious leadership, which has begun to seek Russia's return to its Soviet glory. However, this was not the only factor. It was also helped by the rise in energy prices, which contributed to the recovery of its economic and financial potential. Thus, Russia has the ability to present itself as a new alternative to the countries of the Middle East instead of the US.
- The Syria's armed conflict between the Syrian regime and its opponents has raised the contradictory of the American and the Russian attitudes towards the Syrian crisis. The crisis has shown a clash of interests and strategic objectives between the two parties in the Middle East. Their competition has been clearly demonstrated by their respective positions in supporting different sides the Syrian war.
- The US considers Syria as the heart of the Middle East and this heart must be controlled in order to establish a world system that will keep it in the lead and not allow any competing power to rise. It also knows that who controls Syria can tighten the grip on surrounding countries and who controls this geopolitical range can control the Middle East, and who succeeds in controlling the Middle East has the chance to control the world.
- Russia sees the Syrian crisis and this American position as a threat to its strategic interests in the Middle East. It is aware that the overthrow of the Syrian political regime and the establishment of another political system will pave the way to redraw the geopolitics of the Middle East according to the interests of the US and will lead to the removal of Russia from

the region. It, therefore, rushed to provide all forms of support to the Syrian regime to the extent that it has used its veto power ten times against the UNSC resolutions condemning this regime. Russia, through this position, has expressed its unwillingness to stop supporting the Syrian regime due the significant importance of Syria in the Russia's Middle East and international strategies.

- The competition between the US and Russia in Syria is in fact only an extension of their broader competition in the Middle East. Syria possess a significant importance in many fields not only geopolitically but even economically. Recent excavations have revealed that Syria has considerable energy potential in the region, which is a major source of interest for US and Russian energy companies. All these aspects have greatly affected the events in Syria.
- The possibility of reaching a final solution to the Syrian crisis depends on the compatibility of the American and Russian visions and the convergence of their interests. Both sides recognize that the victory of one of the internal parties of the Syrian crisis will lead to resolving the competition in the Middle East as a whole. This makes the scenario of the continuation of the Syrian crisis the expected scenario in the near future.

REFERENCES

- Berryman, J. (2012). Geopolitics and Russian foreign policy. *International Politics*, 49 (4), 530-544.
- Bilgin, M. (2009). Geopolitics of European natural gas demand: supplies from Russia, Caspian and the Middle East. *Energy Policy*, 37 (11), 4482-4492. Doi:10.1016/j.enpol.2009.05.070.
- Blake, J., Mahmud, A. (2013). A legal red line: Syria and the use of chemical weapons in civil conflict. *UCLA L.*, 61, Rev. Discourse, 244-260.
- Borshchevskaya, A. (2013). *Russia's many interests in Syria*. The Washington Institute.
- Cohen, A. (2006). *US interests and central Asia energy security*. Backgrounder.
- Dannreuther, R. (2015). Russia and the Arab spring: supporting the counter-revolution. *Journal of European Integration*, 37 (1), 77-94.
- Eker, K. (2013). *The Russian role in Syrian crisis and the Middle East region*. New Lebanon.
- Fawcett, L. (2016). *International relations of the Middle East*. Oxford University Press.
- Fleurant, A., Perlo-Freeman, S., Wezeman, S. T., Wezeman, P. D. (2016). Trends in international arms transfers, 2015. *SIPRI Fact Sheet*.
- Gafarli, O. (2012). Russian foreign policy in light of changing balances in the Middle East. *Turkish Policy Quarterly*, 11(1), 141-149.

Hermann, C. F. (1969). Threat, time, and surprise: a simulation of international crisis. In Hermann C. F. (Ed.), *International Crisis* (187-211). New York: Free Press.

Holland, S., Cooney, P. (2017). *Trump orders targeted military strike on Syria*. Retrieved 17.02.2018, from <https://www.reuters.com/article/us-mideast-crisis-syria-trump/trump-orders-targeted-military-strike-on-syria-idUSKBN179088>.

Khrestin, I., Elliott, J. (2007). Russia and the Middle East. *Middle East Quarterly*.

Little, D. (2008). *American orientalism: The United States and the Middle East since 1945*. University of North Carolina Press.

Lo, B. (2008). *Vladimir Putin and the evolution of Russian foreign policy*. Wiley & Sons.

Mansour, M. M. (1995). *The U.S-Soviet conflict in the Middle East*. Cairo, Egypt: Madbouly Library.

Mason, J., & Perry, T. (2017). *Trump says chemical attack in Syria crossed many lines*. Retrieved 17.02.2018, from <https://www.reuters.com/article/us-mideast-crisis-syria-idlib/trump-says-chemical-attack-in-syria-crossed-many-lineidUSKBN1770YU?feedType=RSS&feedName=newsOne>.

Mohns, E., & Bank, A. (2012). Syrian revolt fallout: End of the resistance axis? *Middle East Policy*, 19 (3), 25-35.

Nazemroaya, M. D. (2006). Plans for redrawing the Middle East: The project for a "New Middle East". *Global Research*, 18.

Nichols, M. (2017). *Russia casts 10th U.N. veto on Syria action, blocking inquiry renewal*. Retrieved 17.02.2018, from <https://www.reuters.com/article/us-mideast-crisis-syria-chemicalweapons/russia-casts-10th-u-n-veto-on-syria-action-blocking-inquiry-renewal-idUSKBN1DG31I>.

Sharp, J. M. (2005). *The broader Middle East and North Africa initiative: an overview*. Library Of Congress Washington Dc Congressional Research Service.

Sharp, J. M., & Blanchard, C. M. (2012). *Syria: Unrest and US policy*. Paper presented at the Congressional Research Service (CRS) Report for the Congress.

Shueibi, I. F. (2012). *War over gas. struggle over the Middle East: Gas ranks first*. Retrieved 17.02.2018, from <http://www.voltairenet.org/article173718.html>.

Sladden, J., Wasser, B., Connable, B., Grand-Clement, S. (2017). *Russian strategy in the Middle East*. RAND Corporation.

The Voice of Russia. (2012). *Customs union and Syria: Trading prospects*. Retrieved 17.02.2018, from https://sputniknews.com/voiceofrussia/2012_05_25/75993311/.

Valenta, J., Valenta, L. F. (2016). Why Putin wants Syria. *Middle East Quarterly*.

Wilhelmsen, J. M., Haugevik, K. M. (2016). *Strategic cooperation against terrorism, Russia's initial positions on Syria*. NUPI policy brief 37/2016.

BEŞERİ SERMAYE OLUŞUMUNDA MESLEKİ EĞİTİMİN ÖNEMİ

Suna MUĞAN ERTUĞRAL ¹

ÖZ

İktisadi kalkınmanın anahtarı olan eğitim ve eğitim sistemleri ülkeler için stratejik öneme sahiptir. II. Dünya savaşı sonrası dönemde ülkelerin kalkınma çabaları iktisadi büyüme modellerinin yenilenen ve süreklilik arz eden bir gelişimine sebep olmuştur. Bu değerlendirmeler doğrultusunda eğitim ve teknolojik gelişmeler başta olmak üzere çeşitli faktörlerin etkisiyle büyüme süreci yaşanmaktadır. Dünyadaki bilim ve teknolojiye hızla yaşanan gelişmelere rağmen niceliksel ve niteliksel olarak ilerleyebilmek tüm ülkelerin gerçekleştirmeye çalıştıkları bir hedef olarak kalkınma politikalarında yer almıştır. Kalkınma ile eğitimin niteliği arasındaki ilişki, eğitimin niteliği konusuna dikkat çekmiştir. Bu ise bireylerin belli bilgi ve becerilerle donanarak beşeri sermaye haline gelmesiyle ilişkili olmaktadır.

Bu kapsamda gerçekleşen çalışmada iktisadi kalkınmayı sağlamada etkili olan eğitim ve beşeri sermaye faktörünün etkisi ele alınmaktadır. Özellikle beşeri sermaye oluşumunda etkili olan mesleki eğitimin genel bir değerlendirmesi yapılmaktadır. Ancak gelişen büyüme teorileri ele alınarak beşeri sermayenin iktisadi büyümedeki önemini ele alan model çerçevesinde değerlendirilmesi bu çalışmanın amacı olmaktadır. Çalışma sonuçları itibarıyla mesleki eğitim kurumlarının gelişiminin beşeri sermayeye olan katkısının tespiti hedeflenmiştir.

Anahtar Kelime: İktisadi Büyüme, Beşeri Sermaye, Eğitim-Kalkınma İlişkisi, Mesleki Eğitim

Jel Kodu: 04

¹Dr. Öğretim Üyesi Suna MUĞAN ERTUĞRAL İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İktisat Bölümü sertugral@yahoo.com.
İstanbul/Türkiye

THE IMPORTANCE OF PROFESSIONAL EDUCATION IN HUMAN CAPITAL FORMATION

ABSTRACT

Education and training systems which are the keys to economic development have strategic priorities for countries. In the post-II World War era, Effort of the countries' development led to a renewed and sustained development of economic growth models. According to these evaluations, growth process is obtained under the influence of various factors and those are classified as mainly education and then technological developments. Despite the rapid developments in science and technology in the world, quantitative and qualitative progressions are declared as a goal for all countries in their development policies. The relationship between development and the quality of education has remarked attention to the quality of education. This is related to the fact that individuals are equipped with certain knowledge and skills and become human capital.

In this text, the effect of the education and human capital factors which are effective in achieving economic development is examined. In particular, a general evaluation of vocational education which is effective in the formation of human capital is being carried out. However, it is the aim of this study to evaluate the growth theories of development and to evaluate the human capital within the framework of the model which deals with the importance of economic growth. Based on the results of the study, it was aimed to determine the contribution of the development of vocational education institutions to human capital.

Key Words: Economic Growth, Human Capital, Education-Development Relationship, Vocational Training

JEL Codes: 04

GİRİŞ

İkinci dünya savaşı sonrası ülkelerarası gelişmişlik farklarının belirginleşmesiyle azgelişmiş veya geri kalmış ülkelerin ekonomik olarak kalkınması son derece ciddi bir sorun olarak ortaya çıkmıştır. Bu süreçte, gelişmişlik farklılıkları bakımından benzer olmayan ülkelerin benzer büyüme modellerini uygulamalarının mümkün olmadığı görülmüş ve kalkınma çabalarında yeni arayışlara yönelmiştir. Bu dönemde oluşmaya başlayan büyüme teorilerinin özünü savaş sonrası savaştan etkilenen ekonomilerin kalkındırılması oluşturmuştur. Bu doğrultuda gelişen büyüme teorileri ülkelerin gelişme çabalarında önemli rol oynamıştır. Büyümenin temel belirleyicileri üzerinde yapılan değerlendirmeler ile gelişme yolunda ivme kazanılmıştır. Ancak ülkelerin kalkınmalarında temel belirleyicilerden olan eğitim faktörü beşeri sermaye oluşumuna katkı sağlayarak, iktisadi büyümede önemli olmaktadır.

Eğitim, Beşeri sermaye teorisinin kilit unsurlarından biridir, çünkü bilgi ve beceriyi geliştirmenin birincil yolu olarak görülmektedir. Buna göre, eğitim düzeyi, emek kalitesini ölçmenin bir yolu olarak ele alınmaktadır(Crocker, 2006:1). Nitelikli eğitim ise beşeri sermaye oluşumunun temelini oluşturmaktadır.

BÜYÜME TEORİLERİNİN GELİŞİMİ

Modern büyüme teorisinin birinci dalgası diye nitelendirilen Harrod-Domar modeli, Keynes'in piyasa mekanizması kendiliğinden tam istihdamı sağlamaz tezinin büyüyen bir ekonomide geçerli olup olmadığını analiz etmeyi amaçlayan bir çalışmadır(Ünsal, 2007: 99-100). Harrod-Domar modeli, çağdaş büyüme teorisinin kurucu modeli olarak kabul edilir(Turan, 2008:20). Solow'un 1956 yılında yayınladığı makalesinde modern büyüme teorisinin ikinci dalgası diye nitelendirilen model, neoklasik iktisadın ekonomik büyüme olgusuna yönelik sonuçlarının değerlendirildiği bir çalışmadır. Bu yüzden Solow büyüme modeli neoklasik büyüme modeli olarak diye ifade edilir. Sermaye birikiminin büyüme üzerindeki rolünün incelendiği temel Solow modelinde, ekonomi uzun dönemde fert başına çıktının sabit olduğu durağan duruma yönelir. Modele göre, sermaye birikimi büyümeye yol açmaz(Ünsal, 2007:112-148). Neoklasik büyüme teorisinin özünde sermaye stoku ve üretkenlik fonksiyonu vardır(Parasız, 1997: 73). Solow modelde, kapitalist bir ekonomide uzun dönemde dengeli bir büyümenin sağlanacağını göstermiştir (Turan, 2008:20).

1950'lilerden 1970'li yıllara kadar geçen yaklaşık yirmi yıllık dönemde iktisadi büyüme teorisi altın yıllarını yaşamıştır. 1973 yılı itibariyle kapitalist sistem yeni bir kriz dönemine girmiştir. Dışsal olumsuz şoklar ve verimlilik artış hızında yaşanan yavaşlama Dünya ekonomisini yeni bir kararsızlık dönemine sokmuştur. 1980'lerin ortalarına doğru dünya ekonomisi içine girdiği kriz dönemini aşmış ve yeni bir büyüme evresine girmiştir(Turan, 2008: 22). 1980'lerin ortalarından sonra 1986 yılında Paul M. Romer' in 1988 yılında ise, Robert Lucas'ın makaleleri ile içsel büyüme modellerinin temeli atılmıştır. İçsel Büyüme Modeli, neoklasik büyüme modelinde olduğu gibi ekonominin büyüme oranının dışsal olduğunun aksine etken ekonomik güçlerin içsel olarak belirlendiğini kabul etmektedir. İçsel büyüme modelleri büyümenin itici gücü olarak nüfus artışı ve beşeri sermaye teknolojik gelişmeyi öne çıkarmışlardır. Buna göre, uzun dönemde yaşam standardının artarak sürmesi teknolojik gelişme ve beşeri sermaye ile sağlanacaktır.

İçsel büyüme teorilerinin en önemli yeniliklerden biri insan sermayesidir. Beşeri sermaye teorisinin ele alınışını 1776 Adam Smith'e kadara dayandıran teorik çalışmalar mevcuttur (Sweetland,S.R.,1996: 341). Ancak bilinen anlamıyla insan sermayesi ve insan sermayesinin bir toplumun gelişimindeki yeri ve önemi ile ilgili çalışmalar 1960'lı yıllarda başlamış, ancak insan sermayesine yer verilen modellerinin geliştirilmesi 1980'lerin sonlarında olmuştur. 1990'larda ise, insan sermayesi birikiminin esas alındığı çok sayıda büyüme modeli geliştirilmiştir. Uzun dönemde büyümenin insan sermayesi yoluyla sağlandığı büyüme modellerinden ilki Robert Lucas'ın 1988 yılında yayımladığı makalesinde önerdiği modeldir. Bu kapsamda en az Lucas kadar etki yaratmış başka bir çalışma; Gregory Mankiw. Paul Romer, ve David Weil in 1992'de yayımlamış oldukları makalede ortaya koydukları modeldir(Turan 2008: 153-155).

Lucas'ın geliştirdiği modelde üretim fonksiyonu $Y=F(K.Lh)$ şeklindedir. Y; toplam çıktıyı, K ve L sermaye ve emeği temsil ederken, h işçi başına beşeri sermayeyi temsil etmektedir. Lucas modelinde kişilerin zamanlarının u kadarını çalışmaya, geri kalan (1-u) kadarını ise beceri kazanmak üzere eğitime tahsis ettikleri varsayılır. Buna göre beşeri sermaye birikimi, kişilerin iş yaşamı yerine eğitimi yani okulu yönelimleri ile sağlanır(Ünsal, 2007: 249). Böylece beşeri sermaye büyüme hızının artması büyümeyi de hızlandıracaktır.

Beşeri sermaye teorisi, iktidarın ve toplumun insanlara yapılan yatırımlardan ekonomik

fayda sağlanacağını ileri sürmektedir (Sweetland,S.R.,1996: 341). Beşeri sermaye bireylere özgü kabiliyetlerin toplamı olarak tanımlanabilir(Parasız, 1997: 123). Yani bilgi, beceri, kabiliyet toplamıdır diyebiliriz. Bir başka tanıma göre ise, beşeri sermaye çalışanların eğitim ve deyim yoluyla edindikleri bilgi ve beceriler toplamı olarak tanımlanmaktadır(Turan, 2008: 153). Beşeri sermaye , bireylerin kazanımı somut olmayan kollektif kaynaklardır.. Bu kaynaklar, bireysel ve toplu olarak sahip olunan tüm bilgi, yetenek, beceri, yetenek, deneyim, zeka, eğitim, yargı ve bilgeliği içermektedir(Huff, 2018: 1).

Bireyin bilgi, beceri ve kabiliyetlerle donanımı onu nitelikli hale getirmektedir. Nitelikli işgücü şeklinde ortaya çıkan nüfus beşeri sermaye stokunu oluşturmaktadır. Ancak bu edinimler eğitim ve okullaşma ile sağlanacaktır. Bu süreçte eğitim son derece önemli olmaktadır. Niteliksiz işgücünün belli bilgi ve becerilerle donanımı beşeri sermaye büyüme hızını arttıracaktır.

EĞİTİMİN ÖNEMİ

Eğitim, bireyin temel yatırımdır.. Eğitim yaşam kalitelerini arttırarak, yararlı şeylerin üretilmesinde bireylerin verimliliğini arttırmaktadır. Bu yolla emeğin üretkenliği, artacak ve insan sermayesinin oluşumu sağlanacaktır(Machlup, 1982: 4).Günümüz modern toplum yapısı içinde bireyin daha fazla okullaşması, yaşamı boyunca daha yüksek gelir elde etmesi ve çalıştığı iş ortamında daha verimli olması anlamına gelmektedir. Dolayısıyla eğitimin ardında yatan temel nokta, özel fayda olmaktadır. Bireyin sosyal faydasını artırma isteği, toplumsal faydayı da artıracaktır. Bu paralelde eğitim, doğrudan doğruya toplumun refahını arttırmada öncelikli role sahip unsur haline gelmiştir(Gönel, 2013: 153). Batılı ülkeler tarafından, eğitim, insan sermayesi teorisi altında öncelikli ekonomik bir araç olarak yeniden düzenlenmiştir(Fitzsimons, 2015: 1050).

Eğitim, sürdürülebilir bir büyümenin sağlanması için ülkelerin en önemli kaynaklarından olan beşeri sermayenin yani insanın, niteliğinin iyileştirilmesi için de son derece önemlidir. Bu doğrultuda eğitim, ülkelerin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişimlerinde rol oynayan en önemli faktörlerden biridir. Bireylerin eğitim seviyeleri yükseldikçe nitelikli işgücü ihtiyacı karşılanır, işgücü verimliliği artar, bilimsel ve teknolojik yenilikler hız kazanır(Kokmaz, 2015:38). Eğitim ve iktisadi kalkınma arasında son derece yakın bir ilişki

mevcuttur. Eğitim iktisadi kalkınmayı artırıcı etkisi dışında, iktisadi kalkınmanın da eğitimi arttırdığı yönündeki düşünceler son derece yaygındır(Çiftçi, 2007: 137).

Türk eğitim sistemi; okulöncesi, ilköğretim, ortaöğretim ve yükseköğretim 'den oluşmaktadır(<https://abdigm.meb.gov.tr>., 2014: 18). 1739 Sayılı Millî Eğitim Temel Kanununa göre Türk Millî eğitim sistemi, örgün eğitim ve yaygın eğitim olmak üzere, iki bölümden oluşur. Örgün eğitim; okul öncesi eğitimi, ilköğretim, ortaöğretim ve yükseköğretim kurumlarını kapsar. Yaygın eğitim; örgün eğitim bünyesinde veya ondan bağımsız düzenlenen eğitim faaliyetlerinin tümünü kapsamaktadır(<http://sgb.meb.gov.tr>, 2017: 101) Eğitimin farklı türlerinin ekonomik kalkınma üzerinde farklı etkileri bulunmaktadır. Örneğin Temel eğitim, toplumun gelişiminin ilk dönemleri için altyapı oluştururken, sanayileşme sürecine giren toplumlarda mesleki ve teknik eğitim önem açısından değerlendirildiğinde daha önde yer almaktadır((Kokmaz, 2015:39).

Mesleki ve Teknik Ortaöğretim, İlköğretime dayalı en az dört yıllık zorunlu eğitimle genel bir bilgi veren ve öğrencilerin ilgi, istek ve yetenekleri doğrultusunda yükseköğretime, mesleğe, hayata ve iş alanlarına hazırlayan eğitim öğretim sürecidir(<http://sgb.meb.gov.tr>, 2017: 21). Ülkeler genel olarak benzer eğitim seviyelerine sahip olabilir, ancak büyüme hızlarında beşeri sermaye büyüklüğü bakımından büyük farklılıklar göstermektedir. Çünkü eğitim, daha karmaşık ve daha yüksek kazanımı olan bir işgücü yaratabilmektedir(OECD,2005:30). Bu sürecin sonunda beşeri sermayeyi teşkil eden nitelikli işgücü iktisadi büyümeyi ve kalkınmayı hızlandırır.

TÜRKİYEDE MESLEKİ EĞİTİM KISA BİR TARİHÇESİ

Türkiye'de mesleki ve teknik eğitim yoluyla eğitim kurumları itibariyle nüfusun eğitim kurumlarından yararlanmaları sonucu beşeri sermayeye katkı sağlanmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin içinde bulunduğu yapısal değişimin gereği olarak ortaya çıkan nitelikli işgücünü ihtiyacı eğitimin rolünü ortaya koymaktadır. Bu çerçevede mesleki ve teknik eğitim bir zorunluluk olmaktadır.

Türkiye'de mesleki ve teknik eğitimin tarihçesine baktığımızda köklerinin 12. Yüzyıla dek uzandığı görülmektedir. Selçuklu ve Osmanlı dönemlerde mükemmel bir şekilde işleyen gelişmesine imkân vermemiştir. Cumhuriyet dönemi ile başlayan sanayileşme hamlesinde mesleki-teknik öğrenim ile kalkınma arasındaki ilişki gündeme gelmiştir(Sertel, 1993: 99). Bu

doğrultuda mesleki eğitimle ilgili önemli gelişme Cumhuriyet döneminde gerçekleşmiştir. Ahilik sistemi, meslek eğitimini hem geniş bir toplumsal tabana oturtmuş hem de vasıflı ara insan gücü ihtiyacının karşılanmasında asırlar boyu başarıyla uygulanmıştır.19. yüzyılda Batıdaki büyük teknolojik gelişmelere paralel olarak Osmanlı Devleti'nde de ilk Batı örneği teknik okullar açılmıştır. Ancak mesleki eğitimle ilgili asıl gelişme Cumhuriyet döneminde olmuştur(<http://www.tesk.org.tr>). İlk meslek okulu Mithat Paşa tarafından 1861 yılında kurulmuştur. Osmanlı imparatorluğunda meslek okulları mahalli idarelerce kurulup yönetilmiştir. Mahalli idarelerin finansman problemleri okulların düzenli gelişmesini engellemiş ve okulların Osmanlı okul sistemi içinde yer almamış olması ortak standartların gelişmesine imkân vermemiştir(Sertel,1993: 99).

Cumhuriyetin ilk dönemlerinde Osmanlı'dan devralınan az sayıdaki sanat okullarının sayısı artırılmış ve tüm ülkeye yaygınlaştırılmaya çalışılmıştır. İlk yıllarda yönetim ve finansmanları yerel yönetimlere bırakılmış olan bu okullar daha sonra devletin merkezden örgütlenme modeline paralel olarak, 1933 yılında kurulan Mesleki ve Teknik Öğretim Genel Müdürlüğü'ne bağlanarak örgün eğitime dâhil edilmiştir. Bu okullar 1950'li yıllara dek ihtiyaç duyulan vasıflı insan gücünün karşılanmasında başarılı olmuşlardır(<http://www.tesk.org.tr>). Mesleki eğitim konusundaki bir diğer önemli uygulama 1977 yılında yapılmıştır. 2089 sayılı Çırak, Kalfa ve Ustalık Kanunu 20.06.1977 yılında kabul edilerek yürürlüğe girmiştir. Ancak bu kanun ile devletin eğitimde sadece düzenleyici bir rolü olmuştur.1986yılına kadar Türkiye'de nitelikli insan gücü yetiştirilmesinde üç temel yaklaşımın benimsendiği görülmektedir. Türk mesleki-teknik eğitim sistemi mesleki-teknik okul ağırlıklı sistemini korumuştur. Bunlar (Sertel, 1993: 99-101).

- Çıraklık ağırlıklı mesleki-teknik eğitim sistemleri
- Mesleki-Teknik ağırlıklı sistemler

Karma sistemler

19 Haziran 1986'da 3308 sayılı Çıraklık ve Mesleki Eğitim Kanunu çıkarılmıştır. Söz konusu kanun ile Çıraklık, mesleki eğitim ve kurslar yolu ile beceri kazandırılması gibi hususlar tek bir kanunda toplanmıştır. Çıraklık ve Mesleki Eğitim kanununun amacı; çırak, kalfa ve ustaların eğitimi ile okullarda, yükseköğretim kurumlarında ve işletmelerde yapılacak mesleki eğitime ilişkin temel esasları düzenlemektir (Resmî Gazete:Tarih:19/6/1986,Sayı:19139,

<http://www.mevzuat.gov.tr>). Bu kanun, çeşitli sebeplerle örgün eğitimin tamamlayamayanlara çıraklık eğitimi vererek meslek edindirmek, mesleki eğitim alanlara becerilerini işbaşında geliştirmek, niteliksiz işgücünü meslek kursları ile yetiştirmek, çalışanların iş verimini arttırmalarına yönelik kurs imkânı sağlamak, mesleki ve teknik eğitimin geliştirilmesine katkı sağlamak ve mesleki ve teknik eğitime dayanan iş kollarını içermektedir.

Bu kanun kapsamında ilköğretimi tamamlamış, örgün öğretime devam edemeyen ve 13 yaşını tamamlayamayanlar genel bilgi içeren derslerle mesleki eğitimi ve çıraklık eğitimi olarak aday çırak eğitimleri de yer almaktadır. Ayrıca, iş öncesi meslek kursları da bilgi ve beceri kazanılmasında son derece önemli olmaktadır.

652 sayılı KHK ile oluşturulan Hayat boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü'nün vizyonu farklı öğrenim ve yaş seviyesindeki bireylerin istihdam edilebilirliklerini ve sosyo kültürel gelişimlerini sağlamak amacıyla; bilgi, beceri ve yeterliklerini geliştirmek, öğrenmeye erişimlerini artırmaktır. (<http://sgb.meb.gov.tr:102>). Böylece işgücü haline gelmiş nüfusun meslek sahibi olması hem kendi gelişim hem de ekonomik birimlerin elaman ihtiyaçları karşılanacaktır. Türkiye gibi nüfus artışının yüksek olduğu ve gelişmekte olan ülkelerde işgücünün bir nitelik kazanması istihdam sağlanması bakımından önemlidir. Bu sebeple nitelikli iş gücünün oluşmasında mesleki ve teknik eğitim önem arz etmektedir.

MESLEKİ EĞİTİMİN İKTİSADİ KALKINMAYA ETKİSİ

Mesleki teknik eğitim meslek liseleri ve mesleki ve teknik eğitim merkezleri bünyesinde bireylerin eğitimi ve bireysel becerilerini kazanmaları konusunda Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde faaliyette bulunmaktadır. 1992 yılında yayımlanan 3797 sayılı Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun ve 2011 yılında yayımlanan 652 sayılı Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile mesleki ve teknik eğitim devlet politikası kapsamında yürütülmektedir. Belirli dönemler itibariyle düzenlenen Milli Eğitim şûralarında da eğitim sorunlarının çözülmesi ve mesleki eğitimin geliştirilmesi yönünde kararlar alınmıştır. Bu süregelen çalışmalar doğrultusunda mesleki ve teknik orta öğretim kurumları sayısal ve çeşitlilik olarak gelişmiştir.

Tablo 1: Mesleki ve Teknik Ortaöğretim Okulları

Teknik ve Endüstri Meslek Lisesi	Kız Teknik ve Meslek Lisesi	Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi	Ticaret Meslek Lisesi
* Anadolu Teknik Lisesi	*Anadolu Kız	* Anadolu	*Ticaret Meslek
* Anadolu Meslek Lisesi	Teknik Lisesi	Otelcilik ve	Lisesi
* Teknik Lise	*Anadolu Kız	Turizm Meslek	*Anadolu Ticaret
*Endüstri Meslek Lisesi	Meslek Lisesi	Lisesi	Meslek Lisesi
*Denizcilik Meslek Lisesi	* Kız Teknik Lisesi	*Otelcilik ve	*Adalet Meslek
*Denizcilik Anadolu Meslek Lisesi	Kız meslek Lisesi	Turizm Meslek	Lisesi
*Tarım Meslek Lisesi		Lisesi	* Anadolu İletişim
*Tarım Anadolu Meslek Lisesi			Meslek Lisesi
*Tapu Kadastro Meslek Lisesi			
Sağlık Meslek Lisesi	Mesleki ve Teknik Eğitim Merkezi	Çok Programlı Lise	
* Anadolu Sağlık Meslek Lisesi	*Mesleki ve Teknik	*Lise Programı	
* Sağlık Meslek Lisesi	Eğitim Merkezi	* Meslek Lisesi	
		Programı	
		* İmamHatip	
		Lisesi Program	

Kaynak: <http://www.kalkinma.gov.tr>, Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018, Meleki Eğitimin Yeniden Yapılandırılması Çalışma Raporu, Milli Eğitim Bakanlığı(2014), 2014, Ankara, <https://abdigm.meb.gov.tr>, verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Tablonun incelenmesiyle görüldüğü üzere, bireylerin tercih, bilgi ve yetenekleri ölçüsünde tercih edebileceği çeşitlilikte eğitim kurumları gelişmiştir. Bu kurumlar temel ve mesleki eğitimi birlikte yürüten ve bireylerin meslek sahibi olarak iş yaşamında yer alabilmelerine imkân sağlaması bakımından önemlidir.

Özellikle planlı büyüme modelinin gereği hazırlanan beş yıllık kalkınma planlarında da eğitim kalkınmanın en etkili aracı olarak kabul edilmiştir. Kalkınma planlarının hepsinde kalkınmanın sağlanmasında gereken nitelikli iş gücünü yetiştirme konusu öncelikli çalışma alanı olarak yer almıştır.. Bu çalışmaların sonucunda eğitim kademelerinde okullaşma oranında önemli oranda artış olmuştur. Okullaşma oranı kalkınmanın önemli bir göstergesi olarak eğitime katılımı ve eğitim çağındakilerin ne kadarının eğitim ihtiyaçlarının karşılandığını göstermektedir. Yıllar itibariyle artış gösteren okullaşma oranı okul öncesinden başlayarak yükseköğrenime kadar olan süreçte her eğitim çağındaki nüfusun okul eğitimine katılımını göstermesi bakımından önemlidir. Bu yüzyüze örgün öğretimi kapsayan yani iş yaşamında yer almadan bilfiil okula devam eden grupları kapsamaktadır. Bunun yanında açık ve uzaktan eğitim yoluyla da eğitim imkânı sunulmaktadır. Açık ve uzaktan eğitim genel eğitim kapsayacak şekilde düzenlendiği gibi, mesleki eğitimde de bu sistem uygulanmaktadır. Bu

şekildeki açık ve uzaktan eğitim daha büyük kitlelere eğitim imkânı sunmaları sebebiyle daha etkin bir rol oynamaktadırlar. Eğitime fazla zaman ayıramayan ve iş yaşamının bir bölümünde yer alan bireylerin işlerinde daha etkin verimli olmaları için tercih ettikleri bu açık ve uzaktan eğitim sistemi oldukça yoğun tercih edilmektedir. Bu kişilerin bilgi ve beceri kazanmalarında önemli katkı sağlaması bakımından yaygın ve çeşitlilik arz eden programlara sahiptirler.

Tablo 2: Eğitim Kademeleri İtibarıyla Okullaşma Oranları

	2012-2013		2013-2014		2014-2015	
	Öğrenci Sayısı- Bin	Brüt Okullaşma Oranı %	Öğrenci Sayısı- Bin	Brüt Okullaşma Oranı %	Öğrenci Sayısı- Bin	Brüt Okullaşma Oranı %
Okul Öncesi Eğitim (1)	1 077	44,0	1 059	43,5	1 156	46,8
İlköğretim (2)	11 160	107,6	11 053	107,0	10 712	103,9
Ortaöğretim (2)	4 995	96,8	5 420	103,3	5 691	107,4
a) Genel Lise	2 725	52,8	2 906	55,4	2 902	54,8
b) Mesleki ve Teknik Eğitim	2 269	43,9	2 513	47,9	2 788	52,6
Yükseköğretim Toplam (3)	4 677	92,1	4 997	97,1	5 642	109,6
Örgün	2 420	47,6	2 606	50,1	2 793	53,7-
Yaygın Eğitim (4)	8 071	-	8 491	-	9 908	

Kaynak: <http://www.kalkinma.gov.tr/>, s.80., Milli Eğitim Bakanlığı, YÖK, verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Tablo 'nun incelenmesiyle görüldüğü gibi, orta öğretim kurumlarında brüt okullaşma oranı %107,4, mesleki ve teknik eğitim okullaşma oranı da % 52,6 oranında artmıştır.

Örgün eğitim yanında uzaktan eğitim uygulamaları da beşeri sermaye oluşumuna katkıları yadsınamaz. Bu konuda Milli Eğitim Bakanlığı Uzaktan Eğitim Uygulamaları şeklinde 1992 yılında Açık Öğretim Lisesi ile ilk eğitim uygulamalarına başlamıştır. Açık Öğretim Lisesi uzaktan öğretim teknolojilerini kullanarak lise öğrenimi veren ve bu hizmeti merkezi sistemle yürüten, Film Radyo ve Televizyonla Eğitim Başkanlığı bünyesinde kurulmuştur.5 Ekim 1992 tarihinde ders geçme ve kredi sistemiyle öğretime başlayan Açıköğretim Lisesi'ne aynı yıl 44.000'den fazla öğrenci kayıt yaptırmıştır. Açık Öğretim Lisesi 1992-1993 öğretim yılı Ders Geçme ve Kredi Sistemine göre **Fen**

Bilimleri, Sosyal Bilimler, Türkçe, Matematik, Yabancı Dil ve Genel Kültür alanlarında genel lise programı uygulamıştır (<http://www.uzaktan-egitim.net>). Bu miktar bir kerede büyük kitlelerin katılarak eğitilmelerini göstermesi bakımından önemlidir. Aynı zamanda mesleki eğitimin yanında genel kültür bakımından da temel dersler programda uygulanmaktadır. İzleyen yıllar itibariyle bu eğitim programları gelişme göstermiştir.

Mesleki eğitim ortaöğretim kurumları Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde nitelikli teknik eleman yetiştiren kurumlar olarak örgün eğitim kurumları olarak eğitim yoluyla kalkınmanın sağlanmasında önemli kurumlardır. Bu mesleki ve teknik eğitimin tüm ortaöğretim kurumları içinde sayısal olarak artarak ve öğrenci sayıları olarak da artış göstermiştir.

Tablo 3: Ülkemizde Genel ve Mesleki Ortaöğretimde Eğitim Gören Öğrenci Sayısı ve Oranı

Dönem	Okul Türüne Göre Öğrenci Sayısı		Okul Türüne Göre Öğrenci Oranı (%)	
	Genel Ortaöğretim	Mesleki Ortaöğretim	Genel Ortaöğretim	Mesleki Ortaöğretim
2012/13	2,725,972	2,269,651	54.57	45.43
2013/14	2,906,291	2,513,887	53.62	46.38

Kaynak: <http://izto.org.tr>, s.40.

Tablo'3'ye göre genel ortaöğretim 2012/2014 itibariyle küçük bir oranda da olsa azalırken, mesleki ortaöğretim artış göstermektedir. Nüfus artış hızının yüksek olduğu ülkemizde işgücününün bir işle meşgul edilmesi yani istihdamı ciddi bir sorundur. Çünkü işsizlik sürekli artan bir seyir izlemektedir. Ancak mesleki eğitim ile nitelikli işgücü halini alan bireyin iş bulması daha kolay olmaktadır. Eğitim yaşamını yükseköğretim ve akademik eğitim ile devam ettirmeyecek bireylerin meslek sahibi olarak iş piyasasında yer almasında mesleki ortaöğretimin önemi büyüktür.

Bir ekonomik kalkınma etmeni olarak eğitime ilginin son yıllarda giderek artmasının nedeni, ekonomik kalkınmaya önem verilmesi ve eğitsel kalkınmada insan ögesinin etkisinin herkes tarafından benimsenmesidir. Böylece emeğin niteliğini yükseltmenin, eğitimi geliştirerek sağlanabileceği düşünülmüştür. Eğitimin bireye kazandırdığı bilgi, beceri ve tutumun; ekonomide verimliliği yükselttiği, bireyin ve ülkenin gelirini arttırdığı ortaya konulmuştur. Çalışanların edindiği beceri ve yetenekler, kısaca işgücü ya da insan kaynağının

kalitesi işgücü üretkenliği artışında önemli rol oynamaktadır. 1990'lı yıllar boyunca çalışanların eğitim seviyesinin artışı bu rolün işaretlerinden birisidir. Sonuç olarak insan kaynağı iktisadi büyümenin önemli belirleyicilerinden birisidir(Sağırılı, 2007:434). Genel eğitim düzeyinin kalkınmadaki rolü son derece önemlidir. Ancak mesleki eğitimi beceri ve yeteneklerin gelişmesi açısından beşeri sermaye oluşumunda etkili olmaktadır.

Eğitim ile ekonomi arasındaki ilişkiyi insan sermayesi açısından değerlendirenler, eğitime yapılan yatırımın öncelikle verimliliği arttırdığını ve maliyetleri düşürdüğü görüşünden hareket etmektedirler. Bu yaklaşıma göre, iktisatçılar bir ülkede eğitim düzeyi ile üretim arasında pozitif bir korelasyon olduğunu ve eğitim düzeyi arttıkça toplam üretim düzeyinin de artacağını savunmaktadırlar(Hicks, çev. Kavak&Burgaz, 1994:51). Buna göre, eğitim ile verimlilik arasında ilişki olduğu görülmektedir. Bazı iş kolları ve meslekler eğitim gerektirmektedir. Meslek ve akademik olarak gerçekleştirilen eğitim daha üst düzeyde olurken, iş kolu itibariyle ara eleman yetiştiren programlar ve eğitim kurumları da iş gücünün verimliliğini artırıcı bir etki yapmaktadır. Tabii bu gelişme eğitimin kendi sektörü içinde geçerli olmaktadır. Eğitim kurumlarına belirli alanlarda istihdam edilmek üzere eğitmen ihtiyacı da bu alanda eğitmenlerinde niteliğinin artmasına katkı sağlayacaktır. Eğitmenler arasındaki uzmanlaşmada aynen iş kolu itibariyle iş gücünün uzmanlaşması gibi bir seyir izlemektedir. İş bölümü ve uzmanlaşmanın öneminin irdelenmesi bizi beşeri sermaye oluşumuna götürecektir. Bu gelişme beşeri sermayenin gelişerek ve oransal olarak artarak kalkınmanın sağlanmasına etki edecektir. Aynı zamanda nitelik kazanarak iş yaşamında yer alan işgücünün yaşam standartlarının yükselmesi, ihtiyaçlarını da çeşitlendirerek talepleri üst özellikli mal ve hizmetlere yönelecektir. Bu ise dolaylı olarak ekonomik canlanmayı sağlayabilecektir. Beşeri sermaye ülkenin üretken gücünü arttıracığı gibi, niceliksel ve niteliksel olarak iktisaden gelişmişliğe önemli katkı sağlayacaktır. Bu beşeri sermaye oluşumunun temelinde eğitim ve özellikle beceri ve yeteneklerin gelişimine katkı sağlayan mesleki eğitim son derece önemlidir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İktisadi kalkınma ile eğitim arasındaki ilişki çok önemli sorunların kaynağını oluşturmaktadır. İşgücünün nitelik itibariyle sahip olduğu özellikler iktisadi kalkınmanın en

önemli unsurlarıdır. Bir ülkenin sahip olduğu beşeri sermayesi iktisadi kalkınmada en önemli faktördür.

Kalkınma sürecindeki gelişmekte olan ülkelerin nüfus artışına paralel oluşan insan gücünün eğitimi önemli sorunları olmaktadır. Ülkelerin iktisaden kalkınabilmek için uzun dönemli eğitim politikaları oluşturmaları gerekmektedir. Özellikle eğitim ve mesleki eğitim sorunu üzerinde en çok tartışılan konu olmuştur. Türkiye’de eğitim politikalarının oluşumu cumhuriyet öncesine dayanmakta ve mesleki eğitimin ise usta-çırak modellemesi şeklinde son derece etkin yürütüldüğü bilinmektedir. Geçen sürede mesleki eğitim mesleki eğitim kurumlarının çeşitlenmesi ve sayısal olarak artması ile önemli katkılar sağlanmıştır. Beşeri sermayeye dayanan büyüme modelleri nüfus artış hızı yüksek olan ülkelerde mesleki eğitim yoluyla iş gücüne nitelik kazandırarak iktisaden beklenen katkıyı sağlamak açısından önemlidir. Mesleki eğitimin örgün ve son dönemde hızlanan açık ve uzaktan eğitimin staj imkânı ile desteklenmesi bireyin nitelik kazanarak meslek sahibi olarak iş yaşamında yer almasında etkili olmaktadır. Özellikle eğitimi tamamlayamayanlar veya iş koluna uygun eğitime ihtiyaç duyanlara yönelik meslek kursları ve iş başı eğitimleri de son derece önemlidir. Türkiye’de artan nüfusun eğitilmesi ve meslek sahibi olması doğrultusunda iş yaşamında yer alması için devlet eliyle yürütülen çalışmalar ve politikalar sürdürülmektedir. Ancak gözlem olarak halkın mesleki eğitime karşı çok istedikleri olmadıkları buna karşın, yükseköğrenim ve akademik eğitimi tercih ettikleri ifade edilebilir. Bu konuda çok fazla bir ilerleme olmamasına rağmen, mesleki orta öğretim kurumlarında istendiği düzeyde olmamak üzere öğrenci sayıları artmaktadır. Büyüme ve iktisaden kalkınmayı hedefleyen ülkelerin önceliği eğitimidir. İhtiyaç duyulan nitelikli işgücünün oluşturulması ve sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın sağlanması eğitim ile mümkündür.

KAYNAKÇA

- Fitzsimons, P., (2015), Human Capital Theory and Education, Encyclopedia of Educational Philosophy and Theory. <https://link.springer.com>.
- Huff, R., (2018), Human Capital, Encyclopedia Britanica, <https://www.britannica.com/topic/human-capital>.
- Hicks, L.N., (1994). Eğitim ve Ekonomik Büyüme, Çev.:Yüksel Kavak ve Berrin Burgaz, Eğitim Ekonomisi Seçilmiş Yazılar, Pegem Yayınevi, Ankara.

Crocker, R., (2006). Human Capital Development and Education, Statistics Canada, Canadian Policy Research Networks Inc., Canada, 1-46.

Gönel, F. (2007), Kalkınma Ekonomisi, Efil Yayınevi, 2. Baskı, (31-294), 1-300. İstanbul.

Kokmaz, M., (2015). Türkiye’de Mesleki Eğitim, İTO AR-GE Bülten Dergisi, Ocak-Şubat, İzmir, <http://izto.org.tr>. 1-5

Machlup,F., (1982). Issues in the Theory of Human Capital: Education as Investment, The Pakistan Development Review Vol. XXI, No.1 (Spring 1982), <http://www.pide.org.pk/pdf/PDR/1982/>, 4, 1-9.

Sağırılı, M. (2007)., “ Eğitim Küreselleşmesi”, İ.Ü. İktisat Fakültesi Sosyal Siyaset Konferansları, Prof.Dr. Haşmet Başar’a Armağan Özel Sayısı, Editör: Halis Yunus Ersöz, 53. Kitap, İ.Ü. Basım evi ve Yayın Merkezi, İstanbul, 423-475.

Sertel, N.,(1993). Genel Olarak ve Türkiye Açısından İstihdam ve Gelişme, İ.Ü. Basım evi ve Yayın Merkezi, İstanbul.

Sweetland,S.R., Human Capital Theory: Foundations of a Field of Inquiry , September 1996, Review of Educational Research 66(3):341-359, DOI: 10.3102/00346543066003341, 341-359 341.

Parasız, İ. (1997), Modern Büyüme Teorileri-Dinamik Makro Ekonomiye Giriş, Ezgi Yayınevi, Bursa.

Tekin, M., Çiftçi, M., (2007), Eğitimin İktisadi Kalkınmaya Etkisi:Tarihi Gelişim Kritikleri, İstatistiksel Uygulamalar, Bayrak Yayıncılık Matbaacılık San.Tic. Ltd.Şti., İstanbul

Turan, T.(2008). İktisadi Büyüme Teorisine Giriş, , Yalın Yayıncılık, İstanbul.

Ünsal, E.M. (2007), İktisadi Büyüme, İmaj Yayıncılık, Ankara.

Mevzuat ve İstatistik Veriler (İnternet Kaynakları)

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, Türkiye Mesleki ve Teknik Eğitim Strateji Belgesi ve Eylem Planı 2014-2018., <https://abdigm.meb.gov.tr>. adresinden alınmıştır., 2014., Erişim 07.08.2017.

<http://www.uzaktan-egitim.net.>, adresinden alınmıştır. Erişim 06.08.2018.

<http://www.mevzuat.gov.tr/>, Erişim 06.08.2018.

Resmî Gazete: Tarih: 19/6/1986, 6899 MESLEKİ EĞİTİM KANUNU (1)(2)(3)(4) Kanun Numarası : 3308 : 3308 Kabul Tarihi : 5/6/1986 Yayımlandığı Resmî Gazete : Tarih : 19/6/1986 Sayı : 19139 Yayımlandığı Düstur : Tertip : 5 Cilt : 26 BİRİNCİ KISIM Genel Hükümler Amaç (5) Madde

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, [http://sgb.meb.gov.tr/Türk Eğitim Sistemi-2017.](http://sgb.meb.gov.tr/Türk_Eğitim_Sistemi-2017.), adresinden alınmıştır Erişim 07.08.2017.

T.C. Kalkınma Bakanlığı, <http://www.kalkinma.gov.tr>, Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018, Meleki Eğitimin Yeniden Yapılandırılması Çalışma Raporu, Milli Eğitim Bakanlığı(2014), 2014, Ankara

TESK, <http://www.tesk.org.tr.>, adresinden alınmıştır., 2014., Erişim 07.08.2017.

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, Türk Eğitim Sistemi – 2017., <http://sgb.meb.gov.tr>. adresinden alınmıştır., Erişim 07.08.2017.

ABD'DE HAM PETROL FİYATLARI DİZEL FİYATLARINI NASIL ETKİLEMEKTEDİR: ARDL YAKLAŞIMI İLE AMPİRİK ANALİZ

Şebnem Çoban¹

ÖZ

Bu araştırmada, ham petrol ve dizel fiyatları arasındaki ilişkiyi incelemek için log-doğrusal model üzerinde derinlemesine bir analiz yapılmıştır. Genel olarak, bu değişkenler arasında benzer davranış gözlenebilir. Bu amaçla, serilerin sabit veya durağan olup olmadığını incelemek için log-doğrusal modelin zaman serisi verileri üzerinde birim kök analizi yapılmıştır. Serilerin ayrıca, birlikte entegre olup olmadıklarını gözlemek ve ortak stokastik eğilimi paylaşıp paylaşmadıklarını anlamak için Engle-Granger Eşbütünleşme testi kullanılarak analiz edilmişlerdir. Ayrıca, bu çalışmada uzun dönemli ilişkiyi incelemek için ARDL (Dağıtılmış gecikme ve otoresiv) analizi de yapılmıştır. Bu analizde Nisan 1994 ve Ekim 2017 arasında ABD ham petrol ve dizel fiyatları arasındaki aylık zaman serisi verileri kullanılmıştır. Ampirik sonuçlar, dizel ve ham petrol fiyatlarının aynı eğilime sahip olduğunu ve zaman içinde benzer şekilde hareket ettiğini ve uzun vadeli ilişkinin de var olduğuna dair bir kanıt olduğunu açıkça göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: ham petrol, dizel, log-doğrusal model, birim kök, eş bütünleşme, ARDL

Jel Kodları: M2, C8, C22

¹ Eastern Mediterranean University, IT, sebnem.coban@emu.edu.tr

HOW CRUDE OIL PRICES AFFECT DIESEL PRICES IN UNITED STATES: AN EMPIRICAL ANALYSIS USING ARDL APPROACH

ABSTRACT

In this research, an in-depth analysis was conducted on log-linear model in order to examine the relationship between the crude oil and diesel prices. Generally, similar behavior may be observed between these variables. For this purpose, unit root analysis was conducted on time series data of log-linear model to examine if the series are stationary or non-stationary. The series also were analyzed using Engle-Granger Cointegration test to observe if they were co-integrated, and share the common stochastic trend. Moreover, ARDL (Autoregressive distributed lag) analysis was also conducted to examine the long-run relationship in this study. Monthly time series data between April 1994 and October 2017 of US crude oil and diesel prices have been used in this analysis. Empirical results clearly show that, the diesel and crude oil prices have the same trend and move in a similar way in time and there is an evidence that long-run relationship also exist.

Keywords: crude oil, diesel, log-linear model, unit root, co-integration, ARDL

Jel Classification: M2, C8, C22

INTRODUCTION

Economic theory suggests that the derivatives of a raw material are expected to be co-integrated with the core material. When crude oil is refined, it produces several products namely, gasoline, heavy oil, diesel and other petroleum products. Even if all the markets are very competitive, so that the average of the prices for these products follows the crude oil price very closely (Bacon, 1990).

Fluctuations in the price of crude oil have an influence on the costs of transportation, and manufacturing. The capacity that crude oil generate economic crises such as the ones occurred in 1973, 1979 and 1990, it is significant to national economies as well as commercial markets (Block, Righi, Schlender, and Coronel, 2015). According to the most of the empirical analysis and theoretical context, crude oil and its products show a robust correlation. According to Brown and Yücel (2008), there is a strong confirmation that oil prices affect US gas prices, and other independent variables, and also the researchers found a close relationship that oil prices affect US gas prices and then they concluded that the natural gas prices are determined by crude oil prices.

There are many factors affecting the price of crude oil and its products. Some of the factors include, economic crises, financial crises, weather conditions (e.g. hurricanes, typhoons, etc.), and world war. The biggest increase in price of oil and other commodities was experienced in 2007-2008 in postwar period (Hamilton, 2011). Due to the devastating factors, there might be insufficient data or huge fluctuations in the prices. Some previous studies have found indication of a long run relationship between crude oil and its products, but due to the missing data, there was an inconsistent result of the strength of the association between these products (Myers, Johnson, Helmar, and Baumes, 2015).

In this research paper, the most recent data, which includes monthly time series between the periods April 1994 and September 2017 of US crude oil and diesel prices, is employed. Linear and log-linear models are examined in order to understand the relationship between the crude oil and diesel prices. However, the results of only the log-linear model are discussed in this paper.

The results will help us to understand the trend of data, and how they move in time. As a first step the Augmented Dicky Fuller (ADF) tests will be applied on time series data of the model to check whether the model has unit root and the series are stationary or non-stationary. In case of non-stationary, Engle-Granger Cointegration test then will be applied to check whether they share the common stochastic trend or not. Moreover, ARDL and Bounds tests using Akaike Info Criterion (AIC) and Schwarz Criterion (SC) methods will also be applied and long-run results will be included in this paper. In order to test if the economic theory is satisfied, the results are analyzed empirically.

Finally, the rest of the article includes the review of literature, description of the data, models and the methodology, results of empirical analysis as well as the interpretations of the results and the conclusion.

1. LITERATURE REVIEW

In the previous studies, oil prices became major concentration for most of the scholars in the economic literature. There are many investigations with respect to understand the connection between the prices of crude oil, its derivatives, supplements, complements and other commodities. Although some of the researchers examined short run and long run relationships between the prices of the commodities, some others focused on asymmetric relationship. Economic shocks also considered by most of the investigators in order to analyze the data in specific time period (Hamilton, 2011; Pokrivcak and Rajcaniova, 2011; Wadud, Graham, and Noland, 2009).

Pokrivcak and Rajcaniova (2011) analyzed the statistical relationship between crude oil, gasoline and ethanol prices to examine the correlation and the linear relationship among the variables by investigating weekly data from January 2000 to October 2009 in Germany. Vector Auto Regression (VAR) and the Impulse Response Function (IRF) were used to measure how a variable was linked to another variable. The findings of the research indicated that oil and gasoline prices were co-integrated; however, the prices of ethanol and gasoline as well as ethanol and oil had no relationship.

Researchers, Karagiannis, Panagoulou, and Vlamis (2015), had studied the short run and long run relationships between the crude oil and retail gasoline prices, by conducting the hypothesis of symmetry price adjustments. In this research, weekly retail fuel prices for Germany, France, Italy and Spain were collected which cover the period 2002 and 2011. Researchers then applied Error Correction Model (ECM) to estimate the transition of international crude oil price and symmetric or asymmetric behavior of the fuel price changes, but the results do not verify that the “rockets and feathers” hypothesis was sustained.

Moutinho, Bento, and Hajko (2017), investigated the bond among the crude oil price and consumer prices of transport fuels in 2008 before and after the financial crises in the European Union. According to the economic theory, input and output prices of products should be in a close relationship. The researchers did short-term and long-term analysis by using weekly data between crude oil prices and consumer prices of gasoline, diesel, and auto gas. Findings of this study includes that cointegration exists between crude oil, gasoline, diesel fuel, and auto gas prices and they share the common stochastic trend.

On the other hand, Atil, Lahiani, and Nguyen (2014), formed nonlinear autoregressive distributed lags (NARDL) model to study the transition of crude oil prices into gasoline and natural gas prices. The researchers measured the short and long run non-linearities, and the reaction of gasoline and natural gas prices to asymmetric behavior of oil price shocks. The results of this research indicates that

gasoline prices were getting affected by the crude oil prices in a non-linear and an asymmetric way, but no positive observation was found regarding the price transition.

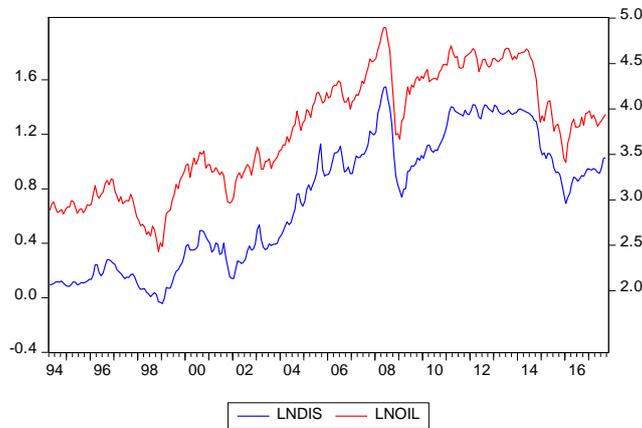
In summary, most of the researchers focused on the asymmetric relationship between the prices of crude oil and other commodities by conducting short and long run analysis. Numerous researchers provided co-integration between the commodities that show same stochastic trend among the variables. Some others investigated pass-through connection between the crude oil, its products and substitutes.

2. DATA, MODEL AND THE METHODOLOGY

2.1 Data

In this study, spot price of WTI crude oil (dollars per barrel) and retail prices of diesel (dollars per gallon) are analyzed. The datasets are downloaded from the U.S. Energy Information Administration web site, which covers the monthly time series including 280 observations that ranges from April 1994 to September 2017. Figure 1 shows the plot of data in time, which represent the logarithmic format of the corresponding time series data. The figure illustrates that the data is non-stationary.

Figure 1 - Crude Oil and Diesel Log prices between April 1994 and September 2017



2.2 Model

To analyze the relationship between crude oil and diesel prices log-linear model is formed as seen equation below.

$$\ln P_t^{\text{dis}} = \beta_0 + \beta_1 \ln P_t^{\text{oil}} + u_t,$$

In the model, $\ln P_t^{\text{dis}}$ and $\ln P_t^{\text{oil}}$ represent logarithmic price of diesel, and crude oil correspondingly. The variables in this model then were converted into their natural logarithmic forms, and were analyzed, since they have different measurement units (dollars per barrel and dollars per gallon respectively). Instantaneous growth rate of coefficients were expected to be obtained after log-linear

model was estimated. This means that, there will be constant elasticity relationship between variables $\ln P_t^{\text{dis}}$ and $\ln P_t^{\text{oil}}$. Log-linear relationship of variables according to the provided model assume that a 1 percent increase in $\ln P_t^{\text{oil}}$ leads to β_1 percent change in $\ln P_t^{\text{dis}}$ (Dranove, 2012).

2.3 Methodology

Commonly the combination of non-stationary time series are said to be non-stationary, however, in case of stationary of the combination of non-stationary time series is a unique situation, which is known as co-integration Nielsen (2017).

Primary condition of co-integration test is that the variables of time series must have the same order of integration (Bakhat and Würzburg, 2013). Prior to estimating the linear and log-linear models, Augmented Dicky Fuller (ADF) unit root test is conducted for the model and the results are provided in Table 1. Then, the test for co-integration, Engle-Granger approach is used and the result is presented in Table 2. Ordinary Least Squares (OLS) results of both models, which is the method of linear regression, helps us to better predict the correlation between the dependent and independent variables. OLS results are presented in Table 3 and will be explained later in the next section.

Table 1. Unit root test results of Log-Linear Model

Variables	ADF Tests			
	Level		First Difference	
	Without Trend	With Trend	Without Trend	With Trend
LNDIS	-1.426238 [0.5964]	-2.252411 [0.4582]	-10.28584 [0.0000]	-10.28794 [0.0000]
LNOIL	-1.693962 [0.4333]	-2.058578 [0.5661]	-12.83522 [0.0000]	-12.83102 [0.0000]

On the other hand, Bentzen and Engsted (2001), indicated that autoregressive distributed lag model (ARDL) is the most commonly used model for the estimations of time-series energy demand relationships. ARDL model should be applied when the variables are non-stationary and not co-integrated, even if the variables are co-integrated the result might not be valid. The results were expected to be non-stationary for the energy economic variables; however, the model should not be rejected before ARDL test was applied. According to Pesaran, Shin, and Smith (2001), bounds testing should be applied when the variables provide critical value bounds for all classifications of all the explanatory (regressors) variables into purely I(0), I(1) or mutually co-integrated. Moreover, Giles (2013) states in his blog that, the autoregressive model is dependent variable and is explained by lagged values of itself and also has a distributed lag component in the consecutive lags form of associated explanatory variables.

Giles (2013) also indicated in his another post that in order to implement ARDL model Bounds Tests were used to examine if the long-run relationship exists when two non-stationary time-series were grouped.

Table 2. Engle-Granger Co-integration Test Results

<i>Variable</i>	<i>Variable</i>	<i>tau-statistic [Prob]</i>
<i>DIS</i>	<i>LNDIS</i>	<i>-4.001829 [0.0081]</i>
<i>OIL</i>	<i>LNOIL</i>	<i>-4.105512 [0.0058]</i>

Therefore, in this study, Bounds Testing is applied on both models (linear and log-linear) to investigate the long-run relationships of the time-series. Additionally the results obtained from OLS and Bounds tests will be compared and the interpretation will be added in order to conclude the results.

3. RESULTS

3.1 Unit Root Tests

ADF tests are applied on each of the variables of log-linear model in order to test for their level and first difference stationarity and the results are summarized in Table 1. In the model when unit root test is done with trend and without trend, because of high prob values, Null Hypothesis cannot be rejected. Variables of the model have a unit root. Therefore data are said to be non-stationary. On the other hand, test results indicate that we have stationary data when we repeat the tests on the first difference of each series, since the prob values are leading to zero (0). Therefore, the Null Hypothesis can be rejected.

3.2 Engle-Granger Cointegration Analysis

The aim of conducting Engle-Granger test is to check if the series are co-integrated and share the common stochastic trend. The results of the log-linear model emphasize that the series are co-integrated.

Table 3. Results of Ordinary Least Squares (OLS)

Log-Linear Model - The equation:	
<i>LNDIS_t = -2.009458 + 0.728212LNOIL_t</i>	
<i>t-stat (Inoil)</i>	<i>Prob</i>
<i>82.73538</i>	<i>0.0000</i>
<i>R-squared</i>	<i>0.960703</i>

As Table 3 provides the summary of the results of OLS estimations, log-linear model shows that 1% increase in crude oil price leads to 0.73 % increase in diesel price. The meaning of the coefficients of variable in the model is statistically significant since the Prob value leads to 0.0000. R-squared (R²)

value of log-linear model is 0.96, which indicate that the model is highly statistically significant. Finally, Durbin-Watson results suggest that there might be serious auto correlation problem in the model, which is due to the number of observed values are over 288.

3.3 ARDL Models and Bounds Testing Results

Log-linear model is tested based on Akaike Information Criterion (AIC) and Schwarz Criterion (SC) methods in order to estimate ARDL models. According to selected models¹ ARDL(9,4), ARDL(1,2) (log-linear model), the R-squared (R^2) values are close to one (1) and Prob (F-statistic) values are leading to 0 (zero) we can conclude that all ARDL models are meaningful. Furthermore, since the value of Durbin-Watson is around two (2) is an indication that autocorrelation does not exist.

Additionally, long-run relationship serial auto-correlation test is conduct for the model and presented in Table 4. The results indicate that there is no evidence of autocorrelation since Null Hypothesis (H_0) cannot be rejected at 5% level.

Table 4. Bounds Tests for Linear and Log-Linear Models (AIC and SC)

<i>F-Bound Test</i>				
F-Statistic	Value	Signif.	I(0)	I(1)
		10%	3.113	3.61
		5%	3.74	4.303
		1%	5.157	5.917
Log-Linear Model				
(AIC)	3.664084	(SC)	6.976621	

Table 5. Comparison of OLS and Bounds Test results (Log-Linear Model)

Log-Linear Model - OLS:	Log-Linear Model – Bounds Test: (AIC)
$LNDIS_t = -2.009458 + 0.728212LNOIL_t$	$LNDIS_t = -2.160969 + 0.773029LNOIL_t$
<i>t-stat (oil)</i>	<i>t-stat (Inoil)</i>
82.73538	20.61552

Akinboade, Ziramba, and Kumo (2008) explained that the null hypothesis of co-integration by means of F-test. The researchers indicate that for different model specifications, two bounds of critical values are developed. I(1), upper bound is applied when all variables are co-integrated and I(0), lower bound is applied when all variables are stationary. In this study, Bounds Tests based on AIC and SC methods applied and the results are obtained, which are provided in Table 4. According to the selected models ARDL(9,4), ARDL(1,2), since the F-statistic values of all results of selected models exceed the upper bound I(1) we can conclude that the variables in log-linear model are co-integrated at 5% and even 10% levels.

Finally, OLS and Bounds test results are compared and the results indicate that coefficient of the model is highly statistically significant and there is a strong evidence for a positive correlation between the variables in long-term.

CONCLUSION

In this study, the relationship between crude oil and diesel prices was examined. In order to conduct the analysis, monthly data for each variable from April 1994 to September 2017 was used. Subsequently, log-linear model was formed in which to include crude oil prices as an independent variable and diesel prices as a dependent variable. As mentioned earlier, economic theory suggests that, the fluctuations in crude oil prices should be followed by a common trend by its derivatives such as heavy oil, gasoline, diesel and etc. The empirical analysis results justify that there is a co-integration relationship between the crude oil and diesel prices. ARDL model and bounds tests have been conducted in order to study the long run relationships between the variables. Comparison between OLS results and bounds test results is another important finding that the long run relationship between the variables (crude oil and diesel) exists. The main contribution of this work is the use of the most recent data in order to justify the previous research studies.

REFERENCES

- Akinboade, O. A., Ziramba, E., & Kumo, W. L. (2008). The demand for gasoline in South Africa. An empirical analysis using co-integration techniques. *Energy Economics*, 30, 3222-3229.
- Atil, A., Lahiani, A., & Nguyen, D. K. (2014). Asymmetric and nonlinear pass-through of crude oil prices to gasoline and natural gas prices. *Energy Policy*, 65, 567-573.
- Bacon, R. (1990). *Rockets & Feathers: The Asymmetric Speed of Adjustment of UK Retail Gasoline Prices to Cost Changes*. Oxford Institute for Energy Studies.
- Bakhat, M., & Würzburg, K. (2013). Co-integration of Oil and Commodity Prices: A Comprehensive Approach. *Economics of energy, WP FA05*.
- Bentzen, J., & Engsted, T. (2001). A revival of the autoregressive distributed lag model in estimating energy demand relationship. *Energy*, 26(Aarhus School of Business, Fuglesangs alle 4, DK-8210 Aarhus V., Denmark), 45-55.
- Block, A. S., Righi, M. B., Schlender, S. G., & Coronel, D. A. (2015, January 29). Investigating dynamic conditional correlation between crude oil and fuels in no-linear framework: The financial and economic role of structural breaks. *Energy Economics*, 49, 23-32. Retrieved January 9, 2018, from www.elsevier.com/locate/eneco
- Brown, S. P., & Yücel, M. K. (2008). What Drives Natural Gas Prices? *International Association for Energy Economics*, 29, 45-60.
- Dranove, D. (2012). *Practical Regression: Log vs. Linear Specification*. Kellogg School of Management: Northwestern University.
- Giles, D. (2013). *Econometrics Beat: Dave Giles' Blog*. Retrieved January 15, 2018, from <http://davegiles.blogspot.co.cy/2013/06/ardl-models-part-ii-bounds-tests.html>
- Giles, D. (2013). *Econometrics Beat: Dave Giles' Blog*. Retrieved January 15, 2018, from <http://davegiles.blogspot.com.cy/2013/03/ardl-models-part-i.html>
- Hamilton, J. D. (2011). *Historical Oil Shocks*. University of California, San Diego.
- Karagiannis, S., Panagoulou, Y., & Vlamis, P. (2015). Are unleaded gasoline and diesel price adjustments symmetric? A comparison of the four largest EU retail fuel markets. *Economic Modelling*, 48, 281-291.

Moutinho, V., Bento, J. P., & Hajko, V. (2017). Price relationships between crude oil and transport fuels in the European Union before and after the 2008 financial crisis. *Utilities Policy*, 45, 76-83.

Myers, R. J., Johnson, S. R., Helmar, M., & Baumes, H. (2015, July 27). *Long-Run and Short-Run Relationships between Petroleum Ethanol and Natural Gas Prices*. Retrieved December 15, 2017, from <http://ncfap.org>

Nielsen, H. B. (2017, January 15). *Cointegration and Common Trends*. Retrieved December 13, 2017

Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16, 286-326.

Pokrivcak, J., & Rajcaniova, M. (2011). Crude oil price variability and its impact on ethanol prices. *Agric. Econ.*, 57, 394-403.

Wadud, Z., Graham, D. J., & Noland, R. B. (2009). A cointegration analysis of gasoline demand in the United States. *Applied Economics*, 3327-3336.

MENKUL KIYMETLEŞTİRME BANKA KREDİLERİNE KIYASLA FİRMALAR İÇİN ALTERNATİF FONLAMA KAYNAĞI OLABİLİR Mİ? TÜRKİYE’DE HİZMET SAĞLAYAN ŞİRKETLERE UYGULANABİLİRLİĞİ BAKIMINDAN İNCELENMESİ

Bülent GÜNCELER¹

Murat KESEBİR²

ÖZ

Menkul kıymetleştirme kavramı, belirli bir alacak hakkını temsil eden varlıkların gelecekteki nakit akışlarını menkul kıymet haline dönüştürme yoluyla bugüne getirilmesidir. Böylelikle şirket alacaklarını tahsil etme hususunda Sermaye Piyasası kuralları çerçevesinde oluşturulan özel amaçlı bir kurum tarafından likidite yönetimini kolaylaştırmış olur. Bu çalışmada, bu temel fikir ele alınarak; Türkiye’de faaliyet gösteren ve aylık belli süreler için taahhüt edilmiş aboneliklerle yoğun bir tahsilat trafiği olan çeşitli kamu ve özel kuruluşların bu sistemi uygulayabilmesi halinde sağlayabilecekleri gelecekteki nakit akımlarının bugüne getirilmesinin şirketlerin bilançolarındaki aktif büyüklüğüne ne derecede etki ettiği incelenmektedir. Türkiye’de sadece Bankacılık sisteminin alacakları açısından incelenen ve mevzuatı bu doğrultuda düzenlenmiş bu konunun, nakit akımlarına dayalı bir finansman yöntemi olarak, Türkiye’nin önemli büyük firmalarında da uygulanabilirliği açısından incelemesi yapılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Menkul Kıymetleştirme, Alternatif Finansman Araçları, Gelecekteki Nakit Akımları, Alacakların Tahsilatı

Jel Kodları: M10, G10, G21

¹Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Okan Üniversitesi, İşletme Bölümü bulent.gunceler@okan.edu.tr

²Dr. Öğretim Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi, Bankacılık ve Finans Bölümü murat.kesebir@bozok.edu.tr

CAN SECURITIZATION BE AN ALTERNATIVE FUNDING SOURCE FOR FIRMS COMPARED TO BANK CREDITS? EXAMINED IN TERMS OF APPLICABILITY TO COMPANIES THAT PROVIDE SERVICE IN TURKEY

ABSTRACT

The concept of securitization is to bring today assets that represent a certain creditworthiness by converting future cash flows into securities. This facilitates liquidity management by a special purpose entity established within the framework of the Capital Markets rules for collecting company receivables. In this research, by taking this basic idea; various public and private organizations with a dense collection of traffic subscriptions have been committed to operating in and month during a specified period in Turkey is examined as this system of company the introduction today of future cash flows can provide if it can apply to the assets on their balance sheets to what extent they affect. Turkey only examined in terms of receivables of the banking system and the legislation of the subject arranged in this direction, as a funding method based on cash flows, is done from the perspective of the applicability of Turkey's most important big firms.

Keywords: Securitization, Alternative Financing Instruments, Future Cash Flows, Collection of Claims

JEL Codes: M10, G10, G21

GİRİŞ

Son zamanlarda finansal sektörde, yeni bir finansman tekniği olarak kullanılan kavram olan Menkul Kıymetleştirme; kurumların gelecekteki nakit akımlarını bugüne getirerek bilanço yapısını düzenlemesi ve onu daha likit hale getirmesi açısından kullanılan önemli bir araç niteliğindedir.

Şirketin alacaklarının vade tarihine kadar beklemesi şirket açısından önemli bir nakit eksikliği ve dolayısıyla bu eksikliği kapatmak için kârlılığına yansıyan faiz kaybını oluşturmaktadır. Aslında Telefon, İnternet, Su, Elektrik TV Medya Hizmetleri gibi batıda (utilities) olarak tanımlanan hizmet şirketlerinin abonelerine çeşitli avantajlar sağlayarak belli bir taahhüt dönemi için sabitledikleri aylık tahsilatlar mevcuttur. Bu sürelerin ortalama 2 yıl civarında olduğu düşünülürse, bu şirketlerin 24 aylık bir süre için (az bir yüzde temerrüt oranı hariç tutularak) garantili aylık nakit girişleri vardır. Bu nakit girişlerinin hemen elde olmaması paranın zaman değeri açısından bir ekonomik kayıp olarak bilançolarına yansımaktadır. Çünkü söz konusu nakit girişleri ileri vadelerde olduğu için bunu karşılayabilmek amacıyla kurumlar kredi veya başka maliyetli finansal borçlanma araçlarına yönelmektedirler. Bunlara ödenen faiz ve benzeri nakit kaybı oluşması yerine, menkul kıymetleştirme kuralları çerçevesinde kurulacak özel amaçlı kurum tarafından, alacakların menkul kıymet haline getirilip ihraç edilmesi ile bu kaynaklar bugüne çekilerek firmaya nakit sağlanmaktadır. İhraç edilen bu menkul kıymetler de “varlığa dayalı menkul kıymet” olarak tanımlanmaktadır. Bu ürüne kredi faizleri yerine mevduata verilen faizlerden az bir miktar daha fazlası ödendiği için kaynak maliyeti avantajı yaratılmaktadır.

Varlığa dayalı menkul kıymetler, her iki açıdan da yani her iki tarafa da avantaj ve güvence oluşturan bir yapısı olması nedeniyle daha çok tercih edilen bir finansman tekniği olabilir. Çünkü bu ürünler, hem menkul kıymet sahipleri açısından güvence sağlamaktadır hem de piyasadaki diğer yatırım araçlarına kıyasla daha fazla bir nema vermektedir. Bunun yanı sıra şirket tarafında da çok olumlu göstergeler oluşmaktadır. Gelecekteki nakit alımının bugüne getirilmesiyle şirketin finansal yapısına göre alacakların nakit hale gelmesi, şirket bilançosunun aktif kalitesini iyileştirmektedir. Özellikle yatırımcıya menkul kıymet nedeniyle sağlanan güvence, şirkette meydana gelebilecek sıkıntılı bir süreçte bile, menkul kıymete dayanak teşkil eden tüm alacakların yasal olarak şirketin diğer borçlarından ayrı tutularak, bu alacaklardan sağlanan nakit akımları ile menkul kıymet sahiplerine ödemeleri yapılmaya devam edilir. Bu sistemin en güzel yanı budur. Sermaye Piyasası Kanununun ve bu konuda yayınlanmış olan yönetmeliklerin güvencesi altında yatırımcı güvenli bir şekilde parasını almaya devam edecektir.

Menkul kıymetleştirme, ilk olarak 1970'lerde ABD'de mortgage olarak tanıtılmıştır. İpotek teminatlı menkul kıymetleri onaylayan devlet kurumları tarafından da desteklenmiştir. 1985 yılında geliştirilen menkul kıymetleştirme teknikleri ile başlangıçta ipoteye dayalı olmayan araba kredilerinde

menkul kıymet ihracı gerçekleşmiştir. Bu ilk işlemin başarısından sonra, menkul kıymetleştirme konuları, giderek çeşitlenen ve giderek genişleyen varlıklarla gelişimini sürdürmeye devam etmiştir. Örneğin, factoring alacakları ve kurumsal krediler ile ilgili ödemeler gibi banka varlıkları (Vink, 2007:3-4).

1970’li ve 1980’li yıllarda uluslararası piyasalardan görülen gelişmelerle birlikte, klasik bankacılığın dışına çıkılarak menkul kıymetleştirme kavramı ön plana çıkmıştır. Menkul kıymetleştirmede, farklı işlemleri yerine getiren farklı kuruluşların ortaya çıktığı görülmektedir (Vatansever, 2000:261). Bu konuda, ABD’de Menkul kıymetleştirme sisteminin mortgage anlamında, hızla gelişmesini sağlayan kamu kuruluşlarından en önemlileri Freddie Mac ve Fannie Mae’dir (Aktaş, 2016).

İngiltere’de ilk menkul kıymetleştirme ise, 1985 yılında Bank America Finance Limited’den 1200 ipoteği satın almak amacı ile kurulan “Mini” adlı özel amaçlı kurumun tahvil ihracı ile başlamıştır. Fransa’da ise, 1990 yılında Credit Lyonnais tarafından tüketici kredisine dayalı ilk tahvil ihracı gerçekleştirilmesi ile menkul kıymetleştirme anlamında gelişmeler olmuştur (Öcal, 1994:12).

1970’li yıllarda ortaya çıkan menkul kıymetleştirme sistemi, 2008 yılı ikinci çeyrek itibariyle 10,2 trilyon ABD doları ve Avrupa’da ise yaklaşık olarak 2,3 trilyon ABD doları tutarları ile önemli bir büyümeyi gerçekleştirdiği görülmüştür. 2005 yılı itibariyle ABD’de ihraç edilen varlığa dayalı menkul kıymet tutarı 1,9 trilyon ABD doları, hisse senedi ihraç tutarı ise 18,2 trilyon ABD doları olmaktadır. Yani, varlığa dayalı menkul kıymet ihraçları hisse senetlerinin aşağı yukarı %11’i düzeyindedir (Alptekin, 2009:13).

Şirketlerin alacaklarını önceden tahsil edebilmesine ve kendisine nakit akımı konusunda destek sağlayan bu sistem, gelecekteki nakit akımlarına dayalı olarak gerçekleştirilen menkul kıymetleştirmedir. Çalışmanın amacı, menkul kıymetleştirme ile alacaklarını önceden tahsil edecek kuruluşların nakit akışlarına ve böylece bilançolarına pozitif yönde katkı sağlamalarının incelenmesidir. Bu doğrultuda Telekom sektöründen 3 adet şirket seçilmiştir. Telekom sektörü olmasındaki temel amaç, kişiyi veya kurumları 12, 24 aylık taahhütler ile sözleşmeler yaparak işlemlerine devam etmeleridir. Bu şirketlerin bilançolarındaki fonlama maliyetleri incelenerek, taahhüde dayalı garantili olan alacakları böylesi bir uygulama yapıldığı takdirde, menkul kıymetleştirmenin şirket finansman maliyeti üzerinde oluşturacağı etki incelenecektir.

Burada yer alan bu kuruluşların banka kredilerine başvurmak yerine alacaklarını menkul kıymetleştirme sistemini uyguladıklarında elde edecekleri kazanç gösterilmek istenmiştir. Çalışmanın önemi, menkul kıymetleştirmenin şirketlerin bilançolarında yaptığı olumlu etkinin görülmesi ile birlikte, bundan sonraki süreçte, büyük firmaların işlemlerini gerçekleştirirken ve kredi kullanımı yaparken menkul kıymetleştirme sistemini de kullanmalarını sağlamaktır. Çalışmanın yöntemi ise, her 3 şirketin bilançoları temin edilerek bilanço analizi gerçekleştirilmiş ve rasyolar değerlendirilmiştir.

Bu doğrultuda menkul kıymetleştirmenin tanımı ile birlikte konu detaylandırılmış olup, literatür taraması gerçekleştirilmiş ve konu hakkında bugüne kadarki yapılan bazı araştırmalara yer verilmiştir. Son bölümde ise, 3 adet şirketin bilanço analizi yapılmış olup, bu şirketlerin rasyolarına menkul kıymetleştirme işlemi uygulanarak çalışma sonlandırılmıştır.

1. MENKUL KIYMETLEŞTİRME KAVRAMI VE TÜRKİYE'DEKİ SÜRECİ

Menkul Kıymetleştirme, “likit olmayan aktiflerin ihraç edilebilecek ve sermaye piyasalarında alım satımı yapılabilecek menkul kıymete dönüştürülmesidir”. (Erdönmez, 2006:75). Bir başka tanıma göre ise; “nakit akımına dayalı finansman sağlamaya yönelik bir finansman tekniği” olarak tanımlanmaktadır. İngilizcede menkul kıymetleştirme “securitization”, “asset securitization” ve “structured finance” olarak kullanılmaktadır. Bütün bu terimler, şirketlerin finansman sağlamak için kendi varlıklarından oluşan nakit akımını kullandıkları; “securitization” ise finansmanın menkul kıymet ihracıyla sağlandığını ifade etmektedir (Doğru, 2007:3).

Menkul kıymetleştirme kavramı yapısal olarak, birçok sayıdaki tüketici kredileri veya çeşitli kaynaklardan meydana gelen alacakların, bir araya gelerek bir havuzu oluşturmakta ve bu havuzdaki alacaklar menkul kıymete dönüştürülerek yatırımcılara satılmaktadır (Pavel, 1989:3). Varlığa dayalı menkul kıymet “ABS-asset based securities” olarak ifade edilen bu menkul kıymetler uluslararası alanda bulunan sermaye piyasalarındaki yatırımcılara, ihracı yapan kurum adına satılarak kurumun finansal ihtiyaçlarına yönelik gerçekleştirilmektedir (Leasing Dünyası, 2002:1).

Türkiye’deki varlığa dayalı menkul kıymet uygulamaları gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığı zaman, ihraçların daha çok bankacılık sektörü tarafından yapıldığı buna karşılık büyük şirketlerin sözü konusu ihraçlarda etkin olmadıkları görülmektedir. Hâlbuki bu sistem diğer gelişmiş ülkelerde kullanıldığı gibi ülkemizde de yaygın hale gelmesi ve şirketler tarafından tercih edilir bir finansman aracı olarak kullanılmasının firmalara rahatlatıcı ve kârlılıklarını arttırıcı bir etkisi olacağını düşünüyoruz.

Varlığa dayalı menkul kıymet ihracı, Türkiye’de 31 Temmuz 1992 tarihli resmi gazetede yayımlanan seri III no.14’de yer alan “Varlığa Dayalı Menkul Kıymetlerin Kurul Kaydına Alınmasına ve Genel Finans Ortaklıklarının Kuruluş ve Faaliyet İlkelerine Dair Esaslar” tebliği ile uygulamaya girmiştir.

Türkiye’de varlığa dayalı menkul kıymeti ihraç etmelerine izin verilen kuruluşlar; bankalar, finansal kiralama şirketleri ve genel finans ortaklıkları olmaktadır. İhracı gerçekleştirecek alacak türleri ise; konut kredileri, tüketici kredileri, finansal kiralama sözleşmesinden kaynaklanan alacaklar, ihracat işlemlerinden kaynaklanan alacaklar ve diğer alacaklar olmaktadır (Alptekin, 2009:14).

Varlığa dayalı menkul kıymet ihracı ülkemizde diğer ülkelerin aksine tam anlamıyla gelişme gösterememiştir. Bu konu hakkında örnek vermek gerekirse; 1992 ile 1997 yılları arasında varlığa dayalı

menkul kıymet ihracının toplam menkul kıymet ihracına oranı %55 olmaktadır, toplam ikinci el piyasa işlem hacmine oranı %0,4 olmuştur (Erol, 2006:3). Gerekli yasal düzenlemelerin gerçekleştirilmemesi ve ikincil piyasaların yeterince gelişmemesi sonucunda Türkiye’de 1998 yılından sonra varlığa dayalı menkul kıymet ihracı yapılmamıştır. 1998’den günümüze kadar menkul kıymetleştirme süreci şirketlerin alacaklarını yurtdışı piyasalarda menkul kıymetleştirmesi ile yapılmıştır (Hakyemez, 2012:110).

Bu eksiklik 9.1.2014 tarihli 28877 Sayılı Resmi Gazetede yayınlanan (III-58.1) nolu Varlığa veya İpoteğe Dayalı Menkul Kıymetler Tebliği ile yapılan yeni düzenlemelerle belli bir ölçüde ortadan kaldırılmış ve menkul kıymetleştirme Türk Sermaye Piyasalarında gelecekte parlaması mümkün bir finansal araç olarak yer almıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Yerli ve yabancı olmak üzere konu hakkında birçok araştırma gerçekleştirilmiştir. Bunlardan Vatansever’in çalışmasında (2000), varlığa dayalı menkul kıymetin kapsamı, yapısı ve işleyişi ile ilgili bilgilerle detaylandırılmış olup, maliyeti hakkında açıklamalara yer verilmiştir. Erdönmez’in çalışmasında ise (2006), aktiflerin menkul kıymetleştirilmesi hakkında açıklamalara yer verilmiş olup, Amerika, Avrupa gibi ülkelerden örnekler verilmiştir. Ayrıca Türkiye’de menkul kıymetleştirmeye de değinilmiş olup, değerlendirmelere yer verilmiştir.

Giddy’nin (2000), Asya’da menkul kıymetleştirme adlı çalışmasında, menkul kıymetleştirme hakkında bilgiler verilmiş olup, Ras Laffan (Katar’ın doğalgaz ve sıvı gaz üretim merkezi) ile ilgili vaka çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada, Ras Laffan ile Kore gaz şirketi (Kogas) uzun vadeli bir satın alma anlaşması imzalamışlardır. Bu antlaşma neticesinde gerçekleştirilen menkul kıymetleştirme işlemi tablo ile detaylandırılmış olup, Asya’daki yatırımcıların da menkul kıymetleştirme işlemini gerçekleştirerek, Amerika’daki gibi sermayeye daha verimli ve ucuza erişimleri mümkün olacağını ifade etmiştir. Ayrıca, özel sektörün büyümesi ve finansmana erişebilmesi için hükümetler açısından da önemli bir seçenek olduğunu belirtmiştir.

Schwarz’ın çalışmasında ise (1994), şirketlerin menkul kıymetleştirmeyi doğrudan veya dolaylı olarak nasıl kullanabilecekleri gösterilmektedir. Şirketler daha düşük maliyetli sermaye piyasası fonlarına erişim sağlayarak, kurumun finansman maliyetinde azalma meydana gelecektir. Çalışmada bu konu üzerinden incelemeler gerçekleştirilmiş olup, menkul kıymetleştirmenin büyümeye devam edecek önemli bir finansman tekniği olduğunu açıklamışlardır.

Bir diğer çalışmada Öcal (1994), menkul kıymetleştirme mevzuatı ve muhasebesi üzerine yasal çerçeveleri bildirirken, Türkiye’de menkul kıymet uygulamasının aksayan yönlerin tespiti ve çözüm önerileri geliştirmiştir. Araştırmasında hacim, ihraççı kuruluşlar ve alacak türleri açısından incelemelerde bulunmuştur.

Alptekin'in (2009) çalışmasında ise menkul kıymetleştirmeye bir başka açıdan bakılmıştır. Küresel finansal krizdeki rolü ile ilgili araştırma gerçekleştirmiş olup, Amerika'da türev ürünlerin gözetim ve denetim eksikliği nedeniyle gerçekleştiğini ifade etmiştir. Ayrıca, ülkemizdeki menkul kıymetleştirmenin gelişmesinde, sıkı bir gözetim ve denetim mekanizmasının olması gerektiğini düşünmektedir. Bu konu hakkında da risk algısının gelişmesi ve iyi bir risk kültürünün oluşturulmasını ifade etmiştir.

3.MENKUL KIYMETLEŞTİRMEDE YER ALAN TARAFLAR VE MENKUL KIYMETLEŞTİRMENİN AVANTAJ, DEZAVANTAJ VE RİSKLERİ

Menkul kıymetleştirme sürecinde yer alan taraflar; kaynak şirket, hizmet veren firma, özel amaçlı kurum, yatırım bankaları, garanti veren kuruluşlar, derecelendirme kuruluşları, yedd-i emin ve yatırımcılardır.

3.1. Kaynak Şirket

Kaynak şirket menkul kıymetleştirmeye söz konusu olan varlığı bilançosunda sahip olan kurum olmaktadır. Bu kurum, alacak havuzunu oluşturarak varlığa dayalı menkul kıymeti ihraç edebilmesi için bu alacak havuzunu özel amaçlı bir başka kuruma satmaktadır. Satışın gerçekleşmesi ile birlikte kaynak şirketin üstlenmiş olduğu kredi riski ile kredi veren kuruluşun kredi riski birbirinden ayrılmış ve risk dağıtılmış olur (Demirci, 2009:15). Bir diğer ifade ile kaynak şirket, alacak hesaplarını gelir üreten varlıkların ödeme haklarını yani kredileri özel amaçlı bir kuruma transfer etmektedir (Schwarcz, 2002:354-355).

3.2. Hizmet Veren Firma

Hizmet veren firma, kaynak kuruluş olabileceği gibi tamamen bağımsız bir kuruluş da olabilmektedir. Sattıkları veya teminat anlamında kullanmış oldukları kredilerin takibini yaparak, varlıkların yönetimi ve muhafazası ile ilgili olarak elde edilecek nakit akımlarından sorumlu olmaktadır. Bu kuruluşlar, faiz geliri yerine hizmet geliri sağlamış olurlar (Vatansever, 2000:263). Yani, varlığa dayalı menkul kıymetlerden oluşan havuzun izlenmesi, yönetilmesi, anapara ve faizlerinin toplanarak, özel amaçlı kuruma iletilmesinden sorumludurlar (Hakyemez, 2012:5).

3.3. Özel Amaçlı Kurum

Özel amaçlı kurumlar, kaynak şirketten almış oldukları varlıklarla yatırımcılara bu varlıklar karşılığında, varlığa dayalı menkul kıymeti ihraç ederek, menkul kıymetleştirme işlemini gerçekleştirmek amacıyla kurulmuş olan kurumdur. Mevzuatta bu yapıdaki ortaklıklara genel finans ortaklıkları denilmektedir (Uçak, 2000:4). Kaynak firma ile özel amaçlı kurum arasında ilişkiye bakıldığı zaman, ihraç edilen menkul kıymetlerin bedeli belirli bir iskonto karşılığında kaynak firmaya aktarılır veya devralınan alacakların bedeli karşılığında kaynak firmaya ihraç edilen menkul kıymetler verilmektedir. İhraç edilen menkul kıymetlerin sahiplerine yapılacak ödemeleri ise özel amaçlı kurum,

devralınan alacaklardan oluşan nakit akımlarından gerçekleştirir. Kaynak firmaya ise, menkul kıymet ihracından elde ettiği gelir ile devir bedeli ödemesini yapar (Aktaş, 2016).

3.4. Yatırım Bankaları

Varlığa dayalı menkul kıymetin ihracı yatırım bankaları aracılığıyla yapılırken, menkul değerleri halka arzı konusunda aracılık edilmesi yoluyla ya da doğrudan yatırım yapılması şeklinde gerçekleşmektedir. Yatırım bankası aracılık işlemi ile birlikte, menkul kıymetleri ihraç edenden ilerde satmak üzere satın almaktadır (Williamson, 1988:130).

3.5. Garanti Veren Kuruluşlar

Kredi riskinin azaltılması için menkul kıymet ihracında güvence mekanizmasının olması gerekmektedir. Böyle olduğu zaman, derecelendirme kolaylaşmakta ve menkul kıymetin değeri artmaktadır. Garanti veren kuruluşlar ihraççı tarafından sağlanabileceği gibi, üçüncü kişiler tarafından da gerçekleştirilebilir (Pavel, 1989:29).

3.6. Derecelendirme Kuruluşları

Varlıkların niteliğine, nakit akımlarının uyumuna, faiz oranına ve likidite durumuna bakarak menkul kıymete bir derece verilmektedir. Yatırımcı, menkul kıymete yatırım yaparken rating firması tarafından verilmiş olan dereceyi dikkate alarak işlemlerini gerçekleştireceklerdir. Menkulleştirmede incelenen husus varlık havuzu ve sağlanan güvence mekanizmaları olmaktadır. Rating şirketi incelediği bu hususları varlığa dayalı menkul kıymetlerin vadesi boyunca takip eder ve ihtiyaç hâsıl olduğu zaman da, vermiş olduğu dereceyi değiştirmektedir (JCR Eurasia Rating).

3.7. Yeddi-Emin (Güvenilir Kişi) ve Yatırımcılar

Yeddi-emin, varlığa dayalı menkul kıymet ihracında, bu hizmeti sunanlar ile yatırımcılar ve kredi garantisi veren ile yatırımcılar arasında bir aracılık görevini üstlenmişlerdir (Tantan, 1996:32). Varlığa dayalı menkul kıymeti ihraç eden kurum ile fon varlıklarını muhafaza eden güvenilir kişiler tarafından oluşturulan birim, genellikle kredilerden meydana gelen havuzu yönetmektedirler.

Bu birim, kredilerin ödemeleri ve teminatların getirilerinin tahsil edilmesi ile ilgili görev üstlenmektedirler (Hakyemez, 2012:12). Yatırımcılar ise, varlığa dayalı menkul kıymeti satın alan bireysel ve kurumsal yatırımcılardır. Buna örnek olarak: bankalar, sigorta şirketleri ve bunun gibi menkul kıymeti satın alan diğer kuruluşlardır.

3.8. Menkul Kıymetleştirmenin Avantaj, Dezavantaj ve Riskleri

Menkul kıymetleştirmede yer alan tarafların dışında incelenmesi gereken bir başka konu ise, menkul kıymetleştirmenin hem olumlu hem de olumsuz yanları bulunmasıdır. Bunlara detaylı olarak bakıldığı zaman ilk önce avantajlı yanları şu şekilde ifade edilir (Alptekin, 2009:12): yatırımcıya piyasada bulunan finansal yatırım araçlarına kıyasla daha yüksek bir getiri kazanma imkânı oluşturulması; buna karşılık ihraççıya ise finansman giderlerinin azaltılması, düzenli bir nakit akımının sağlanması ve bunun da borçlanma maliyetlerine olumlu katkısı; daha az sermaye ihtiyacını ortaya

çıkardığı için firmaların sermaye yapısını güçlü kılması, kredi ve likidite riskinin dağıtılması, şirketler için önemli bir likidite kaynağı olması, aktif-pasif dengesizliğinden korunmuş olan bir bilançonun oluşturulması ve en önemlisi maliyeti düşük fon kaynağı sağlanmasıdır.

Yukarıda ifade edildiği gibi birçok açıdan menkul kıymetleştirmenin avantajlı tarafları bulunmasına karşın dezavantajlı tarafları da, onun zayıf yanları olarak yer almaktadır. Bunlar ise (Günceler, 2016:29): iyi alacaklar menkul kıymete bağlandığı için bilançoda kalan alacakların portföy kalitesinin düşmesi, diğer kredi araçlarına göre daha az bir maliyeti olmasına rağmen, kapsamlı bir yapılanma gerektirdiği için tabana yayılmakta zorluk çekilmesi, alacakların bilanço dışına çıkarılmış olması nedeniyle şirket bilançosu hakkında sağlıklı finansal raporlamayı önlemesi, kredi piyasasının denetlenme etkinliğinin azalması, yasal otoritenin ihraççı kuruluşa yönelik kredi kontrolünün zorlaştırılması, ekonomideki kredi stoklarının izlenmesinde çok fazla belirsizliğe neden olmasıdır.

Birde bunların dışında, varlığa dayalı menkul kıymet ihracında karşılaşılan riskler ise; kredi riski, faiz oranı riski ve erken ödeme riski olmaktadır. Kısaca her üçüne değinildiği zaman, kredi riski, kaynak şirketlerin alacaklarını tahsil edememesi sebebiyle gelişmektedir. Bunu önlemek için şirketler, daha yüksek oranda teminatlandırılmış menkul kıymet ihraç ederler. Faiz oranı riski, faizin düşmesi ve yükselmesinden kaynaklanır bunun içinde değişken oranlı menkul kıymet türü tercih edilmelidir. Erken ödeme riski ise, vadesinden önce borcun anapara ve faizi ile kapatılması ödeme yapısında dengesizlik oluşturur bunda faizdeki yukarı ve aşağı yönde değişim de etkili olmaktadır. Erken ödemesi yapılabilen kredi türleri ise; kredi kartları alacakları ve ipotekli krediler bulunmaktadır (Vatansever, 2000:269).

4.MENKUL KIYMETLEŞTİRMENİN TÜRKİYE'DE ŞİRKETLERE UYGULANABİLİRLİĞİ AÇISINDAN İNCELENMESİ

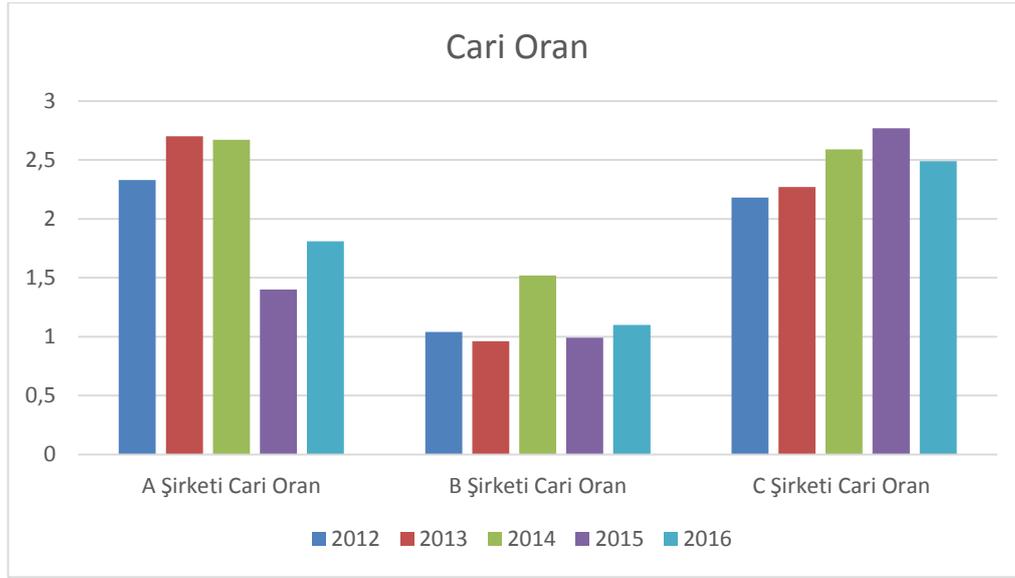
Menkul kıymetleştirme, dünyada birçok ülkede uygulandığı gibi Türkiye'de de tercih edilir bir finansman yöntemi olması öngörülmektedir. Ancak bunun için henüz yeterli bir finansal yapı yoktur. Kısaca değinilmesi gerekirse, ilk menkul kıymetleştirme işlemi 1992 yılında İnterbank tarafından kredi kartı alacaklarına dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. 1992 yılından sonraki süreçte, ihraç edilen varlığa dayalı menkul kıymetlerin tamamı finansal sektördeki şirketlerce yapılmıştır. Türk bankaları ise bu işlemlerini ya direkt olarak ya da finansman şirketleri aracılığıyla gerçekleştirmişlerdir (Uçak, 2000:37).

Çalışmamızda, Türkiye'de yer alan 3 adet firma finansalları üzerinden analiz olup (sadece kamuya ilan edilmiş olan finansal tabloları üzerinden) yapılan varsayımlar yoluyla bir değerlendirme yapılmaktadır. Bu nedenle firmaların özelinde tuttıkları hiç bir veri, belge veya herhangi bir belge kullanılmamıştır. Yaklaşımımız, eğer bu 3 firma bilançolarında yer alan ticari alacaklarının belli bir miktarını (biz finansman borçlarının % 70'ini bu yolla sağladıklarını öngörmüş bulunuyoruz) diğer deyişle banka borcu almak yerine bu meblağ kadar menkul kıymetleştirme işlemi yoluyla gelecekteki alacaklarını nakde çevirselerd, aktif-pasif yönetimi açısından kendilerine sağlayacağı pozitif durumun

ne olabileceği ele alınacaktır. Bu şirketler Türkiye’de faaliyet gösteren ve bir kısmı Telekom sektörünün öncüleri olmakta olup; diğerleri ise önemli devlet kurumları olmaktadır. Verilerin gösterilmesi esnasında şirketler A, B ve C olarak isimlendirilecektir.

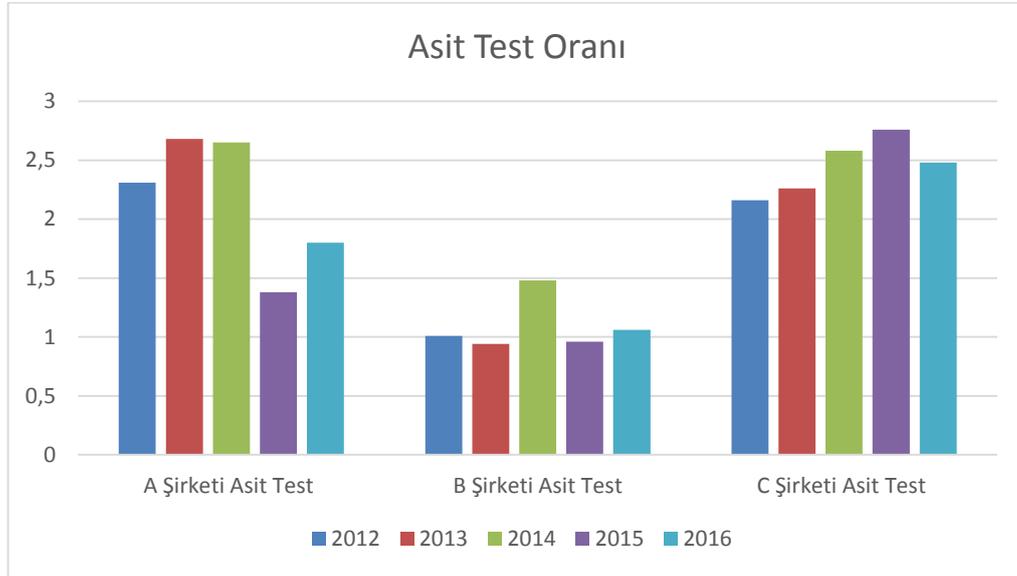
Bu şirketlerin öncelikle bilanço yapısına bakıldığı zaman incelenmesi gereken birkaç önemli nokta bulunmaktadır. Şirketler likidite anlamında incelendiği zaman; cari oran, asit test oranı ve net işletme sermayesi 2012-2016 yılları arası değerlendirilmiş olup aşağıdaki sonuçlar bulunmuştur.

Şekil-1. Şirketlerin Cari Oranları



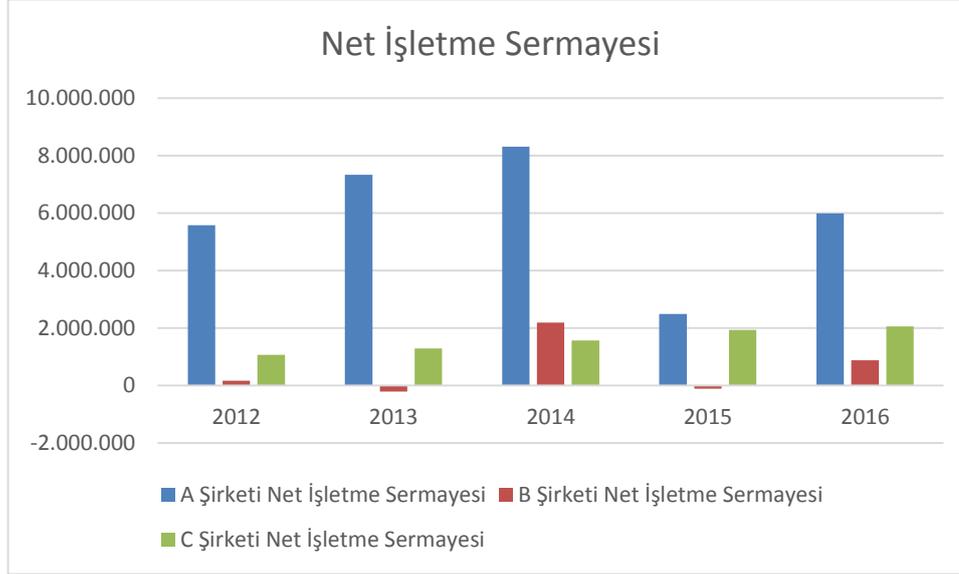
Cari oran, şirketin kısa vadeli borcunun, ne kadar dönen varlık ile karşılandığını gösteren önemli bir orandır. Yukarıdaki tabloya bakıldığında dikkat çeken nokta; A şirketi 2014 yılı sonrası cari oranda düşüş yaşarken, B şirketinde cari oran 5 yıl boyunca genel kabul gören 2 seviyesinin altındadır. C şirketinde ise diğerlerine göre daha likit durumda olduğu görülmektedir. Özellikle 2015 yılında 2,5 seviyesinin de üstüne çıkması bunun göstergesi olmuştur. Her ne kadar bu verilerle şirketin likit olması açıklanmış olsa da aslında, bu likit görüntünün daha detaylı incelenebilmesi için, asit test oranına bakılması gerekmektedir. Bu oranda stoklar dönen varlıklardan düşüldüğünden, şirketin likidite durumu daha hassas bir şekilde ölçülmektedir.

Asit test oranı, şirketin cari oranının stokları çıkarılmış verisi olarak açıklanabilir. Şirketin likit olmasını gösterir. Yani kısa vadeli borçlarının dönen varlıklar ile karşılanması anlamında karşımıza çıkmaktadır. Stokların likit olması hemen gerçekleşmediği için, onun çıkarılması ile şirkete ait daha gerçekçi ve ayrıntılı bilgiye ulaşılmış olur. Yani kısa vadeli borçların ödenmesinde dönen varlıkların yeterli olup olmadığı sorusuna cevap da karşımıza çıkmaktadır. Oranın 1’in üstünde olması uygundur. Aşağıda incelenen şirketlere özgü asit test oranı yer almaktadır.

Şekil-2. Şirketlerin Asit Test Oranları

Yukarıdaki oranlara bakıldığı zaman, A ve C şirketinin verileri genel kabul görmüş sınır olan 1'in üzerindedir. Fakat B şirketinde sadece 2014 yılında 1,5 değerine yaklaştığı, diğer yıllarda ise 1 değerine çok yakın seyrettiği ve kimi zaman altında yer aldığı için kısa vadeli yükümlülükleri karşılamakta sorun yaşayacağı saptanmıştır.

Gerek cari oran ve gerekse asit test oranı şirketin genel durumu hakkında bir bilgi vermiş olsa da net işletme sermayesi de incelenmesi gereken bir başka gösterge olmaktadır. Net işletme sermayesi ise, şirketin dönen varlıklarının kısa vadeli borçla finanse edilmeyen kısmını göstermesi açısından önemlidir. Diğer bir deyişle net işletme sermayesi kısa vadeli borçlar ödendikten sonra şirketin elinde kalan nakit olarak düşünülmelidir. Bu sebeple bu oranın da incelenmesi de finansal durum senaryosunun anlaşılması açısından önemlidir. Şirketlerin her biri için net işletme sermayesinin yıllara göre durumu aşağıda yer almaktadır.

Şekil-3. Şirketlerin Net İşletme Sermayesi

Her üç şirketin yan yana yıllara göre sıralanmış verilerine bakıldığı zaman, A ve C şirketlerinde pozitif iken, B şirketinde 2014 ve 2016 yılları dışında, diğer yıllarda negatif değer aldığı görülmektedir. Negatif değer alan net işletme sermayesi, şirketin kısa vadeli borçlarının dönen varlıklarından daha yüksek olduğunu yani şirketin duran varlıklarının kısa vadeli borçlar ile finanse edildiği saptanmıştır. Bu aynı zamanda B şirketi için likidite problemini de ortaya çıkarmaktadır. Bunun yanı sıra dikkat çeken bir başka durum ise, A şirketinin net işletme sermayesinin diğer şirketlere göre çok daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum A şirketinin diğer şirketlere göre daha dengeli bir kısa vadeli borç politikası ile hareket ettiği düşünülebilir. Bu açıdan, sadece 2015 yılında bir düşüş yaşamış ve ardından tekrar 2016 yılında toparlanmıştır.

Yukarıda incelenmiş olan şirketlerin genel durumlarından sonra, menkul kıymetleştirme konusu incelendiğinde şu şekilde bir işlem gerçekleştirilir ise şirketler açısından daha yararlı olacaktır: örnek olarak şirketlerin ortalama ticari alacaklarını %70 oranında menkul kıymetleştirdiğimiz zaman ortaya çıkan sonuçlar aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo-1. Menkul Kıymetleştirme ile Şirketlerin Kâr Artışı

Şirket Adı	İlan Edilen Kâr (2016) Bin TL	Menkul Kıymetleştirme Sonrası Kâr Bin TL	Kâr Artışı %
A	1.563.451	1.643.933	4,90
B	(724.340)	(576.133)	25,72
C	502.307	503.064	0,15

Yukarıdaki tabloda şirketlerin 2016 yılındaki kârları yazılmış olup, finansman giderlerinin %70'inin menkul kıymetleştirilmesi sonrasında %6,5 oranında kaynakların maliyetinden bir getiri elde edilmiştir. Bu getiri var olan kâr üstüne eklendiği zaman menkul kıymetleştirmenin her üç şirkete de olumlu katkı sağladığı görülmektedir. Örnek olarak zarar veren B şirketinde menkul kıymetleştirme işlemi yapılırsa bunun sonucu olarak şirket zararında %25,72'lik bir azalma gerçekleşmiştir. C şirketindeki oran az görünse de %6,5'luk kaynak maliyetindeki ucuzlama 757.000TL pozitif yönde artışı sağlamıştır.

Her üç şirketin de kârları üzerinden genel bir değerlendirme yapıldığı zaman menkul kıymetleştirme yapılması ile birlikte şirketlerin kârlarına pozitif yönde katkı sağladığı görülmektedir. Kredi maliyetinin %20 olduğu, mevduat faizlerinin %11 olduğu bir ortamda %13,5 ile menkul kıymetleştirme yapıldığı zaman kaynakların maliyeti %6,5 azalacaktır. Yukarıdaki hesaplamalar da bu düşünce yapısına göre yapılmış olup, kâr anlamında bir değerlendirme olmuştur. Aşağıda ise ticari alacakların %70'inin menkul kıymetleştirilmesi düşünce yapısı ile oluşturulmuş tablo bulunmaktadır.

Tablo-2. Şirketlerin Oranları Öncesi ve Sonrası

Şirket Adı	Cari Oran		Asit Test Oranı		Borçların Öz Kaynaklara Oranı	
	Eski	Menkul K. Sonrası	Eski	Menkul K. Sonrası	Eski	Menkul K. Sonrası
A	1,81	1,91	1,80	1,89	0,96	0,91
B	1,10	1,10	1,06	1,06	6,93	6,91
C	2,49	2,49	2,48	2,48	1,57	1,57

Ortalama ticari alacakların %70'inin menkul kıymetleştirilmesi sonrasında, dönen varlıklar ve kısa vadeli borçlarda aynı oranda düşüş işlemi yapılması sonrası oranlar yukarıda yer almaktadır. Eski oranlar ile yeni oranlar arasında negatif yönde farkın olmaması cari oranı ve asit test oranı açısından da herhangi olumsuz bir durum oluşturmamaktadır. Şirketlerin dönen varlıklarının kısa vadeli borçlara oranı ve stokların düşülmesi ile gerçekleşen oran açısından menkul kıymetleştirmenin olumlu etkileri görülmektedir.

Ayrıca şirketlerin borçlarının öz kaynaklara oranına da bakılmalıdır. Borçların ne kadarının öz kaynaklar ile karşılandığını görmek açısından önemlidir. Uygun olan oran 1'den aşağıda olmasıdır. Fakat B şirketine bakıldığı zaman 6,93 ile hayli yüksek olduğu görülmektedir. Burada banka kredilerinin fazla oluşundan dolayı sıkıntı meydana gelmiştir. C Şirketinde ise 1,57 oranında olmasında ticari borçlar

sebebiyle olduğu görülmektedir. Menkul kıymetleştirme uygulandıktan sonra, her üç şirketin de oranları aşağı yönlü veya aynı düzeyde kalmıştır. Ama buna karşılık kârlılık rakamlarında artış vardır. Bunda menkul kıymetleştirmenin olumlu etkisinin olduğu görülmektedir. Kısa vadeli yabancı kaynaklarda meydana gelen azalışların, şirketlerin daha likit olmasına ve daha iyi bir bilanço yapısı oluşturmalarına fırsat vermektedir. Bu sebeple menkul kıymetleştirme uygulanması gereken ve uygulandığı zaman bilançoya da olumlu yansıyan bir işlemdir.

SONUÇ

Çalışmamızda şirketlerin verileri değerlendirilmiş olup, her üç şirkette de menkul kıymetleştirmenin, şirket bilançolarına pozitif yönde katkı sağladığı görülmektedir. Bu sebeple, menkul kıymetleştirme gerek riskin azaltılması gerek de likiditenin artırılması hususunda tercih edilebilir bir borçlanma aracı olmaktadır. Ayrıca şirketlerin likit kalmaları konusunda da katkı sağlayan bu sistemin şirket bazında gittikçe tercih edilebilir olacağı düşünülmektedir.

Her üç şirketin verileri değerlendirildiği zaman, B şirketindeki yapısal bozulmanın önlenmesinde şirketin menkul kıymetleştirme yoluna gitmesi ile daha fazla likite dönüşü ve bunun sonucunda zararın azaltıldığı görülmektedir. Ayrıca A ve C şirketlerinde menkul kıymetleştirme işlemi uygulandığında, B şirketindeki kadar olmasa bile pozitif yönde değişim gözlemlenmiştir. Gelecek aylara yönelik kurum tahsilatlarının menkul kıymetleştirme yoluyla bugün kullanılabilir bir likidite yaratması şirketin lehine sonuçlar yaratmaktadır. Türkiye’de henüz derinliği olmayan bir finansal araç olan bu yöntem iyi araştırılarak, doğru adımlar atılması halinde kurumlara önemli avantajlar sağlayacağı anlaşılmaktadır. Çünkü şirketlerin finansal yapısında çoğu zaman kullanmış oldukları krediler ile bilançolarındaki yapı değişir iken, menkul kıymetleştirme krediye oranla şirketlerin fonlama maliyetinde de azalma meydana gelecektir.

Amerika’da başlamış ve gelişmiş olan sürecin, Türkiye’de henüz yeni yeni varlığını gösterdiği ve geliştiği görülmektedir. Buradaki en önemli nokta menkul kıymetleştirmenin şirketlerdeki riski dağıtması ve likiditenin sağlanması gibi çeşitli olumlu etkileri olacağı düşünülmektedir. Bu sebeple, özellikle taahhütlü işlem yapan Telekom sektörü üzerine bir çalışma yapılmış olup, bundan sonraki süreçte şirketlerin menkul kıymetleştirmeyi uygulayarak, daha sağlam bir bilanço yapısı oluşturacakları düşünülebilir. Araştırmamızda da bilanço yapısındaki (cari oran, asit test, borç-özkaynak oranı) bu değişim gösterilmiş olup, kâr anlamında şirketlere katkısı açıklanmıştır.

Bununla birlikte, sadece bilanço yapısı anlamında konuyu incelememek gerekir. Diğer taraftan yatırımcıya da gelir olarak ek avantajlar sağlayabilecek özelliği olduğu da göz önüne alınırsa üzerinde düşünülmesi gereken bir alternatif olduğunu görmekteyiz. Özellikle finansal iklimde faizlerin düşmeye başladığı bir ortam olduğu takdirde yatırımcının daha fazla ilgisini çekeceğini düşündüğümüz bu yapının gelecekte kurumlar için önemli bir finans kapısı olabileceğini öngörüyoruz.

KAYNAKÇA

Aktaş, M.M. (2016). Ticari İşletme Menkul Kıymetleştirmesi. İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi. C.7. S.1.

Alptekin, E. (2009). Menkul Kıymetleştirme ve Küresel Finans Krizindeki Rolü. İzmir Ticaret Odası Ar-Ge Bülten. Nisan-Ekonomi.

Demirci, S. (2009). Mortgage Sisteminde Menkul Kıymetleştirme (Seküritizasyon):Bir Uygulama. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi. Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü. İstanbul.

Doğru, H. (2007). Menkul Kıymetleştirme & Mortgage: Genel ve Hukuki Esaslar. Doğru Hukuk Yayınları. İstanbul.

Erdönmez, P.A. (2006). Aktif Menkul Kıymetleştirilmesi. Bankacılar Dergisi. S.57.

Erol, T. (2006). Değişim Sürecindeki Türk Finans Sektörü. Finans Zirvesinde Yapılan Konuşma Metni. Sermaye Piyasası Kurulu. İstanbul. <http://www.spk.gov.tr/Duyuru/Dosya/2006125/0>

Giddy, I.H., (2000). Asset Securitization in Asia. New York University. <http://people.stern.nyu.edu/igiddy/ABS/absasia.pdf>

Günceler, B. (2016). Menkul Kıymetleştirme (Bankalara Kaynak Yaratma Yönteminde Yeni Bir Araç). Türkiye Bankalar Birliği Sunumu. İstanbul.

Hakyemez, C. (2012). Menkul Kıymetleştirmede Örnek Ülke Uygulamaları ve Türkiye İçin Öneriler. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.

JCR Euraisa Rating. Menkul Kıymetleştirme (Securitization). <http://www.jcrer.com.tr/Pages.aspx?Page=yapilandirilmis-finansman#>

Leasing Dünyası. (2002). Finansal Kiralama Derneği Bülteni. S.4.

Öcal, N. (1994). Türkiye’de Menkul Kıymetleştirme Uygulaması, Etkileri, Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.

Pavel, C.A. (1989). Securitization: The Analysis and Development of The Loan-Based/Asset Backed Securities Markets. Probus Publishing. Chicago.

Schwarcz, S. L. (1994). The Alchemy of Asset Securitization. Stanford Journal of Law, Business and Finance vol1:133. 133-154.

Schwarcz, S. L. (2002). The Impact of Bankruptcy Reform on “True Sale” Determination in Securitization Transactions. Fordham Journal of Corporate and Financial Law. 7 (2). 353-365.

Tantan, S. (1996). Menkul Kıymetleştirme: ABD Uygulamaları ve Bankacılık Sektörüne Etkileri. SPK Yayınları. No:44. Ankara.

Uçak, N. (2000). Gelecekteki Nakit Akımlarına Dayalı Menkul Kıymetleştirme. Sermaye Piyasası Kurulu Yeterlik Etüdü. Ankara. <http://www.spk.gov.tr/SiteApps/Yayin/YayinGoster/447> (20.11.2017).

Williamson, J.P. (1988). *The Investment Banking Handbook*. John Wiley and Sons Inc. New York.

Vatansever, N. (2000). *Varlığa Dayalı Menkul Kıymet Uygulaması*. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. C.1. S.1.

Vink, D. (2008). *An Empirical Analysis of Asset-Backed Securitization*. Nyenrode Business University. MPRA Paper.

ÖZEL SAĞLIK KURULUŞLARINDA HİZMET TALEBİNİ ETKİLEYEN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER: ESTETİK TIP MERKEZLERİ ÖRNEĞİ

Gülay TAMER¹

ÖZ

Küreselleşen dünyada ekonomik, teknolojik, toplumsal, kültürel, yapılarda meydana gelen hızlı ve sürekli gelişme ve değişimler, Estetik Tıp Sektöründe de hizmet veren merkezlerin yapılarında önemli değişimlerin yaşanmasına neden olmuş ve her geçen gün yeni uygulamaları hayata geçirerek kişilerin mutluluğuna hizmet eden ve aranılan bir sektör haline gelmiştir. Yapılan bu çalışmada; öncelikli olarak, estetik tıp merkezlerine hizmet almaya gelen bireylerin kritik bilgileri belirlenmiştir. Daha sonra bu veriler doğrultusunda, estetik tıp merkezlerin rakiplerini ve hedeflerini belirli kriterler ile belirleyecek bir anket formu hazırlanmıştır. Anketin güvenilirlik testleri yapılarak, değişik müşteri profili olan farklı lokasyonlarda bulunan merkezlere hizmet almaya gelen 600 kişiye uygulandı. Anketin farklı yaş, eğitim, income guruplarına uygulaması için çok titizlik gösterildi. Elde edilen sayısal veriler SPSS paket programıyla analiz edildi. Estetik Tıp Merkezlerinden hizmet alan müşteri profilinin incelenmesi ve analiz edildiği bu çalışma da; analiz sonuçları değerlendirildiğinde Estetik Tıp Merkezlerinde verilen tüm hizmetler içinde cinsiyet yaş ve medeni durumdan etkilenen hizmetler kırışıklık, skin Problems, antiaging, estetik operasyonlardır. Söz konusu hizmetler özellikle kadınlar tarafından çok daha fazla tercih edilmektedir. Yaşa göre yapılan karşılaştırmada hizmet alanların büyük kısmı 40-60 yaş arasında büyük oranda single müşterilerden oluşmaktadır. Ayrıca gelir arttıkça hizmet talebinde de büyük artış olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık, Estetik, Tıp Merkezleri, Müşteri Profili, Demografik Özellikler.

Jel Kodları: I31, I37

¹Asst.Prof.Dr., İstanbul Gelişim University tamergulay@gmail.com

DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS AFFECTING SERVICE DEMAND IN PRIVATE HEALTH INSTITUTIONS: AESTHETIC MEDICAL CENTERS EXAMPLE

ABSTRACT

The rapid and continuous developments and changes taking place in economic, technological, social, cultural structures in the globalizing world have caused significant structural changes in the centers serving in the Aesthetic Medicine Sector and by realizing new applications day by day, it has become a sector in demand which serves for happiness of people. In this study; primarily, the critical information of individuals visiting aesthetic medical centers for receiving service was determined. Then, according to this data, a questionnaire form was prepared to determine the competitors and objectives of aesthetic medical centers within the framework of specific criteria. Reliability tests of the questionnaire was carried out, and then it was applied to 600 people who were visiting various centers at different locations and having different customer profiles. Attention was paid to include different age, education and income groups to the survey conducted. The numerical values obtained were analyzed by SPSS package program. In this study examining and analyzing the profile of customers receiving service from aesthetic medical centers, according to the evaluation of the analysis results, services that are affected by sex, age and marital status among all the services provided in Aesthetic Medical Centers are wrinkles, skin problems, anti-aging treatments and aesthetic operations. These services are much more preferred by women in particular. In the comparison based on the age, the service receivers are mostly single customers at 40-60 age range. Also, a substantial increase in demand for services has been observed with the increasing income level.

Keywords: Health, Aesthetics, Medical Centers, Customer Profile, Demographic Characteristics.

JEL Codes: I31, I37

INTRODUCTION

In recent years, the human factor has become much more important than other factors in line with the change in the perspective of human resources. In order to survive under increasing competition due to increased quality of life and rapid development of technology, establishments do not show resistance to change, instead work intensively on researches on sectoral innovation and novelty. In the developing and changing socio-economic and technological environment, the number of newly opened aesthetic medical centers, polyclinics and plastic surgery hospitals is rapidly increasing, and new clinics and beauty centers pose a serious threat, in terms of competition, for the establishments which are already in operation. Today, it is thought that being the best in the aesthetics & beauty sector is no longer sufficient (Herdman, 2012). There is a need to offer services with training in treatment methods that are updated and improved every day and by equipping with technological devices on the cuttingedge (Çimen, 1994).

1. CUSTOMER PROFILE IN MEDICAL CENTERS PROVIDING BEAUTY SERVICES

In recent years, business life and ruthless competition can cause an increase in the number of people appeal to aesthetic interventions for their career; managers and management trainees being at the forefront (Çoruh, 1994). It is seen that employees appeal to aesthetic interventions to look good (Alan, 1993). Recently, it has been proven that professional achievements of people who have an attractive and vivid impression are higher (Engiz, 1998). For this reason, many managers pay much more attention to their appearance than in previous years, and they knock on the door of aesthetic medical centers (Devebakan, 2006). Among employees having the same level of education and knowledge, those with better appearance may receive up to 5 percent higher salary, and when the whole life span is taken into account, it is estimated that a considerable amount is earned (Abbas, Camp, 1996). Today, many of thousands of people at the same level from various aspects who are applying for jobs are selected according to their appearance (Donabedian, 1980). Some aesthetic interventions are required to be made to middle age and above managers holding managerial positions whom served by Aesthetic Medical Centers. Nowadays, this rate is in increase almost one hundred percent (Abel, 1994). Increased competition has also increased the interest in aesthetic interventions for career objectives. The vast majority of people appeal to aesthetic interventions for their career is women holding managerial positions (Erem, 1984). Apart from this, the rate of service purchase from aesthetic medical centers is also high among individuals wishing to have a good appearance and people employed in the service sector, members of the professional groups requiring face-to-face communication such as human resources managers, television faces, models, athletes, and individuals working in the field of sales and marketing (Alan, 1993). Turkey is one of the best countries in the world for proper application of aesthetic treatment and care practices, which in turn affects health tourism positively. Individuals who

are in the business world, especially those who manage people, can have a desire to look young for continuation of dynamism, authority, and even faithfulness between the employee and the manager, and they can easily receive treatment services from medical specialists in the aesthetic medical centers (Caldwell, 1998).

2. SOCIO-PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS AFFECTING DEMAND IN SECTORS RELATED TO AESTHETIC MEDICINE

Demographic characteristics such as population, gender, age, income, education are determining factors in preferences of the individuals. Some individuals in the media seen as role model also play a role in people's need for aesthetic and cosmetic centers (Engiz, 1998).

In our country; while only women were in need of such interventions until the last decade- men used to appeal such services secretly because of the fear of “what would they think about me?”, today, also men can visit aesthetic centers to have a well-groomed, young and dynamic image. Specialists who serve in the aesthetic medicine sector need to give necessary advices about pre- and post-treatment conditions by planning the best treatment for their clients (Eren, 1984). In case the individuals requesting and applied for such services are satisfied with the practices, they become a repeat customer, and they also recommend such practices to their social circle. Individuals do not change their centers and specialists when they feel safe. Because of demand to this sector increasing day by day, the more aesthetic establishments in different scales commence to provide service (Eriş, 2017). It is no more a sector where only individuals having high socio-cultural level are served, instead individuals from all socio-cultural segments purchase service, and this diversifies the customer base. Accordingly, it is seen that the number of people having different demands is in rise (Hayran, Sur,1998).

3. ETHICS IN AESTHETIC MEDICINE INDUSTRY

In consumption of health services, the patient-doctor relationship is completely established on the element of "trust", since there is no possibility to test the service that people demanded before they use. This feeling of trust is also in harmony with principles of medical profession. In the medical profession, gain is measured, not materially, but based on the variables such as fulfillment of one's social responsibilities, performance achievement in the profession, contributions to the science and medical profession, and publications (Sur,1997). The statement "there is no cost for the profession of a physician and life of a patient" explains this. For this reason, both the physicians and the managers of health institutions and other health personnel do not feel the word "marketing" very close to them; and even though the primary objective of an enterprise is being profitable, this is not the first priority in the health sector. Because, “there is a substitute for everything in life, but there is no substitute of health” (Kavuncubaşı, Ersoy, 1998).

Due to characteristic of aesthetic service, mostly private establishments provide service in our country. Aiming to eliminate aesthetic concerns of people and make them to feel better, some treatment

and care services are offered by such centers (İncesu, Yorulmaz, 2011). Even services that are not felt by people as a need are offered by aesthetic health establishments.

Besides being preventive and protective that the services offered by the aesthetic establishments to prevent people from having some health and aesthetic problems, they also provide health and care services in case of problems that have already been arisen (Karaca, 2008, pp. 61-80). Some interventions affecting aesthetic appearance, and indirectly health, differ depending on education and economic level, and business lines (Kasem, 2013, p.41). Because of raising consciousness of having a good appearance and exhibiting strong presentation skills, such kind of treatments are demanded by people, and so, the increased level of job standards also contributes increase in the need felt for this sector in the society day by day.

As in all businesses, there are both general and specific objectives for an Aesthetic Medical establishment (Konca, 2006, pp. 160-170). The first of the general objectives is profitability. Profit is the income difference between revenues and expenses obtained at the end of operating activities (Kavuncubaşı, 2000). Profitability is important from the perspective of customer satisfaction, productivity, growth and fulfilling responsibilities (Kaya, 2012). It is impossible for an unprofitable establishment to compete in the market conditions. While profit is so important, it is not a primary goal the in healthcare services. Because being healthy, and having a healthy and good look is a fundamental right that every person wishes.

It is the most basic duty of health workers who provide health services in every country committed to human rights. In addition, the aesthetic need has a difference than other needs. Aesthetic practices can be bought with money like a commercial service, but besides his/her aesthetic, health of a person matters, and no such practice is so worthy to risk the health (Velioğlu, 1993). For these reasons, in healthcare establishments, profitability is important but it should never be the top priority (Lewis, 1976). But, on the other hand, an aesthetic medicine business cannot be operated by not taking into account profit; because, profit is the most important indicator for an establishment. Establishments that are not seeking profit and are not managed according to business rules become more inefficient and cumbersome day by day (Zerenler, 2007). Besides meeting needs of the people they serve, social responsibility is before profit in health care businesses. The most important characteristic of Aesthetic Medical centers is that they cannot determine and valuate the type, nature and quality of treatment services supplied. This is an important characteristic that separates such centers from many other organizations (Tütüncü, 2009, p.63-66).

People are vulnerable because they do not know exactly what treatment and care services they need. Protection of interest of the individual is the duty of the center serving to him/her, and the best

way to perform this duty is possible by prioritizing the mental and economic protection of the individual by employees of the establishment (Muluk, Burcu, Danacıoğlu, 2000).

As the individuals requesting the service do not able to control the treatment and care that is applied to them, the supervision and control of the treatment services should be important aspects in the organization of the medical services (Özdemir, 2007, pp.530-536).

In these centers where medical and aesthetic interventions are performed, people who are specialists in their fields such as plastic surgeons, dermatologists, aesthetic physicians, nurses, nutritionists, aestheticians should perform the services, and this is the primary task of specialists in this area (Özcan,1987).The real reason behind is the fact that healthcare establishments do not merely seek profit like businesses serving in other fields. Another general objective of an Aesthetic Medical center is sustainability. Sustainability is to exist forever. To this end, its existence should be protected and developed. Businesses cannot be established on short-term objectives and opinions (Velioğlu ,Oktay, 1993).

Especially sustainability is of great importance for private aesthetic medical establishments in our country. Gaining a place in the market and ensuring constant customer confidence may depend on this. Public healthcare institutions ensure sustainability much more, but this largely depends on sanction power of the public sector rather than customer satisfaction or productivity. Therefore, Corporate Objectives of Aesthetic Medical establishments vary depending on nature of the service offered.

4. CORPORATE OBJECTIVES IN AESTHETIC MEDICAL CENTERS

- To produce high quality care and treatment services at the lowest cost and sell (offer) them to whom in need.
- By using the revenues that they have earned from their services in the most economical way to produce higher number of care and treatment services, to reach more people,
- To use training and research methods based on the latest medical and technological knowledge to contribute to the employment policy, economic and social development, and to take preventive and therapeutic measures,

4.1. Promotional Strategies in Aesthetic Medicine Sector

The centers are obliged to give information to each client about the service, the products used, and regarding innovations; because they should show the differences and ensure acceptance of the innovation (psychological and behavioral), and they should ensure embracement of the center providing the service while ensuring purchase of goods and services. By increasing the dependence of the service purchaser and the center providing the service by this way, the relevant service should meet the needs and demands healthily. It is more important to earn trust of people than financial gains, because this simultaneously ensures the social circle of the said people are reached and the quality of service provided to be heard (Özkul, 1994).

Hypothesis of Research

H1 . There is a correlation between "age", "gender", "marital status", "income", "difference between income and care expenditures" among the types of services requested by customers who come to medical aesthetic centers.

H2 . "Determining the target group in the aesthetic medical centers", "Determining the strategic goals in the aesthetic medical centers," "Increasing the service quality in the aesthetic medical centers", "Providing customer continuity in the aesthetic medical centers" sex, age, marital status and income.

5. DATA COLLECTION METHOD

Primarily, the critical information of individuals visiting aesthetic medical centers for receiving service was determined. The information was related to researches conducted and to the predefined classifications. Then, according to this data, a questionnaire form was prepared to determine the competitors and objectives of aesthetic medical centers within the framework of specific criteria. Reliability tests of the questionnaire was carried out, and then it was applied to 600 people who were visiting various centers at different locations and having different customer profiles. Attention was paid to include different age, education and income groups to the survey conducted. The numerical values obtained were analyzed by SPSS package program.

5.1 Statistical Methods Used in the Analysis of Data

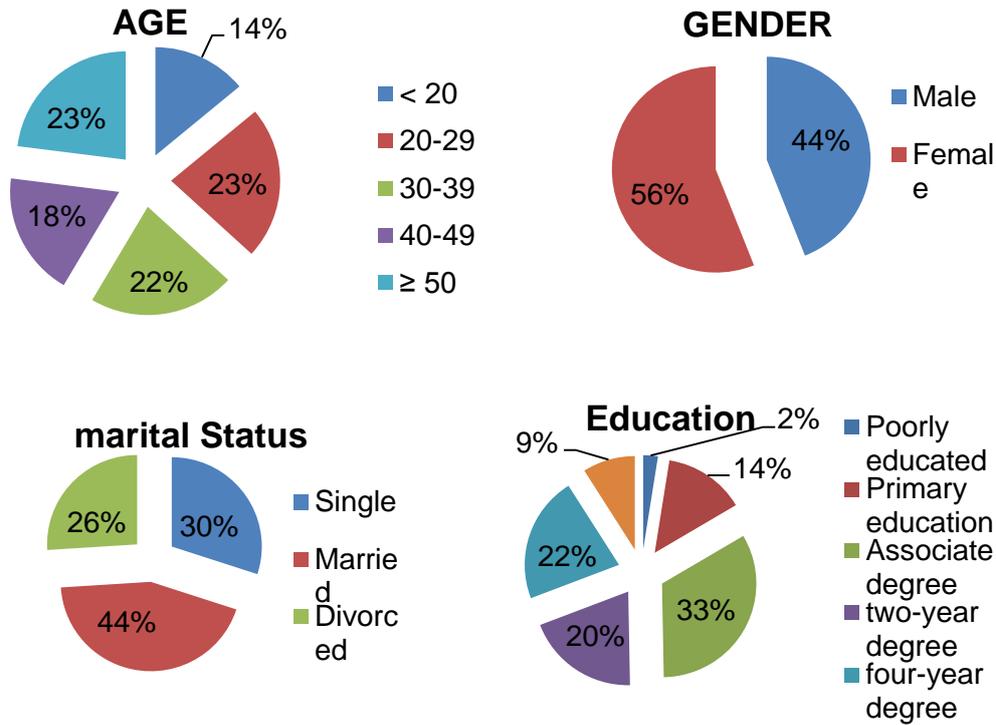
In this study, the general profile of the customers visiting the aesthetics and beauty centers was determined, and the relationship between the preferred services and the age, gender, marital status, income was investigated. At the same time, by determining the relationship between the income and the beauty and care expenditure, a multiple regression model was developed to estimate the amount of expenditures. In line with these aims, the methods used in the analysis of data are given below:

- Distribution of customers by age, gender, marital status, education and services taken is summarized in frequency tables. The related tables are given in 5.2. Research Findings section.
- Chi-square independence test is used to determine whether there is a relationship between the preferred services and the age, gender and marital status, and to determine the distribution of these variables according to preferred services.
- The independence samples t-test is used to determine the services preferred by customers according to their incomes, and to investigate whether there is a significant difference between income of the individuals receiving and not receiving the services.
- The one-way analysis of variance (ANOVA) is used to investigate whether there is a relationship between the customers' incomes and expenditures.
- The multiple regression analysis is used to estimate beauty and care expenditures.

5.2. Research Findings

The chi-square test is used to compare in pairs the customers' individual characteristics (gender, age, marital status and income) and services purchased, and the results are given below.

Table 1. Gender and Skin Problems Cross Tabulation



Chi-Square Independence Test

Individual characteristics of clients (gender, age and marital status), and Chi-square tests were conducted to compare the applications they were served with and the following results were obtained.

Table 1. Gender And Service Types Cross Tabulation

Service Type	Gender	Result
Skin Problems	Chi-square value = 11,723 and p = 0,003	There Meaningful Relationship
Anti-Aging	Chi-square value = 49,911 and p = 0,000	Meaningful Relationship
Laser	Chi-square value = 37,918 and p = 0,000	Meaningful Relationship
Hair-Makeup	Chi-square value = 68,890 and p = 0,000	Meaningful Relationship

Hand-Foot Care	Chi-square value = 37,144 and p = 0,000	Meaningful Relationship
----------------	------------------------------------------------	-------------------------

In the above table, distribution of customers is given according to gender and service purchase for skin problems. The chi-square value is calculated from the relationship between the gender and the service purchase for skin problems 11.723, and the corresponding $p = 0.003$. Since $0.003 < 0.05$, it is seen that these two variables are significantly related to each other.

Table 2. Chi-square and p (Sig.) Values between Age and Service Types

Service Type	Age	Result
Wrinkle	Chi-square value = 76,621 and p = 0,000	Meaningful Relationship
Skin Problems	Chi-square value = 61,889 and p = 0,000	Meaningful Relationship
Anti-Aging	Chi-square value = 74,820 and p = 0,000	Meaningful Relationship
Laser	Chi-square value = 22,580 and p = 0,000	Meaningful Relationship
Aesthetic surgery	Chi-square value = 84,460 and p = 0,000	Meaningful Relationship
Hair-Makeup	Chi-square value = 19,817 and p = 0,001	Meaningful Relationship

As a result, **there** was a **significant relationship** between **age** and **all types of services**.

Table 3. Chi-square and p (Sig.) Values between Marital Status and Service Types

Service Type	Marital status	Result
Wrinkle	Chi-square value = 61,051 and p = 0,000	Meaningful Relationship
Skin Problems	Chi-square value = 18,162 and p = 0,001	Meaningful Relationship
Anti-Aging	Chi-square value = 36,081 and p = 0,000	Meaningful Relationship
Laser	Chi-square value = 17,654 and p = 0,001	Meaningful Relationship

Aesthetic surgery	Chi-square value = 34,659 and p = 0,000	Meaningful Relationship
Hair-Makeup	Chi-square value = 16,405 and p = 0.003	Meaningful Relationship

As a result, **there** was a **significant relationship** between **marital status** and **all types of services**.

Two Independent Sample T-Tests

The income averages are compared and a t-test is applied to investigate whether there is a meaningful difference between the income of the customers who receive and those who do not. The t-test results that are used to determine whether there is a significant difference between the customers' income levels and the services they prefer are listed in the following tables.

Table 4. Values of t and p (Sig.) Between Revenue and Service Types

Service Type	Income	Result
Wrinkle	t value = -2,603 and p = 0, 009	Have Significant Difference; wrinkle service areas are considerably higher than those who do not receive average income
Regional Lubrication	t value = -2,890 and p = 0, 004	Significant Difference; regional lubrication service areas are considerably higher than the average income
Anti-Aging	t value = -4,438 and p = 0,000	Significant Difference; the areas where anti-aging services are higher than the average income
Aesthetic surgery	t value = -6.662 and p = 0.000	Significant Difference; the aesthetic surgery service areas are considerably higher than those who do not receive the average income

As a result, services whose income level is determinative; wrinkle, regional fattening, anti-aging and aesthetic surgery. Therefore, these services address high-income customers. There was no significant effect of income on other services.

One way ANOVA

One-way ANOVA was conducted to determine how much beauty and care expenditure was made according to the income and the following results were obtained.

Table 5. Income Levels and Beauty-Care Expenditures

	N	Licorice	Std. the deviation	Std. error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1000-2500	161	881.81	1131.558	89.179	705.69	1057.93	6	3500
2500-4000	130	663.32	618.026	54.204	556.07	770.56	6	3500
4000-8000	157	850.64	714.356	57.012	738.02	963.25	75	3500
8000-20000	89	1217.42	783.607	83.062	1052.35	1382.48	300	3500
20000-60000	49	1760.20	873.450	124.779	1509.32	2011.09	750	3500
6000- +	14	2714.29	1289.220	344.559	1969.91	3458.66	750	3500
Total	600	990.59	949.573	38.766	914.45	1066.72	6	3500

According to the table above income classes and "mean" Considering the average beauty and care expenditures in the column, it is seen that the average expenditures increase as the income increases. The F-value calculated in the One-way ANOVA to test whether there is a significant difference between expenditures according to income levels is 25,065 and $p = 0.000 < 0.05$. Accordingly, the difference between expenditure averages is meaningful.

Multiple Regression Model

Finally, a Multi Regression model was created to explain beauty and care expenditure and to be used in estimates. The dependent variable; aesthetic-care expenditure (Y), independent variables; income (x1), age (x2) and gender (x3).

Table 5. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
one	,432 ^a	,187	,183	858.506

R Square in the model summary shows us that the percentage of the dependent variable is explained by the independent variables. In our example, R Square = 0,187 (18.7%). This value

indicates that the explanatory power is low. However, this model is the one with the highest clarity among the many models tested.

When according to the following ANOVA table model examined the significance $F = 4$ of $5,607$ and $p = 0.000 < 0.05$, and the pattern is seen to be statistically significant.

Table 6. Analysis of Variance Table (ANOVA Table)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Shallow.
one the Regression	1,008E8	3	3,361E7	45.607	,000 ^a
residual	4,393E8	596	737,032.576		
Total	5,401E8	599			

When we look at the significance of the coefficients, the p values corresponding to the t values of all variables are smaller than 0.05 and the coefficients are significant.

Table 7. Table of Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Shallow.
	B	Std. error	Beta		
one (Constant)	540.042	126.772		4,260	000
income	,028	003	352	9.008	000
Ages	11.458	2,807	165	4,082	000
Gender	-155.125	72.465	-,082	-2.141	,033

Accordingly to regression equation, one unit of increase in income, spending 0,028 a Imlie increase; an increase of 1 unit per year creates an increase of 11,458 units in spending. Although the relationship with gender is reversed, this is either a dummy variable or it will have no effect on the estimate or a reduction of 155,125.

CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

In this study examining and analyzing the profile of customers receiving service from aesthetic medical centers, according to the evaluation of the analysis results, services that are affected by sex, age and marital status among all the services provided in Aesthetic Medical Centers are wrinkles, skin

problems, anti-aging treatments and aesthetic operations. These services are much more preferred by women in particular. In the comparison based on the age, the service receivers are mostly at 40-60 age range. According to marital status, the service receivers are mostly single. Income has a significant role in preference of such services, because a substantial increase in demand for services has been observed with the increasing income level.

In summary, the most important customer base of these centers is consisted of female, single, 40-60 age range individuals who purchase anti-aging care services. Individuals who are active in the business life, pay attention to their appearance, presentable, have a good social life, not to want grow old, or have a desire to look young and healthy all the time, or want to have better economic opportunities and more time also at their late ages comprise the customer profile in this age range.

This study has positive particulars in regard to future investments and in terms of providing guidance such as: being practical, providing diversity, being business-oriented, being up-to-date, competing against competitors, making difference and determining the target customer segment, planning investment decisions accordingly.

I believe that it will be a great contribution to the aesthetic medical centers in offering better services, besides being a reference to those who will conduct researches on similar topics and the organizations within the sector. Because, it aims that the quality understanding and the services offered to the individuals in the aesthetic medical centers to meet even exceed the expectations.

REFERENCES

- Abel, B. (1994), *An Introduction To Health. Policy, Planning And Financing*, New York: Longman.
- Alan, M.(1993), "Ulusal Sağlık Hizmetleri Nereye Gidiyor? Geleceği Var mı?" , *Ankara, Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*.
- Bakan, İ. (2004), *Çağdaş yönetim yaklaşımları ilkeler, kavramlar ve yaklaşımlar*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ.
- Bumin, B. , Erkutlu, H. (2002), " Topam Kalite Yönetimi ve Kıyaslama (Benchmarking) İlişkileri" , *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (1): 83-100.
- Caldwell, C. (1998), "Sağlık Kuruluşlarında Stratejik Yönetim" (Çev. Osman Akınhay), İstanbul: Sistem Yayıncılık, No: 184.
- Çoruh, M. (1994) , *Sağlık Sektöründe Toplam Kalite Yönetiminin Yeri*, Ankara: Haberal Eğitim Vakfı.
- Devebakan N. (2006), "Sağlık İşletmelerinde Teknik ve Algılanan Kalite" , *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* ", c:8-3.
- Donabedian, A. (1980), *Exploration in Quality Assessment and Monitoring*, Ann Arbor, Michigan: Health Administration Press.

- Engiz O. (1998),“Sağlık İşletmeleri İçin Yeni İnsangücü Tipi, Toplam Kalite Yöneticisi”, *Modern Hastane Yönetimi*, Haziran-Temmuz, İstanbul , c: 2- 5.
- Eren, N. (1984) , *Sağlık Hizmetlerinde Yönetim*, Ankara: A Hatipoğlu Kitabevi.
- Eriş, H. , Havlioğlu, S. , Doni, N. (2017),“Kalite Sistemi ve Bilgi Güvenliği Sistemlerinin Hasta Güvenliği Üzerine Etkisi: Bir Üniversite Hastanesi Uygulaması”, *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 4(3).
- Hayran, O. ,Sur, H. (1998), *Sağlık Hizmetlerinin Özel ve Kamusal Yönü Hastane Yöneticiliği*, İstanbul: Nobel Kitabevi.
- Hayran,O.,Sur.H. (Ed) (1997), *Stratejik Yönetim Hastane Yöneticiliği*, İstanbul: Nobel Tıp Kitabevi.
- İncesu, E. , Yorulmaz, M.(2011), “Sağlık Hizmetlerinde Kalite Kavramı ve Toplam Kalite Yönetimi”, *(Yayımlanmamış Yüksek lisans tezi)*, Konya.
- Karaca, E.(2008), “Eğitimde Kalite Arayışları ve Eğitim Fakültelerinin Yeniden Yapılandırılması”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (21): 61-80.
- Kassem, A. (2013), In'airat, Mohammad, Al Bakri, Anas, Evaluation Tools Of Total Quality Management İn Business Organizations, *European Journal of Business and Management*, (v:5,p. 41).
- Kavuncubaşı, S. (2000), *Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetimi*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Kaya, S. (2005), *Sağlık Hizmetlerinde Sürekli Kalite İyileştirme*, Ankara: Pelikan Yayınları.
- Kaya, S. (Ed) . (2012), *Sağlık Hizmetlerinde Kalite Kavramı, Sağlık Kurumlarında Kalite Yönetimi* ,(ss. 2 – 29). Eskişehir: *T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını*, No:2864.
- Konca, G. E., İlhan, M. N., Bumin, M. A. (2006), Yatarak Tedavi Gören Hastaların Hastane Çalışanları ve Hastane Hizmetlerinden Beklentileri ve Beklentilerine İlişkin Memnuniyet Durumlarının Değerlendirilmesi, *Gazi Tıp Dergisi* , c: 17-3, ss.160-170.
- Lewis, G. (1976), *How to Handle Your Own Public Relations*, Chigaco: Nelson – Hall.
- Lhor, K. , Institute of Medicine; Committee to Design a Strategy for Quality Review and Assurance in Medicare. In: Lohr KN (Ed.), *Medicare: A Strategy for Quality Assurance*. v: Washington, DC: National Academy Press.
- Meraler, S. , Adıgüzel, A. (2012), “Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Yükseköğretimdeki Kaliteye İlişkin Görüşlerinin Belirlenmesi”, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (9): 123-144.
- Muluk, Z. ,Burcu, Esra.,Danacıoğlu, N.(2000), *Türkiye’de Kalite Olgusunun Gelişimi*, Ankara: Kalder Yayınları.
- Özcan, H.(Çev.)(2014), Farabi, “Siyaset Felsefesine Dair Görüşler”,*İstanbul: MÜİV Yayınları*,
- Özdemir, S. (2007), Öğretim Süreçlerinde Toplam Kalite İlkelerinin Uygulanmasının Öğrencilerin Tutumlarına ve Başarılarına Etkisi, *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 15(2): 521-536.

Özkul A. E. (1999), *Sağlık Sistemleri Planlama ve Kontrolü*, A.Ü. Yayınları

Öztürk, A. (2013), *Kalite Yönetim ve Planlaması*, Bursa: Ekin Yayınları.

Şahin Ü. (1999), *Hastane İşletmeciliğinde Kalite*, Eskişehir.

Tengilimoğlu, D.(2001) , *Sağlık Kuruluşlarında Halkla İlişkiler* , Ankara.

Tütüncü, Ö. (2009). *Ağırlama hizmetlerinde kalite sistemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Velioğlu, P. ,Oktay S. (1993), *Sağlık Kurumları Yönetimi*, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları,
No:715.

Zerenler, M., Öğüt, A. (2007), “Sağlık Sektöründe Algılanan Hizmet Kalitesi ve Hastane Tercih Nedenleri Araştırması: Konya Örneği”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, ss.501-519.

ALİŞVERİŞ MERKEZLERİ VE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ALİŞVERİŞ MERKEZLERİ ALGILARI: BİR ALAN ÇALIŞMASI

Suna MUĞAN ERTUĞRAL¹

ÖZ

Alışveriş Merkezleri ekonomik ve sosyal yaşamın bir parçası olarak her geçen gün sayıca ve sundukları hizmet çeşitliliği bakımından gelişmişlerdir. Alışveriş merkezleri iş hacmi, ekonomik kazanım ve istihdam alanı olarak önemli ekonomik birimlerdir. Alışveriş merkezleri demografik özellikler ve sosyo-ekonomik durum itibarıyla değerlendirildiğinde toplumun tüm kesimleri tarafından talep edilmektedir. Bu çalışmada, AVM'lerinin gelişimi, ekonomik ve sosyal yaşantımızdaki yeri incelenerek özellikle İstanbul'daki AVM'lerin gelişimi üzerinde durulmuştur. Ülkemizin genç nüfusunun AVM'lere yoğun ilgisinin sebepleri önem kazanmaktadır. Çalışmada araştırmaya, 159 Üniversite ön lisans öğrencisi katılmıştır. Yüz yüze görüşme yöntemiyle elde edilen nicel verilerin ağırlıklı ortalaması alınarak elde edilen bulgular değerlendirilerek sonuçlandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Alışveriş Merkezleri, İstanbul'daki AVM' ler, Genç Nüfusun AVM Algısı

Jel Kodları: R3, D2, R12

¹Dr. Öğretim Üyesi-İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İktisat Bölümü İktisadi Gelişme ve Uluslararası İktisat ABD Beyazıt/İstanbul, sertugral@yahoo.com

SHOPPING MALLS AND UNIVERSITY STUDENTS' PERCEPTIONS OF SHOPPING CENTERS: A FIELD STUDY

ABSTRACT

Shopping Centers have developed in number and diversity of services as part of economic and social life. Shopping centers are important economic units as business volume, economic gain and employment area. Shopping centers are demanded extensively by all segments of society when they are evaluated in terms of demographics and socio-economic status. In this study, the development of shopping centers and their place in our economic social experiences emphasize the development of shopping centers in Istanbul in particular. it is important that the young population's interest in shopping malls is due to the fact that our country has a young population structure. A research, 159 undergraduate students of the University participated. Quantitative data were obtained by face-to-face interview method. The weighted average of these data was taken and the findings were evaluated and concluded.

Keywords: Shopping Centers, Shopping Centers in Istanbul, Perception of Shopping Centers in Young Population.

JEL Codes: R3, D2, R12

GİRİŞ

“Alışveriş Merkezleri” çok eski dönemlere kadar uzanan bir geçmişe sahip olması yanında geçen zaman içinde modern bir oluşum kazanmıştır. Alışveriş merkezleri bu süreçte niceliksel ve niteliksel olarak hızlı bir büyüme süreci geçirmiştir.

Tarihsel süreç içinde baktığımızda insanların ihtiyaçları takas, seyyar satış ve pazar alanlarında ihtiyacın birebir karşılanmasıyla gerçekleşen alışveriş faaliyetleri ile karşılanmıştır. Bu alışveriş faaliyetleri ise zamanın gelişimiyle farklı boyutlarda gelişmiştir. Şehirleşmeyle paralel olarak gelişen alışveriş ihtiyacı perakendeciliğin belli bir çatı altında gelişmesinde de etkili olmuştur. Satışın daha organize yapılması, tüketiciye çok daha fazla seçenek sunulması, nüfus artışı, elektronik haberleşme imkânlarının gelişmesi ve mekânların büyümesi alışveriş ihtiyacının belli bir çatı altında toplanmasına doğru evrilmiştir. Belirli bir mekânda ve tek bir çatı altında toplanan satış birimleri, satış kolaylıkları yanında farklı alternatifler sunmaları sebebiyle tüketiciyi bilgilendirmek ve tasarruflu harcama yapabilmek gibi bir takım kolaylıklar sağlamaktadır. Bu sebeple insanın ihtiyaçlarının oluşması insanı daha kolay ve güvenilir alışveriş imkânı aramaya itmiştir. Bu doğrultuda gelişen girişimci yetenekleri ile alışveriş merkezleri büyük yapılar şeklinde oluşmaya başlamıştır. Bu büyük yapıların bünyelerinde buldukları birimler itibariyle sağladıkları ekonomik kazanımlarda önemlidir. Özellikle AVM’ler, perakendecilik sektörünün gelişimi sebebiyle yarattığı iş hacmi yanında diğer yardımcı birimleri ve doğrudan hizmet işletmelerini bünyelerinde buldurmaları sebebiyle hizmetler sektörü de etkin olmaktadır. Bu ise, AVM’lerdeki iktisadi faaliyetlere bağlı olarak gelir ve istihdam sağlanması bakımından önemlidir. Bu sebeple AVM’ler ekonomik birimler olarak ekonomiye sağladıkları katkı bakımından büyük öneme sahiptir.

1. ALIŞ VERİŞ MERKEZLERİNİN GELİŞİM SÜRECİ

Alışveriş Merkezlerinin Gelişim Sürecinin kısaca değerlendirilmesi ortaya çıkış noktaları ve bu noktadan sonraki gelişim süreci içindeki farklılaşmalarının görülmesi açısından önemlidir. Ancak bugün gelinen nokta olarak sayıları ve cesametleri artan alışveriş merkezlerinin işlevleri de farklılaşmıştır.

Tarihsel süreçte sosyal, siyasal ve ekonomik değişimler, kamusal ilişki ve kamusal mekân kavramları konusundaki görüşleri değiştirmiştir. Kapitalizm öncesinde dönelerde kamusal ilişki gündelik hayattaki iş, eğlence ve dinlenme amaçlı faaliyetler birbiriyle ilişkili ve kendiliğinden gelişen aktiviteler bütünü olarak görülmüştür. 20. Yüzyılda yaşanan çeşitli sosyal ve ekonomik gelişmeler eşliğinde alışveriş merkezlerinin kurgu ortamları günümüzün kamusal mekânları haline gelmişlerdir (Vural vd., 2006: 97-100).

1920'lerde Amerika Birleşik Devletleri'nde ilk modern alışveriş merkezi inşa edildiğinden beri, alışveriş merkezleri giderek ekonomik büyümenin ve tüketimin tipik örnekleri olarak günümüze ulaşmıştır. Bu yapılar uzun vadeli ve istikrarlı kazanç sağlamaya imkân veren ticari yapılardır. Ancak, alışveriş merkezinin giderek artan bir şekilde gelişimi yerel yönetimleri ve akademik çevreleri endişelendirmektedir (Shi Y. S., Wu, 2015: 108-110). İlk alışveriş merkezi JC Nichols Şirketi tarafından kurulan ve 1922 yılında Kansas City 'de Mo yakınlarında açılan Country Club Plaza olmuştur (<http://www.answers.com/topic/shopping-mall>). 1950'de açılan Seattle'ın Northgate Alışveriş Merkezi, 1954'te açılan Appleton (<https://www.theguardian.com.>, 2015) gibi alışveriş merkezleri izleyen dönemlerde de görülmüştür. Fakat bugün bildiğimiz kayıtlı ilk alışveriş merkezi 1956 yılında Amerika Birleşik Devletlerinde Minneapolis'te açılmıştır. Bu alışveriş merkezi yaratıcı fikirlere sahip mimar Victor Gruen tarafından projelendirilerek dizayn edilmiştir (Padilla, Hermosilla, vd. 2017: 277).

Aynı zamanda Gruen, şehir mekânı ve şehirlerdeki sosyal yaşam bağlantılarını ele alan Amerika'ya Viyadan yerleşmiş Avusturyalı bir teorisyendir. Ona göre, şehirlerde sağlıklı bir toplum yaşamının oluşabilmesi için gerekli olan koşullardan biri, şehirlerde yaşayan insanların trafik, sıkıntılı çalışma mekânları, izole olmuş konut alanları gibi ortamlardan uzaklaşarak toplanabilecekleri sosyal mekânlar oluşturmaktır. Amerikan şehirleri gibi geniş yayımlı, trafik ve ulaşımın büyük bir sorun haline geldiği şehirler için bu alanlar önemli ihtiyaç olmaktadır (Kowinski, 1985; s.y.; aktaran: Vural, v.d, 2006: 101). Bu tek katlı yapıda başlayan ilk alışveriş merkezi oluşumu daha sonra Gruen'in tasarladığı ikinci alışveriş merkezi olan Southdale ile katlı alışveriş merkezleri gibi yenileri eklenerek devam etmiştir. 1956 yılında açıldığında, Southdale kentsel gelişimdeki en heyecan verici fikir olarak görülüyordu. O zamandan beri 1.200'den fazla alışveriş merkezi ABD çapında faaliyete geçmiştir (Qiuto, 2015: 2). Ayrıca Southdale Alışveriş Merkezi'nin ortasında yer alan mekânı bir çekim noktası yapmak amacıyla, bu mekâna konumlandırmak üzere bir heykelin sipariş edilmesi sanatla ilgili ilk aktivite olması sebebiyle önemli bir girişim olmuştur (Kowinski, 1985; s.y., aktaran: Vural, vd., 2006: 103). Bu süreçte, alışveriş merkezleri tüketim kalıplarındaki değişikliklere adapte olmuşlardır. Arabaların yaygın kullanımı, kadınların işgücü piyasasına sokulması, nüfusun satın alma gücünün artması ve tüketim eğilimi ve alışkanlıklar bu değişime etki eden faktörler olarak değişimi etkilemiştir (Padilla, Hermosilla, vd., 2017: 277).

Ancak alışveriş merkezlerinin tarihini çok daha eskiye kadar götüren görüşler mevcuttur. Antik Romada, Trajan pazar yeri, Roma'nın kalbinde yer alan Via dei Fori Imperiali, Colosseum Trajan pazarının karşısında dünyanın ilk bilinen alışveriş merkezidir. Eski Romalıların mal satın almak ve iş yapmak için toplayacağı 150'den fazla depo, dükkan ve ofis ile büyük bir komplekstir. Vespasian döneminde imparatorluk seçkinlerinin gözde tercihi olan Şam'dan Apollodorus tarafından MS 107 ve

110 yılları arasında inşa edilmiştir. Ticari faaliyetlerin çoğu, şarap, yağ, meyve ve sebze gibi ürünlerin alınıp ve satılması şeklinde gerçekleşmiştir (<http://www.ancientpages.com>). İsfahan'daki Kapalı Çarşı 10'uncu yüzyılda (<http://www.answers.com>) ve İstanbul'daki Kapalı Çarşı ise, 15'inci yüzyılda kurulmuştur.

1757-1785 yılları arasında St. Petersburg'da inşa edilen Gostiny Dvor, dünyanın ilk alışveriş merkezlerinden biri olarak ün kazanmıştır (<http://www.saint-petersburg.com>). Paris'teki en eski kapalı çarşı 1628 yılında The Marché des Enfants-Rouges açılmıştır ve ismini bölgedeki yetimhanede yaşayan kırmızı giyinmiş çocuklardan adını alan bu çarşı halen faaliyetini sürdürmektedir (<http://www.paristopten.com>). İngiltere Oxford'da John Gwynn'in planladığı çarşı 1774 yılında açılmış bir kapalıçarşıdır (Oxford City Council, 2013: 8-10). 1798 yılında inşa edilen Passage du Caire, Paris'in en eski kapalı çarşısıdır. İsmi tanrıça Hathor'un görüntüsünde bulunan 3 heykelin girişini süsleyen inek kulaklarıyla Mısır başkentinden almıştır (<https://en.parisinfo.com>). 1819'da büyük beğeni toplayan Burlington Arcade (Pasaj), İngiltere'nin en eski alışveriş merkezlerindedir (<https://www.historic-uk.com>). Rhode Island eyaletinde 188 yıl önce açılan Providence pasajı Amerika Birleşik Devletlerinin 48 farklı butiği barındıran ilk alışveriş merkezlerinden sayılmaktadır. 1828 yılında açılan Providence pasajı üç katlı bir bina olarak klasik Yunan mimarisine sahiptir (Garfield, 2016: 1). Bunu Milano'nun tam kalbinde, Duomo ve La Scala Tiyatrosu arasında, 1860 ve 1870 yılları arasında faal olan Galleria Vittorio Emanuele II izlemektedir. Büyük ve modern AVM kavramına katkı yapan bu yapı mimar Giuseppe Mengoni'nin başyapıtıdır ve halen dünyanın tanınmış markalarını bünyesinde bulunduran gözde alışveriş merkezi olarak faaliyetini sürdürmektedir (<http://www.bestourism.com>). Moskova'da 1890 yılında açılan GUM, Rusya'nın en prestijli ve kapsamlı alışveriş merkezlerinden biridir. Moskova'nın ünlü Kızıl Meydanında yer alan bu alışveriş bölgesi, yakın ve uzaktaki ziyaretçileri çekmektedir (Lewis, 2018: 1). Bugün dünyanın en büyük alışveriş merkezi olarak "Çin Dongguan'da 2005 yılında 7,1 milyon metrekare alanda açılan alışveriş merkezi gösterilmektedir" (<http://www.answers.com>).

Genel olarak tüketicilerin alışveriş ihtiyacını karşılayan bu merkezler tüketici talepleri doğrultusunda bünyelerinde bulundurdukları birim sayısı arttıkça cesametleri büyüyerek yapıları da değişime uğramıştır. Bu sebeple geçen süreçte AVM'lerin kapsamı ve tanımları da yeniden değerlendirilmiştir.

Tüketicilerin çok çeşitli ihtiyacını karşılamak üzere çok sayıda satıcının bulunduğu yapılara alışveriş merkezi denir. Alışveriş merkezlerinin bünyesinde, giyimden mobilyaya, marketten restoranlara, eczane, kitapçı, kozmetik, beyaz eşya, acentecilik hizmetleri, sağlık birimleri, banka, sinema, terzilik, diğer yardımcı hizmetler, tamircilik ve oto yıkama hizmeti gibi, eğlence, spor ve

rekreasyon alanlarından, teknoloji ve bilişim marketlerine kadar her sektörden birden fazla mağaza bulundurmaktadır. Uluslararası Alışveriş Merkezleri Konseyi'nin (ICSC) tanımına göre; Alış Veriş Merkezleri, brüt kiralanabilir alanı (GLA) en az 5000 m² olan, bir bütün olarak planlanan, inşa edilen, yönetilen ünite ve ortak alanlar ihtiva eden bir gayrimenkuldür (<http://emlakansiklopedisi.com>). Bir başka tanıma göre ise, alışveriş merkezleri; bir veya birkaç kuruluş tarafından tek bir mülk olarak planlanan ve geliştirilen bağımsız perakende şirketler grubudur (Padilla, Hermosilla, vd., 2017: 277). Günümüz alışveriş merkezleri ise, mekânsal ve işlevsel ilişki olmayan atlıkarınca, buz pateni pisti, panoramik asansörler, yürüyen merdivenler gibi teknolojik birimler; kemerler, kubbeler, köprüler gibi mimari birimlerin bir araya geldiği olağanüstü mekânlar şekline dönüşmüşlerdir (Vural, vd., 2006: 105). Bu şekilde çeşitli kurumlar ve kişiler tarafından çok fazla tanımlamalar yapılmaktadır. Büyük ve çok fazla birimi bünyelerinde bulunduran alışveriş merkezleri tüketicilere çok fazla ürün ve alışveriş kolaylığı sağlamanın yanında sosyal ortamlar sayesinde rahatlamalarına da sebep olmaktadır. Çünkü sadece perakende sektörünü değil, sosyal ve kültürel etkinliklere de hizmet eden birimler de bu merkezlerde almaktadır.

Alışveriş merkezleri genellikle indirim ve kalite açısından da daha iyi seçeneklere sahiptirler (<https://ieltsband7.com>) Ayrıca alışveriş merkezlerinde yer alan restoran'lar toplu yemek yerleri olarak nispeten ucuz ve çeşitli yemek imkanı sunmaktadırlar. Bu ise, her gelir düzeyi ve yaş grubundaki insanların dışarıda yemek yeme ihtiyacını en uygun şekilde gidermesi bakımından önemlidir. Bu yönüyle AVM'ler de hizmetler sektörünün etkinliği oluşmaktadır. Özellikle otoparkların olması tüketicilerin ulaşımında ve üreticilerinde mal nakliyelerinde kolaylık sağlayıcı bir diğer faktör olarak önemlidir. Bu merkezler, yaşam koşullarının değişmesi ve zaman kavramının daha da anlamlı olması sebebiyle tüketicileri cezbetmektedir. Hatta buralar insanların ortak buluşma ve sosyalleşme alanları olarak da kabul edilmektedir. Bu mekânların kapalı yapıları ve güvenli ortamları her mevsimde, ailelerin ve her yaş grubundaki insanların tercih etmelerine sebep olmaktadır.

AVM'leri tercih eden tüketicilerin demografik özellikleri bakımından değerlendirilmesinde genç nüfusun ağırlıklı olduğu gözlemlenmektedir. Bunun sebepleri arasında öncelikle ülkemizin genç nüfus ağırlıklı yapısını belirtebiliriz. Ayrıca genç nüfusun tüketim kalıpları ve davranış şekilleri de önemlidir. Yapılan bir araştırmaya göre, "Alışveriş merkezleri genç insanlar tarafından serbest zamanlarını sosyalleşmek ve eğlenmek için uygun ve çekici mekânlar olarak tercih ettikleri yerler olarak algılanmaktadır. Aynı zamanda çoğunlukla ailelerinin desteğini alan gençlerin kolayca para harcama eğiliminde olması alışveriş merkezleri için olumlu bir etkidir" (<http://www.ielts-practice.org>, 2017). İnsan yaşamında küreselleşme, teknoloji ve medya, büyük bir etki yapmıştır. Bu değişen zamanla, çoğu genç insan, boş zamanlarını yapıcı hobi yerine alışveriş merkezlerinde geçirmeyi tercih etmektedir. Bu adeta rekreatif bir alan ve rekreatif bir etkinlik niteliği taşımaktadır.

Genç nüfusun yoğunluğu, bu konuda analiz yapmak ve sonuç çıkarımı için gençlerin tercihlerinin dikkate alınmasını önemli kılmaktadır. Özellikle çocukluk döneminde ailelerin rahat ve güvenli hareket alanı olarak tercih ettiği AVM'ler genç nüfusun sosyal yaşam anlayışının da değişime uğramasına sebep olmuştur. Bu ise genç nüfusun AVM'lere gitmelerindeki etkenlerin belirlenmesini gerekli kılmaktadır.

Gruen'in modern şehir yaşamı için ticari bir merkez olmaktan öte sosyal ve kültürel bir merkez olarak hizmet eden alışveriş merkezleri günümüzde sadece tüketim ürünlerinin değil, sosyal ve kültürel aktivitelerinin de tüketildiği birer tüketim "katedralleri" ne dönüşmüşlerdir. Bu merkezler, üretim sisteminin devir hızının yükseltilebilmesi ve sürekliliğin sağlanabilmesi için tüketimin devir hızının moda, gelip geçicilik gibi kavramların arkasında yükseldiği ve tüketimin sürekliliğinin sağlandığı merkezlerdir. Bu sebeple toplumun tüm bireylerinin kendi ilgi alanlarına ve ihtiyaçlarına göre yararlanabileceği alanlar olmaktadır (Vural, vd., 2006: 104).

AVM'ler bu yaygın hizmet alanları sebebiyle hem tüketiciler hem de üreticiler tarafından tercih edilmektedirler. Ekonomiler büyüdükçe ve nüfus arttıkça talep artışına paralel satış amaçlı dükkânlar ve pazarlarda büyümektedir. Bu ise plansız alışveriş merkezlerinin oluşmasına sebep olmuştur. Belli planlarla ve kanunlar doğrultusunda inşa edilen alışveriş merkezleri bu yöndeki talebe bağlı olarak hızla çoğalmaktadırlar. Bu ise beraberinde birçok sorununda ortaya çıkmasına sebep olmaktadır.

AVM'ler ilk kez anakentlerin sosyo-ekonomik düzeyi gelişmiş bölgelerde kurulurken geçen sürede diğer bölgelere doğru kayma göstermiştir. Hatta büyük şehirlerin belli bir doyum noktasına ulaşması sebebiyle alışveriş merkezleri; şehrin dışına, daha küçük ölçekteki yerleşim yerlerine ve yol güzergâhlarına doğru kaymıştır.

Son yıllarda, birçok ülkede ve bölgede şehrin dışındaki alışveriş merkezlerinin sosyo-ekonomik etkileri, perakende satış faaliyetleri ve bölgedeki istihdam üzerine etkileri konusunda çok tartışmalar olmuştur (Padilla, Hermosilla, vd., 2017: 283). Temelde arz ve talep koşullarında gelişen bu alışveriş merkezleri karlılıkları sebebiyle birçok farklı bölgede ve belirli alanlarda yoğunlaşmaya başlamıştır. Aslında buldukları bölgede yaşamı ekonomik ve sosyal yönden hareketlendirmektedirler. Örneğin konut yatırımlarının hızlanması, ulaşım ağının gelişmesi ve fiziksel çevre tasarımları gibi bölgesel gelişmeye olumlu etkiler olabilmektedir. Ancak şehir bölgesinde veya şehrin dışındaki plansız yapılaşmalar ve bir alandaki aşırı yoğunlaşmalar sonucunda olumsuz etkileri daha yıkıcı olabilmektedir.

Şehrin ekonomik gelişmişlik düzeyi yüksek ve modern kesimini taşıyan bölgelerinde AVM'lerin yoğunlaşması ekonomik ve sosyal problemlere sebep olması muhtemeldir. AVM'ler tek başlarına bile sosyo-ekonomik sorunlar oluştururken, yakın alanlarda birbirinin yakınında birden fazla yoğunlaşan AVM'ler kaynakların etkin kullanılmamasına dahi sebep olmaktadır.

Farklı yapılanmaların toplanmasıyla oluşan kompleksler şeklindeki Alışveriş merkezlerinde, bu yapıları bir arada tutan bir ruh veya düşüncenin olması dolayısıyla, bu yapıların tasarımında çevreyi dikkate alan bir planlama anlayışı gerekmektedir (Vural, vd., 2006: 101).

AVM'lerin oluşturduğu rant, AVM'nin bulunduğu bölgede konut ve arsa fiyatlarını arttırmaktadır. Bu ise gayrimenkul piyasasında fiyatlar genel düzeyinin yükselmesi yönünde bir etki yapmaktadır. Ayrıca AVM'lerdeki işyeri kiralari da buralara yönelik talep arttıkça ve AVM'nin bulunduğu bölgeye göre yükselmektedir. Genellikle yüksek fiyat politikasının uygulandığı AVM kiralari döviz cinsinden tayin edilmektedir. Bu ise ekonomik kriz dönemlerinde ciddi sorun yaratarak, AVM'lerin sürdürülebilirliğini ve mağazaların mevcudiyetini tehdit etmektedir. Dövizle ödemenin yasal mevzuatla engellenmesi AVM'lerin sürdürülebilirliği açısından da son derece önemli bir gelişme olmaktadır. AVM'lerin büyük cesametleri bölgenin tarihi ve kültürel dokusunu bozucu yönde bir olumsuzluğa sebep olmaktadır. AVM'lerin kuruluş yeri bu sebeple son derece önemlidir. Ulaşım kolaylıklari daha sonra trafik yoğunluklari oluşturmaktadır. Ayrıca gittikçe yayılan bu yapılarda yürütölen perakendecilik geleneksel ve küçük ölçekli işletmelerin piyasada mevcudiyetini tehdit etmektedir. Bu sebeple şehir planlamasi açısından AVM'lerin yer seçimi önemli olmaktadır.

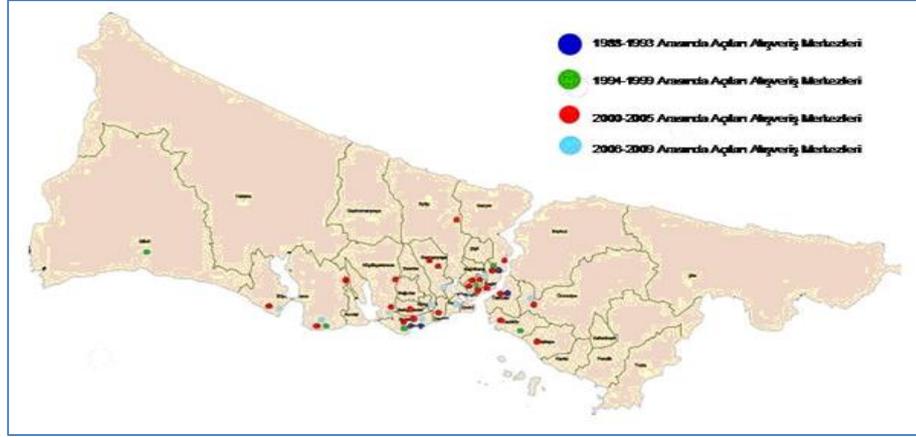
AVM'nin ekonomik faaliyetlerinin başarısı ve sürdürülebilirliğinde iyi yer seçimi en önemli belirleyici olmaktadır. Kuruluş yeri seçiminde etkili olan faktörler içinde kolay ulaşılabilirlik AVM'ler içinde önemli bir kriter olmaktadır. Ulaşım kolaylığı ve sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi yüksek bölgelerde kurulan AVM'ler ve onu takip eden diğer AVM'ler bu bölgelerde bir toplanmaya sebep olmaktadır. Çok ilginç olarak yan yana AVM'ler örnek verilebilir. Bu şekilde bölge içinde gittikçe yaklaşarak sayıları artmakta ve bir alanda toplanmaktadırlar. Şehrin ilçeleri bazında değerlendirdiğimizde ilçelerin coğrafi büyüklüklerinin ve nüfus yoğunluklarının AVM'lerin yerleşmesinde çok etkili olduğu söylenemez. Çünkü önce yakın ve sonra uzak yakın bölgelerdeki tüketiciler tarafından da AVM'ler tercih edilmektedir. Yol güzergâhlari ve önemli merkezlere yakın yerlerde kurulan alışveriş merkezleri daha çok talep görmekte ve gelir artışı sağlamaktadır. Ancak belli bir alanda toplanmanın bu yöndeki avantajı yok ettiği görölmektedir. Bu şekilde geliştirilen projeler, çevre kirliliği, altyapı yatırımlarının yetersizliği, trafik ve gürültü kirliliği, zararlı rekabet ortamı ve çevresel dokuyu bozucu olumsuzluklara sebep olmaktadır.

1.1 İstanbul'da Alış Veriş Merkezleri Olgusunun Gelişimi

Türkiye'de 1980'li yıllardan itibaren uygulanan liberal ekonomi politikaları ile yeni bir ekonomik yapılanma süreci yaşanmıştır. Bu doğrultudaki hızlı değişimin sonucunda modern alışveriş merkezlerinin ilk örneği 1988 yılında İstanbul Ataköy'de Galeria Alış Veriş Merkezi açılmıştır. İlk

alışveriş merkezinin yer aldığı bölge şehrin sosyo-ekonomik bakımdan gelişmiş bir bölgesidir. Alışveriş Merkezlerinin sayıları 1990'lı yıllardan itibaren hızla artarken Alışveriş merkezleri kent yaşamının da bir parçası olmuştur (<http://istshopfest.com>). Ancak 550 yıllık geçmişi olan Kapalıçarşı (Grand Bazaar) İstanbul'un ilk alışveriş merkezi olarak önemli bir tarihi mirasımızdır. Fatih Sultan Mehmet tarafından, 1461 yılında kurulan Kapalıçarşı dam ve kubbelerle örtülü, mağazalarla çevrili kare bir yapıdır. Kapalıçarşı günümüzde de ticaret ve turizm açısından son derece önemli olan tarihi bir alışveriş merkezi olarak yer almaktadır. Estetik tasarımıyla büyük bir labirente benzeyen kapalı çarşı (GrandBazaar), 60 cadde ve 3600'den fazla mağazanın bulunduğu toplam 30.700 m² bir alanı kaplamaktadır (<https://www.grandturkishbazaar.com>). 17. yüzyıldan günümüze kadar gelen Mısır Çarşısı, İstanbul'un doğulu yüzünü en egzotik biçimde yaşatan, en eski kapalı çarşılarından biridir. Yeni Camii kompleksinin bir parçası olarak 1664 yılında inşa edilen Mısır Çarşısı (<https://istanbultourstudio.com>), IV. Mehmed'in annesi Hatice Turhan Sultan tarafından mimar Kâzım Ağa'ya yaptırılmış, zaman içinde restore edilerek günümüze kadar gelmiş ve halen önemli bir ticari ve turistik çarşı olarak faaliyetlerine devam etmektedir (<http://www.istanbul.com>). Alışveriş merkezleri alışveriş yapmak, yaşam alanı olmak ve sosyalleşmek için önemli merkezler olmuşlardır. Bu doğrultuda Türkiye'de ve özellikle İstanbul'da bu konuda sayısal ve mekânsal yerleşim olarak hızlı bir gelişme gözlenmiştir.

AVM'lerin Türkiye'de yıllar itibariyle gelişimine baktığımızda 1988 yılında devlet ortaklığı ile açılan, ilk modern anlamda açılan alışveriş merkezi yer almıştır. 1995 yılında 12 adet AVM sayısı, 2009 yılında 208'e, 2016 yılında 414'e, 2017'de 443'e, 2018'de 448'e olacağı öngörülmektedir. Buna göre, 1990'lı ve 2000'li yıllarda hızlı bir ilerleme yaşanmışken, 2020 yılına kadar istikrarlı bir ilerlemenin olacağı tahmin edilmektedir (<http://www.finansgundem.com>). 1995-2009 yılları arasında 196 adet AVM açılırken, 2010-2017 yılları arasında 247 adet AVM açılmıştır. 2017 ve 2018 yılları arasında ise bir yıldan diğer yıla 5 adet AVM'nin açılması öngörülmektedir.



Harita 1: 1988 – 2009 Yıllarında İstanbul’da AVM’lerin Yoğunlaşması

Kaynak: Tuncer E. (2009), İktidarın Mekânsal Fantazmagorisi AVM’ler, <http://www.mimdap.org>.

1988-2009 yıllarını kapsayan dönemde İstanbul’da AVM’lerin yoğunlaşmalarını incelediğimiz haritada 2000 yılı sonrasında faaliyette bulunan AVM’lerin sayısının hızla arttığı görülmektedir. Harita’dan görüldüğü gibi, AVM’lerin özellikle bölgenin güney kısmında ve şehir merkezi etrafında yoğunlaştığı görülmektedir. Ancak zayıfta olsa az sayıda AVM şehrin dışına doğrudan bir kaymıştır. “2008-2009 yıllarında küresel ölçekte yaşanan finans krizi Türkiye’yi de etkilemesine rağmen, perakende gelişiminin ikinci periyodu olan 2000 ve 2010 yılları arasında, Türkiye’deki alışveriş merkezlerinin sayılarında hızlı bir artış söz konusudur”(Ceylan, Özbakır, vd., 2017: 250). Türkiye genelindeki bu gelişme ekonomik ve sosyal olayların merkezi olan İstanbul içinde geçerli olmaktadır.

AVM’lerin sayısal olarak belirli yerleşim bölgelerinde genişlemeleri ile birlikte yarattıkları ekonomik katkı da artmaktadır. Buna göre, 2009 yılında 20,6 milyar TL olan AVM sektörünün cirosununun 2016 yılında %9,5 büyümeyle 105,9 milyar TL’ye, 2017 yılında %12,4 büyümeyle 119 milyar TL’ye, 2018 yılında ise %10,9 büyümeyle 132 milyar TL’ye ulaşacağı tespit edilmiştir (<http://www.evagyd.com>).

Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği ile Akademetre Research tarafından ortaklaşa oluşturulan AVM Endeksi’nin 2018 Haziran ayı sonuçlarına göre ise, ciro endeksi bu dönemde bir önceki yılın Haziran ayı itibarıyla yapılan mukayesede ve enflasyondan arındırılmadan incelendiğinde yüzde 23,3 artış kaydedilmiş ve 291 puana ulaşmıştır. Ciro endeksi geçtiğimiz yılın ikinci çeyreği ile mukayese edildiğinde ise yüzde 18,6 artış ile 2018 ikinci çeyreğinde 261 puan olmuştur (<http://www.ayd.org.tr>).

Türkiye’de alışveriş merkezleri (AVM) sayısı her geçen gün artarken, son beş yılda en fazla AVM artışı yaşanan illerin başında sırasıyla İstanbul, Ankara, Muğla, İzmir ve Gaziantep’te yer almıştır. İstanbul’da son beş yıllık dönemde 40 yeni AVM açılmıştır. İlçelerdeki AVM dağılımı bakımından yapılan bir incelemede İstanbul’da en çok 11 adet AVM’nin Şişli ilçesinde yer aldığı görülmektedir (<https://www.businessht.com.tr>).



Harita 2: İstanbul’da AVM yerleşimi.

Kaynak: <https://sahipkiranb.wordpress.com>., Erişim 30.08.2018

Yukarıdaki harita AVM’lerin şehrin gelişmiş ve belli bölgelerinde yoğunlaştığını göstermesi bakımından iyi bir örnek olarak sunulmaktadır. Alışveriş merkezleri günümüz modern şehir yaşamında son derece etkin rol oynamaktadırlar. Müşteri yoğunluğu, alım gücü ve kolay ulaşılabilirlik gibi faktörler alışveriş merkezlerinin yer seçiminde etkin olmaktadır, büyük ölçekli birimler olmaları sebebiyle matematiksel yöntemlerde en fazla kullanılmaktadır. Ancak AVM’lerin belirli bölgelerde yoğunlaşması ekonomik karlılığı azaltıcı, arazi ve gayrimenkul piyasasını yükseltici, çevresel değerleri bozucu ve yoğun çevre kirliliğine sebep olan etkiler yapmaktadır. Bu şekildeki toplanmanın ilerleyen süreçte olumsuz sonuçları söz konusu olmaktadır.

Aglomerasyon ekonomileri, şehirler ve endüstriyel kümelenmelerde insanların birbirine yaklaştıklarında ortaya çıkan faydalardır. Bu faydalar en nihayetinde ulaşım masraflarından elde edilen tasarruflardan kaynaklanmaktadır. Ulaşım masrafları mal, hizmet, insan ve fikir alışverişini içerecek şekilde geniş bir bakış açısında yorumlanmalıdır. Ancak sadece ulaştırma maliyetlerini azaltmayı hedeflemek aglomerasyon-toplanma ekonomilerinin geneli için düşünüldüğünde yeterli değildir. Birçok

yoğunlaşmanın olduğu merkezdeki ücretler, nüfus ve özellikle konut fiyatları güçlü bir büyüme göstermiştir (Glaeser, 2010: 1-2). Bu gelişmeler AVM yakın çevresinde konut ve işyeri şeklindeki yerleşimlerin artmasıyla nüfus ve konut fiyatları da artmaktadır. Bu gelişme bazı çevreler için olumsuz bir faktörken, bazıları için kazanç şeklinde bir avantaja bile dönüşebilmektedir.

AVM projelerinin başlangıçta potansiyel talep doğrultusunda hayata geçirilmesiyle yarattığı avantaj bir kısır döngü şeklinde yenilerinin açılmasına sebep olmaktadır. Hatta o kadar ileri gitmektedir ki ekonomik avantajlardan yararlanmak isteyen girişimciler çok yakın konumda veya yan yana yeni projeleri hayata geçirebilmektedirler. Birden fazla AVM'nin yoğunlaştıkları bölgelerde ise, bölge dokusunu tahrip etmektedirler. Öyle ki yan yana, karşı karşıya AVM'ler açılmış ve yeni açılan AVM'ler bir diğerinin ziyaretçisini azaltmıştır. Bu durum şüana kadar çok tartışılmış ve Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu tarafından gereksiz projelendirilen ve hizmete açılan AVM'lerin milli servete zarar verdiği dahi belirtilmiştir (<https://www.projemplak.com>). Ancak AVM'lerin yarattığı iş hacmi ve perakendecilik sektörünün gelişimine yaptığı katkı ekonominin bütünü açısından önemli olmaktadır. Ekonomik büyüme ve çevresel politikaların birlikte ele alınması muhtemel olumsuz sonuçların önlenmesi açısından önemlidir.

EVA Gayrimenkul tarafından gerçekleştirilen AVM araştırmasına göre, yeni kuşak AVM'lerin cirosal büyümeye önemli oranda katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Bu kapsamda, cadde AVM'leri, AVM bitpazarları, Açık hava AVM'leri, tematik AVM'ler, ihtisas çarşıları ve karma kullanım AVM konseptlerinin farkındalık yaratarak değişik isteklerin karşılanabildiği, AVM'lerin sayıca artması ve sert rekabet ortamına paralel olarak geliştiricilerin inovatif arayışlara yöneldiği belirlenmiştir. Bu yönde mimaride farklılık, sosyal aktivitelerde çeşitlilik, ölçeklerde büyüme ve çocuk ve gençlere verilen önem öncelikli faktörlerin başında gelmektedir. Tüketicilerin daha uzun süreli zaman geçirilmesi ve harcama yapması için dijital ortamlar daha etkin kullanılmaktadır. Araştırma sonucuna göre, açılan AVM'lerin sayıca çok olduğu, geçen süre itibarıyla bazı AVM'lerin işlevini yitirdiği ya da işlev değişikliğine gidilmesinden dolayı AVM'lerin mevcut özelliğini yitirdiği belirtilmektedir. Buna göre 2015 yılsonu itibarıyla İstanbul'da işlevini yitiren yaklaşık 800.000 m² AVM alanı mevcuttur. Araştırmanın metodolojisine göre kiralanabilir bağımsız birimlerde %50'den fazla boşluk oranı ya da yapının AVM fonksiyonu dışında kullanılmaya başlanması veya kapanması 'fonksiyonunu yitirme' olarak tanımlanıyor. Sektörün ihtiyaç ve yeni beklentilerine göre şekillendirilemeyen alanlar fonksiyonunu yitiriyor. Bu raporda AVM olarak sistem dışına çıkan AVM'lerin bir bölümü yanlış geliştirilmeleri sebebiyle işlevlerini kaybetmektedir. Diğer bir kısmının ise gelişen piyasa dinamiklerine ayak uyduramamak kaynaklı sistem dışına çıkmaktadırlar. Olumsuz gelişmeye paralel olarak fonksiyonlarını kaybederek sistem dışında kalan AVM'lerin bir bölümü ise, doğru bir planlama yapılarak yeniden

yapılandırılmış ve sisteme tekrardan kazandırılmıştır. 2012-2015 yılları arasında toplamda 1.562.065 m² kiralanabilir AVM alanı işlevini kaybederken, aynı dönemde 173.512 m² alanın sisteme yeniden kazandırıldığı ve net kaybın 1.388.553 m² olarak gerçekleştiği belirtilmektedir. Buna göre kaybedilen alanın %12'sinin tekrar AVM fonksiyonunu kazandığı ortaya çıkmıştır (<http://www.evagyd.com>). Bu kazanım kaynak israfının önlenmesi bakımından önemli bir gelişmedir.

Plansız açılan AVM'lerin kapanma riski ile karşı karşıya kaldığı bir gerçektir. Ayrıca ekonomik kriz dönemler, satın alma gücündeki azalma, döviz kuru ve AVM'lerdeki dükkan kiraları AVM'leri zor durumda bırakmaktadır. Ancak farklı konsept ve hizmet sunmaya çalışan AVM'ler ayakta kalmaya çalışmaktadır. AVM'lerin "ziyaret sayısı endeksi ise geçtiğimiz yıla oranla yüzde 10'luk bir artış kaydetmiştir (<http://www.ayd.org.tr>). Alışveriş merkezleri çok geniş yelpazede ekonomik ve kültürel etkinlikler ile ekonomik faaliyetlerin ve kültürel etkinliklerin merkezi olmaktadır. Bu sebeple her yaş ve sosyo-ekonomik düzeyde grupların ilgi odağı olmaktadır. Bu ise ekonomik kriz dönemlerinde dahi sürekli bir ziyaretçi akınına uğramalarına sebep olmaktadır.

Özellikle genç nüfusun sosyalleşme ve buluşma noktası olarak bu alanları tercih etmesi genç nüfus yapısına sahip ülkemizde AVM'lerin ziyaretçi sayılarında sürekliliği sağlamaktadır.

2. METODOLOJİ

İstanbul Beyazıt bölgesinde gerçekleştirilen AVM algılarının tespitine yönelik araştırmanın ana materyalini meslek yüksekokulu ikinci (2.) sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmada alışveriş merkezlerinin gelişimi, istatistik veriler ve daha önceden konuyla ilgili olarak yapılmış çalışmalardan yardımcı materyal olarak yararlanılmıştır.

Bu çalışmada sistematik gözlem tekniği içinde yer alan görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu tekniğe göre soru formları yardımıyla yüz yüze görüşme yöntemiyle veri toplanarak, değerlendirme yapılmıştır. Çalışmada görüşme yönteminin ön planlaması olarak, verilerin kimlerden sağlanacağı, hangi bilgilere ihtiyaç olduğu, görüşmenin mekân ve zaman bakımından belirlenmesi, katılımcı ve alan sınırlılıkları ve sürecin işleyişi şeklinde yapılmıştır. Çalışmada yer alan sorulara evet-hayır şeklinde verilen cevaplar ile araştırma hedefleri ile doğrudan ilişki kurulması hedeflenmiştir.

Bu araştırmaya 18-25 yaş aralığındaki 159 adet İstanbul Beyazıt bölgesinde eğitimini devam ettiren Önlisans öğrencisi katılmıştır. Araştırma kapsamında 159 adet öğrenciden (tüketiciden) 107'si bayan, 52'si erkek katılımcıdan oluşmaktadır. Araştırma dönemi ise, Mayıs-Haziran 2018 dönemini kapsayan 2 aylık bir dönemi içermektedir. Bu araştırma sürecinde literatür taraması ve konu ile ilgili diğer alan çalışmalarının değerlendirilmesi sonucu 19 sorudan oluşan soru formu oluşturulmuştur. Bu çalışmada hazırlanan soru formlar üniversite öğrencilerinin AVM algılarının tespitine yönelik bilgi

almak amacı doğrultusunda oluşan soruları içermektedir. Soru formunda yer alan sorular birbirleriyle tutarlı ve sorular arasında iç bütünlüğün kurulmasına dikkat edilmiştir. Aynı zamanda her katılımcı için ise, açık ve anlaşılır olarak hazırlanmış aynı sorular sorulmuştur. Hazırlanan soru-cevap şeklindeki soru formlarına yüz yüze görüşme yöntemiyle soru formu üzerinde işaretleme yapılarak cevap alınmıştır.

Özellikle eğitim dönemi itibariyle derslerin tamamlandığı Mayıs-Haziran 2018 iki 2 aylık dönem itibariyle sınav süresinden arta kalan zamanın sosyalleşmeye ayrıldığı dönem kabul edilerek bu küçük grup üzerine soru-cevap şeklinde bir çalışma uygulanmıştır. Bu çalışmasının içeriği bu genç yaş grubunun AVM'lere olan bakış açıları ve tercih nedenlerini tespit etmek amacını taşımaktadır. Çalışmaya katılanlar soru formları üzerinde birden çok cevabı da işaretlemek suretiyle farklı alternatifler içinde alışveriş merkezlerine neden gittiklerini belirtmişlerdir. Bu çalışmanın sonucunda elde edilen bulgular ise bir tablo yapılmak suretiyle daha net ve genel olarak ortaya konabilmektedir.

2.1 Materyal ve Yöntem

İstanbul Beyazıt bölgesinde gerçekleştirilen AVM algılarının tespitine yönelik araştırmanın ana materyalini meslek yüksekokulu ikinci (2.) sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmada alışveriş merkezlerinin gelişimi, istatistiki veriler ve daha önceden konuyla ilgili olarak yapılmış çalışmalardan yardımcı materyal olarak yararlanılmıştır.

Bu çalışmada sistematik gözlem tekniği içinde yer alan görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu tekniğe göre soru formları yardımıyla yüz yüze görüşme yöntemiyle veri toplanarak, değerlendirme yapılmıştır. Çalışmada görüşme yönteminin ön planlaması olarak, verilerin kimlerden sağlanacağı, hangi bilgilere ihtiyaç olduğu, görüşmenin mekân ve zaman bakımından belirlenmesi, katılımcı ve alan sınırlılıkları ve sürecin işleyişi şeklinde yapılmıştır. Çalışmada yer alan sorulara evet-hayır şeklinde verilen cevaplar ile araştırma hedefleri ile doğrudan ilişki kurulması hedeflenmiştir.

Bu araştırmaya 18-25 yaş aralığındaki 159 adet İstanbul Beyazıt bölgesinde eğitimini devam ettiren Önlisans öğrencisi katılmıştır. Araştırma kapsamında 159 adet öğrenciden (tüketiciden) 107'si bayan, 52'si erkek katılımcıdan oluşmaktadır. Araştırma dönemi ise, Mayıs-Haziran 2018 dönemini kapsayan 2 aylık bir dönemi içermektedir. Bu araştırma sürecinde literatür taraması ve konu ile ilgili diğer alan çalışmalarının değerlendirilmesi sonucu 19 sorudan oluşan soru formu oluşturulmuştur. Bu çalışmada hazırlanan soru formları üniversite öğrencilerinin AVM algılarının tespitine yönelik bilgi almak amacı doğrultusunda oluşan soruları içermektedir. Soru formunda yer alan sorular birbirleriyle tutarlı ve sorular arasında iç bütünlüğün kurulmasına dikkat edilmiştir. Aynı zamanda her katılımcı için ise, açık ve anlaşılır olarak hazırlanmış aynı sorular sorulmuştur. Hazırlanan soru-cevap şeklindeki soru formlarına yüz yüze görüşme yöntemiyle soru formu üzerinde işaretleme yapılarak cevap alınmıştır.

Özellikle eğitim dönemi itibariyle derslerin tamamlandığı Mayıs-Haziran 2018 iki 2 aylık dönem itibariyle sınav süresinden arta kalan zamanın sosyalleşmeye ayrıldığı dönem kabul edilerek bu küçük grup üzerine soru-cevap şeklinde bir çalışma uygulanmıştır. Bu çalışmasının içeriği bu genç yaş grubunun AVM'lere olan bakış açıları ve tercih nedenlerini tespit etmek amacını taşımaktadır. Çalışmaya katılanlar soru formları üzerinde birden çok cevabı da işaretlemek suretiyle farklı alternatifler içinde alışveriş merkezlerine neden gittiklerini belirtmişlerdir. Bu çalışmanın sonucunda elde edilen bulgular ise bir tablo yapılmak suretiyle daha net ve genel olarak ortaya konabilmektedir.

2.2 Araştırma Bulguları

Soru formlarına dayalı soru-cevap şeklindeki görüşme tekniği ile gerçekleştirilen bu araştırma 19 soru dizgisinden oluşmuştur. Araştırma bulguları ise soru formlarının değerlendirilmesiyle sorular ve sorulara verilen cevapların yer aldığı Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo-1: AVM' lere Giden Genç Nüfusun Demografik Yapısı, Gitme Sıklığı ve Harcanan Süre ve Tercih Sebepleri

Katılımcıların Demografik Özellikleri	107 Kız Öğrenci, %67.30	52 Erkek Öğrenci, %32.70
AVM'lere Gitme Sıklığı	-Haftada 1'den fazla, %57.95 -Haftada 1 kez, %37.74 -Ayda 1 kez, %9.5	-Haftada 1'den fazla, %48 -Haftada 1 kez %38.48 -Ayda 1 kez, 13.46
Sizece AVM'lere Gitmek Gereklidir. Eğer Gerekli ise, Neden Belirtiniz	%97.6	%75
AVM'lerde zaman geçirmek bir Kaybıdır	%11	%23
AVM'leri Alışveriş için tercih etmekteyim	%35	%48.7
AVM'leri Ürün çeşitliliği için tercih etmekteyim	%42	%40.1
AVM'leri Marka Ürünler için tercih etmekteyim	%37	%25.6
AVM'leri Yiyecek-İçecek birimleri için tercih etmekteyim	%67.28	%59.61

AVM'leri Sinema için tercih etmekteyim	%79.43	%77
AVM'leri Arkadaş- buluşma noktası olarak	%78.50	%69.9
AVM'leri Rekreasyon ve diğer kültürel faaliyetler için tercih etmekteyim	%57.94	%75.7
AVM'leri Kapalı ortam olduğu tercih etmekteyim	%51.40	%25.3
AVM'leri Ulaşım Kolaylığı için tercih etmekteyim	%27.10	%22.8
AVM'lerin Atmosferini seviyorum	%61.2	%25.1
AVM'lerde huzur ve güven buluyorum(Dinleniyorum)	%56.9	%34.2
AVM'lerde ders çalışıyorum	%41.3	%10.2
AVM'lerde ortalama 1-3 saat kalıyorum	%92.2	%80.3
AVM'leri Otopark için tercih ediyorum	%9.6	%11.1
AVM'leri ailem güvenli bulduğu için tercih ediyorum	%85.4	%67.4

Kaynak: Mayıs - Haziran 2018 (2 aylık dönemi kapsayan) İstanbul-Beyazıt'ta 19 soru içeren Alan Çalışması sonucundan yararlanılarak hazırlanmıştır.

Önlisans öğrencileri olan sınırlı gruba yapılan soru formlarına dayalı çalışma ile katılımcıların AVM'lere gitme sebepleri ve sıklıklarını ortaya koyduğumuz Tablo 1'in incelenmesiyle görüldüğü üzere, ekonomik birimler olan alışveriş merkezleri daha çok sosyalleşme ve kültürel etkinlikler sebebiyle tercih edilmektedir. AVM'ler yiyecek-içecek işletmeleri, sinema ve spor kompleksleri ile gençler için bir rekreatif alan özelliği de taşımaktadır. Çalışmaya katılanların gelir düzeyi bakımından bir sınıflama yapılmamıştır. Bunun sebebi çalışmaya katılanların hepsinin üniversite öğrencisi olmaları ve genellikle ekonomik bakımdan ailelerine bağımlı olmalarıdır. Çalışarak eğitimini devam ettiren öğrenciler veya herhangi bir kurum bursu ile devam ettiren öğrencilerde olabilmektedir. Ancak gelir düzeyi ile ilgili bir sınıflandırma yapılmamasının önemli bir nedeni ise, soru formlarını cevaplarken tedirgin olmalarıdır. Ancak, bir başka çalışma olan Tatlı ve Kazancıoğlu (2017) çalışmasının sonucuna

göre, tüketicilerin AVM tercihi ile aylık ortalama toplam geliri arasında zayıf ancak pozitif yönlü bir ilişki olduğu bulunmuştur.

Ayrıca şehrin sosyo-ekonomik düzeyi yüksek bölgesinde başlayan ilk AVM oluşumu diğer bölgelere doğru da yayılmıştır. Herkesin kendi oturumuna yakın bir yerde ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte bir AVM mevcut olmaktadır. Çalışmada, AVM'ler gitmenin gerekli olduğunu belirten kız öğrenciler modayı ve indirimleri takip için ve sinemada vizyona yeni giren filmleri izleyebilmek için gerekli olduğunu belirtmişlerdir. Erkek öğrencilerde sinema filmleri ve indirimler için ve arkadaş ortamı ile bir arada oldukları için gerekli olduğunu ifade etmişlerdir. AVM'lere gitmeyi ise büyük bir oranla zaman kaybı görmemekte oldukları ise diğer bir soruya verilen cevap ile tespit edilmiştir. Bir diğer soru olan rekreasyon amaçlı tercihler özellikle erkek öğrenciler için önemli olmaktadır. Ayrıca, ailelerin güvenli buldukları bu merkezler kız ve erkek katılımcılar tarafından bu gerekçe ile tercih edilebilmektedir. AVM'lerin daha çok gençler tarafından yiyecek-içecek birimleri ve sinema amacıyla tercih edilmekte olduğu tespit edilmiştir. Bu sebeple AVM'ler Üniversite öğrencilerinin sosyal yaşamındaki yeri ve algısı içinde ekonomik birimler olmaktan daha başka bir yer oluşturmaktadır.

Gençlerin bireysel kimliklerinin ifadesinin tüketim ürünleriyle özdeşleştirilmesi bu merkezlerin bu doğrultuda dönüşüme uğramalarına da sebep olmaktadır(Vural, vd., 2006: 100). AVM'ler gençler için farklı nedenlerle tercih edilse de ortak olan nokta gençlerin AVM'lere gitmekten mutlu olmaları ve orada geçen zamanı gereksiz bulmamalarıdır. Bu sebeple sürekli yenilenen ve hizmet yelpazesi genişleyen alışveriş merkezlerinin ekonomik ve sosyal kriz dönemlerinde bile ziyaretçi sayıları fazlaca düşüş yönünde etkilenmemektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye'de son yıllarda sayısal olarak hızla büyüyen alışveriş merkezleri tüketicilerin çeşitli ihtiyaçlarına cevap vermeyi amaçlayan ticari bir amaç ile kurulmuşlardır. Oysa AVM'ler değişen tüketici ihtiyaçları ve nüfusun genç yapısının da etkisiyle başka bir noktaya evrilmiştir. Bu merkezler kar amacı güden birer ekonomik birimler özelliği yanında sosyalleşmeyi sağlayan mekânlar olarak da varlıklarını sürdürmektedirler. Ancak genel olarak AVM'ler bakımından bir doyum noktasına ulaşılması ve bunların plansız bir şekilde açılmaları AVM'lerin gelecekteki mevcudiyetini olumsuz yönde etkileyecektir. AVM statüsünü ve işlevini kaybeden yapılar bu plansız oluşum sebebiyle hızlanmaktadır. Bu sebeple AVM'lerin hizmet çeşitleri ve bünyelerindeki birimlerin özelliğini gözden geçirerek yenilenme süreci geçirdikleri görülmektedir. Özellikle bir takım altyapı ve üstyapı kolaylıklarından yararlanarak şehrin belli bölgesinde AVM'lerin yoğunlaşmaları sürdürülebilirliklerini olumsuz olarak etkilemektedir. Bunun sebebi ise sıklıkla yeni açılan AVM'ler olmaktadır.

Ayrıca AVM'lerin demografik yapı itibarıyla tercih sebepleri üzerine yapılan çalışma sonucunda, 18-25 yaş aralığındaki üniversite öğrencilerinin AVM'leri birer alışveriş ihtiyaçlarını karşıladıkları birimler olarak değil, sosyalleşme ve kültürel ihtiyaçların giderilmesi için tercih ettiklerini ortaya koymaktadır. Muğan (2013) tarafından yapılan çalışmada, gençlerin AVM tercih nedenleri incelendiğinde AVM'nin konumu, temel ulaşım ağlarına yakınlığı ve evlerinden AVM'ye ulaşım kolaylığı gibi fiziksel çevre etkenleri ve AVM içerisindeki faaliyetlerin ve çeşitliliğin fazla olması belirtilmiştir. Şahin ve Çiçek (2015)'in araştırmalarının sonucunda görülmektedir ki, alışveriş merkezleri katılımcılar için yeni tüketim alışkanlıklarının somutlaştığı mekânlar olarak sosyalleşmenin bir aracıdır.

Konuya ilişkin olarak Muğan (2013) çalışmasında, gençlerin etraflarını saran fiziksel çevre ve fiziksel çevreyle ilgili unsurlara çok da dikkat etmediklerini gözlemlemiştir. Şahin ve Çiçek (2015) tarafından gerçekleştirilen çalışmanın sonucuna göre ise gençler, farklı nitelikteki alışveriş merkezleri içerisinde sosyal kimliklerini yeniden inşa etmektedirler. Bu sebeple bu doğrultuda konsept değişiklikleri AVM'lerin niteliklerini fazlaca kaybetmeden ve sürdürülebilir olarak faaliyetlerini devam ettirmelerine imkan sağlayacaktır. "Plansız açılan AVM'ler birer birer kapanarak oluşan rekabet karşısında mevcudiyetleri tehlike altında" (<https://emlakkulisi.com>) olduğu tartışılmaktadır. AVM'ler çok faklı ve sayıca fazla birimleri bünyelerinde bulduran, büyük cesametli ve çok fazla işgücüne iş imkânı sağlayan birimlerdir. Aynı zamanda AVM oluşumu için aktarılan kaynakların verimli olmaması ve kaynakların atıl kalması ekonomik bir kayıptır. Bu ekonomik kayıplar yaratılması yanında çevreye zarar veren çevresel sorunlara da sebep teşkil edecek olmaları konun önemini daha da arttırmaktadır. Çevre ve ekonomik kazanım ilişkisi açısından önemle değerlendirilmesi gerekmektedir. AVM'ler hizmet sektörü kapsamında ekonomik büyümeye önemli oranda katkı sağlamaktadır. Bu sebeple AVM'lerin kuruluş aşamasında planlanması ve değişen talep koşullarına uyum sağlaması son derece önemlidir. Tüketicilerin turum ve davranışlarını dikkate alan girişimcilik kararlarının hayata geçirilmesi ile AVM'lerin sürdürülebilirliği mümkün olmaktadır. Ön lisans Üniversite öğrencisi gençlerin oluşturduğu bir gruba araştırma yapmak genel ifadeler bakımından sınırlı olmakla birlikte daha büyük miktarda katılımcıları kapsayan bir çalışma yapılmasında temel oluşturacaktır. Ancak etkin çözümler geliştirilmesinde küçük ölçekli çalışmaları dikkate alan detaylı ve kapsamlı araştırmalar gereklidir.

KAYNAKÇA

AncientPages. (2016). *Trajan's Market Was The World's First Known Shopping Mall*, July 2, 2016, <http://www.ancientpages.com>.

- Alışveriş Merkezlerinin Tarihçesi., 19 Şubat 2014, <https://tr-tr.facebook.com.>, Erişim 09.09.2018,
- EVA Gayrimenkul Değerleme (2017). EVA Gayrimenkul Değerleme ve Akademetre'nin Türkiye genelinde 6'ncısını gerçekleştirdiği AVM araştırması, 2016-2018 projeksiyonu, <http://www.evagyd.com>).
- Ceylan R., Özbakır B., Erol I., (2017). Alışveriş Merkezlerinin Türkiye'deki Mevzuat Çerçevesinde Değerlendirilmesi (1), *METU JFA*, 2017/2, 34:2, DOI: 10.4305, 245-264.
- Garfield L. (2016), America's oldest shopping mall is now a bunch of gorgeous micro-apartments, 16.12.2016, <https://www.businessinsider.com.>, Erişim 12.09.2018.
- Glaeser L.E. (2010). *Agglomeration Economics*, (Ed. Glaeser L.Edward), The University of Chicago Press., USA.
- Kazancıoğlu, K. , Tatlı, H., (2017). Tüketicilerin Alışveriş Merkezleri Tercihini Etkileyen Faktörler: Malatya İlinde Bir Uygulama, *Sakarya İktisat Dergisi*, 7 (13), 71-82.
- Kowinski W.S., (1985). *The Mall of America*, William Morrow and Company, Inc., New York.
- Muğan A., Güliz (2013), "Gençler ve Alışveriş Merkezleri: Alışveriş Merkezi Kullanım Tercihleri Hakkında Bir Alan Çalışması", *Megoran*, S.8 (2), 87-96.
- The History of Gum, 6 Nisan 2018, <http://www.globalblue.com.>, Erişim 12.09.2018.
- Padillaa A.O., Herosillab A., A., Ozores O.T. (2017). The impact of out-of-town shopping centres on town-centre retailers and employment: The case of the Region of Murcia, *Land Use Policy*, Sayı: 65, Elsevier Ltd., 277–286, <http://dx.doi.org/10.1016/j.landusepol.2017.04.014>
- Oxford City Council (2013), The Covered Market High Street, Oxford Heritage Assessment, Heritage and Specialist Services Team St Aldates Chambers Oxford, OX1 1DS, Oxford.
- Quito A. (2015), The father of the American shopping mall hated what he created, 17. 08. 2015, *Outlets*, <https://qz.com>.
- The Guardian (2015),Southdale Center: America's first shopping mall – a history of cities in 50 buildings, day 30-06.05.2015., <https://www.theguardian.com.>, Erişim 10.09.2018.
- Tuncer E. (2009), İktidarın Mekânsal Fantazmagorisi AVM'ler, <http://www.mimdap.org.>, Erişim 10.09.2018.
- Vural T., Yücel A. (2006), Çağımızın Yeni Kamusal Mekanları Olan Alışveriş Merkezlerine Eleştirel Bir Bakış, *İTÜ Dergisi Mimarlık-Planlama-Tasarım*, Cilt: 5, Sayı: 2, Kısım:1, Cenkler Matbaası, İstanbul, 97-106.
- Shi Y. S., Wu J., Wang Si-Yi,(2015). Spatio-temporal features and the dynamic mechanism of shopping center expansion in Shanghai, *Applied Geography*, Sayı: 65, <http://dx.doi.org/10.1016/j.apgeog.2015.11.004> 0143-6228/© 2015 Elsevier Ltd., 93–108.

Şahin H., Çiçek Z. (2015). Hayal ve Gerçekliğin Tüketildiği ve Üretildiği Yerler Olarak Alışveriş Merkezleri, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:13, Sayı:1., 203-219.

Diğer İnternet Kaynakları

<http://www.answers.com.>, Erişim 09.09.2018,

<https://emlakkulisi.com/plansiz-acilan-avmler-kapaniyor/189332>, Plansız Açılan AVM'ler Kapanıyor!, 31 Ağustos 2013 Proje Güncel, Erişim 10.09.2018.

<http://network.aia.org/retailandentertainment/home.>, Erişim 10.09.2018.

<https://www.businessht.com.tr.>, 07 04 2015., Erişim 10.09.2018.

<http://wwwistanbul.com.>, Mısır Çarşısı'nda Neler Var Neler! 7.2.2017, Erişim 10.09.2018.

<http://www.saint-petersburg.com.>, Erişim 12.09.2018.

<http://www.paristopten.com.>, Erişim 12.09.2018.

<https://en.parisinfo.com.>, Erişim 12.09.2018.

<https://www.historic-uk.com.>, Erişim 12.09.2018.

<http://www.bestourism.com.>, Erişim 12.09.2018.

<https://ieltsband7.com.>, (2017)., Erişim 13.09.2018.

<https://istanbultourstudio.com.>, Erişim 13.09.2018.

<http://www.ielts-practice.org.>,2017., Erişim 13.09.2018.

<https://www.grandturkishbazaar.com.>, Erişim 13.09.2018.

<http://www.istanbul.com.>, Erişim 13.09.2018.

FİNANSAL FAIR-PLAY KRİTERLERİNE UYUM SÜRECİ FUTBOL KULUPLERİNİN MUHASEBE UYGULAMALARINDA MANİPÜLATİF EYLEMLERİ TETİKLER Mİ?

Salih TUTAR¹

ÖZ

Futbol sektörü, başta Avrupa olmak üzere tüm dünyada hızla büyüyen ve ticarileşme gösteren bir endüstriye dönüşmüştür. Avrupa Futbol Federasyonları Birliği(UEFA), futbolun doğasını koruyarak, finansal sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla, “UEFA Kriterleri” olarak bilinen standartları yayınlamıştır. “Finansal Fair-Play” kriterleri, UEFA’ nın mali kriterlerini oluşturmaktadır. Futbolun saha dışına taşması, başka sektörlerle entegre olması ve ticari kaygıların hızla artması, tüm dünyada futbol sektörünün etik dışı büyümesine neden olmaktadır. Avrupa kıtasında finansal fair-play kriterlerini, birçok futbol kulübü karşılayamamakta ve bu bağlamda her yıl UEFA yaptırımlarına maruz kalmaktadırlar. Bu yaptırımlar kulüplerin beklenmedik büyük gelir kayıpları yaşamasına neden olmaktadır. Bütçe dışı maddi kayıplara giren kulüpler, finansal açıdan likidite sıkıntısı yaşamakta, dolayısıyla, kulüpler bundan sonra oluşabilecek yaptırımları engellemek adına, çeşitli önlemler almakta veya yeni bir bütçe yapılanması yoluna başvurumaktadırlar. Bu durum, futbol kulüplerimizin muhasebe sistemlerinin ürettiği finansal raporların yeniden gözden geçirilmesinin gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Çalışmada, bu yaptırımlardan kaçınmak amacıyla kulüplerin muhasebe uygulamalarında manipüle eylemlerin olma olasılığı “Hile Üçgeni Kriterleri” baz alınarak araştırılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Finansal Fair-Play, Finansal Raporlama, Hile Denetimi

Jel Kodları: M 41, M42

¹*Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi, salihtutar36@hotmail.com*

MAY ADAPTATION PROCESS TO FINANCIAL FAIR-PLAY'S CRITERIAS TRIGGER THE MANIPULATIVE ACTIONS IN ACCOUNTING APPLICATIONS ON FOOTBALL CLUBS?

ABSTRACT

The football sector has become an industry which is growing rapidly and commercialization all over the world, especially in Europe. Union of European Football Associations (UEFA) has published standards known as "UEFA Criteria" which is for to protect the nature of football and to ensure financial sustainability. The criteria of "Financial Fair-Play" is to constitute UEFA's financial criteria. Overflowing of football out of the field and integrating with other sectors, and the increasing commercial concerns rapidly has been caused the unethical growth of the football sector all over the world. Many football clubs can't fulfilling financial fair-play criteria in Europe and they are exposed to UEFA sanctions for every year in this context. These sanctions cause to experience unexpectedly large loss of income for the clubs. The clubs which are suffering unexpectedly losses out of own budget, they have been suffering from financial liquidity difficulties, therefore the clubs take various measures or have been seeking a new budget structure in order to prevent the sanctions that may arise thereafter. The financial reports which are produced by accounting systems of football clubs may be re-auditing for the necessity, in this context. The possibility of manipulating actions in the accounting practices of the clubs was investigated on the basis of "Triangle of Fraud Criteria" in order to avoid these sanctions in this study.

Key Words: Financial Fair-Play, Financial Reporting, Auditing of Fraud

Jel Codes: M 41, M42

GİRİŞ

On bir kişilik iki takım arasında oynanan, küre biçiminde özel bir topun eller kullanılmadan, rakip kalenin filelerine atılmaya çalışarak oynanan bir oyun olarak tanımlanan (Acet, 2005: 15) futbolun geçmişi M.Ö. 3000 yıllarına kadar uzanır. Önceleri savaşa hazırlanmak için Çin’de askerler tarafından oynanan oyun, günümüzde modern futbol yapısını ise İngiltere’de kazanmıştır. İngiltere’de örgütlenen futbolda eğitim kurumlarına ait takımların rolü çok önemli olmuştur. Altı farklı eğitim kurumu tarafından 1848 yılında oluşturulan Cambridge Kuralları günümüz modern futbolunun temelini oluşturmaktadır. Futbolun gelişme aşamalarında, hangi kurallar çerçevesinde sürdürüleceği konusunda farklı yaklaşımlar geliştirilmiştir. İlk futbol kulüplerinden biri olarak kabul edilen Sheffield kulübünün hazırladığı futbol kuralları bu duruma örnek olarak gösterilmektedir (Orejan, 2011: 21).

Zamanla Avrupa’ya oradan da tüm dünyaya yayılan futbol, pazar payını genişletmiş ve liberal ekonomik politikalar ile globalleşen piyasalarda önemli bir yer edinmiştir. Toplum tarafından en çok sevilen ve izlenen spor dalı olması, futbol ekonomisinin bugünkü ticari boyutunu elde etmesinin en temel nedenlerinden biri olmuştur. Endüstriyel futbolda en önemli gelişme televizyon sektörüyle girilen ortaklık ilişkisidir (Arık, 2008: 201).

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) “Futbol Sektörü Aracılığı İle Kara Para Aklama” başlıklı raporunda futbol ekonomisinin aksayan ve hileli yönünü ortaya çıkarmıştır. Rapor kapsamında futbol sektörünün, son yıllarda eğlence sektörü olmaktan çıkıp; her geçen gün küreselleşen büyük bir endüstri haline dönüştüğü vurgulanmıştır. Futbol ekonomisinin gittikçe büyüyen piyasalardaki payı, bu sektöre yapılan yatırımları da artırmaktadır. Artan yatırımlar beraberinde suç aktörlerinin de gelişen bu piyasaya girmelerine neden olmaktadır. OECD’nin raporunda da, futbol sektöründeki büyük para akışı ile beraber, hile, yolsuzluk, kara para aklama ve vergi kaçırma gibi olayların bu sektöre girdiği ifade edilmektedir (www.fatf-gafi.org).

Gelişen futbol, küreselleşen ekonomi ve liberal politikaların desteğiyle faaliyet alanlarını genişleterek, portföylerini arttırmıştır. Saha dışına taşan futbol ekonomisi, otomatik olarak mali disiplini de gerekli kılmıştır. Avrupa Futbol Federasyonları Birliği (UEFA), futbol kulüplerinde mali disiplini sağlamak amacıyla, “Finansal Fair Play Düzenlemesi” (FFP) olarak adlandırılan uygulamayı, 2013-2014 sezonundan itibaren, futbol kulüplerinin sürekliliğini sağlamak için yürürlüğe koymuştur. Düzenleme kapsamında, futbol kulüplerinin uyması zorunlu bir takım mali kriterler belirlenmiş, kriterlere uyulup uyulmadığının izlenmesi için ise bir kurul görevlendirilmiş ve bu kriterlerin ihlali durumunda da yaptırımlar öngörülmüştür (Duğan, 2006: 54) . Bu bağlamda çoğu ülke “Finansal Fair Play Kriterlerinin” sadece mali yönünü ele alsada; UEFA tarafından yapılan düzenlemede bu kriterler ile ulaşılmak istenen asıl amacın; “Kulüpleri mali açıdan düzenleyerek spordaki etik düzeni sağlamak.” olduğu belirtilmiştir.

İlk kez Joseph T. Wells tarafından ileri sürülerek kullanılan ve daha sonra Donald R. Cressey tarafından geliştirilen, “Hile Üçgeni” hipotezi; hilenin ortaya çıkma olasılığını ortaya koyan veya hile gerçekleştirilirken var olan koşulları açıklamaya çalışan bir hipotez olup, “Finansal Fair-Play Kriterleri” ne uyum süreci kapsamındaki bu çalışma, “Hile Üçgeni” hipotezi üzerinde yürütülmüştür.

1. FİNANSAL FAIR-PLAY: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

UEFA, bir futbol kulübünün lisans alabilmesi için, dört başlık altında toplanan kriterler belirlemiştir. Bu kriterler; Sportif Kriterler, Personel Kriterleri, Hukuki Kriterler ve Mali Kriterlerdir. Bu bağlamda UEFA, mali kriterleri “Finansal Fair Play” ismiyle düzenlemiştir. UEFA, Avrupa futbol kulüplerinin uyması gereken mali kriterleri açıklayan kurallar bütünü olarak “Finansal Fair Play” kuralları isimli çalışmayı, 2010 yılında yayınlamış ve bu kriterlerin ilk uygulamalarına 2011 yılında başlamıştır.

“Finansal Fair Play” kurallarının başlıca amaçları aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır (<http://www.uefa.org>):

- Kulüplerinin mali yapısını daha disiplinli ve optimum bir yapıya kavuşturmak.
- Oyuncu maaşlarıyla oluşan transfer ücretlerinin üzerindeki baskıyı azaltarak, ülkede oluşabilecek enflasyonun, kulübün finansal yapısına etkisini azaltmak.
- Futbol kulüplerinin, borçlanarak rekabet etmek yerine; kendi gelirleriyle rekabet etmelerini sağlamak.
- Genç takım ve beraberinde genç oyuncuların yetiştirilmesini ve altyapı çalışmalarının yatırımlarını teşvik etmek.
- Avrupa’daki tüm futbol kulüplerinin sürekliliğini sağlamak.
- Borçların zamanında ödenebilmesi için güçlü bir finansal yapı oluşturmak.

“Finansal Fair Play” uygulamalarında önem arz eden kavramlar ise aşağıda tanımlanmaktadır.

İzleme Dönemi: T dönemi, futbol müsabakalarının başlayıp bittiği sezon için muhasebe döneminin sonundaki raporlama evresini ifade etmekte olup, muhasebenin dönemsellik kavramıyla ilişkili olarak, T+1, T, T-1, T-2, T-3 ve T-4 şeklindeki dönemler halinde değerlendirilmektedir.

İlgili Gelirler: “Finansal Fair Play” kriterlerinin kontrolü açısından ilgili gelirlerin neler olduğunu belirlemek, mali yapı açısından önem arz etmektedir. Bu bağlamda UEFA, ilgili gelirleri aşağıdaki şekilde sıralamaktadır(TFF, 2011: 22):

- Gişe hâsılatları, satış indirimleri ve tüm vergiler düşüldükten sonra kaydedilmelidir.
- Yayın haklarından doğan gelirler.
- Tüm reklam ve sponsorluk gelirleri.
- Sürdürülen ticari faaliyetlerden doğan gelirler (lisanslı ürün satışları vb.).

- Yardımcı faaliyetlerden doğan gelirler (Duran varlık satışları, TFF ödenekleri, UEFA ödenekleri vb.).
- Bonservis gelirleri.
- Finansman faaliyetlerinden doğan gelirler.

İlgili Giderler: Tıpkı gelirler de olduğu gibi, “Finansal Fair Play” kriterlerinin kontrolü açısından ilgili giderlerin neler olduğunu belirlemek, kulüplerin mali yapıları açısından önem arz etmekte olup, UEFA, ilgili giderleri aşağıdaki şekilde sıralamaktadır (TFF, 2011: 22):

- Satışlar için yapılan harcamalar,
- Personel Ödemeleri,
- Diğer yardımcı faaliyetlerin giderleri,
- Tüm amortisman giderleri ve oyuncu lisanslarına yapılan giderler,
- Finansman Giderleri,
- Kâr Payı Dağıtımları.

Ayrıca mali olmayan varlıklar, maddi ve maddi olmayan duran varlıklarda amortisman, alt yapı ile genç takım faaliyetlerine ve sosyal faaliyetlere yapılan harcamalar, duran varlıkların inşası ve yapılmakta olan yatırımlar için katlanılan finansman ve tüm vergi giderleri ile futbol harici tüm faaliyetlerin giderleri bu sınıflamalardan ayrı tutulmaktadır (TFF, 2011: 46).

Başa baş Noktası Kuralı (Denk Hesap Şartı): Toplam gelirlerin, toplam giderlerden fazla olduğu durum, başa baş fazlasını; tersi bir durum, başa baş açığını; toplam gelirlerin toplam giderlere eşit olması durumu ise, işletmenin başa baş noktasında olduğunu ifade etmektedir (Mieritz, 2014: 51). Bu bağlamda UEFA tarafından kural gereği izleme döneminde (üç raporlama dönemi), ilgili gelir ve gider olarak kabul edilen kalemlerin toplam tutarları arasındaki fark alınarak, başa baş açığı veya başa baş fazlası hesaplanmaktadır. Başa baş açığı noktasında UEFA, kabul edilebilir zararı 5 milyon Euro olarak belirlemiş olup, yıllık geliri 5 milyon Euro'nun altında olan kulüpleri de, bu uygulamadan muaf tutmaktadır.

2. FİNANSAL FAİR PLAY KRİTERLERİ VE YAPTIRIMLAR

Futbolun gün geçtikçe büyümesi, saha dışına taşması ve ekonomik hayatla entegrasyonu, kulüplerin mali ve yönetim yapısında önemli sorunları ortaya çıkarmakta ve bu durum futbolun yozlaşmasına neden olmaktadır. Hızlı ve kontrolsüz bir ekonomik büyüme sonucu meydana gelecek plansız borçlanma, yönetimsel hataları, alt yapı ihmallerini ve bundan dolayı da futbolun zarar görmesini sağlamaktadır. Bu tür olumsuzlukların önüne geçmek ve futbolun sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla UEFA, 8 yıl önce bazı kurallar ile beraber yaptırımlarını gündeme getirmiş ve uygulamaya sokmuştur. Bu kuralları dört ana başlık altında toplayan UEFA, bu kriterlerin denetimini de üstlenmektedir (Ekinci, 2013: 42).

- Sportif Kriterler: Kulüplerdeki genç takımları üst liglere hazırlayarak, bu oyuncuların akademi liglerine entegrasyonunu sağlamak.
- İdari Kriterler ve Personel Kriterleri: Futbol kulüplerinin kalifiye ve alanlarında yetişmiş elemanları istihdam etmelerini sağlamak.
- Hukuki Kriterler: Futbol kulüplerinin tüzük yapısının doğru olmasını sağlamak
- Finansal Kriterler: Futbol kulüplerinin finansal yapılarının saydam, gerçekçi, daha güçlü ve optimum bir borç yapısına sahip olmalarını sağlamak (UEFA, 2015: 26-32).

UEFA'nın yayınlamış olduğu mali kriterleri, "Finansal Fair Play" başlığı altındaki düzenlemelerle sağlamaktadır. "Finansal Fair Play" ise kendi içinde, temel şartlar, gösterge şartları ve ek göstergeler olarak üç alt başlık altında incelenmektedir.

Temel şart olarak denk hesap şartı; kulüplerin gelir ve giderlerinin birbirine denk olmasıdır. Denk hesap sonucunun (gelirler-giderler) pozitif olması şartları sağlamak için gereklidir. Denk hesap açığına sahip kulüpler ise, bu açığı kapatabilmeleri için, beş milyon Euro'luk bir opsiyon koyulmuştur. Kabul edilebilir bu sapma, her izleme dönemi için ayrı ayrı hesaplanmaktadır.

Gösterge ihlalleri olarak üç adet gösterge standardı bulunmaktadır. Kulüplerin bu standartlara uymaması durumunda, UEFA tarafından ek bilgi ile belge talep edilmekte ve kulüpler detaylı bir denetime tabi tutulmaktadır. Bu gösterge ihlallerinden birincisi, işletmenin devamlılığıdır. Sunulan yıllık veya ara dönem mali tabloları hakkında bağımsız denetçinin raporunda işletmenin devamlılığı hakkında şartlı veya olumsuz görüş içermemesi gerekir. İkinci şart, kulübün öz sermayesinin negatif olmamasını belirtir. Son olarak üçüncü şart ise, vadesi geçmiş borçlar standardı olup, bu standart, kulüplerin çalışanlarına (oyuncular ve idari, teknik, tıbbi, güvenlik personeli...) ve transfer faaliyetleriyle ilişkili diğer futbol kulüplerine karşı, vadesi geçmiş borcunun bulunmaması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Ek göstergeler ise aşağıdaki gibi iki başlık altında toplanmaktadır:

- Dönemsel olarak tüm personele ödenecek ücret, maaş, prim gibi ödemeler toplamı, o dönemin toplam gelirinin %70' ini geçmemelidir.
- Bir dönemin borç toplamı, o dönemin toplam gelirini aşmaması gerekmektedir.

Bu kriterlere uyulmaması sonucu, UEFA bünyesinde oluşturulmuş, Kulüp Finansal Kontrol Kurulu (Sodemann, 2012: 54) tarafından "Finansal Fair Play" kriterlerine uyum düzeyleri incelenmektedir ve değerlendirmeler sonucunda, UEFA tarafından kulüplere, bir takım yaptırımlar uygulanabilmektedir. Başlıca yaptırımlar; uyarı, kınama, para cezası, puan silme, UEFA gelirlerine el koyma, yeni oyunculara lisans vermeme, UEFA müsabakalarında oynatmama, kadroda yer alacak oyuncu sayısı belirleme, finansal açıdan sınırlama, turnuvadan men etme, unvan ve ödüllerin geri alınması olarak sayılabilir. Diğer taraftan kulüpler, ilgili kriterleri ilerleyen dönemlerde yerine

getireceklerini taahhüt ettiklerinde ise, bu yaptırımlarda indirimlere gidilebileceği de ayrıca belirtilmektedir.

Yukarıdaki paragrafta üzerinde durulan mali kriterler ve bu bağlamda uygulanacak yaptırımlar aşağıdaki tabloda özet olarak gösterilmektedir.

Tablo 1: FFP Kriterleri ve Yaptırımlar

	KURAL	AÇIKLAMA	YAPTIRIM
Temel Şart	Denk Hesap Şartı	Baş baş açığı belli bir sınırı aşmamalıdır (5.000.000 £)	Para cezası, puan silme, UEFA gelirlerine el koyma, UEFA maçlarında oynatmama, transfer yasağı, UEFA turnuvalarından men, uyarı.
Gösterge Şartları	İşletmenin Devamlılığı	Denetçi görüşü şartlı veya olumsuz olmamalıdır	Mevcut finansal bilgilerin ve ileriye dönük bir yıllık güncel bütçelenmiş finansal bilgilerin istenmesi.
	Eksi Öz Sermaye	Öz sermaye negatif olmamalıdır	Mevcut finansal bilgilerin ve ileriye dönük bir yıllık güncel bütçelenmiş finansal bilgilerin istenmesi.
	Vadesi Geçmiş Borçlar	Vadesi geçmiş borç bulunmamalıdır	Mevcut finansal bilgilerin ve ileriye dönük bir yıllık güncel bütçelenmiş finansal bilgilerin istenmesi.
Ek Göstergeler	Ücret Giderleri/ Gelir	Çalışanlara ödenen ücret; gelirlerin %70'ini aşmamalıdır.	Ek bilgi talep edilmesi.
	Net Borç/Gelir	Cari borçlar, cari dönem net gelirlerin %100'ünü aşmamalıdır.	Ek bilgi talep edilmesi.

3. FİNANSAL FAIR-PLAY KRİTERLERİNE UYUM SÜRECİ İLE HİLE ÜÇGENİ ENTEGRASYONU

Hata; dalgınlık, dikkat etmeme, ihmal etme, deneyimsizlik veya yeterli bilgiye sahip olmama sonucu muhasebe işlemlerinde, kayıtlarında, belgelerinde ve hesaplarında yapılan kasıt içermeyen yanlışlıklar olarak tanımlanmaktadır. “Hata” ile “hile” arasındaki temel fark, kasıt unsurudur. Hile ise üçüncü kişilerden haksız yarar sağlamak amacıyla yapılan aldatıcı eylemlerdir. İşletmelerin sahip ve ortakları ya da müdürleri, daha hilenin varlığından şüphe etmeye fırsat dahi bulamadan, söz konusu hileye ve bununla beraber büyük kayıplara uğrayabilmektedirler. Hileli mali işlemler değişik şekillerde karşımıza çıkabilmekte ve finansal raporlamanın birçok alanına uygulanabilmektedir. Hileli mali rapor hazırlanmasında farklı nedenler olsa dahi, hileli mali raporlar dört ana nedene dayandırılabilir. Bunlar, gerçek olmayan kâr yaratılması, gelirlerin ayarlanması, vergiden kaçınma ve borcu saklama olarak sıralanmaktadır (Karabınar ve Akyel, 2009: 692).

İşletmelerde hileler genel olarak aşağıdaki gibi beş başlık altında toplanmaktadır (Karabınar ve Akyel, 2009: 695):

- *Çalışan Hileleri:* İşletmenin çalışanlarının, işletmenin varlık ve kaynaklarını kendi menfaatleri doğrultusunda haksız biçimde ele geçirmeye yönelik faaliyetlerde bulunmalarını ifade etmektedir.
- *Yönetim Hileleri:* Yönetimdeki üst kadrolar tarafından, işletmenin mali tablolarını kullanarak, üçüncü kişileri veya devleti aldatmak amacıyla yapılan hileler olarak tanımlanabilmektedir.
- *Satıcı Hileleri:* İşletmeye mal veya hizmet satan tarafların satın alan işletmeyi kandırmak amacıyla yaptığı faaliyetlerdir.
- *Müşteri Hileleri:* İşletmeden mal veya hizmet satın alan müşterilerin, işletme tarafından kandırılmasını ifade etmektedir.
- *Yatırım Hileleri:* Yatırımcıların muhasebe hileleri ile yanıltıcı mali tablolar hazırlanarak, değersiz ya da gerçekte olmayan yatırımlara yönlendirilmesi eylemleridir.

Sıralanan tüm hile çeşitleri, işletmeden işletmeye yapısal olarak değişiklik göstermekle beraber; yatırım hileleri, müşteri hileleri ve yönetsel hileler, genellikle muhasebe sistemleri kullanılarak yapılmaktadır. Farklı hile çeşitleri, birden çok özellik barındırabilmektedir. İşletmelerde farklılık gösteren bu hilelerin yapıları her ne kadar farklılık arz etse dahi, bu hilelere kaynak oluşturan muhasebe hilelerinin ortaya çıkış nedenleri ise aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir:

- Temettüyü ortaklardan kaçırmak veya tam terine ortakları tatmin etmek için fazla kâr dağıtmak.
- Yolsuzlukları ve zimmeleri gizlemek.
- Hak edilmeyen teşviklerden yararlanmak.

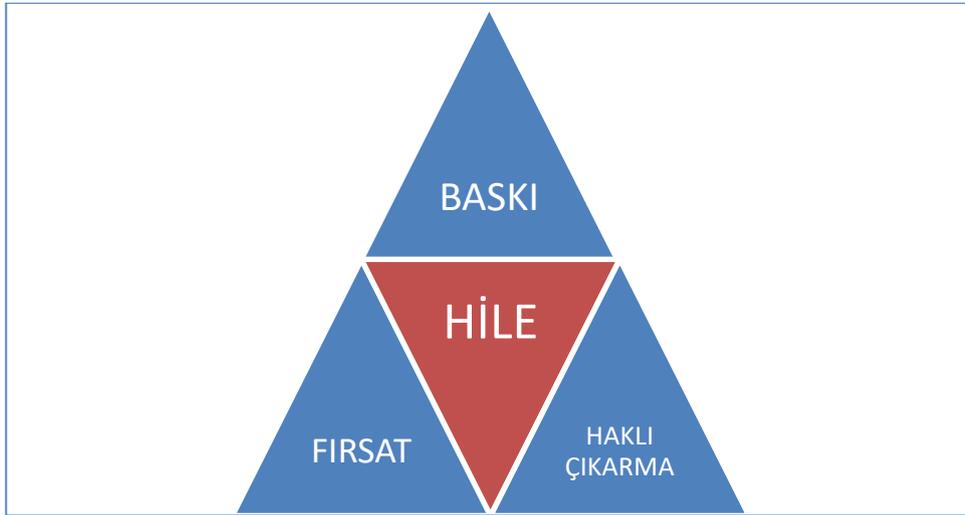
- Vergi erteleme ve vergiden kaçınma fırsatları oluşturmak.
- Sermaye kaynaklarına daha kolay ulaşabilmek.
- Borsada hisse senetlerinin fiyatlarını arttırarak, şirketin piyasada değerini yükseltmek.
- Yeni sermaye fırsatları için, yeni ortak arayışlarına girmek.

Hilenin yapılma nedenleri adına yapılan araştırmalarda, işletmeden işletmeye yüzlerce neden sıralanmakta ve bu durum, denetçi açısından hilenin tespitini de zor bir süreç haline getirmektedir. Dolayısıyla SAS 99 (Statements of Auditing Standarts) (<http://www.hkicpa.org.hk/>), denetçilere yol göstermek adına, hile üçgeni olarak adlandırılan 3 risk sınıfı tanımlamaktadır. Ayrıca IAS 240' da (International of Auditing Standarts), bu üç nedeni, hile için denetçinin elinde bulunması gereken anahtarlar olarak görür. Bu bağlamda hilenin neden yapıldığını anlamak için Joseph T. Well tarafından ortaya atılan ve Donald R. Cressey tarafından geliştirilen "Hile Üçgeni" (Cressey, 1960: 84) incelenmesi gereken bir konu olup, potansiyel kırmızı bayraklar tartışmasında da "Hile Üçgeni" önem arz etmektedir. Hile üçgeni hipotezine göre, hilenin var olduğu ortamda bulunan üç neden;

- Baskı,
- Fırsat,
- Haklı Çıkarma şeklinde belirlenmiştir.(Cressey, 1954: 741)

Yukarıda sıralanan unsurlar, hilenin oluşma nedenlerini sınıflandırmakta ve aşağıdaki biçimde şekillendirilmektedir:

Şekil 1: Hile Üçgeni



Kaynak: Karabınar S. Akyel N. (2009). Hileler Ve Muhasebe Denetimindeki Yeri, I. Uluslararası Balkanlarda Tarih ve Kültür Kongresi. Kosova.

3.1. Baskı Unsuru ve Finansal Fair Play

Baskı unsuru, gerek işletme sahip ya da ortakları veya işletme çalışanları üzerinde çeşitli nedenlerle var olan baskılardır. Bu baskılar, kişisel ihtiyaçların, etik duygulardan, tabi olduğu

organizasyonun ihtiyaçlarından ve hedeflerinden daha önemli hale gelmesine neden olur (Vona, 2008: 8). Gelir ve prestij kaybı, performansa dayalı ücretlendirme, kâr hedefli politikalar, çalışanın ya da işletmenin içinde bulunduğu olumsuz mali durum, işletmenin likidite zayıflığı ve gelecek korkusu gibi nedenler, baskı unsuruna kaynak teşkil etmekte ve bu finansal baskılar manipülatif eylemleri tetikleyebilmektedir.

“Finansal Fair-Play” kapsamında, UEFA tarafından, uygulanan bazı yaptırımlar, kulüpler üzerinde gelecek açısından ciddi bir korku yaratmakta ve bu durum özellikle Türkiye’deki gibi orta düzey gelire sahip kulüplerde önemli bir ekonomik baskı unsuru oluşturmaktadır. Bu bağlamda geçmiş birkaç yılda Türkiye’de bulunan kulüplere uygulanan yaptırımlar şöyle özetlenebilir.

- 2013-14 sezonunda Bursaspor’a 200 bin Euro para cezası,
- 2014-2015 sezonunda Beşiktaş’a 5,5 milyon Euro’luk cezai yaptırım ödemesi,
- 2013-2014 sezonunda Trabzonspor’a 200 bin Euro’luk para cezası gibi örnekleri sayıca arttırabiliriz.

UEFA tarafından uygulanan söz konusu yaptırımlar kulüpler üzerinde ekonomik kaygılara ve beklenmedik gelir kayıplarına neden olmaktadır. Bu yaptırımlar futbol kulüpleri üzerinde, dominant şekilde hile üçgeninin baskı ayağını oluşturmaktadır.

3.2. Fırsat Unsuru ve Finansal Fair Play

İç kontrol sisteminin yetersizliği, güvenlik önlemlerinin zayıflığı, şeffaf olmayan işletme ve muhasebe politikaları, yönetimin ihmalkâr davranışları, denetimin yetersiz olması, muhasebe uygulamalarında standartların tam olarak belirlenmemesi ve belirlenen standartlara uyumun kontrolündeki zayıflıklar gibi nedenler hile üçgeninin fırsat unsurunu oluşturmaktadır (Bozkurt, 2009: 113-125).

Yazarlar tarafından, fırsat unsurunun da, “Finansal Fair-Play” açısından irdelenmesi gereken bir konu olduğu düşünülmektedir. Zira UEFA, kulüplerden, her ülkede uygulanmakta olan finansal raporlama sistemi üzerinden raporlama talep etmektedir. Bu durum; ülkeden ülkeye muhasebe uygulamalarında farklılıkları ortaya çıkarmakta ve sistemsiz oluşan bu farklılıklarla beraber, standart bir denetimden de uzaklaşmaktadır. Bu farklılıklar “Hile Üçgeni”nin fırsat ayağını oluşturabilmektedir.

Türkiye’de spor kulüplerinin muhasebe ve finansal raporlama sistemleri, “Tek Düzen Muhasebe Sistemi”, “Türkiye Muhasebe ve Finansal Raporlama Standartları” ve “BOBİ FRS” gibi üç ayrı finansal raporlama sistemi ile kulüpten kulübe farklılık göstererek raporlanmaktadır. Kulüplerde “Tek Düzen Muhasebe Sistemi” neden “BOBİ FRS”ye veya “Türkiye Muhasebe ve Finansal Raporlama Standartları”na geçiş süreci de muhasebe ve finansal raporlama süreçlerinde bazı bilinmezliklere ve şeffaflıktan kaymalara neden olabilmektedir. Ülkede var olan üç ayrı finansal raporlama sisteminin

varlığı ve bu sistemlerin iki tanesinin ülkede yeni uygulanması, “Hile Üçgeni”nin fırsat ayağını oluşturabilecek bir diğer neden olarak görülebilir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Hızla büyüyen ve gelişen futbol sektörü; çarpık ve dengesiz bir büyümeyi, dengeli bir rekabet ortamının kurulamamış olmasını, kulüplerin mali yapısının bu büyümeye hazırlıklı olmamasını, hukuksal ve yönetsel yetersizlikleri de beraberinde getirmektedir. Bu durum birçok ülkede, futbol federasyonlarının yeterli kontrol sağlayamamasını ve siyasi güçlerin futbol üzerindeki etkin gücünü artırmaktadır. Ülkeden ülkeye farklılaşan bu nedenlerin doğurduğu sorunlar, futbol sektöründeki başarıların önüne geçerek, futbol ekonomisini gölgelemekte ve baltalamaktadır.

Futbol ekonomisinin hızlı yükselişi karşısında ortaya çıkan bu sorunların çözümünde veya bu sorunları doğmadan engellemek adına, UEFA(Avrupa Futbol Federasyonları Birliği), “Finansal Fair Play Kriterleri” başlıklı, mali kriterler yayınlamış ve “Avrupa Futbol Federasyonları Birliği” ne bağlı futbol kulüplere bu bağlamda finansal raporlama yapma zorunluluğu getirmiştir. Bu kriterlere uyulmaması sonucu UEFA’nın uyguladığı yaptırımlar, kulüpler açısından beklenmedik ve ciddi boyutlara ulaşan gelir kayıplarına neden olmaktadır. Kulüplerin maruz kaldığı bu yaptırımlar sadece gelir kayıplarına neden olmamakta; uzun dönemde de öngörülemeyen giderleri beraberinde getirmektedir.

Futbol ekonomisindeki sorunların ve dolaylı olarak manipülasyona neden olan durumların önüne geçilebilmesi için, kulüpler yönetsel kararlar alarak, kulüp organizasyonunu söz konusu kararlar doğrultusunda şekillendirmelidir. Yönetimsel anlamda alınacak kararlar şunlar olabilir:

- Kulüplerin gelir kaynakları çeşitlendirilerek, gelir kaynaklarına ulaşım kolaylaştırılabilir,
- Maliyet ve pazar odaklı bir yönetim anlayışı ile günümüz piyasalarına adaptasyon sağlanabilir,
- Optimum bir sermaye yapısı kurularak, borçlanmanın kontrol altına alınması sağlanabilir,
- Kulüp içinde etkin ve etkili bir iç denetim sistemi kurularak, kurumsal yönetim sistemi güçlendirilebilir ve
- Avrupa Futbol Federasyonları Birliği’ ne bağlı tüm ülkelerde geçerli olacak şekilde, spor kulüplerine yönelik bir uluslararası finansal raporlama standardı oluşturulması gerektiği ve bu standart doğrultusunda kulüplerin denetime tabi tutulabileceği düşünülmektedir.

Sonuç olarak, Çalışmada, Finansal Fair Play yaptırımları, “Hile Üçgeni”nin üç ana unsuru kapsamında incelendiğinde; “Baskı” unsurunun dominant bir yapı izlediği ve ikinci unsur olarak da, “Fırsat” unsurunun bunu takip ettiği söylenebilir. Beklenmeyen gelir kayıpları ve uzun dönemli giderler,

futbol kulüpleri üzerinde mali baskı oluşturmakta ve bu durum, “Hile Üçgeni”nin “Baskı” unsuruna ayak basmaktadır. Ayrıca ülkeden ülkeye farklılık gösteren finansal raporlama sistemleri ve farklılaşan bu sistemler üzerinde zorlaşan mali denetim “Hile Üçgeni”nin “Fırsat” unsuruna işaret etmektedir. Çalışma kapsamında, “Hile Üçgeni”nin son unsuru olan “Haklı Çıkarma” unsuruna dair, Finansal Fair-Play açısından kaynak teşkil eden bir neden bulunamamıştır. Günümüz futbol kulüpleri açısından, “Hile Üçgeni” nin üç unsurundan ikisini tetikleme olasılığına sahip, Finansal Fair-Play kriterlerine uyum süreci, futbol kulüplerinin geleceği açısından önem arz etmektedir. Bu yönüyle çalışma sonucunda ortaya çıkan bu durumun, denetçiler açısından da titizlikle üzerinde durulması gereken bir konu olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Acet, M. (2005). *Sporda Saldırganlık ve Şiddet*. İstanbul. Morpa Yayınevi.
- Arik MB (2008). Futbol ve Televizyon Bağı: Simbiyoz Beslenme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*.
- Bozkurt, N.(2009). *İşletmelerin Kara Deliği Hile Çalışan Hileleri*. İstanbul: Alfa Basım Yayımlarını Dağıttım.
- Cressey, D. R. (1950). The criminal violation of fi nancial trust . *American Sociological Review* 15 (6) .
- Cressey, D. R. and Sutherland, E. H. (1960) *Principles of Criminology*. Philadelphia: Lippincott .
- Duğan, Ö. (2006). *Spor Yöneticilerinin Etik Kod Analizi: Ölçek Geliştirme Çalışması*. Celal Bayar Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, Manisa.
- Ekinci, S. (2013). *Finansal Fair Play Türkiye Uygulamaları*. Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Karabınar S., Akyel N. (2009), *Hileler Ve Muhasebe Denetimindeki Yeri*, 1. Uluslar arası Balkanlarda Tarih ve Kültür Kongresi Bildiriler Kitabı. Kosova.
- Mieritz, J. G. & Helde, E. M. (2014), *UEFA Financial Fair Play - A legal and economic analysis of UEFA's Financial Fair Play Regulations' effect on the competition in European football*. Copenhagen Business School. Denmark.
- Orejan J. (2011), *Football/Soccer: History and Tactics*. Jefferson, NC: McFarland.
- SAS 600, Erişim tarihi: 10 Aralık 2017
http://www.hkicpa.org.hk/file/media/section6_standards/standards/sas600.pdf
- Sodemann C. (2012), *The UEFA Financial Fair Play Regulations - And its effect on Danish football clubs*. Cand. Soc. Creative Business Processes, Copenhagen Business Schooli Denmark
- UEFA Club Licensing and Financial Fair Play Regulations*. (2015), UEFA

UEFA Kulüp Lisansı ve Mali Fair Play- Kulüp İzleme Süreci İçin El Kitabı. (2011). TFF. Cilt 3.

UEFA Resmi Sitesi, Erişim tarihi: 8 Aralık 2017 (<http://www.uefa.org/protecting-the-game/clup-licensing-and-financial-fair-play/index.html>)

Vona, L. W. (2008). *Fraud Risk Assessment*, John Wiley&Sons Inc, New Jersey.

TÜKETİCİ SATIN ALMA KARAR SÜRECİNDE AMBALAJIN YERİ VE ÖNEMİ

FİLİZ ÖZEN¹

ÖZ

İnsanoğlu tüketim eyleminin gerçekleştiği her dönem ambalaj ve ambalajlama ile ilişki içinde olmuştur. Günümüzde ambalaj sadece tüketime yönelik ürünlerin satışını arttıran, bunun sonucunda da işletmelerin satışlarını yükselten bir araç olmanın dışında; gelişmekte olan ekonomilerde, sınırlı olan kaynakların değer kaybına uğramadan tüketicilere sunulmasını da sağlayan bir araç işlevini üstlenmektedir. Üretici firmaların bunu göz önüne alarak, ürünün kalite standartlarından başlayarak ambalaja, yani ürünün vitrinine kadar aynı kaliteyi yansıtmayı gereklidir. Bu makalenin amacı, tüketicilerin satın alma karar sürecinde ambalajın yeri ve önemini belirleyebilmektir. Bu amaçla araştırma dahilinde ambalajın tüketici satın alma kararı üzerine etkisini belirlemeye yönelik çeşitli tüketicilerden anket aracılığı ile veriler toplanmıştır. Anket çalışması İstanbul'da çeşitli alışveriş merkezleri ve marketlerde toplam 100 kişiye uygulanmıştır. Elde edilen veriler, özellikle sosyal bilimlere yönelik çalışma ve araştırmalarda sıkça kullanılmakta olan istatistik paket programlarından SPSS aracılığı ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına bağlı olarak elde edilen bulgulara göre; tüketicilerin özellikle sıvı ürünlerde sızıntı yapmayan ambalajlar istemekte olduğu, firmaların konunun bu boyutuna önem vermeleri gerektiği, ambalajın tek başına sadece bir reklam unsuru olmadığı, aynı zamanda dikkat çekici özelliği olması sebebiyle ambalaj renklerine önem verilmesi gerektiği, bununla beraber, çevreyi koruyan, geri dönüşümlü ambalajların kullanımı yönünde hem üreticilerin, hem de tüketicilerin teşvik edilmesi gerektiği, ayrıca özellikle gıda ürünleri üretim ve satışı alanında faaliyet gösteren şirketlerin hitap ettikleri pazarlarda tüketicilerin bu konuda bilinçli ve dikkatli olmasını sağlamak için panel, eğitici televizyon programları vs. gibi organizasyonlar düzenlemesi gerektiği, nihayetinde satın alma kararında ambalajın etkisinin gözardı edilmemesi gerektiği gibi bulgular elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Satın alma, Ambalaj, Satın alma kararı.

Jel Kodları: M12, M27

¹Doktora Öğrencisi, Nişantaşı Üniversitesi, filizozen@hotmail.com

THE IMPORTANCE OF PACKAGING IN THE PROCESS OF PURCHASING DECISION

ABSTRACT

During every period when the action of consuming is realized, humanity has been in relation with package and packaging. Today, packaging is not only the means for increasing the sales of consumer goods and thus increasing the sales of enterprises; it also functions as the means for offering the resources which are limited in developing economies to consumers without undergoing value loss. Taking this into account, manufacturers should reflect the same quality standard both to the product and to its packaging which is the showcase of the product. The purpose of this article is to determine the place and importance of packaging in the purchasing decision process of consumers. For this purpose, data were gathered through questionnaires from various consumers in order to determine the effect of the package on consumer purchasing decision within the research. The questionnaire was applied to a total of 100 people in various shopping malls and markets in Istanbul. The data we have obtained have been analyzed by SPSS from statistical package programs which are frequently used in studies and researches especially for social sciences. According to the findings obtained by the results of the analysis; consumers demand packagings that do not leak especially in liquid products, companies should pay attention to this aspect of the subject, packaging is not only an advertising element alone, but it is also a remarkable feature that its colors should be given importance, both the manufacturers and the consumers should be encouraged to use recyclable packages that protect the environment, on the other hand, within the markets which are addressed by manufacturers or vendors of food products, programs such as panels and educational television programs should be organized to ensure that the consumers are conscious and careful in this regard and that eventually the effect of packaging upon purchasing decision should not be ignored.

Keywords: Purchasing, Packaging, Purchasing Decision.

JEL Codes: M12, M27

GİRİŞ

Tüketici davranışı ihtiyacın hissedilmesi anından başlayarak ihtiyacın karşılanması için satın alınan mal ve hizmeti kullanılması, kullanıldıktan sonra ondan sağlanan faydanın göz önünde bulundurularak ölçülmesi ve yorumlanmasına değin geçen süreç olarak pazarlamanın konusu olmuştur. Tüketim davranışındaki artış ve tüketicinin satın alma aktivitesi esnasındaki davranışları, bu konuyu önemle ele almayı gerektirmektedir.

Teknolojik gelişmeler ve yeni uygulamalar, globalleşmenin bir sonucu olarak neredeyse tüm dünyayla ticarete açılan tüketici için karar sürecinde değişikliklere sebep olmaktadır. Bütün bunlar olurken, teknolojik değişime ayak uyduracak ve tüketiciye karar vermede yardımcı olacak ambalajın önemi de her geçen gün şekil değiştirmektedir. Ambalajlar, her ürün için farklılık gösteren yapılara sahip olmakla beraber gelişme konusunda da aynı hızla yol kat etmektedir.

1. BÖLÜM- KAVRAMLAR ve LİTERATÜR TARAMASI

Bu makalede yer alan kavramlar tüketici, tüketici davranışı, tüketici satın alma karar ve tutumları ile süreci, tüketici davranışını etkileyen faktörler ve ambalaj kavramlarıdır. Tüketici, iktisadi mal ve hizmetleri belirli bir bedel karşılığında satın alarak kullanan kişidir(Acar, 1992: 361). Buna göre bir kişinin tüketici sayılabilmesi için; ortada iktisadi bir mal veya hizmet olması, bu malı bir bedel ödeyerek satın alması ve kullanması şarttır.

Tüketici davranışı ise; tüketicinin özellikle ekonomik ürün ve hizmet satın almave kullanımına yönelik kararları ile bu karar ve tutumuna istinaden gerçekleştirdiği faaliyetler olarak tanımlanabilir. Tüketici satın alma karar sürecini ise tüketicinin bir ihtiyacı hissetmesinden satış sonrası değerlendirmeye kadar geçirdiği süre olarak tanımlayabiliriz.

Tüketicinin davranışı çeşitli satın alma süreci model ve yaklaşımları ile açıklanmıştır. Eğer satın almayı sorun çözme olarak gören bir yaklaşımla konuyu ele alacak olursak, satın alma eylemini gerçekleştiren kişi yani alıcı beş aşamada hareket eder. Öncelikle tüketici bir ihtiyacın varlığını hisseder. Ardından bu ihtiyacını karşılayabilmek adına alternatiflerini belirler. Belirlediği bu alternatifler listesini fayda-maliyet ve kolaylık-zorluk açılarından değerlendirir. Değerlendirme sonucu ihtiyacı olduğunu düşündüğü mal ve/veya hizmeti satın almaya karar verir ve tüketici bu süreci tamamlamış olur. Bununla beraber süreç satın alma aktivitesi ile tamamlanmaz; çünkü her bir satın alma eylemi ardından tüketicide oluşan, alıcının başkalarına ne söyleyeceği ve alışkanlığa dönüşen tekrar alımları yapıp yapmayacağı gibi duygular da sürecin bir parçası sayılır. Ancak, alışkanlığa dönüşen satın almalar dışında tüketicide, seçilen malın olumsuz yanları, seçilmeyen malın üstünlükleri gibi durumlar da kaygı, yanlış seçim endişesi ve uyumsuzluk yaratabilir. İşletme, reklam, diğer tutundurma çalışmaları ve satış sonrası hizmetlerle, satmış olduğu mallarla ilgili olarak tüketicide belirlenecek kaygı ve olumsuz duyguları silmeye veya en azından azaltmaya çalışır(Mucuk, 1999: 90).

Tüketici satın alma kararını etkileyen faktörler aile, sosyal sınıf, kültür, danışma grubu gibi sosyo-kültürel faktörler, güdüler, algılama şekli, öğrenme, tutum ve inançlar ile kişilik gibi psikolojik faktörler ve yaş, cinsiyet ve medeni durum gibi demografik faktörler olarak üç ana başlık halinde incelenebilir. Bütün bu faktörlerin ele alınmasından sonra pazarlamacılar, tüketici davranışlarını çözümlerken oldukça özen göstermeli, satın alanların ortak özellikleri ve tüketim tercih, davranış ve kararlarını etkileyen faktörlerin neler olduğunu dikkatlice belirlemelidir(Kotler, 2000: 199).

Bir diğer önemli kavram olan ambalaj ise; ürünleri dış etkilerden koruyan, onları bir arada tutarak; taşıma, depolama, dağıtım, tanıtım ve pazarlama işlemlerini kolaylaştıran, metal, kâğıt, karton, cam, plastik v.b. malzemelerden yapılmış dış örtü olarak tanımlanmaktadır. Aslında ambalaj, tüketiciyi satın alma eylemine hazırlamak için gerekli tüm özellikleri üzerinde bulunduran bir giysidir(Pektaş, 1993: 24). Buna göre ambalaj için, hem koruyucu, hem de taşıma, depolama, tanıtım görevlerini yerine getiren bir unsur diyebiliriz. Başka bir kaynakta ise ambalaj; içine konan ürünün anlamını taşıyan bir araç olarak tanımlanmaktadır(Amb. Arş. Geliş. İnc. Derg., 1995:29). Kısacası ambalaj "sessiz bir iletişim aracı"dır(Gomes, 1989: 20).

Bugün ambalaj, güçlü ve gerekli bir iletişim aracı olarak görülmektedir. Gerçek şu ki ürünler aslında malzeme, şekil, grafik ve görsel unsurların bir araya geldiği ambalajlarla somutlaşmakta, yani ambalaj içine konulan üründen ayrı olarak değerlendirilemeyen bir anlamlar bütünü olarak kabul edilmektedir. Artık bir ürün ya da marka öncelikle ambalajı aracılığı ile gözler önüne serilmekte, ürün ile ilgili tüm bilgi ve açıklamalar ambalaj vasıtası ile belirtilmekte ve ambalaja yüklenen anlamlar, tüm pazarlamayı ilgilendirmektedir. Bütün bu bilgilendirmeler ışığında söyleyebiliriz ki; ambalaj yüzyılımızın tanıtım ve reklam görevinin büyük bir kısmını omuzlamış; koruma, taşıma, tanıtma gibi işlevleriyle de teknik ve estetik bir alan oluşturmuş ve her ne kadar literatürde yeni olsa da kökeni insanlığın tarihi kadar eski olan bir kavramdır.

İlkel insanın yemediği etleri ağaç yapraklarına sararak sakladığı, içmediği suyu hayvan derilerine doldurduğu tahmin edilmektedir (Özden, 1987: 116). Bununla beraber insanoğlunun ilk kullandığı ambalajlardan biri bugün yer altı şehirlerinde karşımıza çıkan vazolar ve amfora adı verilen gövdesinden daha ince tabanlı olan çamurdan yapılmış küplerdir. Zamanla uygarlaşma sürecinde yaprak ve hayvan derisinden sepet, tahta fiçi ve şişelere ve nihayet metal ve plastik modern koruyucu ambalajlara geçildiği görülmektedir.

Konuyu ülkemiz açısından ele alacak olursak Ambalaj Sanayi Sektör Araştırması'na göre; 1960'lı yıllarda Türkiye'deki ambalaj malzemeleri kâğıt, karton, selofan, cam ve ahşaptan oluşmaktaydı. İhracatta tahta kutu ve sandıklar ile jüt çuvallar kullanılıyor, bunların dışındaki ambalajlar maliyeti artıran lüks malzemeler olarak görülüyordu. 1970'li yıllarla birlikte ambalaj sanayinin özellikle de ihracattaki önemi kavrandı. Aynı dönemde pek çok ülkenin ambalajlama enstitüsü olduğu biliniyordu.

Ülkemizde de 1977 yılında Ambalaj Araştırma Merkezi'nin kurulması çalışmaları başlamıştır. Türkiye'de ambalaj sektörünün ilk gelişimi teneke kutu dalında olmuştur. Bu dönemde ilk kez kendi ürünlerini ambalajlamak için ambalaj üretimi yapan işletmelerin dışında yalnızca ambalaj üreten işletmeler de kurulmaya başlamıştır. Teneke kutu alanında yaşanan bu gelişme daha sonra karton ambalaj ve plastik ambalaj alanlarına da yayılmıştır.

1980'li yılların başında ise ülkemizde ilk kez pet şişe üretilmeye başlamıştır. Su ambalajlamada kullanılmaya başlanan pet şişeler çok kısa süre içinde sıvı gıda maddelerinin ambalajlanmasında yaygın halde kullanılır hale gelmiştir. Bu durum çok eski bir geçmişe sahip olan cam ambalajın pazar kaygısı ile teknolojisini yenilemesine neden olmuştur. Yine 1980'li yıllarda; daha önce ithal edilen alüminyum kutu ülkemizde de üretilmeye başlanmıştır. Türkiye'de oluklu mukavva sanayinin kurulması da Seka'nın 1954 yılında İzmit tesislerinde ilk oluklu mukavva fabrikasını işletmeye açması ile gerçekleşmiştir.

Özel sektör 1960 yılından sonra oluklu mukavva yatırımına ve üretimine ilgi duymaya başlamıştır. Türkiye oluklu mukavva sanayinin en hızlı gelişme dönemi 1981-1995 yılları arasında olmuştur. Büyük kuruluşların bazıları 1981 yılından başlayarak gelişmiş teknolojiye dayanan yüksek kapasiteli yatırımlara yönelmiş bazıları da ikinci ve üçüncü oluklu hatlarını işletmeye almıştır. Türkiye oluklu mukavva sanayinde yer alan tek kamu kuruluşu alandan çekilmiştir. Bugün ise sektörde 2 bin 800 civarında firmanın faaliyet gösterdiği tahmin edilmektedir. (www.istekobi.com: 2017).

2. BÖLÜM - AMBALAJIN İŞLEVLERİ, ÇEŞİTLERİ VE AMBALAJ İLE İLGİLİ DİĞER BİLGİLER

Üretimden tüketime uzanan yol boyunca yerli ve yabancı ürünlerin her biri için temin olunan koruyuculuk rolü en güçlü şekilde ambalaj vasıtasıyla sağlanmaktadır. Ambalajın bu klasik fonksiyonu bir yandan mamulün çarpma, ıslanma, zedeleme gibi fiziki bakımdan olduğu gibi diğer yandan da ürünün, kalitesinin bozulmaması, (ekşime, bozulma, çürüme, vs.) gibi kimyevi koruma fonksiyonunu da içine almaktadır. Bu koruma fonksiyonu ürünün tipine göre seçilen ambalaj malzemeleriyle çözümlenmektedir (Çakıcı, 1987: 23). Bu fonksiyonuyla ambalaj; emek, zaman ve enerji tasarrufu sağlayıp malların üreticiden tüketiciye etkin ve güvenli olarak dağıtılmasında önemli rol oynadığı için şarttır.

Diğer taraftan ambalajın taşıma fonksiyonu özellikle büyük partiler halinde sevkiyatlarda sahip olduğu pratiklik yanında esaslı ölçüde ekonomik kolaylıklar sağlaması ve mamulün mekan faydasını arttırması açısından da önemlidir(Aydın, 1981: 7). Taşıma fonksiyonu kendisini mamulün mekan faydasını arttırmada göstermektedir. Mekan boyutunda sağladığı performansla ambalaj, ürünlerin uygun yerde satılmasına olanak vermektedir(Gülensoy, 1995: 34). Ayrıca taşıma fonksiyonu koruma fonksiyonlarıyla birlikte ele alınmalı; özellikle ambalajın ağırlığı ile birlikte düşünülmeli, hem

mamulü korurken hem de taşıma masraflarını minimumlaştırabilmelidir. Bu fonksiyonu da yine ambalaj malzemeleriyle değerlendirmek doğru olacaktır(Çakıcı, 1987: 28).

Bu işlev özellikle ambalajın ve içindeki ürünün ağırlığı da birlikte olmak üzere, hem mamulü korunması ve taşınması hem de depolanmasını kolaylaştırmaktadır. Ayrıca ambalajın üstündeki her bir renk; yazı ve resim belirli bir tüketici kitlesine hitap eden birer reklam unsurudur. Öyle ki tüketici hiçbir ön yargısı olmadan o ürünü sadece görüntüsünden (üzerindeki renk, yazı ve resimlerden) etkilenerek satın alabilmektedir.

Bugün artık ambalaj sanayi her türlü olanağını kullanarak tüketicide satın alma arzusunu uyandırarak özendirici bir şekilde seçenekler sunmaktadır. Ayrıca marka imajının yerleştiği günümüzde müteşebbisin malın hangi tüketici tabakasına hitap edeceğini bilmesi ve tüketici eğilimlerini tespit etmek için psikolojik, sosyolojik ve iktisadi araştırmalarda bulunması gerekmektedir (Çakıcı, 1987: 30). Bu da ambalajın bir nevi pazarlama ve satış artırıcı işlevini gözler önüne sermektedir.

Bunun yanında ambalaj elde taşınır olması, kolay ve orijinal şekillerde açılıp kapanabilmesi ve üzerinde merak edilen her türlü bilginin yer alması ile ürünün kendi tanıtımını yapmasında da etkili hale gelmiş, gelişen teknoloji ve bilinçlenen tüketiciler ile çevre koruma konusunda da hassas bir öneme sahip olmuştur.

Tüketicilerin karar verme süreçleri açısından ele alındığında gerekli oksijen, koku, ışık gibi zorunluluklara göre, mamul içeriğinin paketlenme, taşınma ve saklanma koşullarına göre, koruma gerekliliklerinin şekline ve uyulması gereken kalite standartlarına ve dahası maliyet yönetimi zorunluluklarına göre ambalajlamada; cam, kâğıt, metal, plastik ve ahşap malzeme kullanılmakta, sektör bu alanda yeniliklere hızlıca ayak uydurmaktadır.

Tüm bu bilgilerin ışığında ambalajlama ile ilgili genel ilkeler; ürünün korunmasını sağlama, lüzumsuz masraf oluşmasına engel olma, ihtiyaç ve beklentiye yönelik olma, işletme süreçlerinde rasyonellik sağlama, ürün satışını ve ürünün kullanımı kolaylaştırma ile deneyim ve hem sektörel hem de teknolojik gelişme ve değişimlerden yararlanma olarak sıralanabilir(Ambalaj Rehberi, 2018).

3. BÖLÜM - AMBALAJ VE TÜKETİCİ DAVRANIŞI

Tüm pazarlarda, mal ve hizmetin ne kadar talep edildiğini belirleyebilmek için bu pazarlardaki güdülerin ne olduğunu ve şiddetini saptayabilmek gerekir.

Bunun yanında gereksinmelerden ve bunların yarattığı rahatsızlıklardan kaynaklanan güdülerin de toplumdan topluma farklı olduğu görülmektedir. Bazı ülkelerde, kişiler gereksinmelerini derhal gidermeye çalışırlar ve sunulan mal veya hizmetleri derhal satın alırlar. Bazı pazarlarda ise, ekonomik ve kültürel unsurlara bağlı olarak güdüler açığa çıkmamıştır. Pazarlamacının görevi de çoğunlukla bütün bu güdülerin ortaya çıkmasını ve satın alma eylemine dönüşmesini sağlamaktır.

Gereksinimler ve güdüler yanında tüketicinin satın alma davranışını belirleyen önemli bir etken de tutumlardır. Tutum, tüketicinin bir nesne veya sembolü olumlu veya olumsuz olarak değerlendirmesine neden olan eğilimlerdir (Mucuk, 1999: 58).

Diğer yandan, bir firmanın malını satışa hazırlarken ve satarken, hem sattığı mal ve hizmete karşı olumlu bir tutum oluşturması gerekir, hem de sattığı mal veya hizmetle alakalı olumlu tutumu devam ettirirken meydana gelebilecek olumsuz tutumları bertaraf etmesi gerekir. Bir mal veya hizmetle alakalı tutumun olumlu veya olumsuz olarak oluşması, mal veya hizmetle alakalı bilginin miktarına, niteliğine ve kaynağına bağlıdır. Yani tek başına iyi mal veya hizmet tüketicide olumlu tutum oluşmasını sağlamaz. Bu nedenle, reklam ve halkla ilişkiler gibi tutundurma çabaları tartışılmaz bir önem kazanmaktadır. Sonuçta pazarlama faaliyetinin asıl görevi sadece tutumların neler olduğunu belirlemek değil, yeni tutumlar yaratabilmek ve aynı zamanda mevcut tutumlara uyum sağlayacak ürünlerin oluşumuna katkıda bulunmak ile bunun yanında tüketicileri sürdürülebilir olumlu tutumlar içerisine sokabilmektir yani bir diğer deyimle talep yaratmaktır.

Bütün bunlar göstermektedir ki ambalaj bir malı koruma, kolayca ve rahatça ele alınabilir ve taşınabilir olma özellikleri yanında, tüketicide olumlu bir tutum yaratacak şekilde renk ve tasarıma sahip olmalı ve bu şekilde tüketicinin zevkine ve mamulün bünyesine uygun olmalıdır. Bu noktada bir diğer önemli konu da her bir ambalajın iletişim kanalları aracılığıyla ürünün reklam ve tanıtımını yapması ve dolayısı ile ürünün vitrini olmak suretiyle tanıtımını sağlaması konusunun, tüketici tarafından ürüne ödenecek bedeli etkilemesinden dolayı ürün fiyatı ile birlikte ele alınması gerekliliğidir. Örnek olarak bir ürün zorunlu ihtiyaçları tatmin eden ve sürekli tüketilen bir mal ise ambalajın da maliyeti düşük tutulmalı dolayısı ile dip toplam fiyatın mümkün olduğu kadar düşük olması sağlanmalıdır.

Karşıt olarak eğer bir mal tüketici nezdinde çok değerli görülmeğe ise, o ürün için kullanılacak ambalaj da bu doğrultuda tasarlanmalı ve dolayısı ile fiyatı da bu kriterlere göre belirlenmelidir. İsmet Mucuk'a göre; eğer tüketicinin arzusu; iyiye erişmek ise üreticinin ambalaja önem vermesi, yeniye erişmek ise, üreticinin reklama önem vermesi, fevkaladeye erişmek ise, üreticinin fiyat politikasına önem vermesi, rahata erişmek ise üreticinin satış yolu ve metoduna önem vermesi gerekmektedir (a.g.e.: 60).

Gerçekte ambalaj; sağlamlığı, biçimi, büyüklüğü, ağırlığı, malzemesi, rengi ve grafiker tarafından yapılan grafik düzenlemeleriyle tüketiciyi etkileyecek ve kullanışlı olacak bir biçimde seçilmelidir (Gülensoy, 1995: 41). Bu demek oluyor ki; eğer ki müteşebbis pazar payını arttırmak istiyorsa, tüketicinin ihtiyaçlarını sıkı bir şekilde takip etmeli; kullanışlı olacak yeni ve rahat modellerin yanında moda olan motifler hakkında da bilgi edinmelidir. Bunun için piyasa araştırmaları, işletmenin uzun yıllarda edindiği tecrübeler, ülkenin yahut piyasanın içinde bulunduğu genel iktisadi

durum göz önüne alınmalıdır. Buna göre çalışma şartları ve sosyal güvenlik tedbirlerinin farklılık gösterdiği ülkelere göre değişen ambalajların piyasaya sürülmesi de gerekmektedir. Örneğin gelirin yüksek, serbest vaktin bol ve sosyal güvenlik şartlarının yüksek olduğu ülkelerde ev dışı alanlara yahut eğlenmeye giderken kullanılacak ürünlerin ambalajları da kolay taşınabilecek, açılıp kapanabilecek şekilde kullanışlı olursa tüketici tarafından daha fazla kabul görecektir.

Günümüz küresel dünya yapısı ve tüketici bilincinin artışı sonucu ambalaja gösterilen itina ve önem, ürünü imal eden firmanın genel yapısı ve kalite bilincinin, üretim tekniğinin, tecrübesinin ve teknoloji ile halkın beğenilerini ne kadar önemseydiğinin de bir göstergesi haline gelmiştir. Konuya bu doğrultudan baktığımızda bugün artık ambalaj ürüne, satışlara ve tüketiciye katkısı, firmayı temsil etmede ayna görevini görmesi gibi fonksiyonları ve maliyetleri bakımından geçmişe nazaran çok daha farklı bir noktadadır. Artık ambalaj ürün açılır açılmaz işlevini yitiren bir dış kılıf olarak boşa gidecek bir harcama kalemi olarak görülmemektedir. Aksine çağımızın bilinçli tüketicisi ürünü ambalajı ile bir bütün olarak kabul etmekte ve eğer ki ambalajlamada eksiklik söz konusu ise o ürün kolay taşınamayan, kullanılmayan ve pratik olmayan dahası eksik, yetersiz, sağlıksız sıfatlarına sahip bir ürün olarak adlandırılmakta ve hatta içindeki ürünün kalitesinin yetersiz olduğu izlenimine sahip olmaktadır.

Ayrıca günümüzde iş çevreleri iyi tasarlanmış bir ambalajın firmaya rakipleri karşısında kayda değer bir ayrıcalık sağladığını, tüketiciye parasının karşılığını aldığını ve tekrar satın alma isteği uyandırdığını kabul etmiş, bunun sonucu olarak da diğer reklam kanalları ile karşılaştırıldığında satış artırıcı etkisinin oldukça fazla olduğu ve uzun vadeli satış stratejilerine de ciddi katkılar sağladığı konusunda hemfikir olmuştur. Bugün artık tüm firmalar ambalajlama ile aşağıdaki ortak hedeflere ulaşmayı amaç edinmektedir(Baycılı, 1987:13-14).

- Malın daha çekici kılınması,
- Kullanma, saklama ve ulaşım kolaylığı,
- Daha iyi perakendecilik hizmeti,
- Seç-al sürümlene,
- Daha iyi sergileme,
- Daha büyük ölçüde mal farklılaştırması,
- Malın korunması, markalanması, tanınması,
- Satış kampanyası için temel oluşturulması,
- Firma imajının yani kurumsal kimliğinin yaratılması(Fın, 1996: 48).

4. BÖLÜM - TÜKETİCİ SATIN ALMA KARAR SÜRECİNDE AMBALAJIN ETKİSİ ARAŞTIRMASI

Araştırmanın temel amacı ambalaj ile satın alma kararı arasında bir etkileşim olup olmadığı konusunda bir değerlendirme yapmaktır. Makalenin ana çıktısını meydana getirecek olan araştırma

evrenini oluşturan alan çalışması için; ambalajın tüketici satın alma kararı üzerine etkisini belirlemeye yönelik İstanbul'da çeşitli alışveriş merkezleri ve marketlerde toplam 100 kişiye anket uygulanmıştır. Dolayısıyla yüz yüze anket çalışmasına ilgi gösteren ve ankette yer alan ifadeler hakkında değerlendirmelerde bulunan bu kişiler araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Katılımcıların cevaplarının samimi ve verdikleri bilgilerin doğru olduğu varsayılmaktadır. Toplanan veriler bir istatistik paket programı (SPSS) ile analiz edilmiştir. Anket formunun ilk bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini, ikinci bölümünde ise ambalajlar ile ilgili tutum ve davranışlarını tespit etmeye yönelik sorular yer almaktadır. 5'li Likert tipi ölçekli sorular ile anket katılımcılarının ambalajların satın alma kararları üzerindeki etkisinin ölçülmesi hedeflenmiştir.

Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0,94 olarak bulunmuştur. Güvenilirlik katsayıları incelendiğinde, Cronbach's Alpha katsayısının 0,90'a eşit veya 0,90'dan büyük olmasının ($\alpha \geq 0,9$) mükemmel bir güvenilirliğe işaret ettiği görülmektedir. Bu durum, anket ifadelerine verilen cevapların tutarlı olduğuna ve analizlerin sağlıklı bir şekilde yapılabileceğine işaret eder.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Demografik özellikler	Kişi (N)	(%)	Demografik özellikler	Kişi (N)	(%)			
Cinsiyet	Kadın	67	67	Eğitim Durumu	İlköğretim	2	2	
	Erkek	33	33			Lise	38	38
	Total	100	100			Yüksekokul/Fakülte	60	60
Yaş	20-25	18	18	Gelir Durumu (TL)	0-999	3	3	
	26-31	24	24			1000-1999	10	10
	32-37	17	17			2000-2999	15	15
	38-43	23	23			3000-3999	23	23
	44-49	17	17			4000-4999	29	29
	50 ve üzeri	1	1			5000TL ve üzeri	20	20
	Total	100	100			Total	100	100
Medeni Durum	Evli	81	81					
	Bekâr	19	19					
	Total	100	100					

Tablo 1'de anket katılımcılarının örneklem içerisindeki dağılımlarına bakıldığında zaman, %67'sinin kadın, %33'ün erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların %81'i evli, %19'u bekar. Yaş dağılımları ise şu şekildedir. Katılımcıların %24'ü 26-31 yaş aralığında olup en yüksek yoğunlukta yer alırken, bu oranı sırası ile %23 ile 38-43 yaş aralığı, %18 ile 20-25 yaş aralığı, %17'şer ile de 32-37 ve 44-49 yaş aralığı izlemektedir. Tüketicilerin %60'ı üniversite mezunu olup, aylık ortalama 3.000 TL ve üzeri gelir seviyesine sahip tüketicilerdir. Tablo 2'de görüldüğü şekilde araştırmamıza katılan tüketicilerin %34'ü alışverişlerini alışveriş merkezlerinden %24'ü ise süpermarketlerden yapmaktadır.

Tablo 2: Katılımcıların En Sık Alışveriş Ettikleri Yer

En Sık Alışveriş Edilen Yer	Kişi (N)	(%)
Süpermarket	25	25
Alışveriş Merkezleri	34	34
Mağazalar	19	19
Outletler	5	5
Semt Pazarları	17	17
Total	100	100,0

Tablo 3'te yer alan katılımcıların satın alma kararlarında ambalajın etki düzeyini belirlemeye yönelik çıktılar ise şu şekildedir. Günlük ve haftalık alışverişlerini çoğunlukla süpermarket ve alışveriş merkezlerinden yapan tüketicilerden % 68'i alışveriş kararlarında ambalajın rengine dikkat ettiklerini ve ambalajın renginin satın alma kararlarını etkilediğini belirtmişlerdir. Katılımcıların %48'i ambalajın renginin kalite göstergesi olduğunu düşünmektedir. Bu doğrultuda katılımcıların % 66'sı ise sadece ambalajı güzel olduğu için bir malı denemek isteyebileceklerini dile getirmişlerdir. Elimizdeki bu veri özellikle piyasaya yeni sürülecek bir ürün için ambalajın dikkati çekmede etkili olabileceğine dair yol gösterici olabilir.

Tablo 3: Katılımcıların Satın Alma Kararlarında Ambalajın Etki Düzeyini Tespit Etmeye Yönelik Bulgular

FAKTÖR 1: Satın Alma Kararında Ambalajın Etki Düzeyi						
		[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
1	Ambalaj rengine dikkat ederim	29	39	12	13	7
2	Ambalaj rengi kalite göstergesidir	5	43	10	28	14
3	Ambalajı güzel bir ürünü deneyebilirim	20	46	12	10	12
4	Ambalajlar beni yanıltabiliyor	2	7	6	40	45
5	Ambalajlar içindeki ürünü yeterince tanıtıyor	15	57	15	4	9
6	Ambalajlar içindeki ürün hakkında yeterince bilgi veriyor	17	68	9	3	3
7	Daha ucuz olsun diye ürünü ambalajsız alabilirim	9	60	15	7	9
8	Ambalaj kullanım kolaylığı önemlidir	20	61	8	2	9
9	İçindeki ürünü kullandıktan sonra ambalajı tekrar kullanmak isterim	13	59	7	12	9
10	Ambalajlar ürünlerin reklamını yapar	32	33	6	12	17
11	Ambalaj tasarımı önemlidir	26	38	13	10	13
12	Fiyatları çok farklı değilse geri dönüşümlü ambalajları tercih ederim	90	10	0	0	0
13	Ambalajın sağlamlığı önemlidir	20	67	3	2	8
14	Ambalajın çevreyi kirletmemesine dikkat ederim	21	30	33	8	8
15	Ambalajı ilk kez ben açmak isterim	98	2	0	0	0
16	Sıvı ürünlerde ambalajın sızıntı yapmaması önemlidir	100	0	0	0	0
17	Ambalajın kolay açılır kapanır olmasına dikkat ederim	80	5	10	2	3
18	Ambalajın ürün kullanımını kolaylaştırmasına dikkat ederim	85	5	0	3	7
19	Ambalaj satın alma kararımı etkiler	90	5	3	2	0

[1] Kesinlikle Katılıyorum, [2] Katılıyorum, [3] Fikrim Yok, [4] Katılmıyorum, [5] Kesinlikle Katılmıyorum

Satın alma kararlarında ambalaja güvenin yüksek olduğu araştırmamızın bir diğer önemli çıktısıdır ki; anket çalışması katılımcılarının %85'i şimdiye kadar ambalajın kendilerini yanıltmadığını ifade etmişlerdir. Anket sorularına verilen cevaplara göre katılımcılar satın alma kararları esnasında ambalajın bilgilendirme işlevine özellikle önem vermekte ve bu doğrultuda ambalaj üzerindeki

bilgileri titizlikle okumaktadırlar. Anket katılımcılarımızın %82'si ambalajların içlerindeki ürünü yeterince tanıttığını ve % 85'i ambalajların içindeki ürün hakkında yeterince bilgi verdiğini düşünmektedirler.

Tablo 3'deki bilgilere göre anket katılımcılarının %69'u daha ucuz alışveriş için ambalajsız ürünleri satın alabileceklerini ifade etmektedirler ki bu da özellikle sürekli tüketilen mallarda kullanılacak ambalajların maliyetlerinin düşük tutulması için aydınlatıcı bir bilgi olabilecektir. Bununla birlikte katılımcıların %87'si ambalajın sağlamlığının satın alma kararını etkilediğini, %90'ı ambalajın ürünün kullanımını kolaylaştırmasına dikkat ettiklerini ifade ederken; %81'i ambalajın kendisinin de açma ve kullanım kolaylığına önem verdiklerini belirtmiştir.

Katılımcıların satın alma kararlarında ambalajın etki düzeyini tespit etmeye yönelik bulguların yer aldığı Tablo 3'e göre ambalajlı ürünlerin tüketimi esnasında katılımcıların tamamı ambalajı ilk kez kendileri açmak istediklerini belirtmişlerdir. Bunun yanında anket katılımcıları için ambalajın ürünü uzun süreli saklama işlevi de oldukça önemli olup, katılımcıların %72'si ürünü kullandıktan sonra ambalajı tekrar kullanmak istediklerini ifade eden cevaplar vermişlerdir. Bu bilgiye istinaden anket katılımcıları için hem açıldıktan sonra hemen tüketilmeyen ürünlerde, hem de ürün bittikten sonra, aynı ambalajın kullanmanın önemli olduğu söylenebilir.

Ankete cevap veren katılımcıların %65'i ambalajın ürünün reklamını yaptığını ve bundan etkilendiklerini, %64'ü de tasarımının satın alma kararlarına etkide bulunduğunu ifade eden cevaplar vermiştir. Katılımcıların %51'i ambalajların çevreyi kirletmemesine dikkat ettiğini ifade ederken, katılımcıların tamamı fiyat farkını esas tutup, eğer aradaki fiyat farkı fazla değilse geri dönüşümlü ambalaj kullanmayı tercih edeceklerini dile getiren cevaplar vermiş ve nihayetinde katılımcıların %95'i ambalajın satın alma kararlarında etkili olduğunu ifade etmişlerdir.

SONUÇ

Tüketici satın alma karar sürecinde ambalajın etkisini ve önemini araştıran bu çalışma kapsamında 100 katılımcıdan anket yolu ile elde edilen veriler ve bunlara istinaden yapılan çıkarımlar şu şekilde özetlenebilir;

- Ambalaj; içindeki ürün ile ilgili bilgi veren etiketlere sahip olması ile tüketicilerin bir ürüne yönelik satın alma tutum ve davranışını etkileme özelliğine sahiptir.

- Anket katılımcılarının eğitim düzeyleri ile ambalajdan bilgi edinme konusundaki bilinçleri arasında doğru orantı bulunmaktadır. Tüketicilerin eğitim ve genel ekonomik seviyeleri arttıkça ambalajdan kalite beklentileri de artmaktadır. Dolayısı ile üreticilerin de ambalaj kalitesine daha fazla önem vermeleri satış artırıcı bir çaba olabilir.

- Ambalajın rengi daha çok ilk anda dikkat çekme açısından önemlidir. Fakat satın alma eğiliminin oluşması için rengin yanında diğer hususların da yeterli olması gerekmektedir.

- Ambalajın rengi yanında, taşıma ve kullanım kolaylığı ile rahatça açılıp kapanabilir olması, kilitli kapak sistemi gibi özellikleri de katılımcılar için tercih sebebi olmaktadır. Anket cevaplarına göre ambalajın tüketiciye, ürünü ilk kez kendisinin açacağı güvenini vermesinin, satın alma tutum ve davranışında etkili bir rol oynadığı söylenebilir.

- Ambalajların kullanım kolaylığı sağlaması ve işlevselliğinin de tercihleri etkilediği çalışmanın bir başka çıktısıdır. Tüketicinin rahat taşınabilirlik, kullanılabilirlik, kolay açılıp kapanabilir olma, geri dönüşüm, daha sonra tekrar tekrar kullanılabilir bir ev eşyası haline gelmesi gibi beklentileri ile ambalaj, tasarım konusunda da fark yaratabilecek işletmelere rekabet avantajı sağlayabilecektir.

- Firmaların ambalajlamanın tüketici satın alma kararı üzerindeki etkisini yeterince kavramaları ve buna bağlı olarak da ambalaj geliştirme çalışmaları yapmaları satışlarını arttırmaya yardımcı olabilecektir. Pazarlamada rekabet üstünlüğünü sadece fiyat ve markada arayan firmalar, ürüne yönelik ambalajlama ve kalite iyileştirme çalışmalarını yeterince başaramazlarsa rekabet avantajları ortadan kalkabilecektir.

Yapılan bu çalışma sonucu elde edilen bilgiler doğrultusunda şu önerilerde bulunulabilir:

Ambalaj piyasaya ilk kez giren bir ürün için tanıtıcı, dikkat çekici ve reklam görevini üstlenici bir unsurdur. Tüketiciler özellikle sıvı ürünlerde sızıntı yapmayan ambalajlar istemekte firmaların konunun bu boyutuna önem vermeleri gerekmektedir. Ambalaj tek başına sadece bir reklam unsuru olmadığı halde, dikkat çekici özelliği olması sebebiyle ambalajlamada renklere önem verilmeli, örneğin saflığı ve temizliği simgeleyen beyaz rengin özellikle deterjan, sabun gibi temizlik ürünlerinin ambalajında kullanılması gibi bilgiler göz önünde bulundurulmalıdır. Tüketicilerin eğitim düzeyinin artması ve bilinçlenmesinin de şart olduğu unutulmamalı, çevreyi koruyan, geri dönüşümlü ambalajların kullanımını yönünde tüketiciler teşvik edilmelidir. Bu nedenle, ülke genelinde eğitim ve bilinç düzeyini arttırmaya yönelik faaliyetlere önem verilmelidir. Ayrıca, özellikle gıda ürünleri üreten ve/veya satan işletmeler kendi pazarlarında tüketicilerin daha bilinçli ve dikkatli olmasını sağlamak amacıyla eğitici organizasyonlar ya da televizyon programları vs. gibi aktivitelerde bulunmalıdır. Bu sayede tüketici bilinç düzeyi artabilecek, ambalajlara yönelik talep ve beklentiler de şekillenebilecektir. Böylelikle daha kaliteli, sağlam, kullanışlı, sağlıklı ambalaj talep eden tüketiciler ile müşteri beklenti ve memnuniyetini esas alan üreticiler oluşabilecektir.

Pazarda tüketici talep ve beklentilerinin yönlendirici olduğu göz önünde bulundurularak . firmaların ürünlerinin fark yaratacak, ilgi çekecek ve albeni yaratacak özelliklerde ambalajlara sahip olması satış artırıcı olabilecektir. Ambalajın renk, şekil, taşıma kolaylığı ve kullanım rahatlığı gibi özellikleri tercih edilebilirliği arttırabilecek özellikler olduğu için firmaların tüketici talep ve beklentilerini oldukça iyi analiz etmesi faydalı olacaktır.

Sonuçta, gerek ambalajlama gerekse tüketici bilinci üzerine gerçekleştirilecek çabalar, bilinçli ve daha sağlıklı bir alışveriş ortamı yaratabilecek, bu da hem firmalara hem de tüketicilere maksimum fayda sağlayacaktır. Bununla birlikte çalışmamızın sonuçlarına istinaden ambalaj satın alma tercihlerinde önemli bir etken olsa da sürdürülebilir satın alma davranışı için ürün kalitesinden ödün verilmemesi gerektiği de göz ardı edilmemelidir.

KAYNAKÇA

- Acar, Ö. ve M. (1992). *Sosyal Bilimler Sözlüğü*, İstanbul: Ağaç Yayıncılık.
- Amb.Arş.Geliş. İnc. Derg. (1995). *Ambalaj Üretimi Artık Evrenselidir*, Mövenpic Otel'de Yapılan Yaratıcı Amb. Panelinden,Sayı: 22.
- Ambalaj Rehberi.<http://www.ambalajrehberi.com.tr/files/documents/1174897512374.doc>, Erişim Tarihi: 09 Şubat 2018.
- Ambalaj Sektörüne Bakış*. <http://www.istekobi.com.tr/sectorler/ambalaj-s19/sectore-bakis/ambalaj-b19.asp>, Erişim Tarihi: 02 Şubat 2018.
- Aydın M. (1981). *Ambalaj ve Gıda, Gıda Teknolojisi Derneği Yay.*, No: 3, s.7.
- Baycılı, S. (1987). *Ambalajın Satış Arttırıcı Etkisi Reklamcılıktan Daha Üstündür*,Ambalaj Dergisi, Sayı 1, İstanbul.
- Çakıcı L. (1987). *İşletmelerde Ambalaj Sorunları ve Ambalajlama Alanındaki Gelişmeler*, Ankara Üniveristesi Siyasal Bilimler Fakültesi, s.23.
- Fın F., (1996). *Ambalaj Tasarımı ve Tüketiciler Üzerindeki Etkileri*, Yayınlanmamış Lisans Tezi.
- Gomes, M.,(1989). *"Pazarlama Bileşenleri İçinde Ambalaj Ne Derece Önemli?"*, Çev. Engin Görk, Amb.Arş. Geliş.İnc. Derg., Sayı 6.
- Gülensoy B. (1995). *Ambalaj Nedir?*, *Ambalaj Araştırma Geliştirme İnceleme Dergisi*, Sayı 22.
- Kotler P. (2000). *Marketing Management*, Prentice Hall International, New Jersey.
- Mucuk İ. (1999). *Pazarlama İlkeleri*, 11. Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Özden L. (1987). *Şans Artırıcı Bir Pazarlama Aracı: Ambalajlama*, *Yayınlanmamış doktora tezi*, İstanbul Üniversitesi İşletme Fak. Pazarlama Ana Bilim Dalı, İstanbul,
- Pektaş H. (Nisan 1993). *Ambalaj Tasarımının Önemi*, Standard, Ekonomik ve Teknik Dergi, Sayı. 376,24 - 25.

ÖRGÜTSEL ADALETSİZLİK VE SESSİZLİK İLİŞKİSİNDE ÖRGÜTSEL SINIZMIN DÜZENLEYİCİ ROLÜ

Hasan TUTAR¹

Semra KÖSE²

ÖZET

Amaç: Bu çalışmanın amacı, bireylerin örgütsel adaletsizlik algısı ile örgütsel sessizlik ilişkisinde örgütsel sinizmin düzenleyici (moderatör) rolünü olup olmadığını belirlemektir.

Yöntem: Bu araştırma basit tesadüfi örnekleme yoluyla seçilen 390 kişi üzerinde yürütülmüştür. Araştırmanın evreni Sağlık Bakanlığına bağlı Sakarya’da bulunan 4 kamu hastanesi oluşturmaktadır. Verilerin toplanmasında anket tekniği kullanılmıştır. Örgütsel adaletsizlik algısının örgütsel sessizlik üzerindeki etkisinde örgütsel sinizmin moderatör rolünü tespit etmek üzere korelasyon, basit ve çoklu regresyon analizleri kullanılmıştır. Ayrıca moderatör modelinin anlamlılığını tespit etmek üzere Process Hayes makrosundan faydalanılmıştır. Araştırmada örgütsel adaletsizlik ile örgütsel sessizlik ilişkisinde örgütsel sinizmin düzenleyici etkisi var mıdır sorusu cevaplandırılmaya çalışılmıştır.

Bulgular: Yapılan analizler sonucunda örgütsel adaletsizlik, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm değişkenleri arasında ilişkinin olduğu ve örgütsel sessizliğin örgütsel adaletsizlik üzerindeki etkisinde örgütsel sinizmin moderatör rolünün olduğu anlaşılmıştır.

Sonuç: Araştırmanın sonuçlarına göre, bireyler örgütsel adaletsizlik algıladıklarında örgütsel sessizlik algıları da yükselmektedir. Araştırmanın amacı doğrultusunda elde edilen sonuçlar örgütsel adaletsizlik ve sessizlik ilişkisinde örgütsel sinizmin moderatör etkisi olduğu ortaya koymuştur.

Anahtar Sözcükler: Yönetim, Örgütsel Adaletsizlik, Örgütsel Sessizlik, Örgütsel Sinizm

Jel Kodları: : M100, M190

¹ Prof.Dr., Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, htutar@sakarya.edu.tr Tel: 0264 295 63 88

² Dr. Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü, kose.semra@gmail.com Tel:0505 677 55 84

THE MODERATING ROLE OF ORGANIZATIONAL CYNICISM IN THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL INJUSTICE AND SILENCE

ABSTRACT

Objective: The aim of this study is to determine whether there is a moderator role of organizational cynicism in the relationship between the perception of organizational injustice and organizational silence.

Method: This study was carried out on 390 persons selected by simple random sampling. The universe of the study consists of 4 public hospitals in Sakarya, which are affiliated to the Ministry of Health. Correlation, simple and multiple regression analyzes were used to determine the moderator role of organizational cynicism in the effect of organizational injustice perception on organizational silence. In addition, Process Hayes macro was used to determine the significance of the moderator model. In the study, the question of whether organizational cynicism has a moderator effect in the relationship between organizational injustice and organizational silence has been tried to be answered.

Results: As a result of the analyzes, it was found that there was a relationship between organizational injustice, organizational silence and organizational cynicism and organizational silence was the moderative effect of organizational cynicism on organizational injustice.

Conclusion: According to the results of the study, when individuals perceive organizational injustice, their perception of organizational silence also increases. The results of the study showed that organizational cynicism has a moderating effect in the relationship between organizational injustice and silence.

Key Words: Management, Organizational Injustice, Organizational Silence, Organizational Cynicism

JEL Codes: M100, M190

GİRİŞ

Bugün yaşanan teknolojik gelişmeler, küreselleşme ve artan rekabet koşulları, örgütlerin üzerindeki değişimin yükünü ağırlaştırmaktadır. Örgütlerin değişimlere adapte olup zamanında karşılık vermeleri varlıklarını sürdürebilmeleri açısından önemlidir. Yaşanan bu değişime uyumun temel faktörlerden biri insan faktörüdür. İnsan faktörünün öneminin anlaşılması, örgütlerin nitelikli iş gücünü elde etmenin yanında, bu iş gücünü örgütün hedefleri ile bütünleşmiş, ekstra rol davranışları sergileyen çalışanlara dönüştürülmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Örgütler, iş gücünün pozitif tutum ve davranışlar göstermesini sağlayacak önlemler almak duurmundadır. Bu bağlamda bireyin tutum ve davranışları üzerinde etkili olan bireysel ve örgütsel sonuçları nedeniyle, örgütsel davranış literatüründe önemli bir yere sahip (Yürür, 2008) olan örgütsel adalet ve adaletsizlik kavramı önem kazanmaktadır.

Örgütsel adaletsizlik, çalışanın kendine veya diğer çalışana haksız davranıldığı yönündeki algısıdır (Ambrose, Seabright ve Schminke, 2002). Alan yazınında örgütsel adaletsizliğin, farklı örgütsel davranış kavramları ile ilişkisinin araştırıldığı görülmektedir. Yapılan çalışmalarda örgütsel adaletsizlik ekseninde değişim göstermesinde kavramın çalışan tutum ve davranışları üzerindeki önemli etkisi rol oynamaktadır. Adalet algısının pozitif davranışların ortaya çıkmasını sağladığı gibi çalışanların kendilerini örgütün değerli ve saygın üyeleri olarak hissetmelerini, çalışma arkadaşları ve yöneticileriyle uyumlu, güvene dayalı ilişkiler geliştirmelerini, adaletsizlik algısı ise olumsuz tutum ve davranışların sergilenmesine neden olmaktadır. Adaletsizlik, örgütsel çatışmalar ve saldırganlık gibi olumsuz davranışlara yol açmaktadır (Beugre, 2002). Yapılan çalışmalar, adaletsizlik algısının iş tatmininde azalma, örgütsel bağlılıkta düşüş, örgütsel sinizm ve örgütsel sessizlik düzeyini arttırdığı, örgütsel vatandaşlıkta, iş performansının düşmesi ile işten ayrılma niyetinin artması gibi negatif sonuçlara neden olmaktadır (Özen, 2002; Efeoğlu ve İplik, 2011; De Coninck ve Bachmann, 2005).

Örgütler açısından odaklanılması gereken bir diğer nokta sessizlik (tepkisizlik) kavramdır. Sessizlik, örgütsel değişim ve gelişimi için kritik öneme sahip çalışanların örgüte bağlılıklarını azaltma, çatışma yaşatma, karar alma sürecini zayıflatma, yeniliğin ve gelişime karşı koyma şeklindeki sonuçları ile örgütleri tehdit etmektedir. Ayrıca çalışanların motivasyonlarının azalması, devamsızlık, işe geç kalma ve işten ayrılma gibi davranışların artmasına neden olması, örgütsel sessizliğin diğer sonuçlarıdır (Morrison ve Milliken 2000). Örgütsel sessizlik, değişim, yaratıcılık ve yeniliğin kaynağı olan çalışanların (Liu, Wu ve Ma, 2009: 1647), yenilikçi fikirlerini örgüt yararına kullanmasını engellemektedir (Bolton, Harvey, Grawitch ve Barber, 2012:224). Sessizliği yaratan ve devam ettiren dinamiklerin rahatsız edici yanı, örgütün içinde gizlenmiş olmasıdır. Bu, “**Kral Çıplak**” hikayesi gibidir. Aslında herkes gerçeği bilmekte ancak konuşmanın ortaya çıkaracağı sonuçların tehlikeli olması, bilinen bu gerçeği, kendi içinde “**tartışılmaz**” hale getirmektedir (Whitener, Brodt, Korsgard ve Werner, 1998: 516).

Örgütlerin çalışan-örgüt özdeşleşmesinde ortaya çıkan bir diğer kavram örgütsel sinizmdir. Bireyin iş ortamında yaşadığı olumsuz deneyimleri sonucunda ortaya çıkan öğrenilmiş bir inanç olan örgütsel sinizm, çalışanların dürüstlükten yoksun, sahtekâr ya da samimiyetsiz, adaletsiz yaklaşıma yönelik algıları veya deneyimleridir (Naus, Iterson ve Roe, 2007). Örgütsel çatışmaların ve huzursuzluğun en önemli kaynaklarından biri olarak kabul edilen adaletsizlik algılarının, çalışanların örgüte yönelik sinik tutumlar geliştirmelerinde önemli bir etken olarak rol oynadığı ileri sürülebilir. Bu bağlamda örgüt çalışanlarının örgütsel adaletsizlik, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm algıları arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere kurgulanan bu çalışmada bireylerin örgütsel adaletsizlik algısı ile örgütsel sessizlik ilişkisinde örgütsel sinizmin düzenleyici (moderatör) rolünü olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Örgütsel Adaletsizlik Kavramı

Örgütsel adaletsizlik, çalışanların kendisine veya diğer çalışana haksız davranıldığı yönündeki inancı şeklinde tanımlanabilir (Ambrose, 2002: 808). Bu algı çalışanların işe aktardıkları girdiler (eğitim, çaba, performans) ile karşılığında bekledikleri sonuçlara (terfi, maaş artışı vb.) ilişkin bir alış-veriş sürecinde gerçekleşmektedir. Bu süreçte çalışanın sağladığı katkı ile elde ettiği sonuçlar arasındaki uyumsuzluk adaletsizlik algısını ortaya çıkarmaktadır (De Coninck ve Bachmann, 2005: 878-879). Bu algının temel kaynağı, çalışanların hak ettiklerini alamamaları, örgüt için olumsuzluklara neden olan çalışanları gerekli şekilde cezalandırılmaması, aynı türde verilen cezalar arasındaki tutarsızlık, cezalandırma yönteminin adil olmaması, cezaları çok ağır ya da hafif olması şeklinde sıralanabilir (Trevino, 1992: 658). Adalet kavramı gibi adaletsizliğin de aslında sosyal bir yansıma olduğu ve adaletsiz uygulamaların örgütlerde bir hastalık gibi sisteme ve alt sistemlere yayıldığı ifade edilebilir (Dietz, Robinson, Folger ve Baron, 2003: 319). Adaletsizliğe neden olan etkileşim örgüt üyeleri arasında olabileceği gibi, örgüt çevresi arasında girdi çıktı ilişkisi aracılığı ile meydana gelebilmektedir. Çalışanların yaşadığı adaletsiz uygulamalar negatif tutum ve davranışların ortaya çıkmasına neden olabilecektir (Brandes, 1997; Skarlicki ve Folger, 1997; Greenberg, 2001; Ambrose, Seabright, Schminke, 2002; Vermunt ve Steensma, 2003; Poussard ve Erkmen, 2008; St-Pierre ve Holmes, 2010). Yapılan çalışmalar adaletsizlik algısının, örgütler açısından önemini göstermektedir.

Araştırmacılar arasında örgütsel adaletsizlik kavramının alt boyutları bakımından fikir birliğine bulunmamaktadır. Kavramın iki, üç ve dört alt boyutu kapsayan modelleri bulunmaktadır. Bu çalışmada örgütsel adaletsizlik kavramı temel olarak dört alt boyut üzerinden değerlendirilecektir. Bu değerlendirmeler, **dağıtım adaletsizliği** (dağıtım ile ilgili alınan kararların ve sonuçlarının adaletsiz olması), **işlem adaletsizliği** (kararların alınması ve uygulanmasında kullanılan işlem ve süreçlerin adaletsizliği), **bilgisel adaletsizlik** (işgörenlerin dağıtım ile ilgili kararlar ve süreçler hakkında yeterli ve dürüst bilgiye sahip olmaması) ile **kişilerarası adaletsizlik** (Karar alma noktasında yetkili olan kişilerin işgörenler arası davranış biçimlerinin farklı ve adaletsiz olması, davranışlardaki

samimiyetsizlik ve saygısızlık) kapsamında yapılacaktır (Colquitt, 2001; Van Yperen, Hagedoorn, Zweers ve Postma, 2000; Colquitt, Scott, , Judge, Shaw, 2006).

1.2 Örgütsel Sessizlik

Örgütsel adalet, çalışanların sessizleşmelerinde etkili olabilen örgütsel bir değişkendir (Karacaoğlu ve Cingöz, 2009: 701). Çalışanlar örgütteki karar alma mekanizmaları ve uygulamaların adaleti konusunda olumlu bir algıya sahip ise, bu algı sessizliği ortadan kaldırmaya yönelik çalışanları motive edici bir etkidir (Pillai, Schriesheim ve Williams, 1999: 901). Alan yazını incelendiğinde sessizlik ile örgütsel adalet arasında bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır Greenberg, 2001; Brinsfield, Edward ve Greenberg, 2009; Lind ve Kulik, 2009). Ayrıca Pinder (1997) yapmış olduğu çalışmada örgütsel adaletsizlik karşısında çalışanların tepkisel olarak sessizleştiğini sessizliğin adaletsizliğe karşı bir direnç olarak ortaya çıktığını tespit etmiştir. Bununla birlikte sessizlik üzerine yapılan araştırma sonuçları yüksek adalet algısının çalışanları sessizlik davranışından uzaklaştırdığını ortaya koymaktadır Briensfield, Edward ve Greenberg, 2005: 16). Çalışanların dağıtım, işlem ve etkileşim ile ilgili uygulamaların adil olduğu yönündeki algılamaları sessizlik tercihinin değiştirilmesinde etkili olabilmektedir.

Örgütsel sessizlik, örgüt çalışanlarının örgütsel durumlara yönelik bilişsel, duygusal ve davranışsal değerlendirmeleri ile örgüt içinde bir konuda değişiklik yapabilme veya düzeltebilme yeteneği olmasına rağmen bilerek ve isteyerek ifade etmemesi durumudur (Pinder ve Harlos, 2001: 334). Kavramı, örgütün karşılaştığı önemli sorunlarla ilgili çözüm önerisi veya düşüncesi olan çalışanların sorunla ilgili çok az konuşmak ya da davranışta bulunmak şeklinde ortaya çıkabilen kolektif bir olgu şeklinde tanımlamaktadır (Henriksen ve Dayton, 2006: 1540). Benzer şekilde örgütün sorunlarına yönelik bilgi, görüş, öner ve kaygılarını bilinçli olarak açıklamayan çalışan davranışı olarak da tanımlamıştır (Morrison ve Milliken, 2000: 707-708). Bunun dışında Pinder ve Harlos (2001), çalışan sessizliğini adaletsizlik perspektifinden değerlendirmiş ve değişimi etkileyebilme yeteneğine sahip çalışanların, örgütsel konularda davranışsal, duyuşsal ve bilişsel değerlendirmelerini ve konu hakkındaki samimi düşüncelerini esirgemesi olarak tanımlamıştır (Pinder ve Harlos, 2001: 334). Bu tanımlamalardan hareketle, örgütlerde sessizlik, çalışanların iyileşme ve gelişme adına işi veya örgütleriyle ilgili görüş ve düşüncelerini bilinçli olarak esirgemesi olarak ifade edilebilir.

Sessizliğin sesten daha belirsiz olduğu, ayrıca yöneticilerin yanlış yönlendirmelerinin çalışanları sesten daha çok, sessizliğe yönlendirdiği ve sonuçta sessizliğin, çalışan için sesten çok daha uyuşmaz sonuçlar doğurduğu tespit edilmiştir (Dyne, Ang ve Botero, 2003: 365). Benzer şekilde, çalışanlara ulaşan bilgi miktarı ile iş tatmini ve örgütsel adalet algılaması arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır. Çalışan ile üst yönetim arasında iletişimi sağlayan örgütsel iletişim kanalları aracı işlevi görmediği gibi aynı zamanda çalışanların iş tatminini ile örgütsel adalet algısını oluşturan stratejik bir araç olarak görev yapacaktır (Puttu ve Aryee, 1990: 44). Bununla

birlikte örgütsel sessizlik üzerinde ulusal kültürün de etkisi olduğunu söylemek mümkündür. Kültüre ait bilgiler bireylerin bilinçaltına işlenmiş olduğundan davranışlar, alışkanlıklar ve karar alma mekanizmaları üzerinde etkisi olması beklenen bir durumdur (Çakıcı, 2007: 155). Alan yazınında örgütsel sessizliğin alt boyutları ile ilgili yapılan pek çok sınıflandırma bulunmaktadır. Çalışma Dyne, Agn ve Betero'nun yaptığı sessizlik sınıflandırması çerçevesinde kabullenici sessizlik, savunmacı sessizlik ve koruma amaçlı sessizlik olarak değerlendirilecektir.

Kabullenici sessizlik, çalışanların işlerindeki ya da örgütlerindeki sorun veya durum yönelik çözüm hakkındaki fikir, bilgi ve düşüncelerini kabullenme güdüsü ile kendine saklaması olarak tanımlanmaktadır (Dyne, Ang ve Botero, 2003: 1366). **Savunmacı sessizlik** çalışanların açıkça konuşmaları durumunda kariyerinde ilerlemesinin kısıtlanması, meslektaşları ya da yönetici desteğinden mahrum kalması gibi tehlikeler karşı korunmak adına örgütteki durum ile ilgili fikir, görüş ya da düşüncelerini bilinçli olarak saklamaları şeklinde tanımlanmaktadır (Morrison ve Milken, 2000: 712; Pinder ve Harlos, 2001: 348; Dyne, Ang ve Botero, 2003: 1367). **Koruma amaçlı sessizlik** Örgüt ya da diğer bireylere yararlı olmak amacıyla, fedakarlık ile işbirlikçi güdülerden hareketle herhangi bir durum hakkındaki fikir, düşünce, bilgi ve görüşlerin ifade edilmemesidir. Koruma amaçlı sessizlik, örgütsel vatandaşlık davranışı gibi temelinde başkalarına faydalı olmaya odaklanan kasıtlı ve proaktif bir davranış türüdür. (Korsgaard, Meglino ve Lester, 1997: 163).

1.3 Örgütsel Sinizm

Rekabet ve yeniliklere ayak uydurmak isteyen örgütlerin satın almalar, birleşmeler, yeniden yapılanma çabaları, kademe azalması gibi geliştirme stratejileri çalışanları derinden etkilemektedir (Cartwright ve Holmes, 2006: 200). Böylesine karmaşık bir ortamda örgüt üyeleri arasında yaşanan “sinizm”, örgütsel davranışın önemli konusu haline gelmiştir. Bu çerçevede Kanter ve Mirvis'in (1991, Dean, Brandes ve Dharwadkar'ın (1998) yaptıkları çalışmalar sinizm kavramına dair perspektifi değiştirmiştir. Bu değişiklik Kanter ve Mirvis'in (1989) kişinin toplumla, kurumlarla ve kendisiyle ilgili hayal kırıklığı olarak tanımladığı sinizmin A.B.D'deki çalışanların%43'ünü kapsadığını ifade etmesi (Summers, 2006: 394) ve Dean, Brandes ve Dharwadkar'ın makalesinde “Sinizm Her Yerde” sloganıyla başlamıştır (Dean, Brandes ve Dharwadkar, 1998: 47). Bu iki çalışma, örgütsel sinizmin örgütler için tehdit oluşturabilecek yaygın bir unsur olduğunu ileri sürmektedir. Bu bilgi örgütsel sinizmin, psikoloji, sosyoloji, felsefe ve örgütsel davranış disiplinleri tarafından araştırılan insan doğasına ve sosyal kurumlara duyulan güvensizliğin (Qian, 2007: 34) ifadesi, aynı zamanda yönetici ve yönetilen ilişkileri açısından yeni bir paradigma olarak (Feldman, 2000: 1286) tanımlanmasını ve kavrama yönelik araştırmaların artmasını sağlamıştır.

Bu çerçevede örgütsel sinizm Goldner ve arkadaşları tarafından (1977) örgütün eylem, karar ve yöntemlerindeki iyiliğin ya da samimiyetin kabul edilmemesi olarak tanımlanmış ve bu ifade sinizmin ilk tanımlardan biri olarak kabul edilmiştir (Delken, 2004: 8). Örgütsel sinizme yönelik önemli bir diğer

tanımda; bir kişiye, gruba, ideolojiye, toplumun normlarına ya da örgütlere karşı aşağılama ve güvensizliğin yanı sıra; öfke, umutsuzluk ve hüsrana gibi olumsuz duygular ile şekillenen genel ve özel tutumlar (Andersson, 1996: 1397-1398) olarak ifade edilmektedir. Vance, Brooks ve Tesluk (1996)'e göre sinizm, örgütte daha iyiye doğru bir değişimin olabileceği, ancak sinik kişinin kontrolü dışındaki nedenlerden dolayı mevcut durum olması gerekenden uzaklaşmaya devam edeceği ve daha iyiye doğru değişimin pek de mümkün olmadığı yönündeki inancıdır (Brandes, 1997:18).

Örgütsel sinizm yapılan tanımları değerlendirildiğinde duyuşsal, bilişsel (düşünce) ve davranışsal olmak üzere üç bileşenin varlığından sözedilebilir. Birey çalıştığı örgütün çıkarları uğruna dürüstlükten ve ilkelerde vazgeçtiği inancına istinaden oluşan biliş boyutu, örgütün resmi beyanlarının ciddiye alınmaması gerektiğine, çalışanların davranışlarının menfaat bazlı ve tutarsız olduğuna ilişkindir (Brandes, 1997). Sinik tutumun duygusal boyutu, dokuz temel duyguları (heyecan, sevinç, şaşkınlık, üzüntü, öfke, nefret, küçümseme, korku ve utanç) kapsamaktadır. Sinik bireyler örgütlerini düşündüğünde küçümseme, öfke, heyecan vb. duygularına kapılması bilişsel boyutu olarak tanımlanmaktadır. Sinik tutumun davranış boyutu ise, çalışanın sinik düşüncelerini davranışlarında ortaya koyması şeklindedir. Böylece sinik bireyler çalıştıkları kurumu eleştirmek, uygulamalarının ahlaki ilkelerden yoksun olduğunu açıkça söylemek gibi davranışlar sergileyebilmektedirler (Brandes, 1997).

Örgütsel adalet ve sinik tutumlar arasındaki ilişkiye yönelik yapılan çalışmalarda örgütsel adalet ile örgütsel sinizm arasında negatif yönlü bir ilişkiyi ve çalışanların adaletsizlik algılarının sinik duyguları arttırdığını belirtmektedir. Adaletsiz algısına sahip çalışanların bıkkın, kuşkucu ve güvensiz olduğu Bateman, Sakono ve Fujita'nın (1997) yaptığı çalışmanın ortaya koyduğu sonuçlardan biridir. Benzer şekilde James (2005), Anderson (1996) ve Lind ve Tyler (1988) yaptıkları çalışmada çalışanların, örgütsel adalet algısı düştükçe örgütsel sinizm tutumlarının arttığını ortaya koymaktadır. FitzGerald (2002) yüksek dağıtım ve işlem adaletsizliği algısının çalışanların örgüte karşı daha sinik tutumlara sahip olmalarına neden olduğunu ortaya koymuştur. Bu bağlamda, örgütsel adaletsizlik ile örgütsel sinizmin arasında pozitif bir ilişkinin varlığından bahsedilebilmektedir. Araştırma sonuçları örgütsel adaletsizliğin örgütsel sinizmin önemli bir belirleyicisi olduğu sonucunu ortaya koymaktadır.

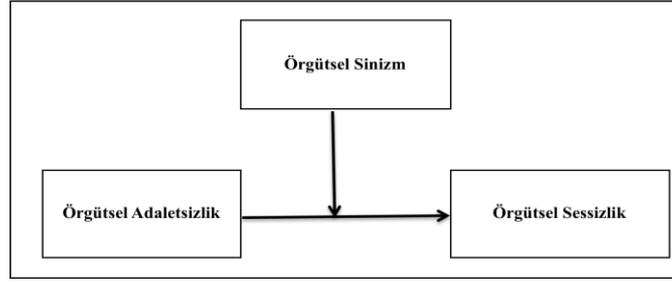
Literatür incelendiğinde örgütsel sinizmin sessizliğin öncüllerinden olduğu yönünde kuramsal (Morrison, Milliken ve Botero, 2003; Vakola ve Bouadas, 2005; Morrison, 2014) ve görgül (Beer ve Eisenstat, 2000; Donaghey, Cullinane, Dundon ve Wilkinson, 2011; Nartgün ve Kartal, 2013) çalışmalar bulunmaktadır. Sessizlik ve örgütsel sinizmin farklı kavramlarla olan ilişkisine yönelik çalışmalar bulunmakla birlikte, her iki kavramın birlikte ele alındığı çalışma bulunmamaktadır. Yapılan çalışmaların sonuçları sessizlik ile örgütsel sinizm arasında pozitif yönlü bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır. Ancak Liu ve diğerlerinin yaptığı çalışma sonuçları diğer çalışmalar ile aksine bir sonucu işaret etmektedir. Ancak kavramlar arası ilişkinin genel olarak pozitif yönlü olduğu kabul edilmektedir.

2. Örgütsel Adaletsizlik Algısının Sessizlik Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Sinizmin Düzenleyici Etkisi

2.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Bu çalışmada amaçlanan örgütsel adaletsizlik ve sessizlik ilişkisinde örgütsel sinizmin düzenleyici etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda aşağıdaki model çerçevesinde araştırma hipotezleri test edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada örgütsel adaletsizlik bağımsız, örgütsel sessizlik bağımlı, örgütsel sinizm ise moderatör (düzenleyici) değişken olarak kabul edilmiştir.

Şekil 1: Araştırmanın Ana Modeli



Yukarıdaki teoriye dayalı olarak geliştirilen modelin araştırma bulgular tarafından doğrulanıp doğrulanmadığını ve araştırmanın temel sorusunun cevaplandırılması amacıyla aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H1: Çalışanların örgütsel adaletsizlik algılarının örgütsel sessizlik algıları üzerine anlamlı bir etkisi vardır.

H1a: Çalışanların örgütsel adaletsizlik boyutlarına ilişkin algılarının örgütsel sessizlik algıları üzerine anlamlı etkisi vardır

H2: Çalışanların örgütsel adaletsizlik algıları ile örgütsel sinizm algıları arasında anlamlı ilişki vardır.

H2a: Çalışanların örgütsel adaletsizlik boyutlarına ilişkin algıları ile örgütsel sinizm algıları arasında anlamlı ilişki vardır.

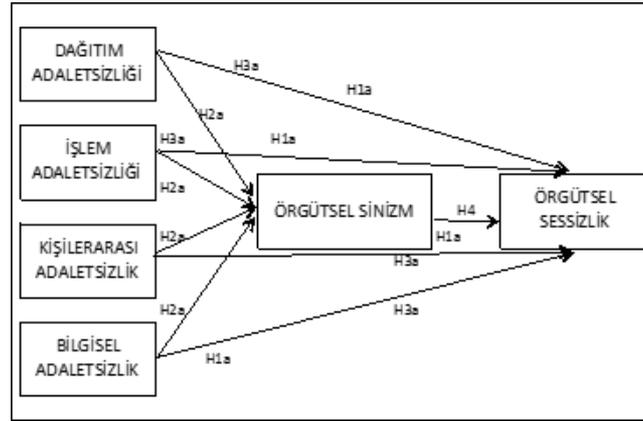
H3: Çalışanların örgütsel adaletsizlik algıları ile örgütsel sessizlik algıları arasında anlamlı ilişki vardır.

H3a: Çalışanların örgütsel adaletsizlik boyutlarına ilişkin algıları ile örgütsel sessizlik algıları arasında anlamlı ilişki vardır.

H4: Çalışanların örgütsel sinizm algılarının örgütsel sessizlik algıları üzerine anlamlı etkisi vardır.

H5: Çalışanların örgütsel adaletsizlik algısı alt boyutları (dağıtım, işlem, kişilerarası ve bilgisel) ile örgütsel sessizlik ilişkisinde örgütsel sinizmin düzenleyici rolü vardır.

Araştırmamızın beş hipotezine göre düzenlenen araştırma modeli ve hipotezleri modelleri Şekil 2’de gösterilmiştir.

Şekil 2: Araştırma Modeli Kapsamında Hipotezler

3 YÖNTEM

Çalışanların örgütsel adaletsizlik (ÖA) algılarının örgütsel sessizlik (ÖS) üzerine etkisini ve bu etkide çalışanların örgütsel sinizm tutumları (ÖSZ) düzenleyici (moderating) rolünü belirlemek amacıyla düzenlenen bu araştırmada, öncelikle örneklem ve ölçeklere ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Ardından literature katkısı ile hazırlanan modele örneklemde elde edilen veriler ışığında analizlere tabi tutulmuştur. Bu kapsamda öncelikle her bir değişkenin açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ardından değişkenler arası korelasyonlar tespit edilmiştir. Tüm bu analizler sonucunda elde edilen bulgular mevcut literatür ile karşılaştırılarak çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

3.1. Araştırma Evren ve Örneklemi

Araştırmanın ana evrenini Sağlık Bakanlığına bağlı kamu hastanelerinde görevli sağlık personeli (doktor, hemşire, fizyoterapist, sağlık memuru, tekniker ve diğer meslek grupları) oluşturmaktadır. Araştırmanın çalışma evreni Sakarya’da bulunan 4 kamu hastanesi oluşturmaktadır. Bu çalışmada, örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında %95 lik güven aralığı ve %±5 örnekleme hatası ile hesaplama yapılarak belirlenmiştir.

3.2. Veri Toplama Yöntemi

Araştırma verileri anket yoluyla toplanmıştır. Söz konusu anketler dört bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde katılımcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, meslek, mesleki tecrübe, çalışma süresi ve aylık kazançtan oluşan demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 8 soru yer almaktadır. İkinci bölümde ise örgütle örgütsel adaletsizlik ölçeğine ilişkin 20 soru, örgütsel sessizlik ölçeğine ilişkin 15 soru, örgütsel sinizm ölçeğine ilişkin 13 soru bulunmaktadır. Katılımcılardan sorulara 5’li likert ölçeği kullanarak cevap vermeleri istenmiştir.

3.3. Araştırma Ölçekleri

Ölçeklerin yapı geçerliliğinin belirlenmesi için önce açımlayıcı faktör analizi (AFA) yapılmış ve analiz sonucunda ölçek kullanılan ölçekle uyumlu dört faktör altında toplandığı görülmüştür. Açımlayıcı faktör analizi sonrası yapılan doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonucunda dört faktörlü yapı ile ilgili elde edilen uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içinde olduğu belirlenmiştir. AFA sonuçlarının özet bilgileri Tablo 1’de, DFA sonuçları ise Tablo 2’de,. Elde edilen bu sonuçlara göre ölçeklerin alt boyutları ve yapısı teyit edilmiştir.

Örgütsel Adaletsizlik Ölçeği: Çalışanların örgütsel adalet algısı Colquitt (2001) tarafından geliştirilen, Özmen, Arbak ve Özeri (2007) tarafından Türkçe’ye uyarlanan, yirmi maddeden oluşan örgütsel adalet ölçeğindeki soruların negatif olarak sorulması ile ölçülmüştür. Ölçeğin iç tutarlılığı için Cronbach Alfa katsayıları; dağıtım adaletsizliği için .909, işlem adaletsizliği için .912, kişilerarası adaletsizlik için .932, bilgisel adaletsizlik için .931 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin geneli için hesaplanan Cronbach Alfa değeri ise 0,933’dir. Yapılan analizlerle elde edilen sonuçlar incelendiğinde; örgütsel adaletsizlik ölçeğinin bu örneklem grubu için geçerli ve güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 1: Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek	Faktörler	KMO Sunucu	Barlett Testi (p)	Soru Sayısı		Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans Oranı (%)	
				Faktör	Toplam		Faktör	Ölçek
ÖRGÜTSEL ADALETSİZLİK	Dağıtım Adaletsizliği	0.933	0.000	4	20	.784-.864	50.45	78.04
	İşlem Adaletsizliği			7		.573-.834	16.74	
	Kişilerarası Adaletsizlik			4		.747-.895	7.14	
	Bilgisel Adaletsizlik			5		.677-.716	3.70	
ÖRGÜTSEL SESSİZLİK	Kabullenicci Sessizlik	0.899	0.000	5	15	.725-.876	46.38	76.87
	Savunmacı Sessizlik			5		.643-.876	22.88	
	Koruma Amaçlı Sessizlik			5		.532-.907	7.6	
ÖRGÜTSEL SINIZM	Duyuşsal Sinizm	0.906	0.000	5	13	.616-.894	54.43	77.44
	Bilişsel Sinizm			4		.676-.848	14.09	
	Davranışsal Sinizm			4		.532-.907	8.91	

Tablo 2: Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçlar

Değişkenler	x2	Df	CMIN / DF	GFI	AGFI	CFI	NFI	NNFI	RMSEA
			<5	≥.90	≥.85	≥.95	≥.90	≥.90	≤1
ÖRGÜTSEL ADALETSİZLİK	354,158	157	3,17	0.915	0.889	0.964	0.948	0.957	0.64
ÖRGÜTSEL SESSİZLİK	77,465	35	2,57	0.910	0.855	0.900	0.908	0.908	0.55
ÖRGÜTSEL SİNİZM	68,494	35	3,61	0.900	0.85	0.930	0.910	0.910	0.33

Sessizlik Ölçeği: Örgütsel Sessizlik Ölçeği olarak; 2003 yılında Dyne, Ang ve Botero tarafından geliştirilen ve Erdoğan (2011) tarafından Türkçe'ye uyarlanan ölçek kullanılmıştır. Ölçek 15 ifadeden oluşmaktadır. Ölçeğin iç tutarlılığı için Cronbach Alfa katsayıları; kabullenici sessizlik için .920, savunmacı sessizlik için .932, koruma amaçlı sessizlik için .891 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin geneli için hesaplanan Cronbach Alfa değeri ise 0,899'dir. Bu sonuçlar incelendiğinde; örgütsel sessizlik ölçeğinin bu örneklem grubu için geçerli ve güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Örgütsel Sinizm Ölçeği: Araştırmada örgütsel sinizm Brandes, Dharwadker ve Dean (1999) tarafından geliştirilen "Örgütsel Sinizm Ölçeği" kullanılmıştır. Brandes'in (1997) 14 ifadeyi kapsayan ölçeği, Brandes, Dharwadker ve Dean (1999) tarafından revize edilmiş olan 13 ifadelik yeni formu kullanılmıştır. Ölçeğin iç tutarlılığı için Cronbach Alfa katsayıları; duyuşsal sinizm için .947, bilişsel sinizm için .908, davranışsal sinizm için .848 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin geneli için hesaplanan Cronbach Alfa değeri ise 0,906'dir. Yapılan analizlerle elde edilen sonuçlar incelendiğinde; örgütsel sinizm ölçeğinin bu örneklem grubu için geçerli ve güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

4. Bulgular

Araştırma ile ilgili analizlere başlamadan önce değişkenlerden birden fazla faktörlü yapıya sahip oldukları için örgütsel adaletsizlik, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm değişkenlerine ilişkin faktör skorlarının ağırlıklandırılmış ortalamaları alınarak hesaplama yapılmış ve analizlerde bu değerler kullanılmıştır.

4.1. Araştırmaya İlişkin Betimleyici İstatistikler

Yapılan tanımlayıcı istatistik analiz; katılımcıların; % 63,6'si erkek, %56,4'ü evli, %35,1'i doktor, % 39,7 lisans derecesine sahip, %47,9'u 20-30 yaş arasında, %54,6'sı çalışma hayatında 1-10 yıllık tecrübeye sahip, %29,2'si 1 yıldan ve daha az süredir mevcut işyerinde çalışmakta, %43,8'i 3.001-5.000 TL arasında maaş aldıklarını ortaya koymaktadır. Katılımcılara ilişkin detaylı bilgiler Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 3: Katılımcılara İlişkin Betimleyici İstatistikler

Değişken	Grup	N	%	Değişken	Grup	N	%
Cinsiyet	Kadın	142	36.4	Mesleki Deneyim	1-5 Yıl	152	39
	Erkek	248	63.6		6-10 Yıl	100	25.6
Yaş	20-30	187	47.9		11-15 Yıl	67	17.2
	31-40	133	34.1		16-20 Yıl	29	7.4
	41-65	70	18		21 Yıl Ve Üzeri	42	10.8
Medeni Durum	Evli	220	56.4		Kurumdaki Hizmet Süresi	1 Yıldan Az	114
	Bekar	170	43.6	1-3 Yıl		77	19.7
Meslek	Doktor	137	35.1	4-6 Yıl		78	20
	Hemşire	102	26.2	7-9 Yıl		54	13.8
	Fizyoterapist	17	4.4	10-15 Yıl		44	11.3
	Sağlık Memuru	46	11.8	15 Yıl Ve Üzeri		23	5.9
	Tekniker	47	12.1	Aylık Gelir Düzeyi	3000 TL den Az	114	29.2
	Diğer	41	10.5		3001-5000	171	43.8
Eğitim Düzeyi	Lise	60	15.4		5001-7000	47	12.1
	Önlisans	91	23.3		7001-9000	27	6.9
	Lisans	155	39.7		9001-12000	14	3.6
	Yüksek Lisans	58	14.9		12001 ve Üzeri	17	4.4
	Doktora	26	6.7				

4.2. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Araştırma ile ilgili ilk aşamada değişkenlere ilişkin elde edilen verilerin ortalamaları, standart sapmaları ve aralarındaki korelasyonlara bakılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen ortalamalar, standart sapmalar ve korelasyon değerleri Tablo 4’te sunulmuştur. Değişkenler arasındaki ilişkiler incelendiğinde, dağıtım adaletsizlik- örgütsel sessizlik arasında ($r=0,310$, $p<0,01$), dağıtım adaletsizliği-örgütsel sinizm arasında ($r=0,383$, $p<0,01$) ve örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm arasında ($r=0,477$, $p<0,01$) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca işlem adaletsizliği ile örgütsel sessizlik arasında ($r=0,415$, $p<0,01$), işlem adaletsizliği-örgütsel sinizm arasında ($r=0,482$, $p<0,01$), kişilerarası adaletsizlik ile örgütsel sessizlik arasında ($r=0,394$, $p<0,01$), kişilerarası adaletsizlik ile örgütsel sinizm

arasında ($r=0,463$, $p<0,01$), bilgisel adaletsizlik ile örgütsel sessizlik arasında ($r=0,531$, $p<0,01$), bilgisel adaletsizliği-örgütsel sinizm arasında ($r=0,527$, $p<0,01$) düzeyinde pozitif yönlü ilişkiler bulunmuştur.

Tablo 4: Değişkenlere İlişkin Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Değerleri

	Ortalama	Std. Sapa	Dağıtım Adaletsizliği	İşlem Adaletsizliği	Kişiler arası Adaletsizlik	Bilgisel Adaletsizlik	Örgütsel Sessizlik	Örgütsel Sinizm
Dağıtım Adaletsizliği	3.2263	1.28	1					
İşlem Adaletsizliği	3.0612	1.076	.633**	1				
Kişiler arası Adaletsizlik	2.3147	1.173	.307**	.453**	1			
Bilgisel Adaletsizlik	2.5733	1.199	.382**	.525**	.826**	1		
Örgütsel Sessizlik	2.827	0.824	.310**	.415**	.394**	.531**	1	
Örgütsel Sinizm	2.8892	0.937	.383**	.482**	.463**	.527**	.477**	1

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

Bu çerçevede araştırma modelinde gösterilen kapsamında geliştirilen dağıtım aşağıdaki hipotezler;

H₂: Çalışanların örgütsel adaletsizlik algıları ile örgütsel sinizm algıları arasında anlamlı ilişki vardır şeklindeki **H₂** hipotezi ile **H_{2a}:** Çalışanların örgütsel adaletsizlik boyutlarına ilişkin algılarının, örgütsel sessizlik algıları arasında anlamlı ilişki vardır şeklindeki **H_{2a}** hipotezi doğrulanmıştır. Ayrıca

H₃: Çalışanların örgütsel adaletsizlik algıları ile örgütsel sessizlik algıları arasında anlamlı ilişki vardır, şeklindeki **H₃** hipotezi ile **H_{3a}:** Çalışanların örgütsel adaletsizlik boyutlarına ilişkin algıları ile örgütsel sessizlik algıları arasında anlamlı ilişki vardır şeklindeki **H_{3a}** hipotezleri doğrulanmıştır.

Değişkenler arasındaki ilişkilerin tespitinden sonra bağımsız değişken olan örgütsel adaletsizliğin bağımlı değişken olan örgütsel sessizlik ilişkisinde aracı değişken olan örgütsel sinizmin aracılık rolü incelenmiştir. Düzenleyici etki, iki değişken arasındaki ilişkide üçüncü değişken tarafından farklı düzeylerinde değiştirmesidir. Düzenleyici değişken, bağımsız ve bağımlı değişken arasındaki ilişkinin yönünü ve/veya gücünü etkileyen üçüncü değişkendir (Baron ve Kenny, 1986). Baron ve Kenny düzenleyici etkiyi analiz etmek için düzenleyici değişken ile bağımsız değişkenin çarpılması ile yeni bir değişkenin (etkileşim değişkeni) elde edilmesi gerekmektedir. Eğer etkileşim değişkeni anlamlı ise, düzenleyici etkinin varlığından söz edilebilir (Baron ve Kenny, 1986). Buna göre örgütsel sinizmin düzenleyici rolünün bulunup bulunmadığının belirlenmesi için SPSS programı *Hayes Process* mikro

eklentisi aracılığıyla Model 1’de düzenleyici etki analizi yapılmıştır.

Örgütsel adaletsizliğin dağıtım adaletsizliği alt boyutunun örgütsel sessizlik üzerindeki etkisinde örgütsel sinizmin aracılık rolünü belirlemek üzere yapılan analize ilişkin bilgiler Tablo 5’de sunulmuştur. Yapılan analizlerin sonucunda örgütsel adaletsizliğin dağıtım adaletsizliği alt boyutunun sessizlik üzerinde etkisinin istatistiki olarak anlamlı olduğunu ancak bağımsız değişken örgütsel adaletsizliğin dağıtım adaletsizliği alt boyutu ile düzenleyici değişken olan örgütsel sinizmin çarpımının yeni bir değişken (etkileşim değişkeni) ortaya çıkarmamıştır. Analiz sonuçları örgütsel adaletsizlik algısının alt boyutu dağıtım adaletsizliğinin sessizlik üzerinde etkisinde örgütsel sinizmin düzenleyici rolü olmadığını ortaya koymaktadır.

Tablo 5: Dağıtım Adaletsizlik İle Örgütsel Sessizlik İlişkisinde Örgütsel Sinizmin Düzenleyici Rolü

ÖRGÜTSEL SINIZMİN MODERATÖR ETKİSİ							
	Örgütsel Sessizlik	β	Std.Hata	t	P	LLCI	ULCI
	Sabit						
Örgütsel Sinizm		0.3677	0.04	8.7602	0.000	0.2851	0.4502
Örgütsel Adaletsizlik (Dağıtım Adaletsizliği)		0.0957	0.04	3.1166	0.020	0.0353	0.1560
Örgütsel AdaletsizlikxÖrgütsel Sinizm		-0.0456	0.09	-.15110	0.132	-0.105	.0137
ÖRGÜTSEL SINIZMİN MODERATÖR ETKİSİ							
		Moderatör Etki (β)	Std.Hata	t	P	LLCI	ULCI
	Örgütsel Sinizmin Durumsal Etkisi= M±ISD						
M-ISS (0)	Düşük						
M (0)	Orta						
M+ISS (0)	Yüksek						
MODEL ÖZETİ							
		R	R2	F	P	LLCI	ULCI
		0.5008	0.2508	43.07	0		

Bu kapsamda; **H1**: Çalışanların örgütsel adaletsizlik algılarının örgütsel sessizlik algıları üzerine anlamlı bir etkisi vardır şeklindeki **H1** hipotezi ve **H1a**: Çalışanların örgütsel adaletsizlik boyutlarına ilişkin algılarının örgütsel sessizlik algıları üzerine anlamlı etkisi vardır şeklindeki **H1a** hipotezi doğrulanmıştır. Ayrıca, **H4**: Çalışanların örgütsel sinizm algılarının örgütsel sessizlik algıları üzerine anlamlı etkisi vardır şeklindeki **H4** hipotezi ile **H5**: Çalışanların örgütsel adaletsizlik algısı alt boyutları (dağıtım, işlem, kişilerarası ve bilgisel) ile örgütsel sessizlik ilişkisinde örgütsel sinizmin düzenleyici rolü vardır şeklindeki **H5** hipotezi dağıtım adaletsizliği için **doğrulanmamıştır**. Örgütsel adaletsizliğin işlem adaletsizliği alt boyutunun örgütsel sessizlik üzerindeki etkisinde örgütsel sinizmin aracılık rolünü belirlemek üzere yapılan analize ilişkin bilgiler Tablo 6’de verilmiştir.

Tablo 6: İşlem Adaletsizlik İle Örgütsel Sessizlik İlişkisinde Örgütsel Sinizmin Düzenleyici Rolü

ÖRGÜTSEL SINIZMİN MODERATÖR ETKİSİ							
Örgütsel Sessizlik		β	Std.Hata	t	P	LLCI	ULCI
Sabit							
Örgütsel Sinizm		0.3174	0.043	7.3074	0.000	0.232	0.4028
Örgütsel Adaletsizlik (İşlem Adaletsizliği)		0.1830	0.0378	4.8351	0.020	0.1086	0.4028
İşlem Adaletsizliği x Örgütsel Sinizm		0.0603	0.0337	-.17920	0.044	0.1265	0.0059
ÖRGÜTSEL SINIZMİN MODERATÖR ETKİSİ		Moderatör Etki (β)	Std.Hata	t	P	LLCI	ULCI
Örgütsel Sinizmin Durumsal Etkisi= M±ISD							
M-ISS (0)	Düşük	0.2672	0.0502	5.32	0.000	0.1684	0.3659
M (0)	Orta	0.1763	0.0349	5.051	0.000	0.1077	0.245
M+ISS (0)	Yüksek	0.0897	0.0402	2.2314	0.026	0.0107	0.1688
MODEL ÖZETİ		R	R2	F	P	LLCI	ULCI
		0.5272	0.278	49.53	0.0000		
Etkileşim Sonrasında Artan R2		R2'deki değişim	F	P			
		0.006	3.2112	0.0739			

Tablo 6'da görüldüğü üzere kurulan regresyon modeli istatistiksel açıdan anlamlıdır ($R=0.5272, R^2=0.278, F=49.53, p=0.000$). Analiz sonuçları, örgütsel adaletsizliğin işlem adaletsizliği alt boyutu örgütsel sessizlik üzerinde istatistiksel anlamlı ve pozitif ilişkiyi göstermektedir ($\beta=0.183, t=4.851, p<0.05$). Buna göre işlem adaletsizliği algısındaki artış örgütsel sessizlik düzeyini arttıran bir faktör olduğu anlaşılmaktadır.

Düzenleyici etki analizine ilişkin hesaplamalarda Baron ve Kenny (1986) tarafından önerildiği şekilde etkileşim değişkeni (işlem adaletsizliği x örgütsel sinizm) modele dahil edilmiş örgütsel sessizlik üzerinde pozitif yönde ve anlamlı etkisinin ($\beta = .0603, p=0.044$) olduğu görülmüştür. Tablo incelendiğinde etkileşim değişkeninin modele dahil olması ile bağımsız değişken işlem adaletsizliği ile bağımlı değişken örgütsel sessizliğin ilişki gücünü arttırmıştır. Buna göre, işlem adaletsizliği ile örgütsel sessizlik ilişkisinde örgütsel sinizmin düzenleyici etkiye sahip olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda; **H1a:** Çalışanların örgütsel adaletsizlik boyutuna ilişkin algılarının örgütsel sessizlik algıları üzerine anlamlı etkisi vardır şeklindeki **H1a** hipotezi ile **H5:** Çalışanların örgütsel adaletsizlik algısı alt boyutları (dağıtım, işlem, kişilerarası ve bilgisel) ile örgütsel sessizlik ilişkisinde örgütsel sinizmin düzenleyici rolü vardır şeklindeki hipotezi işlem adaletsizliği için **doğrulanmıştır**.

Tablo 7'de görüldüğü üzere kurulan regresyon modeli istatistiksel açıdan anlamlıdır ($R=0.5316, R^2= 0.2826, F=50.69, p=0.000$). Analiz sonuçları, örgütsel adaletsizliğin kişilerarası adaletsizlik alt boyutu örgütsel sessizlik üzerinde istatistiksel anlamlı ve pozitif bir ilişkiyi göstermektedir ($\beta=0.1797, t=- 5.1117, p<0.05$). Buna göre kişilerarası adaletsizlik algısındaki artış örgütsel sessizlik düzeyini

arttıran bir faktördür. Düzenleyici etki analizine ilişkin hesaplamalarda Baron ve Kenny (1986) tarafından önerildiği şekilde etkileşim değişkeni (kişilerarası adaletsizlik x örgütsel sinizm) modele dahil edilmiş örgütsel sessizlik üzerinde üzerinde negatif yönde ve anlamlı bir etkisinin ($\beta=-0.0984$, $t=-3.0607$, $p<0.05$). olduğu görülmüştür.

Tablo 7: Kişilerarası Adaletsizlik İle Örgütsel Sessizlik İlişkisinde Örgütsel Sinizmin Düzenleyici Rolü

ÖRGÜTSEL SINIZMİN MODERATÖR ETKİSİ							
Örgütsel Sessizlik		β	Std.Hata	t	P	LLCI	ULCI
Sabit							
Örgütsel Sinizm		0.3205	0.042	7.4675	0.000	0.1106	0.2488
Örgütsel Adaletsizlik(Kişilerarası Adaletsizlik)		0.1797	0.351	5.1117	0.000	0.2361	0.4048
Kişilerarası Adaletsizlik xÖrgütsel Sinizm		-0.0984	0.032	-.3.0607	0.024	-0.162	-0.0352
ÖRGÜTSEL SINIZMİN MODERATÖR ETKİSİ		Moderatör Etki (β)	Std.Hata	t	P	LLCI	ULCI
Örgütsel Sinizmin Durumsal Etkisi= M=ISD							
M-ISS (0)	Düşük	0.2672	0.0502	5.32	0.000	0.1684	0.3659
M (0)	Orta	0.1763	0.0349	5.051	0.000	0.1077	0.245
M+ISS (0)	Yüksek	0.0897	0.0402	2.2314	0.026	0.0107	0.1688
MODEL ÖZETİ		R	R2	F	P	LLCI	ULCI
		0.5316	0.2826	50.693	0.0000		
Etkileşim Sonrasında Artan R2		R2'deki değişim	F	P			
		0.0174	9.3679	0.0024			

Tablo incelendiğinde etkileşim değişkeninin modele dahil olması ile bağımsız değişken kişilerarası adaletsizliği ile bağımlı değişken örgütsel sessizliğin ilişki gücünü azaltmıştır. Yapılan analiz sonuçları, kişilerarası adaletsizlik ile örgütsel sessizlik ilişkisinde örgütsel sinizmin düzenleyici etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. **H1a**: Çalışanların örgütsel adaletsizlik boyutuna ilişkin algılarının örgütsel sessizlik algıları üzerine anlamlı etkisi vardır şeklindeki **H1a** hipotezi ile **H5**: Çalışanların örgütsel adaletsizlik algısı alt boyutları (dağıtım, işlem, kişilerarası ve bilgisayar) ile örgütsel sessizlik ilişkisinde örgütsel sinizmin düzenleyici rolü vardır şeklindeki hipotezi kişilerarası adaletsizlik için **doğrulanmıştır**.

Tablo 8'da görüldüğü üzere bilgisayar adaletsizlik alt boyutu bazında kurulan regresyon modeli istatistiksel açıdan anlamlıdır ($R=0.5941$, $R^2=0.3529$, $F=70.169$, $p=0.000$). Analiz sonuçları, örgütsel adaletsizliğin bilgisayar adaletsizlik alt boyutu örgütsel sessizlik üzerinde istatistiksel anlamlı ve pozitif bir ilişkiyi göstermektedir ($\beta=0.2803$, $t=8.3900$, $p<0.05$). Buna göre bilgisayar adaletsizlik algısındaki artış örgütsel sessizlik düzeyini arttıran bir faktördür. Düzenleyici etki analizine ilişkin hesaplamalarda Baron ve Kenny (1986) tarafından önerildiği şekilde etkileşim değişkeni (kişilerarası adaletsizlik x örgütsel sinizm) modele dahil edilmiş örgütsel sessizlik üzerinde üzerinde negatif yönde ve anlamlı bir etkisinin ($\beta=-0.0968$, $t=-0.323$, $p<0.05$). olduğu görülmüştür.

Tablo 8: Bilgisel Adaletsizlik İle Örgütsel Sessizlik İlişkisinde Örgütsel Sinizmin Düzenleyici Rolü

ÖRGÜTSEL SINIZMIN MODERATÖR ETKİSİ							
Örgütsel Sessizlik		β	Std.Hata	t	P	LLCI	ULCI
Sabit							
Örgütsel Sinizm		0.2243	0.042	5.2555	0.000	0.1404	0.3082
Örgütsel Adaletsizlik (Bilgisel Adaletsizlik)		0.2803	0.334	8.3900	0.000	0.2146	0.3460
Bilgisel Adaletsizlik x Örgütsel Sinizm		-0.0968	0.03	-0.323	0.014	-0.156	-0.0378
ÖRGÜTSEL SINIZMIN MODERATÖR ETKİSİ		Moderatör Etki (β)	Std.Hata	t	P	LLCI	ULCI
Örgütsel Sinizmin Durumsal Etkisi= M±ISD							
M-ISS (0)	Düşük	0.3664	0.0454	8.0658	0.000	0.2771	0.4558
M (0)	Orta	0.277	0.0333	8.3213	0.000	0.2116	0.3425
M+ISS (0)	Yüksek	0.1918	0.0403	0.4755	0.000	0.1125	0.2711
MODEL ÖZETİ		R	R2	F	P	LLCI	ULCI
		0.5941	0.3529	70.169	0.0000		
Etkileşim Sonrasında Artan R2		R2'deki değişim	F	P			
		0.0174	10.409	0.0014			

Tablo incelendiğinde etkileşim değişkeninin modele dahil olması ile bağımsız değişken bilgisel adaletsizliği ile bağımlı değişken örgütsel sessizliğin ilişki gücünü azaltmıştır. Yapılan analiz sonuçları, bilgisel adaletsizlik ile örgütsel sessizlik ilişkisinde örgütsel sinizmin düzenleyici etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Bu kapsamda, **H1a:** Çalışanların örgütsel adaletsizlik boyutuna ilişkin algılarının örgütsel sessizlik algıları üzerine anlamlı etkisi vardır şeklindeki **H1a** hipotezi ile **H5:** Çalışanların örgütsel adaletsizlik algısı alt boyutları (dağıtım, işlem, kişilerarası ve bilgisel) ile örgütsel sessizlik ilişkisinde örgütsel sinizmin düzenleyici rolü vardır şeklindeki hipotezi bilgisel adaletsizlik için **doğrulanmıştır**.

SONUÇ

Klasik yönetim yaklaşımları ile birlikte insan faktörü, örgütteki işleyen sistemin bir parçası olarak görülmüş, düşünen, kavrayan, hisseden, kıyaslayan bir varlık olan insanın örgütler açısından öneminin kavranması, insanı temel alan yönetim yaklaşımlarını ortaya çıkarmıştır. Bu yeni yaklaşımda insan örgüt için bir organizmanın parçası ve uyum içerisinde çalışan bir ögesi olarak kabul edilmiştir. Bu bütünün gelişiminde önemli işlevsel parçalarından biri olan insanın performansını arttırmak için motivasyon, örgütsel adalet, iş tatmini, örgütsel sessizlik, bağlılık, örgütsel vatandaşlık algılarının çalışanlar üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu bağlamda alanyazın araştırıldığında örgütsel adalet, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm konularının bir arada ele alındığı çalışmaya ülkemizde pek rastlanmamaktadır. Örgütün değişim ve gelişiminin sağlanmasında engelleyici etkisi bulunan kavramlardan örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizmin birbiri ile ilişkisi ve örgütsel adaletsizliğe karşı geliştirilen bir cevap mekanizması olarak kabul edilmesi, örgüt içinde derinlemesine araştırılması gerekliliğini oluşturmuştur. Literatüre katkı sağlayacağı düşünüldüğü için yapılan bu araştırma kamu hastanesinde görevli sağlık personeline yönelik olarak yapılmıştır. Çalışmada örgütsel adaletsizlik, sessizlik ve örgütsel sinizm arasındaki etkileşimi ortaya koymak ve örgütsel adaletsizlik ile örgütsel sessizlik ilişkisinde örgütsel sinizmin düzenleyici etkisi belirlenmeye çalışılmıştır.

Çıkarımlar. İnsanın fiziksel, sosyal, mental, psikolojik sağlığı ile ilgili alanda çalışan sağlık çalışanları örgütsel ilişkilerinde saygı, katar süreçlerinde kendilerinin dikkate alınması, kendilerine eşit davranılması gibi konularda duyarlılık beklemektedirler. Etkin iletişim ve etkileşim aynı zamanda örgütlerde karşılıklı saygıyla beraber ikili ilişkilerin güçlenmesine katkıda bulunmaktadır. Bu kapsamda sağlık örgütlerinde iletişim ve karşılıklı güvenin etkisi diğer örgütlere göre çok daha önemlidir. Araştırma sonucunda örgütsel adaletsizlik, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm arasında orta düzeyde ilişki bulunmuştur. Bu sonuçlar sağlık çalışanlarının örgüt içi iletişime, örgütte dağıtım, işlem ve etkileşim adaletine önem verdikleri, tüm işlemlerin hakkaniyet içerisinde yapılmasını beklediklerini göstermektedir. Bu sonuçlar ayrıca alanyazınındaki diğer çalışmalar ile önemli ölçüde örtüşmektedir (Pinder ve Harlos, 2001; James, 2005).

Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin derecesine yönelik regresyon analizleri örgütsel adaletsizliğin örgütsel sessizlik üzerine etkisinin bulunduğunu göstermektedir. Bu ilişkinin *dağıtım* ve *bilgisel adaletsizlik* boyutlarında daha güçlü olduğu, çalışanlarına kazanımlarına yönelik dağıtımdaki eşitsizliği ve bilgilendirme ile ilgili adaletsizliği, adaletsizliğin diğer boyutlarına göre daha yoğun olarak algılamaktadırlar şeklinde yorumlanabilir. Yönetim alacağı kararlarda dağıtım yönünden eşitliği sağlaması ve ödüllendirme ile cezalandırma sistemlerine yönelik çalışanlara bilgilendirmesi adaletsizlik algısının hissedilmesinin önüne geçebileceği gibi çalışanların sessizlik tercihlerini etkileyecektir. Çalışmanın yapıldığı alanın kamu hastanesi olması örneklem grubunun yapısı araştırmanın sonuçları bakımından önemli olduğu kabul edilmektedir. Kamu hastanelerinde performans değerlendirmeye yönelik bir ücret politikası yerine meslek, kıdem, eğitim değişkenlerinin etkin olduğu bir ücret sistemi yer almaktadır. Ancak sağlık kurumlarının sahip olduğu döner sermaye ve dağıtım politikasının kabul gören bir değerlendirme politikasının yerine mesleki hiyerarşiye göre dağıtım payını belirlemesi dağıtım adaletsizliği ve bilgisel adaletsizlik algısını arttırdığı düşünülmektedir

Modelde bağımsız değişken örgütsel adaletsizlik, bağımlı değişken örgütsel sessizlikle olan ilişkisinde düzenleyici değişken örgütsel sinizmin olarak belirlenmiş ve düzenlenen model kapsamında incelenmeye çalışılmıştır. Araştırmada test edilmek üzere oluşturulan hipotezden, örgütsel sinizmin moderatör etkisinin incelendiği ilişkiler üzerine oluşturulan hipotez dışında diğer hipotezler desteklenmiştir. Bu bağlamda elde ettiğimiz bulgular; çalışanların örgütsel adaletsizlik algıları ile örgütsel sessizlikleri düzeyleri arasında bir ilişki olduğu, örgütsel adaletsizliğin işgörenlerin sessizleşmelerinde etkili olabilen örgütsel bir değişken olduğu yönündeki araştırma bulgularıyla (Karacaoğlu ve Cingöz, 2009; Pillai, Schriesheim ve Williams, 1999; Greenberg, 2001; Pinder ve Harlos, 2001) paralellik göstermektedir

Örgütsel adaletsizlik ile sessizlik ilişkisinin örgütsel sinizm ile değişip değişmediğini bu ilişkide moderator rolü incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, çalışanların örgütsel adaletsizlik algısı örgütsel

sessizlik düzeyini etkilerken, örgütsel sinizmin bu ilişkide moderatör rolünün bulunduğunu ortaya koymuştur. Örgütsel adaletsizliğin alt boyutları olan dağıtım, işlem, kişilerarası ve bilgisel adalet boyutları üzerinden değerlendirme yapıldığında bu boyutların örgütsel sessizlik ile olan ilişkisinde dağıtım adaletsizliği hariç tüm boyutlarda örgütsel sinizmin moderatör etkiye sahip olduğu görülmüştür. Örgütsel sinizmin moderator etkisi bilgisel adaletsizlikte ilişkinin yön değiştirmesine yani azalmaya neden olurken, diğer boyutlarında pozitif olarak etki etmektedir. Bu bulgular bir arada değerlendirildiğinde sağlık çalışanlarının örgütsel adaletsizlik karşısında sessizleştikleri ancak bilgisel adaletsizlik boyutunda örgütsel sinizmin moderator etkisi ile örgütsel sessizlik düzeyinin azaldığı şeklinde yorumlanabilir.

Gelecek araştırmalar için öneriler: Bu sonuçlara bağlı benzer çalışmanın özel hastanelerde yapılarak, kamu özel hastane karşılaştırmasının yapılmasının literature katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca çalışmanın farklı örgütlerde ve farklı örneklem grupları üzerinde yapılmasında uygulama açısından farklı perspektif kazandırabilecektir. Bununla birlikte araştırmacıların daha geniş örneklem kitlesinde benzer bir çalışma ile daha genelleylebilir sonuçlar elde edebilecektir.

Örgütsel adaletsizlik, örgütsel sessizlik ve örgütsel sinizm arasındaki ilişkilere yönelik, tanımlanan kuramsal ve araştırmaya dayalı bilgi ve bulgular değerlendirildiğinde, örgütsel adaletsizliğin, işgörenlerin çalıştığı örgüte yönelik sessizleşmesi ve daha fazla sinik tutum sergilemesi neden olması beklenmektedir. Bununla birlikte örgütsel adaletsizlik algısı sessizlik düzeyini arttırmakta, sinik tutumların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Örgütsel sessizlik düzeyinin değiştirilmesinde örgütsel sinizmin bir etkisinin olacağı düşünülmektedir. Yapılan analiz ve elde edilen bulgulara dayalı olarak örgütsel adaletsizlik ile örgütsel sessizlik ilişkisinde örgütsel sinizmin düzenleyici etkisinin olduğu anlaşılmıştır.

KAYNAKÇA

- ABRAHAM, R. Organizational cynicism: bases and consequences. generic, social, and general, *Psychology Monographs*, 126:3, 2000, 269-292.
- AMBROSE, M.L. (2002). Contemporary justice research: a new look at familiar questions. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 89, 803–812.
- AMBROSE, M. L., SEABRIGHT, M.A. ve SCHMINKE, M. (2002). Sabotage in the workplace: the role of organizational injustice. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 89, 974-965.
- ANDERSSON, L. M. (1996), Employee cynicism: an examination using a contract violation Framework, *Human Relations*, 49(11): ss. 1395-1418.

- BEER, M. ve EISENSTAT, R. A. (2000). The silent killers of strategy implementation and learning. *Sloan Management Review*, 41, 29-40.
- BEUGRE, Constant D.(2002). Understanding organizational justice and its impact on managing employess: an african perspective, *International Journal of Human Resource Management* 13:7 November, 1091-1104.
- BERNERTH Jeremy B., ARMENAKIS Achilles A. , FEILD Hubert S. ve WALKER H. Jack. Justice, cynicism, and commitment a study ofimportant organizational change variables, *The Journal Of Applied Behavioral Science*, 43:3, September 2007, 303-326.
- BRANDES, P. (1997). *Organizational cynicism: its nature, antecedents, and consequences*, Doctoral Dissertation, Division of Research and Advanced Studies of the University of Cincinnati.
- BRINSFIELD, C.T., EDWARDS, M.S., ve GREENBERG, J. (2009); *Voice and silence in organizations: historical review and current conceptualizations, voice and silence in organizations chapter 1*, Emerald Group Publishing Limited, First Edition, UK, 3-33
- BROWN, M. ve CREGAN, C. (2008). Organizaional change cynicism: the role of employee involvement, *Human Resource Management*,Vol:47, No:4, 667– 686
- BOLTON, L. R., HARVEY, R. D., GRAWITCH, M. J. VE BARBER, L. K. (2012). *counterproductive work behaviours in response to emotional exhaustion: a moderated mediational approach*. *Stress and Health*, 28 (3), 222-233
- CARTWRIGHT, S., ve HOLMES, N. (2006). The meaning of work: the challenge of regaining employee engagement and rejecteducing cynicism. *Human Resource Management Review*, 16, 199–208.
- COLE Michael S. , Emotions as mediators of perceived supervisor support and psychological hardiness on cynicism, *Academy Of Management Best Conference Paper* , 2004
- COLQUITT, J. A. (2001). On the dimensionality of organizational justice: a construct validation of a measure, *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 386-400.
- COLQUITT, J. A., SCOTT, B. A., JUDGE, T. A., ve SHAW, J. C.,(2006). Justice and personality: using integrative theories to derive moderators of justice effects, *Organizational Behavior And Human Decision Process*, Vol. 100, Issue 1, 110-127.
- COWHERD, D. M. ve LEVINE, D.i. (1992). Product quality and pay equity between lower-level employees and top management: aninvestigation of distributive justice theory. *Administrative Science Quarterly*, 37(2), 302- 320.
- CROPANZANO, R., BOWEN, D. E., ve GILLILAND, S. W. (2007). The management of

- organizational justice. *Academy of Management Perspectives*, 21(4), 34–48.
- ÇAKICI, Ayşehan, (2007). Örgütlerde sessizlik: sessizliğin teorik temelleri ve dinamikleri , *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1), 145-162.
- DEAN, J. W., BRANDES, P., ve DHARWADKAR, R. (1998). Organizational cynicism. *Academy of Management review*, 23(2), 341-352.
- DeCONINCK, James B. ve BACHMANN, Duane (2005). An analysis of turnover among retail buyers, *Journal of Business Research*, 58, 874-882.
- DELKEN, M., (2004).,Organizational cynicism: a studyamong call centers, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), University of Maastricht, Maastricht, Hollanda.
- DIETZ, J., ROBINSON, S. L., FOLGER, R., BARON, L. A., ve SCHULZ, M. (2003). The impact of community violence and an organization’s procedural justice climate on workplace aggression. *The Academy of Management Journal*, 46(3), 317-326.
- DONAGHEY J., CULLINANE N., DUNDON T. ve WILKINSON A. (2011). Reconceptualising employee silence: problems and prognosis. *Work, Employment and Society*, 25(1), 51-67.
- DYNE, L.V., ANG, S. ve BOTERO,I.C. (2003).Conceptualizing employee silence and employee voice as multidimensional constructs, *Journal of Management Studies*, 1359-1392.
- EFEOĞLU, İ.E. ve İPLİK, E. (2011). Algılanan örgütsel adaletin örgütsel sinizm üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik ilaç sektöründe bir uygulama. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (3), 343-360.
- FELDMAN, D. C. (2000). The dilbert syndrome how employee cynicism aboutineffective managementis changing the nature of careersin organizations. *American Behavioral Scientist*, 43(8), 1286-1300.
- FİTZGERALD, Michael R., (2002). Organizational cynicism: its relationship to perceived organizational injustice and explanatory style, Unpublished doctoral dissertation, Cincinnati University.
- GREENBERG, J, (2001). Setting the justice agenda: seven unanswered questions about what, why, and how, *Journal of Vocational Behavior*, 58, 210-219.
- HENRIKSEN, K. ve DAYTON, E. (2006). Organizational Silence And Hidden Threats To Patient Safety. *Health Services Research*, 41 (4), 1539-1554.
- JOHNSON J. L. ve O’LEARY-KELLY A.M (2003) The effects of psychological contract breach and

- organizational cynicism: not all social exchange violations are created equal. *Journal of Organizational Behavior*, 24, 627–647.
- KARACAOĞLU Korhan ve CINGÖZ Ayşe.(2009).İşgören sessizliğinin kaynağı olarak liderlik davranışı ve örgütsel adalet algısı. 17.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 21-23 Mayıs Eskişehir, 698-705.
- KORSGAARD, M. A., MEGLINO, B. M. ve LESTER, S. W. (1997). beyond helping: do other-oriented values have broader implications in organizations? *Journal of Applied Psychology*, 82, 160–77.
- LIND, E.A. ve KULIK, C.T., (2009),Hear Me Out: Voice And Justice, Greenberg Ve Edwards (Editör), Voice And Silence In Organizations,(135-157), *Emerald Group Publishing, United Kingdom*,
- LIU Dan, WU Jun ve MA Jiu-Cheng, J. (2009). Organizational silence: a survey on employees working in a telecommunication company. *Computers&Industrial Engineering International Conference on*, 1647-1651.
- MİRVİS, P.H. ve KANTER, D.L., (1991). Beyond demography: a psychographic profile of the workforce, *Human Resource Management*, 30 (1), 1991, 45-68.
- MORRISON Elizabeth Wolfe ve MİLLİKEN Frances J., (2000) Organizational silence: a barrier to change and developmentin a pluralistic, *The Academy Of Management Review*,; 25, pp. 706 – 725.
- NARTGÜN, Ş. S. ve V. KARTAL. (2013). Öğretmenlerin örgütsel sinizm ve örgütsel sessizlik hakkındaki görüşleri. *Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 2. 2, 47- 67.
- NAUS, F., A. ITERSÖN V.ve ROE R. A.. (2007). Value in congruence, job autonomy, and organization-based self-esteem: a self-based perspective on organizational cynicism. *European Journal Of Work And Organizational Psychology*. 16.2, 195-219.
- NOELLE-NEUMANN E.,(2002). Suskunluk sarmalı kuramının medyayı anlamaya katkısı, *Medya Kültür Siyaset*, (Der. İrvan S.), Alp Yay., Ankara,.
- ÖZEN, J. (2002). Adalet kuramlarının gelişimi ve örgütsel adalet türleri. hukuk felsefesi ve sosyolojisi arşivi, 5, 107-117.
- PINDER C.C.ve HARLOS K.P. (2001). Employee silence: quiescence and acquiescence as responses to perceivedinjustice, *Researchin Personnel and Human Resources Management*, 20: 331-369.
- PIDERIT, S. K., ve ASHFORD, S.J. (2003). Breaking Silence: tactical choices women managers makein speaking up about gender- Equityissues, *Journal of Managment*.

- PILLAI, R., CHESTER A. , SCHRIESHEIMAND E., WILLIAMS. S.,(1999), Fairness perceptions and trust as mediatorsfor transformationaland transactional leadership: a two sample study, *Journal of Management*, Vol.25, No.6, ss.897- 93.
- POUSSARD, Jale Minibaş. ve ERKMEN, Turhan (2008), Yönetim, iletişim, kültür. *Arıkan Yayınları*.
- PUTTU, J. M. ve ARYEE, S. (1990). Communicationin organizations, *Group and Organization Management*, Vol. 15, No. 1, 44.
- QIAN, Y. (2007).A Communication model of employee cynicism toward organizational change”, (doktora tezi, ohio university, the scripps college of communication, , PQDT veri tabanı, (7.09.2017 tarihinde ulaşıldı).
- SKARLICKİ, D.P., ve KULİK, C.T. (2004). Third- party reactions to employee (mis)treatment: A justice perspective. *Researchin Organizational Behavior*, 26, 183-229. doi: 10.1016/S0191-3085(04)26005-1.
- ST-PIERRE ve HOLMES D. (2010) The relationship between organizational justice and workplace aggression. *Journal Of Advanced ursing* 66 (5), 1169-1182.
- SUMMERS, L.(2006)., The cynical Americans: living and working in an age of discontent and disillusion (Book review), *Personnel Psychology*, 43/2, 394-398.
- TREVİNO, L.K. (1992). The social effects of punishment in organizations: a justice perspective. *Academy of Management Review*, 17(4), 647-676.
- VANCE, R. J., S. M. BROOKS, P. E. TESLUCK ve M. J. HOWARD. (1999). Longitudinal and multilevelinfluences on cynical climates and resistance to change. *14th Annual Conference of the Society for industrial and Organizational Psychology*. Atlanta: GA.
- VAN DEN BOS, K., LIND, E. A., VERMUNT, R., ve WILKE, H. A. M. (1997). How doi judge my outcome wheni do not know the outcome of others? *The Psychology Of The Fair Process Effect*. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 72, 1034–1046.
- VANYPEREN, N.W., HAGEDOORN, M., ZWEERS, M., ve POSTMA, S. (2000). Injustice and employees’ destructive responses: the mediating role of state negative affect. *Social Justice Research*, 13(3), 291–312.

- VERMUNT, R., ve STEENSMA, H. (2001). "Stress and justice in organizations: An exploration into justice processes with the aim to find mechanisms to reduce stress". In R. Cropanzano (Ed.), *Justice in the workplace: From theory to practice (Vol. 2)*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 27-48.
- WHITENER, E. M., BRODT, S. E, KORSGARD, M. A. ve WERNER, J. M. (1998). "Managers as initiators of trust: an exchange relationship framework for understanding managerial trustworthiness". *Behavioral Science and Human Resources Management Review*, 23 (3), 513-530.
- YÜRÜR, Senay. (2008). Örgütsel adalet ile iş tatmini ve çalışanların bireysel özellikleri arasındaki ilişkilerin analizine yönelik bir araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt.13, Sayı.2,. 295- 312.

DOĞU AKDENİZ ÜNİVERSİTENDE BAZI BÖLÜMLERE KAYITLI ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN TÜKETİCİLİKLE İLGİLİ KAVRAMLARA YÖNELİK BİLGİ DÜZEYLERİNİN VE DAVRANIŞ ALİŞKANLIKLARININ İNCELENMESİ

Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI¹
Mehmet Veysi BABAYİĞİT²
Özlem ALTUN³

ÖZ

Bu araştırmada, Turizm İşletmeciliği ve İngiliz Dili Eğitim bölümüne kayıtlı üniversite öğrencilerinin bilgi düzeyleri ve davranış özelliklerinin tüketicilik kavramı ile ilişkilendirilerek incelenmesi amaçlanmıştır. Bu araştırma ile Doğu Akdeniz Üniversitesinde Turizm İşletmeciliği ve İngiliz Dili Eğitim bölümüne kayıtlı olan toplam 120 öğrenci ile SPSS 20.0 programında analiz yapılarak, nicel araştırma stratejilerinden anket yönteminin kullanılması benimsenmiştir. Üniversite öğrencilerinin tüketicilik bilgi düzeylerinin ve davranışsal özelliklerinin üzerinde etkili olabilecek cinsiyet farklılıkları, bir işte çalışıp çalışmadığı ile okuduğu fakülte bu araştırmanın bağımsız değişkenleridir. Bağımlı değişkenler ise; bütün bunlardan etkilenilmesi muhtemel olan üniversite öğrencilerinin tüketicilikle ilgili bilgi düzeyi ve davranış özelliklerinin neler olduğudur. Bu çalışma, Turizm İşletmeciliği ve İngiliz Dili Eğitim bölümüne kayıtlı üniversite öğrencilerinin tüketim ve davranış konuları hakkında bilgi sahibi olunması açısından gelecekte yapılması amaçlanan başka çalışmalara öncülük edeceği varsayılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Aile, Tüketici Tasarruf, Tüketici Birey, Turizm, Eğitim

Jel Kodları:

1 Araştırma Görevlisi, Doğu Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Gazimağusa, KKTC ,cizrelioglu.necati@gmail.com

2 İngilizce Öğretmeni, Doğu Akdeniz Üniversitesi, İngiliz Dili Edebiyatı, Gazimağusa, KKTC ,m.veysi.babayigit@gmail.com

3 Dr. Öğretim Üyesi, Doğu Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Gazimağusa, KKTC ,ozlemaydogdu24@hotmail.com

**THE INVESTIGATION OF KNOWLEDGE LEVEL AND BEHAVIOR HABITS ON
CONCEPTS OF COMSUPTION FOR UNIVERSITY STUDENTS ENROLLED IN SOME
DEPARTMENTS OF EASTERN MEDITERRANEAN UNIVERSITY**

ABSTRACT

It is aimed to examine the knowledge levels and behavioural characteristics of university students enrolled in the Department of Tourism Management and English Language Education by relating them to the concept of consumerism. With this research, the responses of a total of 120 students enrolled in the Department of Tourism Management and English Language Teaching at the Eastern Mediterranean University were analysed in the SPSS 20.0 program, and the use of the survey method from quantitative research strategies was adopted. Gender differences that may affect the level of consumer knowledge and behavioural characteristics of university students, whether or not they work in a job and the faculty they study are independent variables of this research. Dependent variables are what the level of knowledge and behavioural characteristics of the university students who are likely to be affected by them all. It is assumed that this study will lead other studies which are intended to be done in the future in terms of knowledge of consumption and behaviour of university students enrolled in Tourism Management and English Language Education.

Keywords: Family, Consumer Saving, Consumer Individual, Tourism, Education

GİRİŞ

Tüketici, üretilen bir malı satın alan veya satın alma eğiliminde bulunan kişi olarak tanımlanmaktadır. Birey yaşadığı sürece tüketicidir. Yaşamını devam ettirebilmesi için tüketebileceği mal ve hizmetlere sahip olmaya çalışmaktadır. Tüketici olmak, bireylere özgüdür. Bireylerin sosyal, kültürel ve ekonomik ihtiyaçların karşılanması için mal ve hizmetleri satın alıp kullanmak ya da bireylerin kendisi üretip kullanması da tüketici olmanın en önemli özelliğini kapsamaktadır(Walker ve diğerleri, 2005; Bulut ve diğerleri, 2014). Genel açıdan bakıldığında, tüketicilerin tüketim alışkanlıkları hakkında karar alması bazı faktörler tarafından etkilenmektedir. Bu faktörler, tüketicinin alışkanlıklarına göre değişiklik gösterebilmektedir. Günümüzün daha bilinçli öğrenci kitlesi karşısında kurumlar, bireysel tüketim kararlarını ve bu kararları etkileyen süreçleri iyi belirlemeye çalışmalıdırlar. Günümüzde, aile, bireyler, internet kullanımı, reklamlar, vb gibi faktörler öğrencilerin tüketim tercihlerini etkileyen süreç olabilmektedir. (Çakır ve diğerleri, 2010). Üniversite öğrencilerin çocukluk çağı sonrası olan dönemi, erişkin döneme geçme sürecidir. Öğrencilerin üniversitede eğitim almaya başlamasıyla, şu döneme kadar alıştıkları alışkanlıkları, aile ortamından ayrılmaları ve çevresel faktörlerin etkilerine daha açık hale gelmesi, tüketim alışkanlıklarında özgür bir irade oluşmasına neden olmaktadır. Bu oluşum, tüketim alışkanlıklarında yeni bir dönem olarak tabir edilmektedir. Bu dönemin belirleyici özellikleri, yaşanan ekonomik problemler, üniversite eğitim ortamı, çevresel faktörler ve yeni kurulacak bir düzene uyum sağlama ve adapte olma çabalarıdır (Yılmaz ve Özkan, 2007). Çocukluk döneminde kazanılan deneyimler ve yetenekler, yaşamın ilerleyen dönemlerindeki tüketim alışkanlıklarının şekillenmesinde önemli bir işleve sahiptir. Bu süreçte kazanılan deneyimlerin, bireylerin tüketici davranışlarını sergilemesinde önemli bir kazanım elde edilmesine olanak sağlamaktadır. Bu kazanımlar, çocukluk döneminde öğrenilen deneyimler sayesinde yetişkin olduğu dönemdeki davranışlarına yön verilebilmektedir. Ayrıca, bireylerin kazandığı tüketimle ilgili bilgileri, tutumları ve yetenekleri, kamu politikasına da yön verebilmektedir. (Bozyiğit, 2013).

Bu araştırma ile tüketilen kaynakların, gelecekte üniversite öğrencilerin kaynaklardan eşitsiz bir şekilde yararlanabileceğinin veya mahrum kalabileceğinin varsayımından hareketle üniversite öğrencilerinin tüketim davranış özellikleri belirlenerek bir model oluşturmak istenmiştir. Turizm İşletmeciliği ve İngiliz Dili Eğitim bölümüne kayıtlı üniversite öğrencilerinin bilgi düzeyleri ve davranış özelliklerinin tüketiciler kavramı ile ilişkilendirilerek incelenmesi amaçlanmıştır. Üniversite öğrencilerinin bilgi düzeyleri ve davranış özellikleri kavramları arasındaki ilişkiyi anlamak, Turizm İşletmeciliği ve İngiliz Dili Eğitim bölümüne kayıtlı öğrencilerin tüketiciler davranışları hakkında olumlu bilgiler sunabilir. Ayrıca, bu iki değişken arasındaki ilişkiyi araştırılacak ve mevcut araştırmaların yanı sıra hipotezlerin önerildiği ana hedefler vurgulanacaktır. Literatürde, bu konu hakkında pek fazla araştırma yapılmamıştır. Yani bu çalışma geleceğin araştırmacılarını destekliyor. Bu

noktadan üniversite öğrencilerin tüketici davranışlarını etkileyen süreçler arasındaki ilişki test edilmiştir. Öncelikle, konunun özeti, çalışma faktörleri ile ilişkili olarak adlandırılmakta, daha sonra çalışmanın sonuçları ve önerileri açıklanmaktadır.

1. LİTERATÜR VE HİPOTEZLER

Tüketicinin davranış alışkanlığı her şeyden önce bireyin tüketim davranışını etkileyen değişkenlerdir. Bu davranış, ancak tüketim ile sınırlı kalmaktadır. Tüketim davranışı bir amaca yöneliktir. Tüketim alışkanlığını benimseyen bireyler, bir soruna çözüm getirmek için ürün ve hizmet satın almaktadırlar. Satın alınan ürün ve hizmetler, bireylerin potansiyel çözümüdür. Böyle bir amaç gütmeyen bireyler, tüketim davranışını sergileyemezler (Penpece, 2006). Aile, bireylerin tüketim davranışını etkileyen en önemli çevresel faktördür. Bu yüzden, bireyden, ekonomiyi erken yaşlarda anlaması ve çocukluk deneyimlerinin de yetişkinlik tercihlerine yön vermesi beklenmektedir. Bireyler, aktif yaşamın içerisinde katıldıklarında, istediklerinin ne kadarını elde edeceklerini ya da her istediklerini elde etmeye çalışmaktadır. Piyasada bulunan mal ve hizmetlerin çeşitliliği, karmaşıklığı ve yanıltıcı biçimdeki satış artırma çabaları, tüketiciyi olumsuz etkilemektedir. Tüketicinin korunmasında ise en önemli faktör tüketicinin kendisini koruma bilincine sahip olmasıdır (Hayta 2009). Öğrencilerin tüketicilik bilinci oluşmasında; harcamalarını planlı bir şekilde yapması, bir ürünü doğru bir şekilde satın alma kararı verip ve bu kararını uygulamasını geliştirmesi, sınırlı olan kaynakları verimli bir şekilde ve yerinde kullanması ve harcamalarında tasarruf yapması gibi oluşumlar tüketicilik bilincinin oluşmasının önemli faktörleridir (Ersoy, 2008). Öğrenciler, toplumun tüketim ana amacını sorgulama gücünden kendini soyutlamakta, varoluşsal kaygılarından kendini kurtarmakta, dolayısıyla tüketimi bir araç olarak kullanmak istemektedir. Bu açıdan bakıldığında, tüketim, bireylerin düşünsel ve duygusal etkileşimlerinin korunmasını sağlayan bir oluşum halini almaktadır. Günümüzde, tüketim aracı eksiklik üzerine kurulduğu görülmektedir. Bireylerin tüketim alışkanlıkları ve kültürleri sürekli bireyi satın almaya yönlendiren, bu yönlendirmeler kimi zaman yanlış ve doğru olmayan ihtiyaçlar olarak karşısına çıkmaktadır. Bireyler, tüketim olgusuna eleştirel bir gözle bakmayı bir yana bırakarak, bireyin tüketim yaratıcılığını ekonomik sisteme entegre etmektedirler. (Bauman, 2006; Buğday ve Babaoğlu, 2016). Aileler ve öğretmenler, çocuklarına her konuda olduğu gibi para kazanmanın önem derecesini ve nasıl kazanılması gerektiğini, doğru harcama becerisi kazanılmasını ve paylaşması gerektiğini, yardımlaşma konularına nasıl tepki vereceklerini, almak kadar verebilmenin de yani paylaşabilmenin de zevkinin verdiği hazzı algılama hissini kazandırmalıdır. Bununla birlikte; tasarruf nedir ve nasıl yapılır gibi, eğitim aldığı döneminden itibaren bireylere daha gerçekçi ve doğru bir şekilde bilgilenmeleri için rehberlik etmeli, bireylerin gelişim seviyeleri de göz önüne alınarak bilinçlendirilmeleri konusunda kılavuz etmelidirler. (Dal ve Eroğlu, 2015).

Aileler, çocuklarını erken yaşlarından itibaren, onların deneyim ve tecrübe kazanmaları açısından çok büyük etkiye sahiptirler. Bireylerin tüketim kavramı ile ilgili bilgi düzeyleri ve bireylerin davranış üzerinde aile tutumlarının etkisi incelendiğinde, çocuklarının tüketici olarak sosyalleşme süreçlerinde, ailenin etkisini araştıran çalışmalarda değişik sonuçlara ulaşılmıştır. Ailelerin çocuklarıyla birlikte alışveriş yapmaları onların tüketicilik konusunda bilgi kazanmalarını ve bilgi yeteneğine sahip olmasını sağlayarak bilinçli bir birey olmasına neden olmaktadır (Grossbart ve diğerleri, 1991; Akt: Ateşoğlu ve Türkkahraman, 2009). Üniversite öğrencileri, ailelerin parayı nasıl elde etmek için çabaladıklarını ve nasıl kullandıklarını çok anlamlı bir şekilde bakmazlar. Çoğu zaman aileler, çocuklarına duygusal yönden yaklaşarak, onların parayı nasıl yönetmesi gerektiğini öğretmekten kaçınmaktadırlar. Bu kaçış, onların ihtiyaç duyduğu tüketim bilincinin oluşmasına engel olmaktadır. Bu nedenle, çocukları, paranın doğru bir şekilde nasıl yönetilmesi gerektiği konusunda bilgi sahibi olmamaktadır (Karalar ve Kiracı, 2010). Bazı aileler ise çocuklarına, tüketimle ilgili bilgi ve eğitim vermek yerine, kendilerinin tüketici davranışlarını çocuklarının gözlem kazanmalarını beklemektedir. Ailenin çocuğana pozitif teşvik sağlaması, çocuklarının tüketicilik konusunda etkili ve doğru bir davranış sergilemesine sebep olmaktadır. Eğer aile çocuklarına pozitif etki bırakmayarak, negatif ceza yaptırım uygularsa, çocuklarının tüketicilik konusunda bilgi sahibi olmasını ve onların tüketiciliğe karşı davranışının gelişmesine engel olabilmektedir. (Moschis ve diğerleri, 1984, Akt: Ateşoğlu ve Türkkahraman, 2009). Ailelerin çocuklara kendi başlarına hareket edebilmeleri için fırsat tanınması, çocuklarının üniversite yaşamında bilinçli bir tüketici olmaları konusunda olumlu bir etki bırakmaktadır. Bu yaklaşım, öğrencilerin, ailelerinden ve çevreden aldığı kazanımlarla, tüketicilik kavramına yönelik bilgi düzeylerinin ve davranış alışkanlıklarının belirlenmesine sebep olmaktadır (Özabacı ve Özmen, 2005). Aile, yaşadığı yer ve çevre, okulu, arkadaşları, sosyal kitle araçları, kitap, dergi ve gazete gibi unsurlarda üniversite öğrencilerinin tüketici olarak sosyalleşmesinde önemli bir rol oynamaktadırlar. Bu önemli unsurlar, bireyin bir ürünü nasıl kullanması gerektiğini, kullanılan markaların hakkında haberdar olmasını, ürün hakkında detaylı bilgi sahibi olması gerektiğini ve seçtiği veya seçeceği ürünlerinin hangi markayı tercih etmesi gerektiğini hakkında bireylerin bir rol model alması gerektiğini göstermektedir.

1.1 Kavramsal Model ve Hipotezler

H1: Üniversite öğrencilerinin tüketim alışkanlıkları ve davranışları kazanmasında, Ailenin pozitif bir etkisi vardır.

H2: Üniversite öğrencilerinin tüketim alışkanlıkları ve davranışları kazanmasında, yaşadığı yerin ve çevrenin pozitif bir etkisi vardır.

H3: Üniversite öğrencilerinin tüketim alışkanlıkları ve davranışları kazanmasında, okulun pozitif bir etkisi vardır.

H4: Üniversite öğrencilerinin tüketim alışkanlıkları ve davranışları kazanmasında, arkadaşlarının pozitif bir etkisi vardır.

H5: Üniversite öğrencilerinin tüketim alışkanlıkları ve davranışları kazanmasında, ailenin ekonomik gelir düzeyinin pozitif bir etkisi vardır.

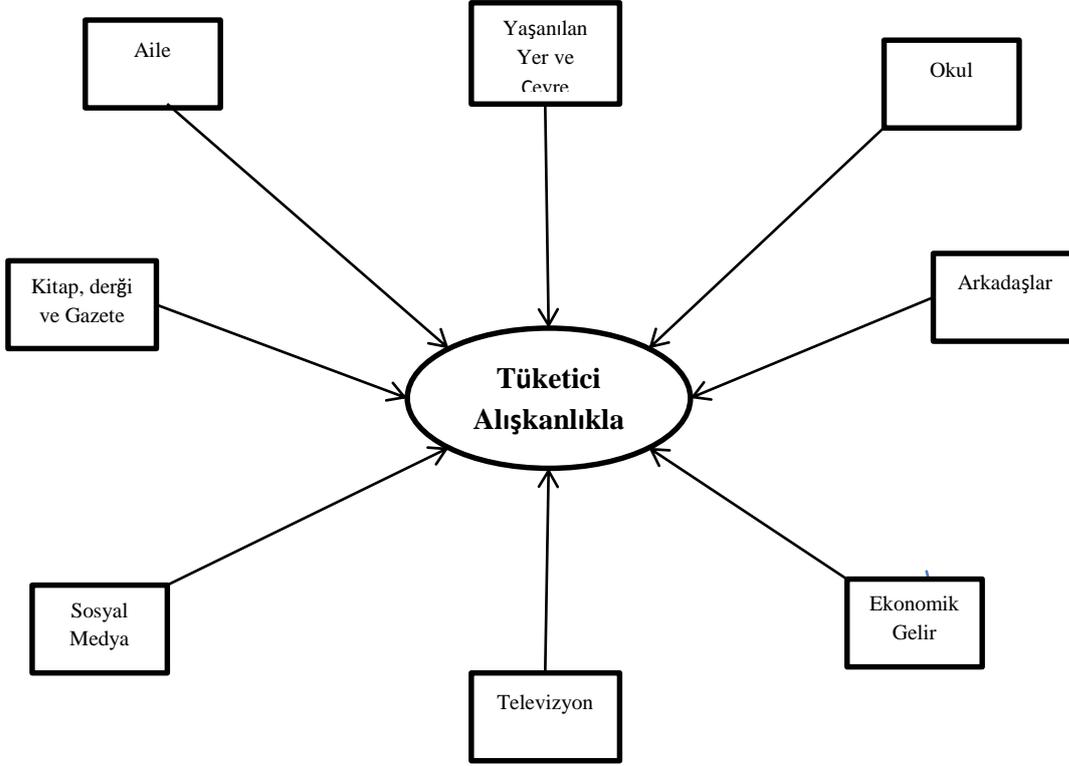
H6: Üniversite öğrencilerinin tüketim alışkanlıkları ve davranışları kazanmasında, televizyonun pozitif bir etkisi vardır.

H7: Üniversite öğrencilerinin tüketim alışkanlıkları ve davranışları kazanmasında, sosyal medyanın pozitif bir etkisi vardır.

H8: Üniversite öğrencilerinin tüketim alışkanlıkları ve davranışları kazanmasında, kitap, dergi ve gazete gibi öğelerin pozitif bir etkisi vardır.

Şekil 1’de gösterildiği gibi üniversite öğrencilerin tüketim alışkanlığını ve davranışlarını etkileyen öğeler; aile, okul, arkadaşlar, ekonomik gelir düzeyi, televizyon, sosyal medya ve kitap dergi ve gazete gibi unsurlardır.

Şekil 1: Üniversite Öğrencilerin Tüketici Davranışlarını ve Alışkanlıklarını Etkileyen Unsurların Kavramsal Modeli



2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

2.1 Araştırmanın Önemi, Amacı, Problemi ve Alt Problemleri

21. yüzyılda teknolojinin gelişmesi, nüfusun istikrarsız bir biçimde artmasına, işsizliğin dünyada yoğunlaşmasına ve abartılı bir şekilde tüketim kaynaklarının giderek azalmasına sebep olmuştur. Dolayısıyla; bu çalışma, gittikçe azalan kaynaklardan gelecekte genç bireylerin ve çocukların aynı oranda faydalanamayacağı veya mahrum kalabileceği öngörüsünden hareketle çocukların yetiştirilmesinde rol model olacakları düşünülen üniversite öğrencileri üzerinden böyle bir araştırma ve çalışmanın yapılmasına ihtiyaç duyulmuştur. Bu araştırmanın amacı; farklı bölümlerde okuyan üniversite öğrencilerinin tüketicilikle ilgili bilgi düzeylerinin ölçülmesi, davranış özelliklerini belirlenmesi ve ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda çözüm önerileri sunmaktır. Araştırmanın alt problemleri ise üniversite öğrencilerinin bilgi düzeyleri ve davranış özellikleri üzerinde etkili olabilecek cinsiyet farklılıkları, ailelerin eğitim durumu, ailenin ekonomik gelir kaynaklarının durumu ve tüketim alışkanlıklarının kazanmasını etkileyen çevresel faktörlerdir.

2.2 Örneklem

Araştırmanın evrenini, Doğu Akdeniz Üniversitesi öğrencileri, örneklemini ise Turizm İşletmeciliği ve İngiliz Dili Eğitim bölümünde öğrenim gören toplam 120 öğrenci oluşturmaktadır.

2017-2018 yılları arasında, Doğu Akdeniz Üniversitesinde Turizm işletmeciliği bölümüne kayıtlı toplam 166 öğrenci, İngiliz Dili Edebiyatında ise toplam 73 öğrenci arasından 120 kişi seçilmiştir. Çalışma grubunda yer alacak öğrenciler, basit rasgele örnekleme yöntemi ile seçileceklerdir. Nicel yöntemlerden görüşme tekniği kullanılması amaçlanmıştır. Nedeni, araştırmacının esnek olmasını sağladığı, olayın gidişatına göre yarı yapılandırılmış ve açık uçlu sorular sorarak bilgi düzeyleri, deneyimler, duygularla ilgili veriler toplamada güçlü bir teknik olduğu için kullanılacaktır. Örnekleme yöntemi, çalışmanın yapılması ve hedefler arasında güvenilir sonuçlar alınmasında etkilidir. Ayrıca, kolaylık örnekleme yönteminin geçerli ve konvansiyonel verilere sahip olduğu düşünülmektedir çünkü sorularla çalışmaya katılan katılımcılardan toplanan verilere dayanmaktadır (Etikan ve diğerleri, 2016).

2.3 Veri Toplama Aracı

Veri toplama yönetimi, üniversite öğrencilerine açık uçlu ve yarı yapılandırılmış türde sorular sorularak daha derinlemesine ve ayrıntılı bir şekilde uygulanmıştır. Uygun bir yöntem olması sebebiyle teke tek görüşme yöntemi tercih edilmiştir. Söz konusu bu yöntem araştırmacıya yaklaşım olarak esneklik sağlamaktadır. Görüşmeler, görüşme formlarına uygun şekilde kayıt edilmiştir. Araştırmaya katılma gönüllülük temeline dayalı olup, katılımcıların kimlikleri gizli tutulmuş, izinsiz olarak ses ve görüntü kaydı yapılmamıştır. Anket ölçeği daha önce yapılan çalışmalardan derlenerek oluşturulmuştur. Anket, üç bölümden oluşmaktadır; Anketin birinci kısmında, üniversite öğrencilerinin tüketici davranışı ilgili kendini nasıl tanımladığı 27 soru yer almaktadır. 3 puanlı (1=Katılmıyorum; 2= Biraz Katılıyorum; 3=Katılıyorum) likert benzeri bir ölçek kullanılmıştır. Anketin ikinci kısmında ise; üniversite öğrencilerin, tüketim alışkanlığını etkileyen öğelerle ilgili çevresel faktörlere dayalı sorular sorulmuştur. 3 Puanlı (1=Az; 2= Biraz; 3= Çok) likert benzeri bir ölçek kullanılmıştır. Anketin son bölümünde ise; katılımcıların demografik özellikleri cinsiyet, bölüm, sınıf, anne ve babanın eğitim düzeyi,anne babanın gelir düzeyi, bir işte çalışıp/çalışmaması ile ilgili sorular sorulmuştur.

2.4 Verilerin Analizi

Verilerin analizinde; SPSS programı kullanılarak,Turizm İşletmeciliği ve İngiliz Dili Eğitim bölümüne kayıtlı bazı öğrencilerin frekans ve yüzde dağılımları bulunmuş, tanımlayıcı, faktör analizi ve regresyon testi yapılmış ve sonuçlar tartışılmıştır. Bir çalışmada, verilerin temel özelliklerini tanımlamak için tanımlayıcı istatistikler kullanılır. Basit grafik analizi ile birlikte, bunlar hemen hemen her veri nicel analizinin temelini oluşturur (Elliott ve Timulak, 2005). Faktör analizi, çok sayıda değişkenin daha az sayıda faktöre indirgenmesi için kullanılan bir tekniktir. Bu teknik, tüm değişkenlerden maksimum ortak varyansı çıkarır ve bunları ortak bir puana yerleştirir (MacCallum ve diğerleri, 2001). Regresyon analizi, değişkenler arasındaki ilişkileri tahmin etmek için bir dizi

istatistiksel süreçtir. Bağımlı değişken ve bir veya daha fazla bağımsız değişken arasındaki ilişkiye ele alır, çeşitli değişkenleri modellemek ve analiz etmek için birçok teknik içerir (Lautenschlager ve Mendoza, 1986).

3. BULGULAR

3.1 Tanımlayıcı Analiz

Demografik analizde, cinsiyet, fakülte, sınıf düzeyi, anne ve babanın eğitim durumu, ailenin gelir düzeyi ve çalışma durumu göre katılımcıların frekans dağılımları belirlenmiştir. Belirlenen analizde, ankete katılanların çoğunluğunu erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Bu oran, toplam erkek katılımcıların sayısı 64 (%53.3), kadın katılımcıların sayısı ise 56 (%46.7) olup, katılımcıların çoğunluğu ağırlıklı olarak erkek olduğu görülmüştür. Ayrıca, katılımcıların çoğunun turizm işletmeciliği bölümüne kayıtlı olduğu görülmektedir. Turizm işletmeciliği bölümüne kayıtlı katılımcıların sayısı 73 (%60.8) iken, İngiliz dili eğitim bölümüne kayıtlı katılımcıların sayısı 47 (%39.2)'dir. Katılımcıların, Annesinin veya babasının eğitim durumuna baktığımızda; en düşük oranların sırasıyla ilkokul 7 (%5.8) ve ortaokul 9 (%7.5) olduğu görülmektedir. Bu oranlar gösteriyorki, üniversite okuyan öğrencilerin anne ve baba eğitim durumunun daha iyi olduğu gözlemlenmiştir. Ailenin gelir düzeyini incelediğimizde, katılımcıların ailesinin gelir seviyesinin en yüksek oranın orta düzeyde 62 (%51.7) olduğu görülmektedir. Bu orana göre; orta gelir düzeyine sahip ailelerin tüketici konusunda çocuklarına duyarlı davranış gösterdiği anlaşılmaktadır. Son olarak, İngiliz dili edebiyatı ve turizm işletmeciliği bölümüne kayıtlı katılımcıların bir işte çalışma oranı 41 (%34.2) iken, çalışmama oranı ise 79 (%65.8) olduğu görülmektedir. Buna oranlara göre, katılımcıların çoğu üniversite okurken çalışmadığı anlaşılmaktadır. Buna, ailelerinin aylık gelir düzeyinin etkisi yadsınamaz. Demografik analiz sonucu aşağıdaki Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Demografik Faktör

	Demografik Faktör	Analiz	
		N	Frekans%
Cinsiyet	Erkek	64	53.3
	Kadın	56	46.7
Okuduğu Bölüm	Turizm İşletmeciliği	73	60.8
	İngiliz Dili Edebiyatı	47	39.2
Sınıf Düzeyi	1.Sınıf	21	17.5
	2.Sınıf	40	33.3

	3.Sınıf	31	25.8
	4.Sınıf	28	23.3
	İlkokul	7	5.8
Annenin Eğitim Durumu	Ortaokul	30	25.0
	Lise	53	44.2
	Üniversite/Yüksekokul	19	15.8
	Lisansüstü	11	9.2
	Ortaokul	9	7.5
Babanın Eğitim Durumu	Lise	48	40.0
	Üniversite/Yüksekokul	38	31.7
	Lisansüstü	25	20.8
	Düşük	23	19.2
Ailenin Gelir Düzeyi	Orta	62	51.7
	Yüksek	35	29.2
Bir İşte Çalışma Durumu	Çalışıyorum	41	34.2
	Çalışmıyorum	79	65,8

Tablo 2 ve 3'e göre, düşük gelirli ailelerin çocukları 19'u bir işte çalışırken, 4'ü bir işte çalışmamakta, orta gelirli ailelerin 21'i bir işte çalışırken, 41'i çalışmamakta, yüksek gelirli ailelerin çocukları ise 1'i bir işte çalışırken 34'ü çalışmamaktadır. Ayrıca çalışanların çoğunluğunu turizm işletmeciliği bölümüne kayıtlı üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Bu değerler gösteriyorki, düşük veya orta gelirli ailelerin çocukları bir işte çalıştıkları için tüketicilik konusunda bilgi düzeylerinin ve davranış alışkanlıklarının farkına vararak, daha bilinçli tüketici olabilmektedir.

Tablo 2: Gelir düzeyine göre çalışma durumu

		Bir İşte Çalışma Durumu	
		Çalışıyorum	Çalışmıyorum
	Düşük	19	4
Ailenizin Gelir Düzeyi	Orta	21	41
	Yüksek	1	34
Toplam	120	41	79

Tablo 3: Turizm İşletmeciliği ve İngiliz Dili Edebiyatı Bölümü öğrencilerin çalışma düzeyi

		Bir işte Çalışıyormusunuz?	
		Çalışıyorum	Çalışmıyorum
Okuduğunuz Fakülte	Turizm İşletmeciliği	25	48
	İngiliz Dili Edebiyatı	16	31
Toplam	120	41	79

Tablo 4'te tüketici bilgi düzeyini belirleyen ve onların davranışını etkileyen öğelerin ortalama ve standart sapma değerlerini incelendiğinde, ailenin ve ailenin aylık ekonomik gelir düzeyi öğelerinin ortalamalarının en yüksek olduğu söylenebilir. Üniversite öğrencilerinin tüketimle ilgili davranış ve bilgi düzeyleri üzerinde ailenin büyük etkiye sahip olduğunu görülmektedir. Aileler, erken yaşta başlayarak üniversite dönemine kadar çocuklarına tüketicilik konusunda bilgi kazanmasını ve kaynakları tüketim ve kullanma konularında bilgi yeteneğine sahip olmasını sağlayarak, onların bilinçli bir tüketici birey olmasına neden olmaktadır.

Tablo 4: Tüketici Bilgi Düzeyini Belirleyen ve Davranışını Etkileyen Öğeler

	N	Ortalama	Standart Sapma
TÜKETİCİ DAVRANIŞ VE BİLGİ DÜZEYİ	120	2,1917	,35017
AİLE	120	2,4000	,64038
YAŞADIĞI YER VE ÇEVRESİ	120	2,1000	,74923
OKULU	120	2,0333	,77712
ARKADAŞLARI	120	1,8167	,82994
EKONOMİK GELİR DÜZEYİ	120	2,3500	,58912
TELEVİZYON	120	1,6250	,77852
SOSYAL MEDYA	120	2,1333	,75519
KİTAP, DERGİ ve GAZETE	120	1,8167	,76678

3.2 Faktör Analiz

Tablo 5'de görüldüğü üzere, ölçüm modelinin uyum değerinin iyi düzeyde olduğu görülmektedir. Faktör analizi sonuçları incelendiğinde, tüm KMO değerleri 50'den büyüktür ve Bartlett testi değerleri anlamlıdır. Bu analizde, asal eksenlerin faktör analizi uygulandı. Bu çalışmada, temel faktör analizinin kullanılmasının nedeni, değişkenlerin toplam varyansını hesaplarken, temel eksen faktör analizinin değişken-değişken kovaryans değerlerini ölçmektir (Erkmen & Emel, 2013).

Tablo 5: Tüketim Alışkanlıkları ve Bilgi Düzeyi Faktör Analizi

ÖzDeğer						
	<i>Std</i>	<i>Varyans</i>	<i>Kümülatif</i>	<i>Toplam</i>	<i>KMO</i>	
Tüketici Alışkanlıkları	<i>faktör</i>	<i>%</i>				
	<i>Yükleri</i>					
			20,908	20,908	2,927	0.73
Para kazanmamamın en önemli nedenlerinden biri de yardıma ihtiyacı olanlarla paylaşmaktır	,670					
Bir kıyafet almak istediğimde ihtiyacımın olup olmadığını düşünürüm	,660					
Alacağım kıyafetin başkalarını etkileyip etkilemeyeceği fiyatından daha önemlidir	,668					
Pek çok eşyaya moda olduğu için sahibim	,627					
Yatırım yapma düşüncesinin gereksizliğine inanırım	,547					
Kaynakları tüketirken dikkatli olmaya gerek yoktur düşüncesindeyim.	,559					
Gelecek kuşakların kaynakların kıtlığı gibi bir sorun yaşayacaklarını sanmıyorum	,567					
Satın aldığım her şeyin ihtiyacım olduğuna inanıyorum	,693					
Para kazanmanın en önemli nedeni yaşamımı sürdürebilmektir	,575					
Geleceğimi güven altına alabilmek için para kazanmam çok önemlidir	,689					
Almak istediğim bir şeye gerçekten ihtiyacım olup olmadığını detaylı bir biçimde düşünürüm	,655					

Alım gücümün üzerinde olan bazı şeyleri alabilirim	,604
Harcamalarımda eğitim konusu için asla tasarruf yapılmayacağını düşünürüm	,661
Bana göre kaynaklar sınırsızdır	,689

Faktör analizi sonuçlarına bakıldığında, ölçeğin toplam varyansı açıklama oranı % 20,908'dir. KMO değeri 0,73; $p < 0,001$ olarak belirlenmiş ve bu sonuçlar örneklem yeterliliği sağlaması yönünden ve faktör analizine uygunluğu açısından yeterli olarak kabul edilmektedir.

3.3 Regresyon Analiz

Tüketim davranışını ve bilgi düzeyini etkileyen öğeler ile tüketim alışkanlıklarını belirleyen faktörler arasında pozitif veya negative ilişkisini ve ailenin gelir düzeyinin, öğrencinin bir işte çalışma veya çalışmama durumu arasındaki pozitif veya negative etkisini test etmek amacıyla, regresyon analizi neticesinde Tablo 6 ve Tablo 7'teki bulgular elde edilmiştir.

Tablo 6: Regresyon analizi

		Değişken			
		B	Std. Error	t	Sig.
Değişken Adı					
Bir işte çalışma durumu		,819	,110	7,427*	,000
R ²	0.319				
SE	0.572				
F	55.166				

N:120

* $P < 0.05$, Bağımlı Değişken: Ailenin aylık gelir düzeyi

Tablo 7: Regresyon analizi

		Değişken			

	B	Std. Error	t	Sig.
Değişken Adı				
AİLEM	,188	,058	3,238*	,002
YAŞADIĞIM YER VE ÇEVREM	,207	,057	3,610*	,000
OKULUM	,014	,077	,176	,861
ARKADAŞLARIM	-,004	,055	-,064	,949
EKONOMİK GELİR DÜZEYİM	-,167	,56	-2,990*	,003
TELEVİZYON	,038	,066	,583	,561
SOSYAL MEDYA	,117	,058	2,018*	,046
KİTAP,DERGİ ve GAZETE	-,050	,061	-,824	,412
<i>R</i> ²	0.216			
<i>SE</i>	0.449			
<i>F</i>	3.821			

N:120

*P<0.05, Bağımlı Değişken: Tüketim Alışkanlıkları

Tablo 6 gösteriyor ki, ailenin gelir düzeyinin, çocuklarının bir işte çalışma durumu ile arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır. Bu sonuç, t değerinin (7.427) olması ve p<0.05 değerinden düşük olmasından kaynaklanmaktadır. Bunun yanında, Tablo 7’de ise, ailenin, sosyal medyanın ve yaşanılan yer ve çevrenin üniversite öğrencilerinin tüketim alışkanlıkları üzerinde pozitif ve anlamlı ilişki içerisinde olduğu belirlenmiştir. Aile, çocuklarının tüketim alışkanlıkları ve davranışlarını belirleyen önemli bir öğedir. Tablodaki t değerinin (3,238) ve p<0.05 küçük olması ailenin tüketim alışkanlıkları üzerinde pozitif ve anlamlı bir ilişki içerisinde olduğunu göstermektedir. Buna ilaveten, üniversite öğrencilerinin yaşadığı yer ve çevre faktörü üniversite öğrencilerinin tüketim alışkanlıkları ve bilgi düzeyinin şekillenmesinde pozitif ve anlamlı bir etki bıraktığı görülmektedir (t=3,610, p<0.05). Son olarak, ailelerin ekonomik gelir düzeyi üniversite öğrencilerinin tüketim alışkanlıkları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir (t= -2,990, p<0.05).

Tablo 8’de açıklandığı gibi, H1, H2, H5 ve H7 hipotezlerinin kabul edildiği görülmektedir. Üniversite öğrencilerinin tüketim alışkanlıkları kazanmasında ailenin, yaşanıyan yer ve çevrenin, ailenin ekonomik gelir düzeyinin ve sosyal medyanın önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Bu öğelerin bireyin tüketim alışkanlıkları arasında pozitif bir ilişki içerisinde olduğu yapılan analizler neticesinde anlaşılmaktadır.

Tablo 8: Hipotez Testi

H1: Aile → Tüketim alışkanlıkları ve davranışları	Kabul
H2: Yaşanıyan yer ve Çevre → Tüketim alışkanlıkları ve davranışları	Kabul
H3: Okul → Tüketim alışkanlıkları ve davranışları	Red
H4: Arkadaşlar → Tüketim alışkanlıkları ve davranışları	Red
H5: Ailenin Ekonomik Gelir Düzeyi → Tüketim alışkanlıkları ve davranışları	Kabul
H6: Televizyon → Tüketim alışkanlıkları ve davranışları	Red
H7: Sosyal Medya → Tüketim alışkanlıkları ve davranışları	Kabul
H8: Kitap, Dergi ve Gazete → Tüketim alışkanlıkları ve davranışları	Red

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma, Turizm İşletmeciliği ve İngiliz Dili Eğitim bölümüne kayıtlı üniversite öğrencilerinin bilgi düzeyleri ve davranış özelliklerinin tüketicilik kavramı ile ilişkilendirilerek incelenmesi amaçlanmıştır. Bu açıdan 2 farklı bölümden toplam 120 üniversite öğrencisi üzerinde araştırma yapılmıştır. Faktör analizleri yapıldıktan sonra, regresyon modellerinin sonuçları, tüketici alışkanlıklarının, üniversite öğrencilerinin bilgi düzeyleri ve davranış özellikleri kavramları arasında önemli derecede ılımlı bir rol oynadığını ortaya koymuştur. Regresyon analizi neticesinde, üniversite öğrencilerinin tüketici davranışlarını etkileyen kavramsal modelde yer aile, yaşanıyan yer ve çevre ve sosyal medyanın olumlu bir şekilde etkilediği, buna karşın ailenin ekonomik gelir düzeyinin ise negatif bir şekilde etkilediği analiz sonucunda ortaya çıkmıştır.

Genel itibariyle, 21. yüzyılda teknolojinin gelişmesi, artan nüfus oranı, istikrarsız ve abartılı bir şekilde tüketilen kaynakların yok olabileceği endişesine sebep olmuştur. Bu araştırma, azalan kaynakların, gelecekte insanların eşitsiz bir şekilde yararlanabileceğinin veya kaynaklardan mahrum kalabileceğinin varsayımından hareketle bir model oluşturulmuştur. Turizm İşletmeciliği ve İngiliz Dili Eğitim bölümüne kayıtlı üniversite öğrencilerinin bilgi düzeyleri ve davranış özelliklerinin tüketicilik kavramı ile ilişkilendirilmiştir. Bulgular sonucunda, öğrencilerin tüketici davranışlarını ve alışkanlıklarını kazanmasını en çok etkileyen öğelerin başında; aile, ailenin ekonomik gelir düzeyi, öğrencinin yaşadığı yer ve çevre ve sosyal medyanın önemli bir rol oynadığı görülmüştür. Üniversite

öğrencilerin aileleri, yaşadığı yer ve çevresi ve sosyal medyanın öğrencilerin tüketim alışkanlıklarını ve davranışları pozitif yönden etkilemiştir. Bunun yanında, üniversite öğrencilerinin ailelerinin ekonomik gelir düzeyi ve sosyal medya organı ile öğrencilerin tüketim davranışları ve alışkanlıkları arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Günümüzde yaşanan değişim süreci çok hızlı bir şekilde olmaktadır. Burdaki temel sorun, tüketicinin kaynaklara yeterli bir şekilde sahip olmaması ve tüketicinin bu kaynakları nasıl kullanması gerektiğini bilmemesidir. Tüketici olarak üniversite öğrencileri, yaşam kalitelerini artırmak için kendi ihtiyaçlarını karşılayabilmeli ve var olan kaynakları bilinçli bir şekilde kullanabilmelidir. Öğrencilerin dünyada var olan mal ve hizmetlerden faydalanması ve kullanması için, tüketim hakkında bilgi ve becerilerini kazanmalıdırlar. Bu kazanılması gereken bilgi ve beceriler çevresel faktörlerden dolayı sürekli bir değişime uğramaktadır. Öğrenciler bu değişim süreci boyunca çevreden aldığı eğitici faktörler ve ailenin vs. destekleyici özelliği, öğrencilerin sahip olduğu değerlerinin korumasında ve değişime daha kolay bir şekilde entegre olabilmesinde önemli bir etken olabilmektedir. Bu yüzden, eğitim ihtiyaçların karşılanmasında önemli bir öğedir. Tüketici olarak eğitimin önemini kavrayabilmemiz için, eğitimciler tarafından öğrencilerin tüketim kazanılması konusunda her döneminde, sürdürülebilir tüketici eğitimi vermesi gereklidir.

Her geçen zamanda karmakarışık bir durum alan ekonomik çevrede, maddi değerlerin bilinçinde olan ve parasını rasyonel açıdan yönetmesi gerektiği sorumluluğunu taşıyan bireyler yetiştirilmesi için bazı önerilerde bulununabilir. Bu öneriler; Ebeveynler, çocuklara büyüdükçe tasarrufun ve gelecek için plan yapmanın önemini açıklayarak onları geciktirilen memnuniyetin önemine özendirilmelidir. Para yönetimini doğal aile ortamında deneyerek öğrenmeleri için fırsatlar verilmelidir. Ebeveynler parayı ceza yada tüketim aracı olarak kullanmamalıdır. Çocuğuyla orantılı olarak her yıl düzenli olarak artırılmalıdır. Alışveriş esnasında kendi parasını kullanmaya özendirilmelidir. Harcamalarını planlı bir biçimde yapmayı öğretmelidir. Harçlıklarında tasarruf kategorisinin varlığı benimsemesi. aileler, çocuklarının yaşları arttıkça bir işte çalışıp para kazanmalarına da fırsat vermelidirler.

Sonuç olarak, çalışmanın uygulanması geçerli ve güvenilir sonuçlar vermektedir; bu nedenle, bu çalışma Kuzey Kıbrıs'ta okuyan üniversite öğrencilerin tüketicilik davranışları hakkında daha fazla araştırma yapılması yönünden oldukça etkili ve verimli bir çalışmadır. Ayrıca, mevcut teorileri anlamayı ve değerlendirmenin yanı sıra, eğitim sektöründe üniversite öğrencileri hakkında bilgi alınması ve tüketici davranışlarını etkileyen öğelerden yararlanması açısından da avantajlı olabilir. Konu ile ilgili gelecekte yapılacak olan çalışmalarda öncelikle daha geniş çaplı örnek kütlelerde çeşitli uygulamaların yapılması gerektiği düşünülmektedir. İleride yapılması planan çalışmalarda, farklı değişkenler arasındaki ilişkilerin varlığı ile birlikte ilişkilerin yönü hakkında da sonuçlara ulaşılmasını sağlayacak

araştırma modellerinin ve analizlerin kullanılması yerinde olacaktır. Bu açıdan bakıldığında, bu çalışma gelecekte yapılacak çok sayıda çalışma için bir temel oluşturacaktır.

5. TARTIŞMA

Çocuklukta şekillenen tercihlerin ve kökleşen davranışların yetişkinlik tercihlerine ve davranış özelliklerine etkisine dikkat çekilmek istenilmektedir. Ekonomiyi erken yaşlarda anlamakla, çocukluk deneyimlerinin yetişkinlik tercihlerine yön vermesi beklenmektedir. Bu araştırma; üniversite öğrencilerinin tüketimle ilgili davranış ve bilgi düzeyleri üzerinde aile, sosyal medya, yaşadığı yer ve çevre ve ailenin ekonomik gelir düzeyinin büyük etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Bu da göstermektedir ki; aile her konuda olduğu gibi para yönetimi konusunda da rehberlik etmek ve sorumluluk kazandırmakla yükümlüdür. Çocukluk döneminde çocuğun elde edebileceği paranın limitini bilmesini, yetişkinlikte mal ve hizmetlerin fiyatlarının ne kadar olduğunu düşünmesini ve bireyler harcama yapmak istediğinde alternatifler oluşturularak aralarında seçim yapması gerektiğini anlatmalıdırlar.

KAYNAKÇA

Ateşoğlu, İ., & Türkkahraman, M. (2009). Çocukların tüketici olarak sosyalleşmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(3), 215-228.

Bauman, Z. (2006). Küreselleşme (2. Baskı). Çev. A. Yılmaz). *İstanbul: Ayrıntı Yayınları*.

Bozyiğit, S. (2013). Çocukların çevre bilinçli tüketici olarak sosyalleşmesinde annelerin çocuk yetiştirme tutumlarının rolü. *Çukurova Üniversitesi*, Adana.

Buğday, E. B., & Babaoğlu, M. (2016). Bilinçli Tüketim Kavramının Boyutları: Bilinçli Tüketim Davranışının Yeniden Tanımlanması. *Sosyoekonomi*, 24(30), 187-206.

Bulut, Z. A., Tekinbaş, F., & Babacan, M. (2014). Okul Öncesi Yaş Grubu Çocukların Pazarlama Kavramları Farkındalığı. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 27-49.

Çakır, M., Çakır, F., & Gülşah, U. S. T. A. (2010). Üniversite öğrencilerinin tüketim tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 87-94.

Dal, Ö. G. V., & Eroğlu, A. H. (2015). Farklı kişilik özelliklerine sahip bireylerin risk algılarının tüketici davranışı açısından incelenmesi: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 361-385.

Elliott, R., & Timulak, L. (2005). Descriptive and interpretive approaches to qualitative research. *A handbook of research methods for clinical and health psychology*, 1(7), 147-159.

Erkmen, T., & Emel, E. S. E. N. (2013). Psikolojik sermaye ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Öneri Dergisi*, 10(39), 23-30.

Ersoy, S. (2008). Çocuklara para yönetimini öğretmede ebeveyn rehberliği. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (15), 140-157.

Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4.

Grossbart, S., Carlson, L., & Walsh, A. (1991). Consumer socialization and frequency of shopping with children. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 19(3), 155-163.

Hayta, A. B., & Hayta, A. B. (2009). Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), 143-151.

Karalar, R., & Kiracı, H. (2010). Bireysel değerlerin sürdürülebilir tüketim davranışı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik öğretmenler üzerinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 79-106.

Lautenschlager, G. J., & Mendoza, J. L. (1986). A step-down hierarchical multiple regression analysis for examining hypotheses about test bias in prediction. *Applied Psychological Measurement*, 10(2), 133-139.

MacCallum, R. C., Widaman, K. F., Preacher, K. J., & Hong, S. (2001). Sample size in factor analysis: The role of model error. *Multivariate Behavioral Research*, 36(4), 611-637.

Moschis, G. P., Moore, R. L., & Smith, R. B. (1984). The impact of family communication on adolescent consumer socialization. *ACR North American Advances*.

Özabacı, N., & Özmen, M. (2005). Tüketici Olmayı Nasıl Öğreniyoruz?. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 135-148.

Penpece, D. (2006). Tüketici Davranışlarını Belirleyen Etmenler: Kültürün Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kahramanmaraş*.

Sezek, F., Ercan, K. A. Y. A., & Doğan, S. (2008). Üniversite Öğrencilerinin Genel Beslenme Alışkanlıkları, Katkılı Besinler Hakkındaki Bilgi, Görüş ve Tutumları (Knowledge, Attitudes and Options about Additival and General Nutrition Interests of University Students). *Cankaya University Journal of Arts and Sciences*, 1(10). 117-134.

Walker, S. P., Chang, S. M., Powell, C. A., & Grantham-McGregor, S. M. (2005). Effects of early childhood psychosocial stimulation and nutritional supplementation on cognition and education in growth-stunted Jamaican children: prospective cohort study. *The lancet*, 366(9499), 1804-1807.

Yılmaz, E., & Özkan, S. (2007). Üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarının incelenmesi. *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 2(6), 87-104.

TÜRKİYE’NİN “VİZYON 2023” STRATEJİSİ İLE ALMANYA’NIN “2025” STRATEJİK HEDEFLERİNİN ENDÜSTRİ 4.0 GÖSTERGELERİ İTİBARIYLA KARŞILAŞTIRILMASI¹

Hasan TUTAR²
Duygu TERZİ³
Gülay TINMAZ⁴

ÖZ

Bugün sosyal, ekonomik ve siyasal köklü değişimin eşliğinde olduğumuz yadsınamayacak ölçüde ortadadır. Dördüncü sanayi devrimi olarak ifade edilen bu köklü değişim sürecinin kapsamı, karmaşıklığı ve çeşitliliği bakımından insanlığın daha önce yaşadığı devrimlerden ayrılmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye’nin Vizyon 2023 stratejisi ile Almanya’nın 2025 stratejik hedeflerinin endüstri 4.0 göstergeleri itibarıyla karşılaştırılmasıdır. Araştırmada *Türkiye’nin 2023 stratejisi ile endüstri 4.0 ekonomilerinin 2025 vizyonu ne ölçüde tutarlıdır* sorusu cevaplandırılmaya çalışılmıştır. Araştırma, ikincil veri kaynaklarına dayalı görgül bir araştırmadır. Araştırma konunun detaylı analiz edilebilmesi ve sorunların cevaplandırılabilmesi amacıyla *yorumsamacı* bir yaklaşımla kurgulanmıştır. İkincil veri kaynaklarından elde edilen bulgularla Türkiye’nin 2023 vizyonu ile dördüncü sanayi devrimini yaşayan ekonomilerin 2025 vizyonu karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Endüstri 4.0, Vizyon 2023, Yeni İleri Teknoloji Stratejisi, Sanayi Devrimi

¹ Bu çalışmanın bir kısmı 27-29 Nisan 2018 tarihlerinde Lefkoşa’da Uluslararası EMI Sosyal Bilimler Kongresinde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

² Prof. Dr., Sakarya University, İşletme Fakültesi, htutar@sakarya.edu.tr

³ Arş. Gör., Sakarya University, İşletme Fakültesi, duyguterzi@sakarya.edu.tr

⁴ Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya University, İşletme Enstitüsü, gulaytinmaz@gmail.com

COMPARISON OF "VISION 2023" AND "NEW HIGH TECHNOLOGY" STRATEGIES BY INDUSTRIAL 4.0 INDICATORS

ABSTRACT

Today, we are on the verge of social, economic and political fundamental change. This radical change, which is expressed as the fourth industrial revolution, is separated from the revolution of humanity in terms of its scope, complexity and diversity. The main purpose of this study is to compare with Turkey's Vision 2023 strategy with Germany's 2025 strategy as 4.0 indicators of the industry 4.0. In the study, Turkey's 2023 strategy has tried to determine whether consistent with the 2025 vision of industry 4.0 economies. Research is an empirical research based on secondary data sources. The research has been designed with an interpretive approach in order to be able to analyze in detail and answer the questions. With findings obtained from secondary data sources, Turkey's 2023 vision are discussed in comparison with the 2025 vision of industry 4.0 economies.

Keywords: Industry 4.0, Vision 2023, New High-Tech Strategy, Industrial Revolution

1. GİRİŞ

Bugün insanlık yaşama, çalışma ve insanlar arası ilişkileri kökten değiştiren 4. Sanayi devriminin başlarında bulunmaktadır. Dördüncü sanayi devrimi olarak nitelendirilen bu süreç, ölçeği, kapsamı ve karmaşıklığı itibariyle daha önce yaşananlardan önemli ölçüde ayrılmaktadır. Bu yeni devrimin sınırlarını, içeriğini ve kapsamını tam olarak kavramak pek kolay gözükmemektedir. *Bu süreç, yapay zekâ, nesnelerin interneti, 3d yazıcılar, robotik, özerk taşıtlar, biyo teknoloji, enerji depolama, malzeme bilimi gibi yeni teknolojik atılımların, çok çeşitli alanlarda iç içe geçmesiyle şekillenen bir süreçtir.* Bu süreçte yeni iş modelleri ortaya çıkmakta, yerleşik kuruluşlar mevcut yapıları ile yetersiz kalmakta, üretim, tüketim ve dağıtım kanalları yeniden biçimlenmektedir. Bütün bu köklü değişimler nedeniyle dördüncü bir devrimin gelişmekte olduğu tezini Klaus Schwab şu üç nedene dayandırmaktadır (Schwab, 2017: 10,11) :

Hız. Bu her türlü işlemde öncesinde rastlanmayan ve gittikçe artan “hız”dır. Önceki sanayi devrimlerinin tersine endüstri 4.0 doğrusal değil, katmanlı bir hızla gelişmektedir. Bu, içinde yaşadığımız son derece bağlantılı dünyanın ve yeni teknolojinin sürekli daha yeni ve daha yetenekli teknolojilerin önünü açmasının bir sonucudur.

Genişlik ve derinlik. Dördüncü sanayi devrimi, dijital devrimin üzerinde yükseliyor ve özellikle de ekonomi ve iş dünyasında benzeri görülmedik paradigma değişimlerine götüren çok çeşitli teknolojileri bir araya getirmektedir.

Devrimsel sistem etkisi. Bu devrim ülkeler, şirketler ve sektörler arasında bir bütün olarak toplumların sistemsel dönüşümünü içeriyor. Devrim, ani ve radikal değişim demektir; tarih boyunca yeni teknolojiler ve dünyayı farklı biçimde algılama biçimleri ekonomik sistemlerde ve sosyal yapılarda derin bir değişimi içerdiğinde devrimler kaçınılmaz olur. Tarihi bir başvuru çerçevesi olarak ele alındığını düşünürsek değişimlerin gelişmesi yıllara ihtiyaç duymaktadır; ancak dördüncü sanayi devriminde yıllarca süren değişim sürecine ihtiyaç bulunmamakta ve yukarıda ifade edildiği gibi, siyasal, kültürel, ekonomik ve politik değişimler daha hızlı biçimde yaşanmaktadır.

Günümüzde sanayi ve sanayileşme ile ilgili gelişmelerin merkezinde Endüstri 4.0 olarak adlandırılan sanayileşmenin dördüncü evresi yer almaktadır. İlk olarak 2011 yılında Alman Hükümeti tarafından Hannover Fuarında ortaya atılan Endüstri 4.0, başta Almanya olmak üzere diğer gelişmiş ülkelerle birlikte bütün dünyanın gündemindedir. Daha önceki üç sanayi devrimiyle karşılaştırıldığında, 4. Sanayi devriminin “Nesnelerin İnterneti” olarak Türkçeleştirilen bir teknolojik temele dayanması ve akıllı fabrikalar/üretimi amaçlaması söz konusudur (Soyak, 2017). Endüstri 4,0’ın özelliği; insanlar, makineler ve ürünler arasında gerçek zamanlı iletişim gerçekleştirebilmesi ve yüksek bir esneklikle müşteri taleplerine göre özelleşmiş ve dijitalleşmiş akıllı imalat modeli geliştirmesidir. Bu akıllı imalat modeli, üretimin yerelleştirilmesini ve ürünlerin kişiye özel hale getirilmesini esas almaktadır (Fırat, 2017).

İlk olarak Alman hükümeti tarafından gündeme getirildiği için Almanya, Endüstri 4.0'ın yaratıcısı olarak görülmektedir. Bu nedenle başta Almanya olmak üzere ABD, İngiltere ve diğer gelişmiş ülkelerin gündeminde de yerini almış olan Endüstri 4.0'ı gerçekleştirmek için Türkiye'de de stratejiler ve hedefler belirlenmiştir. Bu bağlamda çalışmada öncelikle endüstri 4.0 kavramı, tarihsel gelişimi ve göstergeleri ele alınacak, ardından Türkiye'nin Vizyon 2023 stratejisi endüstri 4.0 göstergeleri bağlamında değerlendirilecektir.

1. ENDÜSTRİ 4.0 KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Sanayi devriminin gelişimine baktığımızda genel kabul gören görüş, bugünkü aşamaya gelinmesinin 4 aşamada gerçekleştiği yönündedir. Birinci Sanayi Devrimi olarak adlandırılan süreç, 1784 yılında ilk mekanik dokuma tezgâhının kullanımı ile başlamıştır. 19. yüzyılın sonuna kadar devam eden bu süreçte, su ve buhar enerjisi kullanımı ile mekanik üretim ortaya çıkmış ve buhar gücü dokuma tezgâhlarında kullanılmaya başlanmıştır. Demiryolu ağının gelişmesi birinci sanayi devrimine hız kazandırmıştır (Eğilmez, 2017). Bu köklü değişim, hem ekonomi dünyasını hem de toplumsal yapıyı önemli ölçüde etkilemiştir. Ford'un otomobil fabrikasında uygulanan ve yaygın şekilde benimsenen kitlesel (Fordist) üretim İkinci Sanayi Devriminin başlamasına ön ayak olmuştur. Ford tarafından getirilen bu sistem üretimin maliyetini düşürmüş, ekonomik verimliliği arttırmıştır (Eğilmez, 2017). İkinci Sanayi Devrimi'nin ortaya çıkmasında ulaşım kanallarının gelişmesinin büyük etkisi olmuştur. Ulaşımın kolaylaşması, hammadde teminini de kolaylaştırarak, ürünlerin yeni ve uzak pazarlara ulaşmasını sağlamıştır (Ege Bölgesi Sanayi Odası, 2015). Elektriğin kullanımı ile başlayan *Üçüncü Sanayi Devrimini* elektronik ve bilgi teknolojilerinin kullanımı ile üretim otomasyonunun daha yüksek bir düzeye taşınması olarak tanımlayabiliriz. Üretim süreçlerinde bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin kullanılmaya başlanması küçük, pratik ve mekanik ürünlerin günlük hayata girmesini sağlamıştır (Ege Bölgesi Sanayi Odası, 2015). Bu dönemde gelişen bilgi teknolojileri dördüncü sanayi devrimine zemin hazırlamıştır. Bu devrim insan emeğine duyulan ihtiyacı önemli ölçüde azaltmıştır.

Almanya'da yaygınlaştırılan ve "dördüncü sanayi devrim" anlamına gelen kavram, endüstri 4.0 adıyla anılmaktadır. Endüstri 4.0 kavramının altında yatan temel düşünce, sınai üretim için siber-fiziksel sistemlerin uygulanmasıdır. Endüstri 4.0, "*makine gücünün; insan gücünün yerini alarak üretim süreçlerini kendiliğinden yönetebilir hale getirmesi*" olarak tanımlanabilir. TÜSİAD (2016: 19)'a göre "fiziksel ve dijital sistemler arasındaki bağlantı"dır. Değer zinciri boyunca makinelere veya ürünlere mikrobilgisayarlar, sensörler vb. teknolojilerin yerleştirilmesi bu sürecin temel iş yapma biçimini ifade etmektedir (Burmeister, Lüttgens ve Piller, 2016: 124). Kavram aynı zamanda değişim mühendisliğini ve ürünlerin ve hizmetlerin dijital donanımını, iyi senkronize edilmiş ürün-hizmet kombinasyonlarını içermektedir. 4. Sanayi devrimiyle birlikte üretim süreçlerinin esnekliği ve verimliliği artmış, maliyetlerde düşüşler söz konusu olmuştur (Burmeister, Lüttgens ve Piller, 2016: 125). Endüstri 4.0

genel olarak Nesnelerin İnterneti, Endüstriyel İnternet, Dijital Dönüşüm, Dijitalleşen Endüstri veya Her Şeyin İnterneti gibi kavramlarla da tanımlanabilmektedir. Endüstri 4.0'ın temel dinamiklerini Boston Danışma Grubu (2015) şu şekilde belirlemiştir: Büyük Veri ve Analizi, Zenginleştirilmiş Gerçeklik, Siber Güvenlik, Bulut Teknolojileri, Akıllı Robotlar, Nesnelerin İnterneti, Yatay ve Dikey Yazılım Entegrasyonu, Eklemeli Üretim, Simülasyon

Endüstri 4.0 üretimin yüksek teknolojiyle donatılmasını ve hızlandırılmasını, üretimde kullanılan insan emeğine duyulan ihtiyacın azaltılmasını, üretimdeki hataların en aza indirgenmesini, yüksek derecede esneklik sağlanmasını hedeflemektedir (Eğilmez, 2017). Bunun yanında üretim planlamasındaki eksikliklerin giderilmesi, stok israfının ortadan kaldırılması, minimum enerji ve daha az kaynak kullanımı da bu devrimin hedefleri arasındadır (Fortune, 2017). Endüstri 4.0'ın temellerini oluşturan bazı olayları şu şekilde sıralamak mümkündür (TÜSİAD, 2016: 19-20): Uluslararası ticaretin artması, küreselleşme, yükselen güçlü ekonomiler, gelişen teknoloji, kaynak kıtlığı, güvenlik sorunları. Bu olaylar Endüstri 4.0'ın ortaya çıkışına zemin hazırlamış, fiziksel ve dijital sistemlerin bütünleşmesine ve ihtiyaç duyulan işgücünün niteliğinin değişmesine ön ayak olmuştur. Dördüncü sanayi devrimi üretim açısından üç temel avantaj sağlamaktadır (Fortune, 2017):

- Üretilen ürünleri çok hızlı bir şekilde pazara sunmak,
- Her bir müşteriye özel ürün üretmek,
- Verimlilik artışı sağlamak.

Küresel öngörüler, günümüzde artık Endüstri 4.0 ile ilişkili teknolojilerin daha çok uygulama alanı bulacağını ve sürekli yükselen bir eğilim göstereceğini işaret etmektedir. Bu öngörüler ışığında TÜBİTAK'ın raporuna göre 2018 yılında sanayide kullanılacak robot sayısı yaklaşık 3 milyon olacağı ve birbirine bağlı cihaz sayısının 13 milyardan 29 milyara çıkacağı düşünülmektedir. 2020 yılında nesnelerin interneti pazarının büyüklüğünün 656 Milyar USD'den 1.7 Trilyon USD'ye çıkacağı, 2025 yılında endüstriyel robotların yaratacağı ekonomik etkinin yıllık 0.6-1.2 Trilyon \$, gelişmiş ülkelerdeki imalat süreçlerinin %15-25 oranında otomasyona dayalı olacağı da öngörüler arasındadır. Aynı şekilde 2025 yılında OECD ekonomilerindeki yenilik aracılığıyla, GHYİH artışının verimlilik artışına bağlı olduğu da öngörülmektedir. Tüm bu bulgular ışığında çoğu ülke, kendi yetkinlikleri ve özgünlükleri açısından yeni sanayi devrimine yönelik stratejilerini oluşturmaktadır. ABD stratejisini *Akıllı İmalat Koalisyonu ve Akıllı İmalat Açık Platformu*; Avrupa Birliği stratejisini *Kamu-Özel Sektör Ortaklıkları, Kaynak ve Enerji Verimliliği ile Sürdürülebilir Proses Endüstrileri*; Almanya stratejisini *Endüstri 4.0 ve Dijital Ekonomi, Endüstri 4.0 Vizyonu 2025 ve Endüstri 4.0 Uygulama Stratejisi*; Japonya stratejisini *Toplum 5.0*; Birleşik Krallık stratejisini *Katma Değerli İmalat Girişimi ve 7 uzmanlaşmış merkez* ve son olarak Fransa stratejisini *Geleceğin Endüstrileri Girişimi* olarak belirlemiştir (TÜBİTAK, 2017).

1.1. Endüstri 4.0'ın İtici Güçleri veya Mega trendler

Mega trendleri belirlemek ve dördüncü sanayi devriminin teknolojik itici güçlerinin geniş yelpazesini ele almak için fiziksel, dijital ve biyolojik üç temel parametre vardır. Mega trendlerin birbiriyle ilişkili temel dinamiklerini aşağıdaki gibi belirleyebiliriz (Schwab, 2017, 24-31):

Fiziksel dinamikler. Teknolojik mega trendlerin başlıca dört fiziksel ifadesi vardır. Bunlar otonom taşıtlar, 3d yazıcılar, ileri robotikler ve yeni malzemelerdir. Dronelar, uçaklar ve tekneler farklı özerk taşıt türleridir. Sensörler ve yapay zekâ gibi teknolojiler geliştikçe bütün bu özerk makinaların yetenekleri de hızla iyileşmektedir. Droneler çevrelerini duyumsama ve tepki verme yeteneklerine kavuştukça enerji nakil hatlarını kontrol etme, savaşa lojistik destek sağlama gibi yetenekler kazanmaktadır.

3d Baskının yaygınlaşması. Eklemeli imalat diye de adlandırılan “3d baskı” üç boyutlu dijital bir çizim ya da modelden tabaka üstüne tabaka basarak fiziksel bir nesne oluşturmak demektir. 3d baskı malzemeyi alıp dijital bir şablon kullanarak 3 boyutlu bir nesneye dönüştürebilmektedir. 3d yazıcı teknolojisi ilk olarak 1984 yılında kullanılmış ancak bu yöntem geçtiğimiz 20 yılda hızlı prototipleme dışında çok fazla ilgi görmemiştir. Şu anda 3d baskı, entegre elektronik parçalarını ve hatta insan hücre ve organlarını içerecek kadar geniş bir alana etki etmektedir. Bununla birlikte 3d yazıcılarla yapay damardan böbreğe, insan kulağından oyuncağa, müzik aletlerinden İngiliz anahtarına kadar neredeyse her şey üretilebilmektedir.

İleri robotiklerin kullanılması. Robotların kullanımı otomotiv gibi belli endüstrilerde sıkı kontrol edilen görevlerle sınırlı olmaktan öteye geçmiştir. Bugün robotlar giderek bütün sektörlerde, tarımdan hasta bakıcılığa kadar çeşitli görevlerde kullanılmaktadır. Robotiklerdeki hızlı ilerleme, kısa sürede insanlar ile makinalar arasında işbirliğini günlük yaşamın bir parçası haline getirmektedir. Özel bir birim tarafından programlanması gereken robotlar şimdi bulut teknolojileri aracılığıyla uzaktan enformasyona erişebilmekte ve başka robotlarla birlikte iş yapabilme yeteneğine kavuşmaktadır. Günümüzde robotikler artık hem daha otonom ve esnek hem de maliyetleri eskiye göre daha düşüktür.(TÜSİAD, 2016: 26).

Yeni malzemelerin üretilmesi. Yeni malzemeler öncekilere göre daha hafif, güçlü, geri dönüşebilir ve uyarlanabilir malzemelerdir. Şimdi kendi kendini onaran ya da temizleyebilen akıllı malzemeler geri dönebilen bellekli metaller basınca enerjiye dönüşebilen keramik ve kristaller yeni malzeme örnekleri arasındadır. Çelikten 200 kat daha güçlü, insan saçından 1 milyon kat daha ince bir ısı ve elektrik iletkeni olan grafen ileri bir yeni nano malzeme örneğidir.

Dijital uygulamaların yaygınlaşması. Dördüncü sanayi devriminin fiziksel ve dijital uygulamalar arasında mümkün kıldığı başlıca köprü her şeyin interneti olarak adlandırılan *nesnelere internetidir*. Nesnelere interneti basit biçimi ile nesnelere (ürünler, hizmetler, mekânlar vb.) insanlar arasında bağlantılı teknolojilerin çeşitli platformların mümkün kıldığı bir ilişki ağıdır. Sensörler ve

fiziksel dünyadaki nesnelere sanal ağlara bağlamakta kullanılan diğer sayısız araç şaşırtıcı bir hızla geliyor. Giderek daha küçük, daha ucuz ve akıllı sensörler; evlere, giysi ve aksesuarlara, kentlere, ulaşım ve enerji ağlarına, aynı zamanda imalat süreçlerine yerleştiriliyor. Dünyanın en büyük taksi şirketi olan uber hiçbir araca sahip değil. Dünyanın en popüler medya kuruluşu olan facebook hiçbir içerik yaratmıyor. En değerli perakendeci hiçbir stoka sahip değil. En büyük konaklama sunucusu olan Airbnb' nin hiçbir gayrimenkulü bulunmamaktadır. Nesnelere internetinin kullanıldığı bir fabrikada, şu avantajların yer alması beklenmektedir (Ege Bölgesi Sanayi Odası, 2015):

a) *Üretim ve üretim süreci yönetimi pratikleşecektir:* Fabrikalardaki birim yöneticileri, anlık olarak akıllı telefon ve tabletleriyle süreci yönetecek ve herhangi bir sorun çıktığında akıllı telefon ya da tabletleriyle müdahale edebileceklerdir. Nesnelere internetini kullanma açısından daha gelişmiş olan fabrikalarda ise süreç robot ya da makineler tarafından yönetilecek ve istenmeyen durumla karşılaşıldığında süreç otomatik olarak duracaktır.

b) *Tedarik zinciri daha akıllı hale gelecektir:* Ürünlerin üzerindeki sensörler ve akıllı etiketler sayesinde ürünler tedarik zinciri boyunca kendilerini yönetecekler ve böylece ürünlerin tüketicilere ulaşan kısmı konusunda fabrika yöneticilerine anlık bilgi sağlayacaklardır. Bu sayede de satış ve stok yönetimi de kolayca takip edilecektir.

c) *Enerji ve altyapı maliyetleri azalacaktır:* Nesnelere interneti, makineler ve robotlar vasıtasıyla enerji tüketimi gereksinimini azaltacaktır. Makinelerin üzerine yerleştirilecek akıllı ölçüm cihazları ve sensörler, enerji kullanım miktarını ölçerek, optimum enerji düzeyini belirleyecektir. Böylece enerji israfı engellenmiş olacaktır.

d) *Daha az insan kaynağına ihtiyaç duyulacaktır:* Üretim sürecinin makine ve robotlarla yönetilmesiyle insan gücüne olan ihtiyaç azalacak, kas ve beden gücü yerini bilgi gücüne bırakacaktır.

e) *Gelir ve kar düzeyinde artış sağlanacaktır:* Üretim sürecinin daha az maliyetli yürütülmesi, kar ve gelir düzeyinde artış sağlayacaktır.

Biyolojik etkiler. Biyolojik alandaki gelişmeler nefes kesici bir hızda devam ediyor. Gen dizeleme, genleri aktive etme ya da yeniden düzenlemenin maliyetinin azaltılması kayda değer ilerleme sağlıyor. Kalp hastalığından kansere kadar inatçı sağlık sorunları genetik bir bileşime sahip olduğundan bu alandaki gelişmeler söz konusu hastalıklar için umut verici olmaktadır. Gelecekte muhtemelen belli özelliklere sahip ve özgül hastalıklara direnme imkanı olan tasarım bebeklerin ortaya çıktığına tanık olacağız.

2. TÜRKİYE’NİN VİZYON 2023 STRATEJİSİNİN ENDÜSTRİ 4.0 GÖSTERGELERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Türkiye, Endüstri 4.0 göstergeleri açısından henüz yolun başındadır. Endüstri 4.0 Türkiye’ye üretimde verimlilik artışının sağlanması ve kalkınma hızının artması konusunda önemli fırsatlar sunma potansiyeline rağmen Türkiye’nin bu konuda alması gereken uzun bir yol vardır. TUSİAD vb. kuruluşlar toplumdaki çeşitli kesimlerin bu konudaki duyarlılığını ve farkındalığını arttırmak için birçok çalışma yapmaktadır (Milliyet teknoloji, 2018). Eğilmez (2017)’e göre Türkiye’nin bu devrimi kaçırmamasının maliyeti yüksek olacağı için Türkiye Endüstri 4.0’ın sunmuş olduğu yapılmış robotları satın almalı, üretimi bu robotlarla geliştirmeli ve geliştirip farklılaştırdığı ürünleri satmalıdır. Eğilmez (2007) Endüstri 4.0’ın benimsenip yaygınlaşması açısından bazı önerilerde bulunmuştur:

- “Yüksek kalitede eleman yetiştiren bilim liseleri kurulmalı.
- Bu liselerde öğrenciler bir yandan bu yeni sanayiye, bir yandan da onun gerektireceği programları kullanmaya adapte olacak şekilde yetiştirilmeli.
- Üniversitelerde bilim dallarına dönüş yapılmalı.
- İktisadi İdari Bilimler Fakültelerinde kontenjanlar hızla düşürülmeli.
- Yeni düzende muhasebecilik, insan kaynakları uzmanlığı, işletmecilik gibi mesleklerin çoğu büyük ölçüde bilgisayar programları yoluyla yapılacağı için insana olan ihtiyaç azalacak.
- Geleceğin toplumuna yönelik eğitim değişikliğine gidilmeli.
- Endüstri 4.0’ a geçişle birlikte ortaya çıkacak işsizliği azaltabilmek için tarım ve hayvancılık politikaları geliştirilmeli.”

TUSİAD (2016: 14)’ın “Türkiye’nin Küresel Rekabetçiliği için Bir Gereklik Olarak Sanayi 4.0” adlı raporunda Endüstri 4.0’ a ilişkin olarak Türkiye’nin dört önemli kategoride gelişme kaydetmesi beklenmektedir:

Verimlilik: Endüstri 4.0’ın başarılı bir şekilde imalat sanayine uygulanmasının verimliliği %4 ile %7 arasında arttıracığı beklenmektedir.

Büyüme: Türkiye’nin bu devrimle birlikte önemli ekonomik rekabet avantajları elde edeceği ve üretimde %3 lük bir artış yaşayacağı tahmin edilmektedir.

Yatırım: Beklentilerin karşılanabilmesi için yıllık 10-15 milyar TL yatırım yapılması gerekmektedir.

İstihdam: Sanayi 4.0 kalifiye işgücüne duyulan ihtiyacı arttıracaktır. Çünkü bu devrimin getirdiği teknolojileri kullanabilmek için belli bazı yetkinliklere sahip olmak şarttır. Bunun yanında niteliksiz işgücüne duyulan ihtiyaçta azalma beklenmektedir.

Endüstri 4.0 Türkiye'nin rekabet gücünü koruyabilmesi ve gelişmiş ülkeler arasında yer alabilmesi açısından büyük bir fırsatlar sunmaktadır (TÜSİAD, 2016:33). Türkiye'nin coğrafi konumu ve düşük maliyetli işgücüne sahip oluşu ona rekabet avantajı sağlamaktadır. Ancak Türkiye rekabet gücünü zorlaştıran bazı güçlüklerle (ithalata bağımlılık, işgücü yetkinliğindeki sınırlılıklar, işgücü devir oranlarının yüksek olması vb.) de karşılaşmaktadır (TÜSİAD, 2016: 34). Bu güçlüklerin üstesinden gelmek Endüstri 4.0'a geçişle birlikte kolaylaşacak ve Türkiye'nin rekabet gücü artacaktır. Endüstri 4.0 genel olarak Türkiye'ye şu avantajları sağlayacağı düşünülmektedir (TÜSİAD, 2016:37):

- İşgücü ve ekosistem kalitesinde artış,
- Yeni istihdam imkânları,
- Niteliksiz işgücüne duyulan ihtiyacın azalması,
- Rekabet gücünü korumak ve arttırmak,
- Yüksek katma değerli üretim.

Vizyon 2023 projesi, “2023 yılında dünyadaki gelişmelere paralel olarak, dış politika, güvenlik, siyasi, ekonomik, teknolojik ve sosyo-kültürel alanlarda Türkiye'nin nasıl bir vizyona sahip olması gerektiği konusunda öneriler geliştirmek, bu vizyona ulaşmak için belirlenecek hedefler ve uygulanacak politikalar hakkında çok yönlü bir tartışma ortamı yaratmak, Cumhuriyetin 100. yılının kutlanacağı 2023 yılında Türkiye'nin güçlü ve saygın bir devlet olarak dünya sahnesinde yerini almasına katkıda bulunmak” amacıyla geliştirilmiştir (TASAM, 2018). Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu (BTYK) Vizyon 2023 projesi kapsamında bilim ve teknolojiye ilişkin politikaların belirlenmesi için TÜBİTAK'ı görevlendirmiştir. TÜBİTAK, bu projeye ilişkin çalışmalarına 2002 yılında başlamış ve sosyoekonomik hedefler doğrultusunda “Teknoloji Öngörü Projesini” hazırlamıştır. (TÜBİTAK,2004: 7) Bahsi geçen sosyoekonomik hedefler Türkiye Sanayi Sevk ve İdare Enstitüsü (2002: 28) tarafından şu şekilde belirlenmiştir:

- “Demokratik, adil, günün gereklerine uygun hukuk sistemine sahip,
- Sağlık, eğitim ve kültürel gereksinimlerin karşılanması devlet tarafından güvence altına alınmış,
- Dengeli gelir dağılımını sağlayan,
- Yurttaşları ülkelerinin geleceğinde söz ve karar sahibi,
- Sürdürülebilir gelişmeyi ve bölgesel farklılıkları gözetken,
- Adil ve kalıcı bir barışı tesis etmeye çalışan,
- Bilim, teknoloji ve yenilikte yetkinleşmiş; üreten; net katma değerini kendi beyin gücüne dayanarak artırabilen bir Türkiye.”

Yukarıda belirlenen hedeflerin arasından üzerinde durulan “bilim, teknoloji ve yenilikte belirli bir yetkinliğe ulaşma” hedefidir. Bu stratejik teknoloji alanlarında yetkinliği sağlamak için yapılması

hedeflenen; “ülke için stratejik olan teknoloji alanlarına ve bu alanlara destek sağlayacak bilimsel araştırma alanlarına odaklanma, ARGE’ye kaynak ayırma, nitelikli insan gücünü yetiştirme ve tüm bunlar için gerekli kaynağı ayırma, siyasi ve toplumsal katmanlarda farkındalık yaratmaktır”. (TÜBİTAK, 2012:32)

Bu hedefler doğrultusunda Vizyon 2023 stratejisi Endüstri 4.0’ın temel göstergeleri baz alınarak değerlendirildiğinde, Türkiye’nin Vizyon 2023 hedeflerinin ölçülebilirlikten uzak ve oldukça soyut hedefler olduğu görülmektedir. 2023 stratejisinin daha ölçülebilir ve somut hedefler haline getirme amacıyla Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu’nun 6 Şubat 2016’daki 29. toplantısında konuyla ilgili önemli kararlar alınmıştır (BTYK, 2016). Bu toplantıda özellikle “**Akıllı Üretim Sistemlerine Yönelik Çalışmaların Yapılması**” başlığı altında alınan kararlar, Sanayi 4.0’ın yenilikçi teknolojilerini edinme hususunda devletin politikası ve bakış açısının genel hatları ortaya konulması bakımından önemlidir (SOYAK, 2017: 81). Söz konusu toplantıda alınan kararlarla ilgili raporda şu husulara yer verilmiştir:

“Sanayinin yüksek teknoloji üretiminde uluslararası rekabet gücünün artırılmasını sağlayacak akıllı üretim sistemlerine geçiş amacıyla; ülkemizin dinamiklerine uygun yürütme, uygulama ve izleme modelinin eğitim, istihdam ve sektörel politikalar ile ilgili analizleri de kapsayacak şekilde ilgili sektör paydaşları eşgüdümünde geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Kritik ve öncü teknolojilerde (öncelikle siber fiziksel sistemler, yapay zekâ/sensör/robot teknolojileri, nesnelerin interneti, büyük veri, siber güvenlik, bulut bilişim vb.) yetkinlik kazanılmasını sağlayacak hedef odaklı Ar-Ge çalışmalarının artırılması temel hedeftir. Kritik ve öncü teknolojilerin yerli firmalarımızca üretilmelerini sağlayacak üretim altyapılarına yönelik, pilot üretim ve gösterim desteklerini de kapsayacak şekilde, gerekli teşvik ve destek mekanizmalarının gözden geçirilmesi ve geliştirilmesi konularında çalışmaların gerçekleştirilmesine karar verilmiştir.”

Rapor’ da gerekçe olarak ise başta **akıllı fabrikalar** olmak üzere, esneklik, verimlilik ve maliyet açısından optimize etmeyi ifade eden “dördüncü” sanayi devrimi olarak tanımlanan Endüstri 4.0’ın da temelini oluşturmak gösterilmiştir. Daha sonra, Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulunun bu toplantısıyla ilgili konuşan dönemin Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Fikri Işık, Sanayi 4.0 diye isimlendirilen sürecin hem üretim hem de tüketim alışkanlıklarında radikal değişiklikler doğuracağını ve bu sanayi devrimine geç kalma lüksümüzün bulunmadığını belirtmiştir. (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2016) Karar kapsamında akıllı üretim sistemlerine hizmet eden kilit ve öncü Teknolojilerin tespit edilmesi amacıyla TÜBİTAK tarafından Nisan-Kasım 2016 tarihleri arasında bir dizi çalışma yürütülmüştür. İlk olarak, uluslararası ve ulusal raporlar incelenerek, akıllı üretim sistemlerine dair tanımlar ve kavramlar, teknoloji grupları ve kapsamaları belirlenmiştir. Sonrasında, TÜBİTAK’tan Ar-Ge desteği alınmış, 1000 işletmeye anket uygulanmış ve sonuçları analiz edilmiştir. Dünyadaki seviyeyi yakalamamız için “teknoloji temelli ulusal stratejik hedefler, kritik ürün-teknolojiler, Ar-Ge konuları, sektörel uygulamalar” belirlenmiştir (TÜBİTAK, 2017). Son olarak ise stratejik hedefler, kritik

ürün/teknolojiler, Ar-Ge konuları gözden geçirilmiş; teknolojik olgunluk seviyeleri, yetkinlik, yerleşmenin katma değeri ve ticarileşme potansiyelleri değerlendirilmiştir (TÜBİTAK, 2017). Yapılan değerlendirmeler sonucunda hazırlanan teknoloji yol haritasında, Türkiye'nin dünyadaki seviyeyi yakalaması için “*dijitalleşme, büyük veri ve bulut bilişim sanallaştırma, siber güvenlik, etkileşim, nesnelerin interneti, sensör teknolojileri, geleceğin fabrikaları, eklemeli imalat, ileri robotik sistemler, otomasyon ve kontrol sistemleri*” başlıkları altında teknolojik hedefler belirlemiştir (TÜBİTAK, 2017).

Türkiye'nin endüstri 4.0 sürecinin neresinde olduğu ve bu durumda ne yapması gerektiğiyle ilgili olarak 2015 yılından bu yana çalışmalarını kararlılıkla ve aktif olarak sürdüren TÜSİAD, sanayide dijital dönüşümü bir Türkiye projesi olarak görmektedir. Bu süreçte, TÜSİAD ülkemizin sanayide dijital dönüşüm yetkinliğinin belirlenmesi, hangi teknolojilerde rekabet gücümüzün yüksek olduğunun analiz edilmesi ve yeni ya da geliştirilmiş modeller için kaldıraç etkisine sahip alanların belirlenmesi kritik unsurlar olarak değerlendirilmekte ve tüm aktörlerin katılımını gerektirmekte olduğunu belirtmiştir. (TÜSİAD, 2017) Sanayide dijital dönüşümün gerçekleştirilebilmesi için Türkiye’de teknoloji kullanan şirketlerin dijital dönüşüm yetkinlik seviyelerinin ölçülmesi, teknoloji tedarikçisi şirketlerin yetkinlik alanlarının belirlenmesi, eksiklerinin saptanması ve odaklanması gereken noktaların belirlenmesi gerekmektedir. Bu amaca hizmet etmek üzere TÜSİAD tarafından 108 teknoloji kullanıcısı ve 110 teknoloji tedarikçisi şirket ile kapsamlı bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarından beş temel bulgu ortaya çıkmıştır (TÜSİAD, 2017):

- “*Şirketlerin büyük çoğunluğu sanayide dijital dönüşüm konusunda bilgi ve ilgi seviyelerinin yüksek olduğunu belirtmiştir. Ancak aynı şirketlerin içinde dönüşüme hazır olduğunu düşünen şirketlerin oranı nispeten daha düşüktür.*
- *Türkiye’de sanayi şirketlerinin dijital dönüşüm uygulama alanlarında henüz pilot projeleri gerçekleştirme (44/100) aşamasında olduğu görülmektedir.*
- *Şirketlerin özellikle Strateji ve Yol Haritası ile Yönetişim yetkinliklerinin düşük olduğu görülmektedir.*
- *Şirketlerin yetkinlik seviyelerinin sektörlere göre farklılaşmadığı görülmektedir. Bununla birlikte, büyük ölçekteki şirketlerin sanayide dijital dönüşüm yetkinlik seviyeleri (50/100) küçük ölçekli şirketlere (33/100) nazaran daha yüksektir.*
- *Şirketler, dijital dönüşümün önündeki en büyük engellerin yatırım maliyetlerinin yüksekliği ve yatırımın geri dönüş belirsizliği olduğunu belirtmektedir.*”

Bu bulgulardan hareketle, gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında Türkiye henüz endüstri 4.0 için hazırlık aşamasındadır. Dünya Ekonomik Forumu (WEF) tarafından hazırlanan 2017-2018 Küresel Rekabet Raporu’na göre Türkiye, 137 ülke arasında 53’üncü sırada bulunmaktadır. Yine WEF’in raporuna göre Türkiye’nin günümüzde, verimlilik temelli yapıdan inovasyon temelli yapıya geçiş

aşamasında olduğu görülmektedir. (TÜSİAD, 2017) Bu da Türkiye'nin gerekli dijital dönüşüm yatırımlarını gerçekleştirmediği takdirde küresel pazarda rekabet gücünü kaybetme riskiyle karşı karşıya kalacağını ve rekabet gücündeki olası bir azalmanın ekonomide daralma ve işsizlik artışı risklerini de beraberinde getireceğini göstermektedir (TÜSİAD, 2017). Bu düşünceden hareketle Türkiye'deki teknoloji üreticisi ve teknoloji kullanıcısı şirketlerin yetkinlik seviyesinin ölçülmesi, bu şirketlerin eksikliklerinin saptanması ve odaklanılması gereken noktaların belirlenmesi mevcut durumun analizi bağlamında büyük önem taşımaktadır. Bu amaca hizmet etmek üzere, teknoloji kullanıcısı ve tedarikçisi şirketlerle bu rapor çerçevesinde kapsamlı bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Şirketler, sanayide dijital dönüşümün rekabetçilik açısından taşıdığı önemin farkında olduklarını belirtmişlerdir. 2016 yılında BCG ve TÜSİAD tarafından hazırlanan "Türkiye'nin Küresel Rekabetçiliği için Bir Gereklilik Olarak Sanayi 4.0" adlı raporda, şirketlerin %77'si sanayide dijital dönüşüm hakkında bilgi sahibi olduklarını belirtirken 2017 yılında yapılan araştırmada bu oran %90'a yükselmiştir. Şirketlerin bilgi ve ilgi seviyeleri artsa da sanayide dijital dönüşümün potansiyel avantajlarını net olarak anlamadıkları görülmüştür.

Türkiye'de şirketler sanayide dijital dönüşümün getireceği en yüksek faydayı üretim ve kaynak verimliliği ile ürün kalitesinde yaşanacak iyileşmeler sayesinde sağlamayı beklemektedir. Şirketler, operasyon verimliliği konusundaki faydaları, ciro/satış artışı, pazara sunma süresinde iyileştirme ve çalışan memnuniyeti gibi konuların çok üstünde tutmaktadır. Şirketlerin, sanayide dijital dönüşümün bir ön koşulu olarak yalın üretim prensiplerini uygulamaları ve yüksek otomasyonlu üretim süreçlerine sahip olmaları gerekmektedir. Araştırma bulgularına göre şirketlerin çoğunluğunun, kurumsal kaynak planlama yazılımları ve üretim yönetim sistemlerini kullandıkları görülmektedir. Araştırmaya katılan şirketler sanayide dijital dönüşümün rekabeti artıracaklarını düşünse de şirketlerin teknoloji kullanma seviyelerinin oldukça düşük olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan şirketlerin yarısından fazlası Siber Güvenlik ve Sensör teknolojilerini yaygın olarak kullandıklarını belirtmektedir. Eklemeli Üretim, Artırılmış Gerçeklik, Yapay Zeka ve Akıllı Sistemler teknolojilerinde ise tam tersi bir durum gözlemlenmektedir. Katılımcıların yalnızca %2'si Yapay Zeka ve Akıllı Sistemler teknolojilerini başarıyla uyguladıklarını belirtmektedir. Kullanma seviyelerinin düşük olduğu teknolojilerin büyük kısmında pilot projelerin başlatılmış olması, önümüzdeki yıllar için umut vericidir. Bu noktada şirketler sanayide dijital dönüşüm konusundaki farkındalık seviyeleri yükseldikçe ihtiyaçlarını net biçimde belirleyerek doğru teknoloji yatırım kararlarını verebilecek olgunluğa erişecektir. (TÜSİAD, 2017)

İmalat sanayi, Türkiye'de düşük ve orta düşük teknoloji ürünler üzerinde yoğunlaşmıştır. Ancak orta gelir tuzağında bulunan Türkiye'nin yüksek gelirli ekonomiler arasına girebilmesi için yüksek teknoloji üretim yapmasına ihtiyaç vardır. Endüstri 4.0'daki gelişmeler de yüksek teknoloji üretime geçişin ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Zira 2023 hedeflerimiz olan; 2 trilyon dolar milli gelir, 500 milyar dolar ihracat ve 25 bin dolar kişi başı gelire ulaşabilmenin yolu da buradan

geçmektedir. Teknoloji düzeyi arttıkça gelir ve ücretler artmakta bunlar da refah ve tasarruf seviyesinin artmasına yardımcı olmaktadır. Tablo 1’de 2017 yılı TÜİK raporlarına göre ihracatın teknoloji düzeyine göre dağılımı; Tablo 2’de ithalatın teknoloji düzeyine göre dağılımı yer almaktadır. Bakıldığında düşük teknoloji ürünler % 34,2 ile ihracatta ilk sıradayken ihracatta %13.3 ile en alt sıradadır. Yüksek teknoloji ürünler ise ihracatta % 2.7 ile en alt sırada yer alırken; ithalatta üçüncü sıradadır. (TÜİK, 2017)

Tablo 1. İhracatın Teknoloji Düzeyine Göre Dağılımı

İhracatın Teknoloji Düzeyine Göre Dağılımı (2017)	%
Düşük Teknoloji Ürünler	34,2
Orta Düşük Teknolojili Ürünler	29,5
Orta Yüksek Teknolojili Ürünler	33,6
Yüksek Teknolojili Ürünler	2,7

(Kaynak: TÜİK, 2017)

Tablo 2. İthalatın Teknoloji Düzeyine Göre Dağılımı

İthalatın Teknoloji Düzeyine Göre Dağılımı (2017)	%
Düşük Teknoloji Ürünler	13,3
Orta Düşük Teknolojili Ürünler	28,7
Orta Yüksek Teknolojili Ürünler	42,2
Yüksek Teknolojili Ürünler	15,8

(Kaynak: TÜİK, 2017)

Kalkınma ve Endüstri 4.0 yolunda nitelikli eğitim hayatı önem taşımaktadır. Akıllı makineler ve akıllı ürünleri üretecek nitelikli işgücünün temini, siber fizik sistemlerini algılayabilecek bir yapının oluşturulması, uzman üretim mühendislerinin yetiştirilmesi, müfredatın ilkokuldan üniversiteye kadar bu çerçevede güncellenmesi çok önemlidir. (Yeldan, Taşcı, Voyvoda ve Özsan, 2013) Dünyanın en kapsamlı eğitim araştırması olarak bilinen “*Öğrenci Değerlendirme Programı; 15 yaş ve üstü öğrencilerin 3 ana konuda kazanmış oldukları bilgi ve becerileri değerlendiren bir araştırma projesidir.*” (Yeldan, Taşcı, Voyvoda ve Özsan, 2013) Tablo 3’te görüldüğü gibi okuma yeterliliğinde oldukça düşük olan çocuklarımızın, fen ve matematik alanlarındaki yetersizlikleri ile hedeflenen yüksek katma değerli üretime geçiş yapabilmesi böyle bir süreçte oldukça zordur (Yeldan, Taşcı, Voyvoda ve Özsan, 2013). Çünkü 65 OECD ülkeleri arasında Türkiye fen alanında 43., matematik alanında 44. ve okuma yeterliliği alanında 42. sırada yer almaktadır. Aynı yılın sonuçlarına baktığımızda Almanya’nın

fen alanında 12., matematik alanında 16. Ve okuma yeterliliği alanında ise 19. sırada yer aldığını görmekteyiz. Karşılaştırma yapılabilmesi açısından bu veriler önem taşımaktadır.

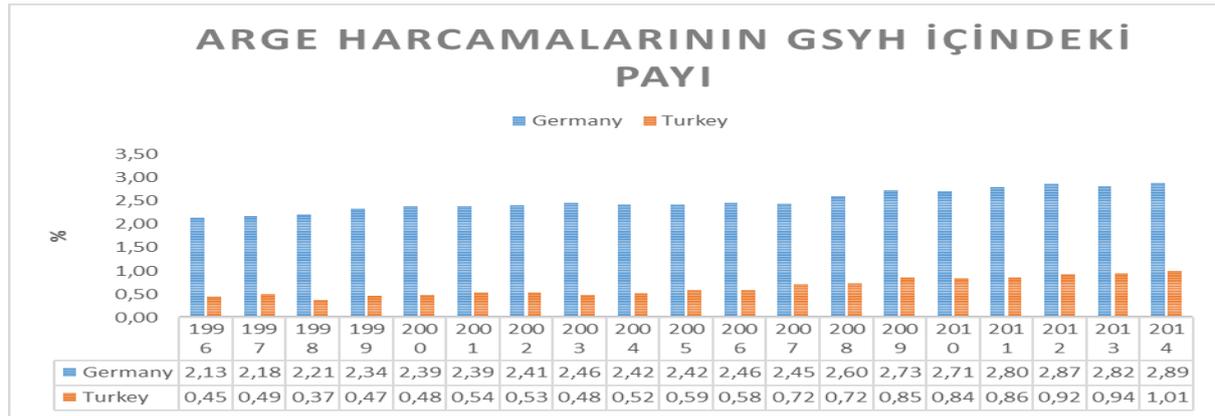
Tablo 3. PISA Testi Sonuçları

	TÜRKİYE	ÇİN	KORE	JAPONYA	TAYVAN	ALMANYA	RUSYA
Fen	43	1	7	4	13	12	37
Matematik	44	1	5	7	4	16	35
Okuma yeterliliği	42	1	5	4	7	19	41

(Kaynak: TÜRKONFED Orta Gelir Tuzağından Çıkış; Hangi Türkiye, 2013)

Endüstri 4.0 yolunda ARGE harcamaları da eğitim hayatı ve teknolojik ürünlerin niteliği kadar önem taşımaktadır. Şekil 1' de ARGE harcamalarının GSYH içindeki payı yer almaktadır. 2013 verilerine baktığımızda Almanya %2,85 Türkiye ise %0,94 oranında ARGE harcaması yapmıştır. Türkiye 1996 yılından 2013 yılına kadar ARGE harcamalarını % 0,45 oranından % 0,94 oranına yükseltmiştir. 2007 yılından sonra ARGE harcamalarında artış görünse de bu oran endüstri 4.0 yolunda Türkiye için yeterli değildir. Özellikle 2023 yılı hedefleri dikkate alındığında bu oranlarla Türkiye'nin belirlenen Endüstri 4.0 hedeflerine ulaşamayacağı öngörülebilir. (Yeldan, Taşcı, Voyvoda ve Özsan, 2013)

Şekil 1. ARGE Harcamalarının GSYH İçindeki Payı

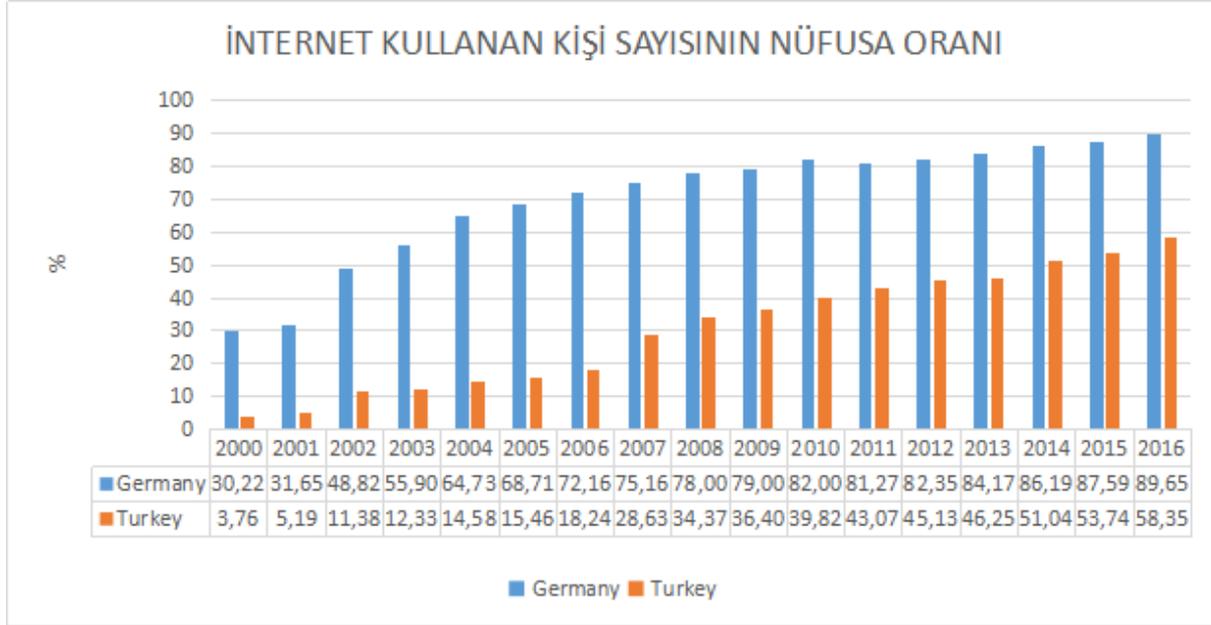


(Kaynak: World Bank, 2018)

Endüstri 4.0'ın en önemli bileşenlerinden biri olan nesnelerin interneti bağlamında değerlendirildiğinde, ülkelerin internet alt yapılarının da gelişmiş olması gerekmektedir. Türkiye'de son yıllarda hızlı bir internet alt yapı çalışması gerçekleştirilse de genel olarak nüfusa baktığımızda nüfusun önemli bir kısmının internet kullanıcısı olmadığı Dünya Bankası verilerinde (Şekil 2'de) açıkça görülmektedir. 2014 yılında Türkiye'de internet kullanıcısının oranı % 51,04 iken Almanya % 86,19

düzeyindedir. Bu durumda Türkiye'nin nesnelere interneti sistemlerine geçişi sağlayabilmesi için bu alanda ARGE ve alt yapı yatırımlarını daha fazla arttırması gerekmektedir.

Şekil 2. İnternet Kullanan Kişi Sayısının Nüfusa Oranı



(Kaynak: World Bank, 2018)

3. VİZYON 2023 STRATEJİSİ İLE 2025 HEDEFLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

Endüstri 4.0 projesinin 2025 stratejisi ile “Vizyon 2023” projesinin karşılaştırması Tablo 4’te yer almaktadır. 2025 stratejisi ve Vizyon 2023 projesi endüstri 4.0 göstergeleri bağlamında değerlendirilmiş ve elde edilen sonuçlar karşılaştırmalı olarak tabloda gösterilmiştir. Buna göre Almanya’nın 2025 hedeflerinin Endüstri 4.0 göstergeleriyle büyük ölçüde örtüştüğü tespit edilmiştir. Ancak bu durum maalesef Vizyon 2023 stratejisi için geçerli değildir. Endüstri 4.0 yolunda örneğin Almanya akıllı şehirlerin kurulmasını hedeflerken; Türkiye bölünmüş yol yapımını ve demir ağı sayısını arttırmayı hedeflemektedir. Ya da Almanya’da sürücüsüz otomobiller üretilmeye çalışılırken Türkiye lojistik merkezi olmaya çalışmaktadır. Bu durum Türkiye’nin Endüstri 4.0 yolunda çok daha fazla çabalaması gerektiğinin göstergesidir.

Tablo 4: Vizyon 2023 Stratejisi İle 2025 Hedeflerinin Karşılaştırılması

Türkiye’nin Vizyon 2023 Stratejisi	Endüstri 4.0 Göstergeleri	Almanya’nın 2025 Hedefleri
	Nesnelerin İnterneti	İmplant edilebilir teknolojiler
	Nesnelerin İnterneti	Dijital nesnelere ve dijital varlığa sahip olma
Ortaöğretimde yüzde yüz okullaşmaya ulaşacağız	Arttırılmış Gerçeklik	Okuma gözlükleriyle internete erişim
	Nesnelerin İnterneti	Giyilebilir internet
	Bulut Teknolojileri	Her yerden ulaşılabilir bilgi işlem

Bütün vatandaşlara geniş bant internet erişimi	Nesnelerin İnterneti	İnsanların %90'ının akıllı telefon kullanması,
	Bulut Teknolojileri	Herkes için sınırsız ve ücretsiz depolama
	Nesnelerin İnterneti	Bir trilyon sensörün internete bağlanması
15 bin km daha bölünmüş yolun inşa edilmesi. 11 bin km demiryolu ağını 22 bin km'ye ulaşması	Yatay ve Dikey Yazılım Entegrasyonu	Akıllı şehirlerin kurulması
Demokrasiyi ve özgürlükleri ilerletme. Yeni bir anayasa ile geleceği kucaklayacağız	Büyük Veri	Her tür karar için elverişli veri tabanları
Türkiye'yi üç kıtanın lojistik merkezi yapmak	Yatay ve Dikey Yazılım Entegrasyonu	Sürücüsüz otomobiller
En az üç nükleer enerji santrali kurmak	Akıllı Robotlar	Yapay zekâ yardımıyla karar alma
	Akıllı Robotlar	Yapay zekâ ile beyaz yakalı işleri yapmak
Yerli savaş gemileri ve tanklar üretmek. Yerli uçak ve uydu üretmek. DAP ve GAP projeleri tamamlamak. Kişi başına milli gelir 25 bin dolar	Akıllı Robotlar	Robotik ve hizmetlerin yaygınlaştırılması (Amerika'daki ilk robot eczacı)
Marmararay- İstanbul İzmir Otoyolu- Körfez geçişinin tamamlanması Dünyanın en büyük 10 limanından birinin inşası.	Nesnelerin İnterneti	Paylaşım ekonomisine geçmek (Uber vb.)
İhracat 500 milyar dolar olacak Dış ticaret hacmi 1 trilyon dolar olacak.	Eklmeli Üretim	3D Yazıcılar ile imalat
	Eklmeli Üretim	3D baskının insan sağlığı alanında kullanılması
Herkesin sağlık sigorta sistemine dâhil olması	Eklmeli Üretim	Genomu doğrudan ve bilinçli olarak düzenlenmiş ilk insanın doğması
100 bin vatandaşa düşen hekim sayısını 210'a çıkarmak.	Akıllı Robotlar	Tamamen yapay bir belleğin insan beynine yerleştirilmesi (nöroteknoloji)
Çalışan nüfusun 30 milyona ulaşması. İşsizliğin %5'e gerilemesi. Kişi başına milli gelir 25 bin dolar	Akıllı Robotlar	İnsanların %80'i özel dijital varlığa sahip olacak
	Arttırılmış Gerçeklik	Yeni arayüz teknolojilerin geliştirilmesi
Nüfusu 82 milyona ulaşan bir ülke olmak.	Büyük Veri	Nüfusun %90'ının bilgi işlem olanakları

4. SONUÇ

İçinde bulunduğumuz konjonktürde Türkiye'nin "Vizyon 2023" stratejisi ile Almanya'nın "2025" stratejik hedefleri Endüstri 4.0 göstergeleri itibariyle önemli ölçüde farklılık göstermektedir. Türkiye'nin amaçlarının, hedeflerinin ve performansının Endüstri 4.0'a ulaşma yolunda yeterli olmadığı ve bunun için daha çok çaba gösterilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Eğilmez'e (2007) göre bunun gerçekleşebilmesi için nitelikli işgücünü yetiştirecek bilim liseleri kurulmalı, liselerdeki öğrenciler Endüstri 4.0'ın gerektirdiği niteliklere sahip olacak şekilde yetiştirilmeli, eğitim konusunda önemli değişiklikler yapılmalı, bazı meslek dallarına duyulan ihtiyacın azalması sonucunda ortaya çıkan işsizlik yeni politikalar geliştirilerek azaltılmalıdır. TÜSİAD (2016: 14)'a göre ise Türkiye verimlilik, büyüme, yatırım ve istihdam konularında Endüstri 4.0'a erişme yolunda daha yüksek gelişme göstermelidir. Bunun gerçekleşebilmesi için Türkiye'deki eğitim kalitesinin ve Ar-Ge harcamalarının artırılması ve yüksek teknolojili üretim yapması gerekmektedir.

Vizyon 2023 projesi Endüstri 4.0 göstergeleri bağlamında değerlendirildiğinde projenin yapay zekâ/sensör/robot teknolojileri, nesnelerin interneti, büyük veri, siber güvenlik, bulut bilişim vb. teknolojilerde yetkinlik kazanmayı hedeflediği; ancak bu hedeflerinden çok azının bu göstergelerle uyumlu olduğu görülmektedir. Almanya'nın 2025 hedeflerine bakıldığında ise bütün hedeflerinin bu göstergeler ile uyumlu ve tutarlı olduğu görülmektedir. Türkiye'nin bu standartlara ulaşabilmesi için yukarıda sayılan alanlarda ve daha birçok alanda yeni politikalar belirlemesi gerekmektedir.

Türkiye'nin 2023 stratejisi özellikle bilim ve teknolojiye önem veren, inovasyon odaklı, ekonomik büyümeyi hedefleyen birçok faktörü beraberce ele alan bir anlayışı yansıtmış olsa da (Soylu, 2011) bu stratejik hedeflerin endüstri 4.0 hedefleri karşısında oldukça soyut kaldığı anlaşılmaktadır. Ancak burada Türkiye'nin içinde bulunduğu sosyo-ekonomik durumun henüz üçüncü sanayi devrimi döneminde olmadığı (Soyak, 2017) varsayımlarını da dikkate almak gerekir. Bu durum Türkiye'nin Endüstri 4.0 için daha fazla kaynak ayırıp, ARGE çalışmalarını arttırmasının gereğini ortaya koymaktadır.

KAYNAKÇA

- Alçın, S. (2016). Üretim İçin Yeni Bir İzlek: Sanayi 4.0. *DergiPark*.
Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu. (2016). 29. Toplantısı.
http://tubitak.gov.tr/sites/default/files/2016_101.pdf. adresinden alındı.
Binay, O. (2017, 12 20). *Endüstri 4.0 nedir? Türkiye, Endüstri 4.0 Dönüşümünün Neresinde?*
03 16, 2018 tarihinde Milliyet Teknoloji: <http://www.milliyet.com.tr/endustri-4-0-nedir-turkiye--teknoloji-haber-2576342/> adresinden alındı.
Bulut, E. (2017). Endüstri 4.0 Ve İnovasyon Göstergeleri Kapsamında Türkiye Analizi. *Assam Uluslararası Hakemli Dergi*(7), 50-72.

Burmeister, C., Lüttgens, D., & Piller, F. T. (2016). Business Model Innovation for Industrie 4.0: Why the 'Industrial Internet' Mandates a New Perspective. *Die Unternehmung*, 70(2), 124-152.

Eğilmez, M. (2017, Mayıs 8). *Endüstri 4.0*. Mart 18, 2018 tarihinde Kendime Yazılar: <http://www.mahfiegilmez.com/2017/05/endustri-40.html> adresinden alındı

Fırat, S. Ü. (2017). Sanayi 4.0 Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme: Kavramlar, Küresel Gelişmeler ve Türkiye. *Toprak İşveren Dergisi*.

Hightech and Innovation. (2017). Federal Ministry of Education and Research: <https://www.bmbf.de/en/the-new-high-tech-strategy-2322.html> adresinden alındı.

Kalkınma Bakanlığı. (2013). Onuncu Kalkınma Planı. Kalkınma Bakanlığı.

Klaus, S. (2017). *Dördüncü Sanayi Devrimi*. İstanbul: Optimist Yayın Dağıtım.

Soyak, A. (2017). Teknolojiye Dayalı Sanayileşme: Sanayi 4.0. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 80-81.

Soylu, A. (2011). "Ab 2020" Ve "Vizyon 2023" Stratejilerinde İnovasyon Hedeflerinin Karşılaştırılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.

Şuman, N. (2017, Şubat 7). *Akıllı üretim çağı: Endüstri 4.0*. Mart 18, 2018 tarihinde Fortune: <http://www.fortuneturkey.com/akilli-uretim-cagi-endustri-40-42841> adresinden alındı.

TÜBİTAK. (2004). *Ulusal Bilim ve Teknoloji Politikaları: 2003-2023 Strateji Belgesi*. Ankara.

TÜİK. (2017). TÜİK: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24825> adresinden alındı.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği. (2016). *Sanayi 4.0'a Hazır Mıyız?* Ekonomik Forum Dergisi.

TÜSİAD. (2016). *Türkiye'nin Küresel Rekabetçiliği İçin Bir Gereklik Olarak Sanayi 4.0 Gelişmekte Olan Ekonomi Perspektifi*. İstanbul: Sis Matbaacılık.

Wang, L. (2016). Comparative Research on Germany "Industrie 4.0" and "Made in China 2025". *2nd International Conference on Humanities and Social Science Research*, 27-30.

World Economic Forum. (2015). *Deep Shift Technology Tipping Points and Societal Impact*. Global Agenda Council on the Future of Software and Society.

CHANGE IN THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF ENTERPRISES THAT BECOME MULTINATIONAL AND EFFECTS OF INTERNATIONALIZATION: A RESEARCH IN TEXTILE INDUSTRY¹

Meriç Esat BEBİTOĞLU²

ABSTRACT

Although growth of a business is always perceived as a ‘no doubt concept’ that must inevitably occur, planned and controlled growth often gives more useful and efficient results. All enterprises aim to create added value, mostly by providing growth, to be sustainable and to benefit society.

In simple terms, it may be considered that there is no other option to growth and the inevitability that every business grows beyond its limits. But, in addition to managerial problems related to the organizational culture that may be caused by uncontrolled growth, quantitative problems that international growth might bring should also be manageable. Otherwise, it is possible to lose current resources or use them inefficiently. Instead of superficial growth, talking about the functionality and deeper involvement in the foreign country may be more preferable. Many multinational companies exist in the global world, and Turkish companies are becoming multinational in this globalization trend even though their numbers are relatively small.

The Turkish textile upholstery fabric company, founded in 1980 when we conducted field work, began its multinationalization process with the acquisition of the biggest competitor in the U.S.A and China³. The process of multinationalization was examined as a case study and the effects of becoming a multinational on the organizational culture were investigated.

Keywords; Multinationalization, Organizational Culture, Corporate Culture, Loyalty, Communication.

¹ This study has been presented in 2nd International EMI Entrepreneurship and Social Sciences Congress, 9-11 November 2018, Nevşehir/Turkey

² Asst. Prof. Dr., Nişantaşı University, meric.bebitoglu@nisantasi.edu.tr

³<http://www.furnituretoday.com/article/538423-turkish-company-makes-offer-microfibres>

1. Literature Review

1.1 The Definition of Multinationalization and Internationalization

Internationalization, international diversification, international expansion or geographic diversification, while internationalization (Lopez-Morales et al., 2015) is defined as the most general sense of the activity of firms outside the borders of their country of origin. (Göker-Uysal, 2017)

Multinational companies are enterprises that carry out their production and marketing activities in two or more countries by applying their own business strategies in all of their subsidiaries and branches. (Can, 2015)

Multinational companies are interested in foreign direct investment, have assets that generate income in more than one country or control them and thus produce goods and services outside the main country. However, it does not mean a company is a multinational company only when it is used as a foreign trade or as an intermediary for foreign firms. There are many ways to assess the degree of multinationality of a business.

According to Dunning & Lundan (2008), if a business:

- has many foreign subsidiaries or affiliates in foreign countries,
- is operating in many different countries around the world,
- has total assets, income and profits related to the assets, income and profit rates from the operations abroad,
- has employees, stakeholders, owners and managers from a variety of countries abroad,
- is much more ambitious in terms of production, research and development, not only in sales offices but also in overseas activities

it can be said that the level of multinationalism of the enterprise in question has increased.

Multinational companies are a whole of central and subsidiary enterprises. (Dunning, Lundan 2008). According to the features listed above; multinational enterprises carry out their production and marketing strategies wholly or partially in their own businesses in more than one country, and thus gain active returns from more than one country. (Can-Utlu, 2017)

This definition is not directly proportional to the size of the enterprise in the country of direct investment; the operation in the foreign country, defined as the “sister company”, can sometimes be the largest in the sector.

In today's business world, the bigger company not necessarily always buy smaller ones, and sometimes it is vice-versa. Such a situation has taken place in the case of the Turkish textile company

surveyed here⁴. The Turkish company, which was smaller in scale, acquired the American company, which was in a much stronger position in the past but lost power.

Especially in acquisition of competitors, we believe that it is more appropriate to define the younger company as the “company abroad” which is supposed to have the same culture as the parent company to be formed within years.

Internationalization theory refers to the limit of internationalization for firms as the profit margin, in which revenues obtained as a result of activities outside the borders of the country meet the costs to be incurred. (Casson et. al, 2009). This definition explains the general logic of enterprises to increase their international activities, in other words, the internationalization of businesses and why businesses are interested in this issue.

In the light of this definition, it is stated that enterprises enter into difficulties as well as the costs of internationalization, but in the case that the profits obtained meet the new costs, they are profitable from this operation.

1.2 Measurement of Multinationalization Levels of Enterprises

Undoubtedly, there are differences between the concepts of multinationalism and internationalization. The concept of internationalization means that the enterprise should increase its relations with countries outside its own country and the enterprises in these countries, while multinationalization is considered to be the physical presence of the enterprise by direct or indirect investment in foreign countries, mostly expressed by buildings, facilities warehouses or sub-companies.

The DOIINT scale developed by Sullivan (1994) is used to find the degree of internationalization. According to this scale, the degree of internationalization of an enterprise consists of five elements. These elements are as follows:

1. FSTS: Percentage of foreign sales in total sales
2. FATA: Percentage of foreign assets within total assets
3. OSTs: Percentage of foreign branches within total branches
4. TMIE: International experience of top management
5. PDIO: Physical distribution of international activities (within export countries)

$$DOI_{INT} = FSTS + FATA + OSTs + TMIE + PDIO.$$

⁴<https://odatv.com/90-yillik-abdli-sirketin-kaderi-turk-sirketin-elinde-1912161200.html> (The fate of the 90 year old US company is in the hands of the Turkish company.)

The DOI ratio was calculated as 2.13 for SUEDSER based on the information received from the company authorities. The performance of SUEDSER is in the middle and below group within the rates reported to range between 0.0 and 5.0. (Sullivan,1994)

1.3 Impact of Internationalization Level on Business Performance

Akben and Yeşil (2015) investigated the impact of internationalization on business performance. In this study, the DOI_{INT} scale developed by Sullivan (1994) was used to determine the level of internationalization. The parameters were used to determine the level of internationalization of firms according to this scale; foreign sales / total sales, total foreign assets / total assets, number of foreign branches / total number of branches, international experience of top management / total experience of all managers, total number of countries exported to/ total number of countries in the market.

In addition, they determined the performance of the business according to both objective and subjective criterias besides the objective financial indicators, and evaluated the situation for both indicators. The results of the survey conducted to reveal the characteristics of the enterprises, such as the duration of activity, sector, number of employees, physical distribution of international activities, are each considered as subjective performance indicators of enterprises. (Akben & Yeşil, 2015)

Today, there are virtual enterprises who spread their nonphysical (virtual) assets rather than their physical assets to the country in which they exist.

Google is an example of the company operating in many countries worldwide. Google has more than 70 offices in 50 countries⁵. Even locating this information via Google search is an indication that Google service may be used in any country that has the internet, regardless of whether the product and company are intertwined or not. While the US-based company (Google) operates in many countries as a requirement of internationalization, it is localized in many countries, as well as being subject to the laws and other legislation of that country and supporting the product content with local concepts while using the human resources of that country⁶.

1.4 The Relationship Between Multinationalization and Business Performance and Firm Size

In the literature, the effects of internationalization on the general performance of the companies were examined, but no studies were conducted specifically for the effect of becoming multinational on the operational performance.

⁵<https://www.google.com/intl/tr/about/locations/>

⁶<http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/google-turkiyede-ofis-acti-4614505> (Google has opened an office in Turkey)

Studies that suggest the level of internationalization and the firm performance are in a linear and positive relationship (Delios and Beamis, 1999; Loncan and Nique, 2010) stated that a unit increase in the level of internationalization would also lead to a unit increase in firm performance.

Studies that suggest a negative linear relationship between the level of internationalization and firm performance (Gomes and Ramaswamy, 1999; Genthon, 2008) argue that the internationalization of the activities of the firms will remain below the cost of the benefits of this situation, and even internationalization will damage the firm performance. The results of studies suggesting a nonlinear relationship between these variables generally indicated that the relationship had a U-shaped slope, an inverted U-shaped slope, a horizontal S-shaped slope, and a W-shaped slope.

In the first stages of internationalization, the performance of the company has decreased but afterwards has slightly increased while the company has adapted itself to foreign market conditions. In the first stages of internationalization, the performance of the company has decreased but afterwards has moderately increased while the company has adapted itself to the foreign market conditions. (Ruigrok and Wagner, 2003) According to this study, organizational culture is accepted as a subjective criterion.

Olmos et al. (2016) examined the relationship between the level of internationalization and firm performance in family businesses by emphasizing that the organizational structure in Spain is predominantly composed of family companies and that internationalization has become a necessity for them to maintain their presence in the globalized and increasingly complex markets.

Vithessonthi and Racela (2016) investigated the effects of internationalization levels and R & D intensity on firm performance. In this study, the data of the 1990-2013 period of non-financial companies traded in American stock exchanges were used. Within the scope of the study, Tobin's Q and market-based financial performance criterion were used besides the performance profitability and return on sales, which is an accounting performance criterion.

Although R & D studies express a quantitative concept in terms of magnitude, the importance of R & D studies for the development of research and those studies can be considered as a part of the organizational culture.

Osorio et al. (2016) investigated whether the relationship between the level of internationalization and firm performance varies depending on the size of the firms. During the period of 1994-2008, they used some variables as indicators of internationalization level in their studies on production enterprises and large production enterprises operating in Spain. These variables consist of; the ratio of foreign sales to total sales and the company's profitability as an indicator of firm performance. As control variables; growth in sales, company age, company asset size, advertising intensity, R & D intensity, productivity and debt levels are used.

They found that the relationship between internationalization level and firm performance is in the form of an horizontal S-curve in large firms, in the form of U-curve in medium-sized firms and in linear and negative-slope form in small firms. Therefore, they concluded that the relationship between the level of internationalization and firm performance is a magnitude. (Osorino et. al., 2016)

The physical and qualitative size of the company is closely related to the organizational culture as well. A relatively small size firm may have developed organizational culture characteristics as well as a very large company. In other words, issues related to organizational culture, such as institutionalization, may be relatively advanced in smaller firms.

However, due to the administrative difficulties of business, there is a need for institutionalization and the organizational culture changes as the enterprise becomes institutionalized. As organizational culture changes, business methods and trends of business change. In other words, organizational culture evolves towards institutionalization.

2. Change in the Organizational Culture of Multinational Companies.

2.1 Definition of Culture

Culture is related to the historical background of human communities, development characteristics, forms of production and social relations. (Berberoğlu, 1990). According to Eliot T.S, culture concept varies according to the development of an individual, a group, or class or the whole community. Eliot T.S argues that the culture of a group or class depends on the culture of the whole community to which that group or class belongs.

Culture is defined as the norms, behavior patterns, beliefs, attitudes and habits system that direct the attitudes and behaviors of the individual (Kutaniş, 2006). Encyclopedia Britannica (1989) defines culture as all kinds of material and spiritual products such as language, thought, tradition, sign systems, institutions, laws, instruments, techniques and artworks of social life.

Culture is the living expression of a society and is the product of a combination of learned behavior and the consequences of these behaviors. In this respect, it is not wrong to say that culture is a whole of learned behavior. Culture is a social product, since man lives in a society from birth to death.

For example, a child learns his language, his religion, his food and drink, his environment, his social life, and his values and norms in a cultural frame. From this point of view, culture is a concept that includes all that people in society learn and share; and almost everything examined by the sciences is shaped by culture. Therefore, culture consists not only of inherited traits, but of later learned properties. Every new member joins the community by learning. (Özkan, 2006)

It is not wrong to say that, as in individuals and societies, there is already a community, and companies are formed through similar evolutions.

2.2 The Concept of Organizational Culture

In the context of organizational theory as well as in management practices, organizational culture is one of the main topics of interest in academic research and educational studies. This is because culture has a central role in all areas of organizational life. (Alvesson, 2002)

In the literature, concepts such as organizational culture, corporate culture, business culture, company culture, corporate culture and organizational culture are frequently encountered. However, it is a fact that these concepts are often used as synonymous with each other. (Şahin, 2010)

Organizational culture can be defined as; organization of individuals in the organization that they accept, believe and share, thoughts, emotions, attitudes and behaviors of the organization, characterizing the organization and separating it from other organizations. Definition also consist of; the internal and external relations and communication of the organization, directing, providing harmony with them, provides unity and solidarity within the organization it can be defined as the sum of the basic assumptions, stories, myths, symbols and practices. Organization culture determines the way individuals do business and transfer them between individuals, beliefs, values, behaviors and habits. (Avcı, 2016).

This interaction with the environment seems inevitable in order to become the living organizations or institutions of the future. Organizations have to work within the framework of values that will adapt to the ever-changing and evolving internal and external environment in order to establish, maintain and develop their structural integrity. (Özdevecioğlu, 1995).

Organizational culture is a paradigm for us to see the realities behind the organizational structure. This paradigm guides the members concerning how to look at the structure and how they behave within the organization. The culture is a set of assumptions that is believed to be a group and accepted without questioning its accuracy. Norms are the reflection of these assumptions. Organization culture is the pattern of conduct, traditions, beliefs and values of the organization that regulates the relations of the members of the organization with each other and the environment of the enterprise. (Mert and Yılmaz 2018; Deal and Kennedy, 1982; Güçlü, 2003; Schein, 1996).

According to Robbins and Judge (2012), in organizations which have strong organizational culture, the core values of organizations are highly internalized, owned and shared widely. The degree of intensity the members of the organization accept and value their core values, is related to how much the organizational culture influences and shapes the behavior of the employees. (Robbins et. al. 2012)

The most difficult asset to imitate firms is its culture. Companies with strong culture, with the effect of providing effective human resources, protection and development; provide positive interaction with internal and external counterparts, and an environment of trust. Provides competitive advantage to

enterprises with effective communication, operational capability, qualified and low cost production. (Barney, 1986; Yılmaz and Karahan, 2010; Yolcu, 2016)

It is clear that organizational culture is a control system that shows the attitudes, beliefs, assumptions and expectations of the employees in the same institution and how the behaviors that determine the individuals and inter-individual relations are conducted (Erengül, 1997) and how internal compliance and consensus are provided. (Şahin,2010).

2.3 Relationship Between Organizational Culture and Organization Size

In the literature, the effects of multinationalization or internationalization on the overall performance of companies have been investigated, but no studies have been found on the effect on organizational culture.

The increase in organizational culture research was influential in the success of Japanese companies in the late 1970s and early 1980s. (Ouchi et. al., 1985) One of the reasons underlying international success as well as work discipline, stability and hard work is that Japanese society culture can be transformed into a similar organizational culture within enterprises.

As companies grow, besides their needs also their cultures change. The increase in investments of international firms in different countries and the fact that people with different cultures work in these companies are among the factors that increase the importance of culture. (Dursun, 2013)

Organizational culture may vary according to the size of the enterprise. The value judgments, habits, opportunities, and even symbols and images of a small-scale company may differ from those of a larger scale. This natural flow results in the acceptance of the size of the enterprise as a variable parameter in terms of organizational culture. In other words, enterprise size is thought to be a factor that affects and changes organizational culture.

On the other hand, it is not possible to perceive of organizational culture independently from national culture. Because organizational culture is a sub-system of national culture.

In this context, organizational culture is defined as a phenomenon that is the result of the interaction of organizational and non-organizational factors in the national cultural texture, and exhibits complex relations with each other (Uyguç, 2000). Even if the norms and values remain the same as the size of the enterprise increases, it is possible to mention the increase of organizational rules and regulation practices.

2.4 Factors Affecting and Changing the Organizational Culture

Factors that may affect the organizational culture in multinational enterprises can be summarized as follows.

- Internationalization Degree
- Centralization Degree
- The size of the foreign investment and the size of the production capacity, if any

- Human resources approaches
- Geographical Differentiation
- Overseas Experience of Enterprises
- Type of Internationalization (procurement, partnership, joint-venture e.g.)
- Ownership Structure of Foreign Subsidiaries
- The size of the main enterprises
- Product differentiation
- Organizational Structure (matrix, lean organizational structure e.g .).

A significant portion of these elements consists of quantitative values. Abstract concepts such as values, norms, ways of doing business and habits undoubtedly affect organizational culture.

Factors requiring the change of corporate culture are explained by R.Kilmann as follows (Vural, 2009),

If;

- Organizational culture does not support the organization's goal,
- Organizational culture cannot act as a driving force for the success of the organization,
- Organizational culture, where the interest groups of the organization do not provide conciliatory works in the direction of the business interests and cannot accommodate interest groups in the organization,

• Change in organizational culture is inevitable if organizational culture does not provide a participatory environment for the members of the organization to address the complex and difficult questions of the organization,

• The quality of R & D studies, the methods followed are not satisfactory, it means change of the organizational culture is required.

Companies that adopt a strategy of investing in foreign countries should choose one or more of the methods of joint cost analysis, joint investment with other enterprises abroad, purchase or all of the shares of an existing enterprise or form its own subsidiary.

Whichever of these strategic methods is adopted, businesses that wish to carry out their activities abroad successfully must build an appropriate structure. (Yıldırım and Çolak, 2009)

2.5 Types of Organizational Structure

Classifications related to organizational cultures differ according to the theoretical models chosen by the researchers working in this field on the basis of their emphasis and work. It is worth mentioning briefly about the organizational control approach that forms the basis for the classification in this study. The control function is one of the organisation's main ambitions and is concerned with

how to direct all the activities that an organization carries out to achieve its predetermined objectives. (Erdem, 2007)

The above mentioned organizational control approach of Ouchi (1980) has been taken as reference in the classification of organizational culture.

Cameron and Quinn's model of competitive values consists of four types of organizational culture, which occur on an axis with internal orientation at one end and with external orientation at the other, flexibility and dynamism on one side, and another axis with stability and control on the other side. (Bendixen and Burger, 1998; Dastmalchian et. al., 2000; Dosoglu and Guner, 2001; Berrio, 2003; Pennington et.al., 2003; Stoica et. al., 2004; Daft, 2004; Jones et. al., 2005; Erdem, 2007)

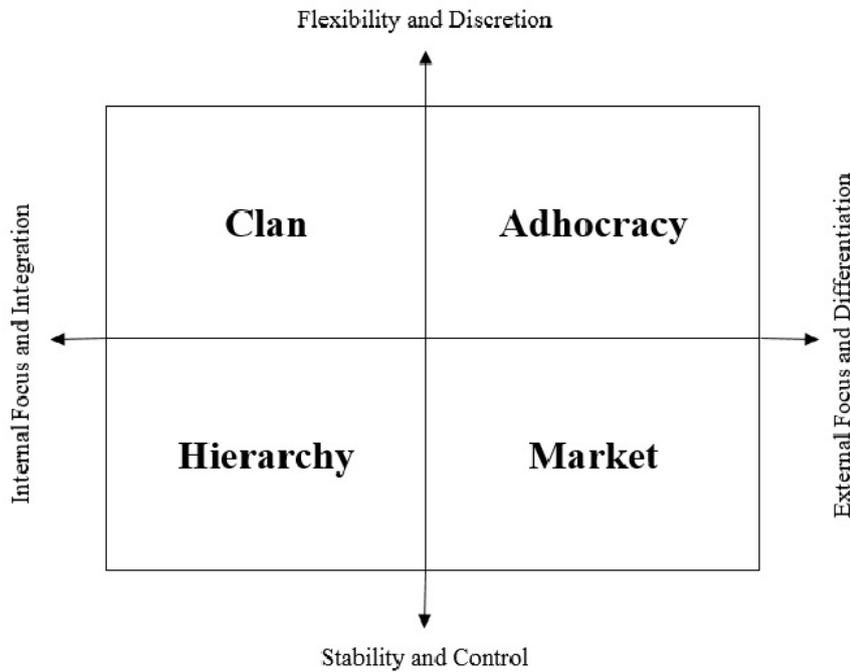


Table 1. Competing Values Framework (Cameron & Quinn, 2011)

Clan culture refers to organizations whose inward, unity and solidarity are important, organizational commitment is prominent and informal control processes are dominant. Such organizations are like a family. Organizational managers play a parent-like role. (Dosoglu and Guner, 2001; Berrio, 2003; Dwyer vd., 2003)

Hierarchy culture is shaped among the dimensions of internal organization and stability / control. These represent mechanical and bureaucratic organizations. Order and rules are important in these cultures. It is obvious who will do what. These standards are not required to be exceeded. According to Ouchi (1987), the bureaucratic mechanisms tell the person: “don’t do what you want, do what we tell you to do, because we are paying you for it”.

Market culture refers to organizational environments that emphasize external focus, competitiveness and efficiency, but also have a stable and controlled direction. (Berrio, 2003; Pennington vd., 2003) In organizations with a market culture, each individual has to pursue his personal interests. The functioning market mechanism in the organization will measure the contribution of each employee to common interests and everyone will be rewarded for their personal contribution. If a person does not contribute at all, he will not receive any reward so that equality will be ensured (Ouchi, 1987). It is important to have a competitive advantage and market advantage in this type of culture. The success of the organization is evaluated by the increase in market share, profit and tangible outcomes.

Adhocracy culture refers to an organic, entrepreneurial, flexible, innovative and creative organizational cultural environment (Stoica et al., 2004). There is a highly organic structure in the culture of culture, where organizational status and positions are not considered or are considered temporary. The tendency of centralization in the organization is uncommon. Within this structure, employees are encouraged to take the initiative, take risks and make new inventions and freedoms. (Dastmalchian et. al., 2000; Ataman, 2001)

In the field study, it is aimed to understand the dynamics of organization culture of the Turkish company (SUEDSER) and how this culture evolves in the stage of growth and multinationalization.

When international business literature is examined, subjects such as internationalization process, organizational structures, human resources management, marketing strategy and strategy development processes of international companies are discussed in various studies. In this context, the organizational structure used by international enterprises to be successful in their international activities occur as an important factor. (Yıldırım and Çolak, 2009)

The reason for using different types of organization in the literature is examined in different dimensions. These dimensions; The number of countries where the organization operates, the age of the organization, the variety of the organization, the share of the foreign affiliates in the total sales of the enterprise, the size of the organization, the share of R & D and technology investments in the total were grouped under various headings. (Stopford and Wels, 1971; Egelhoff, 1982, 1988; Daniels et. al., 1984, 1985; Wolf and Egelhoff, 2001, 2002; Chi et. al, 2004)

The staffing (human resources) approaches applied by international enterprises were added to the model and their relations with the selected macro structures were tested. Staffing approaches are assigned in the literature as follows: from the main country (Ethnocentric), from the host country where the foreign investment takes place (Polisentric), and from third countries as (Geocentric). (Perlmutter and Heenan, 1979; Özalp, 1986)

The ethnocentric approach from these approaches is an appropriate form of staffing in the first years when the enterprises start their activities abroad. (Tung, 1981; Robock and Simmonds, 1989) In

terms of the complexity of the organization, while there is a lean organizational structure in the affiliated organizations, there is a complex one in main center.

The authority and control are gathered in the center, and the communication and information flow between the affiliated organizations is in the form of the right orders, comments and advice from central to affiliated organizations. Subsidiaries are wholly owned by the headquarters if there are no restrictive factors, and the key positions of affiliates are to appoint and train managers from the main country. (Perlmutter and Heenan,1979).

The host-based (polycentric) approach is a form of staffing that is applied with the assumption that the economic, social and cultural structure of the country of operation of the host country can be best known to the managers elected from this country, together with the increase in the overseas activities of the enterprises. Although the operation tends to appoint managers from the parent company in the first years of operation abroad, the tendency to appoint managers from the host country for the reasons mentioned in these years is also high. This type of staffing approach is a suitable approach for businesses operating abroad with a narrower product line. (Phatak et al., 2005)

It is known that in the first years when international enterprises invested abroad, they have been operating with an international department structure and used this structure which can work together with both product and geographical structure. The functional structure and product structure used with a limited number of geographic units are the structures used by the enterprises which are known as “mixed structures” and operate abroad with relatively more product types and number of regions. As the product variety increases in the summer, it is stated that when the number of the geographic areas that operate is increased according to the product, a geographical or regional section structure is used. (Stopford and Wells, 1972; Egelhoff, 1982, 1988; Daniels et. al.,1984; Wolf and Egelhoff, 2001, 2002; Chi et. al., 2004)

3. Field Survey

3.1 Aim of the study

SUEDSER (known by the Sertex brand) was established in 1980 as a technical textile company to manufacture and market upholstery fabrics. SUEDESER has made its claim stronger in the technical textile sector as a matter of being global with its international procurement by acquiring Microfibrés-Hp Fabrics (est.1926), one of the most well-known and experienced companies of the global sector.

Along with this change and metamorphosis, there have been significant changes in the company's management staff, and the necessity to effectively manage the facilities and offices both in the USA and China.

The management is carried out by the head office, and the center-environment approach has been adopted as the management approach in the relations with the company in the USA. It is observed that the factory located in China is less dependent on the center than the one in the USA.

The total number of employees of the company is approximately 450. The number of white-collar employees is around 100 people.

3.2 Hypothesis of research

In this study, the effects of becoming multinational on organizational culture were examined together with factors related to organizational commitment, employee motivation, communication and business culture. In this context, the following hypotheses related to field survey have been formed.

H1. Multinationalism has contributed positively to employee motivation.

H2. Multinationalism has contributed positively to the increase of organizational commitment and loyalty.

H3. Multinationalization has contributed positively to the effectiveness of internal communication.

H4. Multinationalization has contributed positively to the way the organization does business.

H1. T test was applied as hypothesis test and it was accepted as = 005 significance level.

H2. T test was applied as hypothesis test and it was accepted as = 005 significance level.

H3. T test was applied as hypothesis test and it was accepted as = 005 significance level.

H4. T test was applied as hypothesis test and it was accepted as = 005 significance level.

3.3 Method of the Survey

The opinions of the white-collar employees on the impact of the multinational company on the organizational culture were collected via survey. The reason why blue-collar employees are not included in the survey is that sufficient information has not been given yet about the new the company that has been acquired abroad. White-collar employees naturally have a higher awareness of acquisition because of their common tasks, such as purchasing, sales, reporting, e.g for both new and existing companies. Therefore, the survey was limited to white-collar workers.

Both qualitative and quantitative research methods were used. The aim of the qualitative research was supported by a detailed literature review. Numerous scales have been developed to understand and explain organizational culture through quantitative methods. A similar study (Kaya 2010), which compares the organizational cultures of public and private sector institutions, has been found to have logical similarities and hence useful scales. In the aforementioned study (Danışmanand Özgen 2003, Meyer and Allen 1991, Wasti, 2000; 2002; Yalçın and İplik, 1995; Boylu et al., 2007), the related sections of the various scales used in this research were also used.

The survey was prepared for pre-testing by interviewing academicians who are experts in the field of research. Suedser has 3 locaitions in Turkey. Çerkezköy Tekirdağ where production facilities

are located, Maslak Istanbul where the head office is located and Masko / İkitelli İstanbul locations where showroom and Carpet Division are located in general are used for both test and survey studies.

The pre-test was conducted with a total of 15 participants, 5 from each location. After the pre-test, some corrections and revisions were made to the questionnaire. There was no significant difference between the mean and correlation of pre-test and post-test. This suggests that test-retest reliability of the scales is high.

Within the scope of the study, 3 questions were asked to determine gender, education and income levels of the individuals who completed the questionnaire.

In order to measure the opinions of the survey participants, 33 questions were asked with the 5-point Likert Scale as “Strongly Agree” ’Agree“, ”Neither Agree Nor Disagree”, “Disagree” and “Strongly Disagree”.

The survey participants were selected from among the white collar workers who have been employed in the Company for at least 3 years. The purpose of this is to enable employees to evaluate the survey better who have already started to work in the enterprise before the multinationalization process and have also experienced the purchasing process abroad.

In the application of the questionnaire, face-to-face interview method was chosen in order to provide necessary explanations and to provide full feedback about the questions that could not be understood or misunderstood by the participants. The survey was carried out anonymously to prevent participants from worrying about problems because of the sharing of results or the emergence of their identities. Data obtained between 23-30 October 2018 were entered into SPSS program and hypotheses were tested.

4 Field Research Results, Findings and Analysis

85 employees participated in the survey, and 83 responded to the questions. As a result the following results were obtained. Cronbach's Alpha analysis was used for the reliability of the study. In the Cronbach's Alpha analysis, the alpha coefficient is expected to be greater than 0.7.

Source: <http://www.ekonomianaliz.com/guvenilirlik-analizi-reliability-analysis/>

The Cronbach's Alpha coefficient of the research scale was found to be **0.89**, which is considerably higher than the acceptable rate of 0.7. This shows that the study is homogeneous, consistent and reliable.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,891	33

One Sample T Test analysis was performed for research hypotheses. All of the T Test results were significant and all 4 hypotheses were accepted.

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Motivation	46,655	82	,000	2,30873	2,2103	2,4072

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Loyalty	33,136	81	,000	1,94919	1,8321	2,0662

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Doing Business	52,497	82	,000	2,43133	2,3392	2,5235

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Communi-cations	38,870	82	,000	2,51635	2,3876	2,6451

These results cannot be generalized due to the fact that the survey is not implemented in more than one company and is performed on a limited sample of 83 persons. Although there are mentioned limits, this study is a preliminary study for other future studies. The study contains significant clues about how multinationalism changes positively in the way that the employees of the company are subject to Loyalty, Motivation, Doing Business and In-house communication.

In the future, if a similar study will be applied in more than one company with more staff the differences between the perspectives of both white and blue-collar personnel in the multinational process can be examined, and it may be possible to examine the results in a specific area / sector in more detail.

Moreover, it is believed that by adding other criterias in the fields of Business Management and Marketing, the issue can be enriched and contributed to the literature.

REFERENCES

- Akben A. and Yeşil S., (2015), The Effects of the Degree of Internationalization on Business Performance: A Field Study, Eurasian Academy of Science Eurasian Business & Academics Journal, 1, pp.69-85.
- Alvesson, M. (2002), Understanding Organizational Culture, London: Sage Publications.
- Ana Britannica, (1989), "Kültür", Cilt 14, s.175.
- Ataman, G. (2001), İşletme Yönetimi, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Avcı, A., (2016), Öğretmen algılarına göre örgüt kültürü. Ö. K. Tüfekçi, (Ed.), Sosyal bilimlerde stratejik araştırmalar içinde (43-57), Germany: Lap Lambert Academic Publishing.
- Avcı A., (2018) Örgüt Kültürü: Kavramsal Çerçevesi ve Eğitim Yönetimi Açısından Değerlendirilmesi , Kalem Eğitim ve Sağlık Hizmetleri Vakfı.
- Barney, J. B. (1986), "Organizational Culture: Can It Be A Source of Sustained Competitive Advantage?" Academy of Management Review, 11(3), 656-665.
- Bendixen, M. and Bruce, B. (1998), "Cross-Cultural Management Philosophies", Journal of Business Research, 42, 07-114.
- Berberoğlu, G. N. (1990), "Örgüt Kültürü ve Yönetimsel Etkinliğe Katkısı", AÜ İİBF Dergisi, Cilt VIII, S. 1-2, Eskişehir, 153-161.
- Berrio, A. (2003), "An Organizational Culture Assessment Using the Competing Values Framework: A Profile of Ohio State University Extension", Journal of Extension, 41(2),
- Boylu, Y., Pelit, E. ve Güçer, E. (2007), "Akademisyenlerin Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma", Finans Politik & Ekonomik Yorumlar, 44 (511),55-74.
- Cameron K. S , Quinn R. E. (2011), Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework, Revised Edition.
- Can, E. (2012), Uluslararası İşletmecilik . İstanbul: Beta Basım.
- Can E. and Utlu N., (2017), The Internalization Process of Emerging Markets Multinational Companies (EMNC): A Theoretical and Conceptual Examination on Turkey , Global Business Research Congress (GBRC), May 24-25, 2017, Istanbul, Turkey.

- Casson M., Dark K., Gulamhussen M.A., (2009), Extending Internalisation Theory: From The Multinational Enterprise to The Knowledge-Based Empire, *International Business Review*, 18, pp.236-256.
- Chi, T.; Nystrom P. C.; Kircher, P. (2004), Knowledge-Based Resources as Determinants of MNC Structure: Tests of An Integrative Model, *Journal of International Management*, 10, s. 219–238.
- Daft, R. L. (2004), *Organization Theory and Design*, Ohio: South Western.
- Dastmalchian, A., Sangho, L. and Ignace, N. (2000), “The Interplay Between Organizational and National Cultures: A Comparison of Organizational Practices in Canada and South Korea Using the Competing Values Framework”, *International Journal of Human Resource Management*, 11(2), 388-412.
- Danışman, A. and Özgen, H. (2003), “Örgüt Kültürü Çalışmalarında Yöntem Tartışması: Niteliksel – Niceliksel Yöntem İkileminde Niceliksel Ölçümler ve Bir Ölçek Önerisi”, *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 91-124.
- Daniels, J. D.; Pitts, R. A.; Tretter, M. J. (1984), Strategy and Structure of U.S. Multinationals: An Exploratory Study, *Academy of Management Journal*, 27, (2), (s:292–307),
- Deal, T. E. and Kennedy, A. A. (1982), “Corporate Cultures: The Rights and Rituals of Corporate Life”. Reading, MA: Addison-Wesley.,
- Delios A. and Beamish P. W., (1999), Geographic Scope, Product Diversification, and the Corporate Performance of Japanese Firms, *Strategic Management Journal*, 20, pp.711-727.
- Dosoglu, G. B., (2001), “Can Organizational Behavior Explain the Export Intention of Firms? The Effects of Organizational Culture and Ownership Type”, *International Business Review*, 10, 71-89.
- Dunning, J. H. and Lundan, S. M. (2008) *Multinational Enterprises and the Global Economy* (Second Edition), U.S.: Edward Elger Publishing.
- Dursun İ. T., Örgüt Kültürü ve Strateji ilişkisi: Hofstede'nin Boyutları Açısından Bir Değerlendirme, *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2013, Yıl:1, Cilt:1, Sayı:4
- Egelhoff, W. G. (1982), Strategy and Structure in Multinational Corporations: An Information-Processing Approach, *Administrative Science Quarterly* 27, (s: 435–458),
- Egelhoff, W. G. (1988), Strategy and Structure in Multinational Corporations: A Revision of the Stopford and Wells Model, *Strategic Management Journal*, Vol.9, (s: 1–14),
- Eliot T.S, *Notes Towards the Definition of Culture*; Faber &Faber Ltd. E-book 2010, 1948-1962
- Erdem R., (2007) Örgüt Kültürü Tipleri ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Elazığ İl Merkezindeki Hastaneler Üzerinde Bir Çalışma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Ekim 2007, 2(2), 63-79

- Genthon, C., (2008), International Diversification, Performance and Offshoring: The Case of Computer Service Industry, XVIII international RESER conference "New horizons for the role and production of services", Stuttgart, 25-26 Sep 2008, Stuttgart, Germany, <https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-00348198/document>
- Gomes, L. and Ramaswamy, K., (1999), An Empirical Examination of The Form of The Relationship Between Multinationality And Performance. *Journal of International Business Studies*, 30: pp.173-188.
- Göker, İ. E .Kandil and Uysal Bahadır, (2017) Uluslararasılaşma Düzeyi İle Finansal Performans İlişkisi: İmalat Sanayii Firmaları Üzerine Bir Araştırma, *Muhasebe ve Finansman Dergisi* Ekim/2017 sf. 157-172
- Jones, R. A., Nerina L. J. and Andrew G. (2005), "The Impact of Organizational Culture and Reshaping Capabilities on Change Implementation Success: The Mediating Role of Readiness for Change", *Journal of Management Studies*, 42 (2), 361-386
- Kaya, H., (2008), Kamu ve Özel Sektör Kuruluşlarının Örgütsel Kültürünün Analizi ve Kurum Kültürünün Çalışanların Örgütsel Bağlılığına Etkisi: Görgül Bir Araştırma, *Maliye Dergisi*, Sayı 155
- Kutanis, R. Ö. (2006), Örgüt Kültürü Ders Notlar, Sakarya Kitabevi, Sakarya.
- Loncan, T.and Nique W. M., (2010), Degree of Internationalization and Performance: Evedence from Emerging Brazillian Multinationals, *GCG Georgetown University- Universia*, 4 (1), 40-51.
- Lopez-Morales, J. S., Vargas-Hernandez, J. G., Gomez-Casas, M. M., (2015), Multinationality - Performance Relationship: A Review and Research Agenda, *Journal of Arts, Science & Commerce*, 6, 4(1)
- Mert G. and Yılmaz O., (2018), Örgütsel Kültürün Kurum İmajı Ve Marka Bağlamında Örgütsel Performansa Etkisinin Araştırılması, *Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR)* Vol:5 Issue:23 pp:1194-1208
- Meyer, J. P. ve Allen, N. J. (1991), "A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment", *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- Olmos, M.F., Castel A. G., Bagües E. G., (2016), Internationalisation and Performance in Spanish Family SMES: The W-Curve, *Business Research Quarterly*, 19, pp.122-136.
- Osorio, D. B., Colino A., Martin L. A. G., Vicente, J. A. Z., (2016), The International Diversification-Performance Link in Spain: Does Firm Size Really Matter?, *International Business Review*, 25, pp.548-558.
- Ouchi, W. G. and Alan L. W. (1985), "Organizational Culture", *Annual Review of Sociology*, 11, 457-483.

- Ouchi, W. G. (1980), "Markets, Bureaucracies, and Clans", *Administrative Science Quarterly*, 25, 129-141.
- Özalp, İ. (1986), *Etnosentrizm, Geosentrizm, Polisentrizm, Yeni Bir Modele Doğru*, Uluslararası İşletmecilik, Anadolu Üniversitesi Yayını No: 37, Eskişehir.
- Özdevecioğlu, M. (1995), "Organizasyon Kültürü", *Stratejik Yönetim ve Liderlik*, 2. Baskı, İz Yay. Haz. Özel, M., İstanbul, 120-127.
- Özkan H. H., (2006), *Popüler Kültür ve Eğitim*, Mart 2006 Cilt: 14 No:1 Kastamonu Eğitim Dergisi 29-38
- Pennington, P., Christine T. and Richard C. (2003), "The Relationship of Leadership Practices to Culture", *Journal of Leadership Education*, 2 (1), 31-44.
- Perlmutter, H. V. and Heenan, D. A. (1979), *Multinational Organization Development: A Social Architectural Perspective*, Addison-Wesley Inc., Massachusetts.
- Phatak, A. V. ; Rabi S. and Bhagat R. J. K. (2005), *International Management Managing in a Diverse and Dynamic Global Environment*, McGraw-Hill/Irwin, New York.
- Robbins, S. P. ve Judge, T. A. (2012), *Örgütsel davranış* (14. baskı), (İ. Erdem, Çev.), Ankara: Nobel Yayınları. (Original study printing date 2003)
- Ruigrok W. and Wagner, H., (2003), *Internationalization and Performance: An Organizational Learning Perspective*, *Management International Review*, 43, pp.63-83.
- Schein, E. H. (1996), "Three Cultures of Management: The Key to Organizational Learning". *Sloan Management Review*, 38(1), 9-20.
- Stoica, M., Jianwen L. and Harold W. (2004), "Organizational Culture and Patterns of Information Processing: The Case of Small and Medium-Sized Enterprises", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 9(3), 240-251
- Stopford, J. M. and WELLS, L. T. (1972), *Managing the Multinational Enterprise: Organization of the Firm and Ownership*, New York, Basic Books.
- Sullivan, D. (1994), *Measuring the degree of internationalization of a firm*. *Journal of International Business Studies* 2nd Quarter 25(2), 325-342.
- Şahin Ali, (2010), *Örgüt Kültürü-Yönetim İlişkisi ve Yönetimsel Etkinlik*, *Maliye Dergisi*, Sayı 159
- Uyguç N., (2000), *Örgüt Kültürünün Ölçülmesi: Bir Ölçek Geliştirme Denemesi*, *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*.
- Vithessonthi, C. and Racela, O. C., (2016), *Short and Long Run Effects of Internationalization and R&D Intensity on Firm Performance*, *Journal of Multinational Financial Management*, 34, pp.28-45.
- Vural, Z.B. A, (2003), *Kurum Kültürü*, İletişim Yayınları

- Wasti, S. A. (2000), “Örgütsel Bağlılığı Belirleyen Evrensel ve Kültürel Etmenler: Türk Kültürüne Bir Bakış”, Z. Aycan, (ed.) Türkiye’de Yönetim, Liderlik ve İnsan Kaynakları Uygulamaları, Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları, 201-224.
- Wasti, S. A. (2002), “Affective And Continuance Commitment to The Organization: Test of an Integrated Model in the Turkish Context”. *International Journal of Intercultural Relations*. 26 (5), 525-550.
- Yalçın, A. ve İplik, F.N. (2005), “Beş Yıldızlı Otellerde Çalışanların Demografik Özellikleri İle Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Adana İli Örneği”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 395412.
- Yıldırım, M.H and Erdost, H. E. (2009), Yurtdışına Doğrudan Yatırım Yapan Türk İşletmelerinde Strateji-Yapı İlişkisi, *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*: Ocak 2009, Cilt: 1, Sayı: 1, sf. 92.
- Yılmaz, H. and Karahan, A. (2010), “Liderlik Davranışı, Örgütsel Yaratıcılık ve İşgören Performansı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Uşak’ta Bir Araştırma”. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 145-158.
- Yolcu, H. (2016), “Organization Culture and Related Organizational Outcomes: A Theoretical Study Örgüt Kültürü ve İlişkili Olduğu Örgütsel Sonuçlar: Kuramsal Bir Çalışma”. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 4501-4519.

TR-71 BÖLGESİNDEKİ KOBİ'LERİN KURUMSALLAŞMA SÜRECİNDE KOSGEB DESTEKLERİNİN ROLÜ¹

Tayfur EGE²

ÖZ

Bu çalışmanın amacı TR-71 bölgesinde KOSGEB Desteklerinden yararlanan KOBİ'lerin almış oldukları desteklerin kurumsallaşma sürecine olan etkisini analiz etmektir. Bu kapsamda ilk olarak KOBİ ve kurumsallaşma kavramları üzerinde durulacaktır. Ardından KOSGEB destek programları analiz edilerek kurumsallaşma kavramına yönelik olarak verilen destek türleri belirlenecektir. Sonraki kısımda araştırmada kullanılan ölçeğin faktör analizi ve güvenilirlik analizi yapılacaktır. Daha sonra da kurulan hipotezleri analiz etmek için SPSS programı ile istatistiksel analizler yapılacaktır. Bu şekilde KOSGEB desteklerinin kurumsallaşmaya olan etkisi incelenecektir. Yapılan analizler sonuçlarına göre şirketlerin kurumsallaşma düzeyi ile KOSGEB'den alınan destek süresi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Şirketlerin kurumsallaşma düzeyi ile şirketlerin yaşı arasında ilişki anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Şirketlerin kurumsallaşma düzeyi şirketlerin faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık göstermekte olup söz konusu farklılık imalat ve ticaret sektöründe faaliyet gösteren işletmeler arasındadır. KOBİ'lerin kurumsallaşma düzeyine katkısı açısından KOSGEB Destekleri arasında farklılık bulunmaktadır. Söz konusu farklılık KOBİ Proje destek programı ile KOBİGEL destek programı arasında ve her iki destek programı ile KOBİ proje destek programı arasındadır. KOSGEB destek programının destek üst limitlerinin artması ile şirketlerin kurumsallaşma düzeyi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, KOSGEB, Kurumsallaşma

Jel Kodları: M23, M35

¹ Tayfur EGE'nin "Kobilerin Markalaşma ve Kurumsallaşma Sürecinde KOSGEB Desteklerinin Rolü: TR-71 Bölgesinde Bir Araştırma" konulu doktora tezinden türetilmiştir.

² KOSGEB KOBİ Uzmanı, Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi, Aksaray; E-posta: tayfur.ege84@gmail.com

THE ROLE OF KOSGEB SUPPORTS ON INSTITUTIONALIZATION PROCESS OF SMEs IN TR-71 REGION

ABSTRACT

The aim of this study is analyzing the effects of KOSGEB supports on institutionalization process of SMEs in Tr-71 Region. In the first part, the concept of SME and institutionalization have explained. Then KOSGEB supports have analyzed and the types of support programs given for the concept of institutionalization have determined. In the last part, factor analysis and reliability analysis have done for the scale used in the research. Then statistical analyzes have done with the SPSS program to analyze the established hypotheses. In this way, the institutionalization impact of KOSGEB supports have examined. According to the results of the analyzes, it is found that there is not significant relationship between the level of institutionalization of companies and the duration of KOSGEB supports. There is a negative and significant relationship between the level of institutionalization and the age of companies. The level of institutionalization of the companies differs according to the sectors which companies operate. The differences are between manufacturing and trade sectors. There are differences between KOSGEB Supports, in terms of contribution level of institutionalization. There is positive and significant relationship between the increase of the support limits of the KOSGEB support program and the level of institutionalization of the companies.

Keywords: KOBİ, KOSGEB, Kurumsallaşma

JEL Codes: M23, M35

GİRİŞ

Ülkemizde KOBİ'lere destek veren kamu kurumlarından biri olan KOSGEB özellikle KOBİ'lerin kurumsallaşma sürecine yönelik destekler vermiştir. (www.kosgeb.gov.tr) Bu makalede ilk olarak KOBİ kavramı üzerinde durulacaktır. Sonraki bölümde kurumsallaşma kavramı hakkında bilgi verilecek ardından KOSGEB'in vermiş olduğu destekler incelenerek kurumsallaşma kavramına ilişkin verilen destek programları belirlenecektir. Daha sonra söz konusu destek programlarından faydalanan KOBİ'lere uygulanacak olan anket ile KOBİ'lerde kurumsallaşma sürecinde KOSGEB desteklerinin rolü araştırılmaya çalışılacaktır.

I-KOBİ KAVRAMI

KOBİ kavramı genelde “küçük işletme” olarak belirtilen farklı işletme türleri için kullanılan genel bir kavramdır. Dünya çapında kabul gören bir tanımı olmayan KOBİ kavramı, ülkeden ülkeye değişiklik gösterebilmektedir. Bir ülkede tanımlamada büyük işletme olarak tanımlanan bir işletme, başka bir ülkede daha düşük ölçekli bir KOBİ olarak tanımlanabilmektedir. (Türkoğlu, 2002)

Büyük işletmelere kıyasla KOBİ'ler, tüketicilerin istekleri doğrultusunda esnek bir yapıda olup teknolojideki gelişmelere daha hızlı ayak uydurmaktadırlar. Günümüz ekonomilerinde özellikle 1960'lardan sonra önemi artan üretimdeki esneklik ile birlikte KOBİ'ler, ekonomilerin olmazsa olmaz öğeleri olarak görülmektedir. (Demirel ve Şamiloğlu, 2001)

Ülkemizde 18.11.2005 tarihli Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında yönetmelik yayımlanana kadar kamu kurumlarında KOBİ kavramına ilişkin farklı tanımlamalar bulunmaktadır. İlgili yönetmelikte KOBİ tanımlaması yapılırken istihdam sayısı ile net satış ve mali bilanço toplamına üst limit belirlenerek bir tanım yapılmıştır. Bahsi geçen tanımda KOBİ'ler istihdam üst limiti en fazla iki yüz kırk dokuz kişi olup net satış veya mali bilanço toplamının en fazla yirmi beş milyon TL olan ekonomik birimler olarak tanımlanmıştır. (Ay ve Talaşlı, 2007)

2012 yılında yönetmelikte yapılan değişiklik ile mali bilanço toplamı veya net satış tutarının üst limiti yirmi beş milyon TL'den kırk milyon TL'ye çıkartılmıştır. (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik, 2012)

24.06.2018 tarihinde söz konusu yönetmelikte yapılan son değişiklik ile 250 den az istihdam şartında değişikliğe gidilmezken, net satış ve mali bilanço toplamına ilişkin maksimum tutar 40 Milyon TL'den 125 Milyon TL'ye çıkartılmıştır. Aynı tarihte yönetmelikte yapılan değişiklik ile mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme tanımlarında da değişikliğe gidilmiştir. Yapılan son tanımlama ile net satış veya mali bilanço toplamının üst limitleri mikro işletmelerde bir milyon TL'den üç milyon TL'ye, Küçük işletmelerde sekiz milyondan TL'den yirmi beş milyon TL'ye çıkartılmış olup orta ölçekli işletmelerde üst limit yüz yirmi beş milyon TL olarak belirlenmiştir. (Küçük

ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik, 2018)

II-KURUMSALLAŞMA

Literatürde kurumsallaşma kavramına yönelik çok sayıda tanım yer almaktadır. March kurumsallaşmayı “Çevresel değişme ile birlikte organizasyonel değişimin ve bu değişim doğrultusunda standardizasyonun sağlanmasıdır” şeklinde tanımlamıştır (March, 1996). Kurumsallaşma kavramına yapılan başka bir tanıma göre kurumsallaşma “Örgütün ayrı bir kimlik kazanması ve sosyal ihtiyaç ve baskıların doğal ürünü olarak duyarlı ve esnek bir organizma haline gelmesi sürecidir.” (Selznick, 1996) Yapılan başka bir tanımlamaya göre kurumsallaşma “İşletmenin dış çevresiyle etkileşiminde ortaya çıkan uyumlu ve kontrollü faaliyetler sistemi ve bu sistemin sonucu meydana gelen kuralların, uygulamaların ve prosedürlerin icra edilmesi sürecidir.” (Meyer ve Rowan, 1997)

Yapılan tanımlardaki ortak özellikler genel olarak, kişilerden bağımsız bir örgütün oluşması ve bu örgütün şartlara göre değişiklik gösterebilmesi ile örgütün kendine özgü iş yapma usul ve yöntemlerinin olması gerekliliğidir.

Kurumsallaşmanın göstergeleri; “işletme anayasası, profesyonelleşme, etkin bir örgüt yapısı, yetki devri, yetkilendirme, yönetim anlayışı, karar verme şekli ve etkin bir iletişim sisteminin kurulması” olarak sıralanabilir. (Karavardar, 2011)

Kurumsallaşmayı Oluşturan Kavramlar:

Kavramsal açıdan kurumsallaşma “formelleşme, otonomi, profesyonelleşme, kültürel güç, saydamlık, tutarlılık ve sosyal sorumluluk” kavramlarını içermektedir.

- Formelleşme: İşletmedeki çalışanların görevlerinin belirlenmesi ve bahsi geçen görevlere yönelik yetki ve sorumlulukların yazılı hale getirilmesidir.
- Profesyonelleşme: İşletmenin yönetim kadrolarında profesyonellerin istihdam edilmesi ve işletme çalışanlarının söz konusu profesyonellerce seçilmesidir. Ayrıca çalışanların yönlendirilme ve eğitiminin profesyonellerce yapılmasıdır.
- Otonomi: Profesyonellerin işletme içerisinde özerk olabilmeleri, ve işletme içerisinde otoritelerinin olabilmesidir.
- Saydamlık: İşletmeye özgü bilgilerin ilgililere ve halka sunulabilmesidir.
- Sosyal Sorumluluk: İşletmelerin sadece kendi çıkarlarına göre hareket etmeyip, toplum için faydalı faaliyetlerde de bulunmasıdır.
- Tutarlılık: İşletmenin sözüne sadık olarak misyonu ile faaliyetleri arasında uyumluluğun olmasıdır. (Kurt ve Yeşiltaş, 2016)
- Kültürel Güç: İşletme içerisinde oluşan örgüt kültürünün çalışanlarca kabul görmesi ve söz konusu kültürün paylaşılmasıdır. (Çiçek ve Hacıkura, 2016)

III-KOSGEB

Günümüzde imalat, ticaret ve hizmet sektöründeki KOBİ'lere destekler veren KOSGEB, kuruluş yılı olan 1990'dan kuruluş kanunundaki 2009 yılında yapılan değişikliğe kadar sadece imalat sektöründeki KOBİ'lere destekler vermektedir. (KOSGEB 2016-2020 Stratejik Plan, 2015) Kuruluş yılından günümüze kadar destek türleri açısından dinamik bir süreç yaşanan KOSGEB'in destek programları aşağıda sunulmuştur.

-TEKNOPAZAR - Teknolojik Ürün Tanıtım ve Pazarlama Destek Programı

-AR-GE, İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek Programı

-KOBİGEL - KOBİ Gelişim Destek Programı

-Girişimcilik Destek Programı

-Genel Destek Programı

-İş Birliği Güç Birliği Destek Programı

-Tematik Proje Destek Programı

-KOBİ Proje Destek Programı

-Uluslararası Kuluçka Merkezi ve Hızlandırıcı Destek Programı

-KOSGEB Laboratuvar Hizmetleri

-Kredi Faiz Desteği

-Gelişen İşletmeler Piyasası Kobi Destek Programı

-Kobi Teknoyatırım – Kobi Teknolojik Ürün Yatırım Destek Programı

-Stratejik Ürün Destek Programı”

(<http://www.kosgeb.gov.tr>)

TR-71 Bölgesinde 2011-2016 yılları arasında KOSGEB'den destek alan KOBİ'lerin Kurumsallaşma süreçlerinde KOSGEB Desteklerinin rolünün araştırılacağı bu makalede yukarıda yer alan destek programları incelendiğinde, kurumsallaşmanın bir süreç olması sebebiyle proje bazlı destek programlarının araştırılmasının daha uygun olduğu düşünülmüştür. Bu sebeple sadece proje bazlı olmayan destek programlarından faydalanan KOBİ'ler kapsam dışında tutulmuştur. Ayrıca araştırma 2011-2016 yıllarında destek alan KOBİ'lere yönelik yapılacağından, 2016 yılından sonra çıkartılan destek programları kapsam dışında tutulmuştur. Proje bazlı destek programlarından olan tematik destek programı ağırlıklı olarak KOBİ'lerin meslek kuruluşlarına yönelik bir destek programı olması sebebiyle kapsam dışında tutulmuştur. Ar-Ge İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama destek programı proje bazlı olmasına rağmen, destek içeriğinin yeni bir ürün geliştirme ya da inovasyona yönelik olması sebebiyle kapsam dışında tutulmuştur. KOBİ proje ve KOBİGEL destek programlarının proje teklif çağrı konuları arasında kurumsallaşma kavramı yer almaktadır. Bu kapsamda KOBİGEL destek programı ile KOBİ

proje destek programından yararlanan KOBİ'lere yönelik araştırma yapmanın en doğru sonucu vereceği düşünülmektedir.

KOBİGEL destek programı çağrı esaslı ve proje bazlı bir destek programıdır. Proje kapsamında işletmeler bir milyon TL'ye kadar desteklenebilmektedirler. Söz konusu tutarın üç yüz bin TL'lik tutarı hibe, kalan kısmı da teminat mektubu karşılığında faizsiz kredi olarak verilmektedir. Destek oranı çağrıdan çağrıya değişiklik gösterebilmektedir. (KOBİGEL Destek Programı Uygulama Esasları, 2018)

KOBİ proje destek programı ilk dönemde çağrı esaslı olmayan ancak son dönemde çağrı esaslı olan ve proje bazlı bir destek programıdır. Program bazında işletmeler en fazla yüz elli bin TL'ye kadar desteklenebilmektedirler. Söz konusu tutarın tamamı hibe olup bu destek programında faizsiz kredi bulunmamaktadır. Destek oranı bölgeden bölgeye %50-%60 olarak değişiklik gösterebilmektedir. (KOBİ Proje Destek Programı, 2015)

Her iki destek programı için geçmiş dönemlerde çıkan çağrılarda proje konuları arasında Kurumsallaşma konusu çokça yer almıştır. (www.kosgeb.gov.tr)

IV. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

1-Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Sınırlılıkları

Ülkemizdeki KOBİ'leri desteklemek için kurulan bir kamu kurumu olan KOSGEB çeşitli destek programları ile yıllardır KOBİ'lere destekler vermektedir. (www.kosgeb.gov.tr) TR-71 bölgesindeki KOBİ'lerin bu süreçte KOSGEB'den aldıkları desteklerin rolünün araştırılması araştırmanın temel amacıdır. Araştırma 2011-2016 yılları arasında TR-71 bölgesindeki illerde KOSGEB KOBİ proje ve KOBİGEL destek programlarından yararlanan KOBİ'leri kapsamaktadır.

2- Örneklem Süreci ve Veri Toplama Yöntemi

TR-71 Bölgesi Nevşehir, Niğde, Kırşehir, Aksaray ve Kırıkkale illerinden oluşmaktadır. (Bakanlıklara Bağlı, İlgili, İlişkili Kurum ve Kuruluşlar İle Diğer Kurum ve Kuruluşların Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi, 2018) 2011-2016 yılları arasında KOSGEB KOBİ Proje ve KOBİGEL destek programlarından yararlanan KOBİ'lere ilişkin bilgiler dilekçe ile KOSGEB Başkanlığından istenmiştir. KOSGEB Başkanlığından yazı ekinde CD ile ilgili KOBİ'lere ait bilgiler gönderilmiştir. Söz konusu CD incelendiğinde ilgili yıllar arasında destek alan toplam 82 adet KOBİ olduğu görülmüş olup bu sayı araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Bahsi geçen KOBİ'lere yöneltilmek üzere anket formu hazırlanmıştır. İlgili ankette kullanılan ölçek Koç ve Aylan'ın (2017) çalışmasından alınmıştır. İlgili ölçek beşli likert olarak KOBİ'lere yöneltilmiştir. Hazırlanan anket hem çıktı olarak firmaların bir kısmına iletilmiş hem de google formlar uygulamasıyla internet ortamına aktarılmış ve tüm KOBİ'lere e-posta ile gönderilmiştir. Her KOBİ'den işletme sahibi ya da profesyonel yöneticilerinden oluşan en az 3 kişinin doldurması istenmiştir. 07.05.2018 – 20.06.2018 tarihleri arasında uygulanan anket sonucunda göre 123 kişi anketi doldurmuş olup, doldurulan anketlerden 8

adeti güvenilirlik sağlamadığı gerekçesiyle kapsam dışında tutulmuştur. Araştırma evrenini oluşturan 246 kişiden 115 kişi anketi doldurmuştur.

Parametrik testlerin yapılabilmesi için verilerin normal dağılım göstermesi gerekmektedir. (Can, 2014) “Merkezi limit teoremine göre anakütle dağılımları ne olursa olsun, örnek hacimleri yeteri kadar büyükse ($n \geq 30$) örnek ortalamaların örnekleme dağılımları, normal dağılıma uymaktadır” Ayrıca Goldsmith ve Barrett’e göre ise aynı şart için örnek hacminin 40’dan fazla olması yeterlidir. (Şentürk ve Eker, 2017)

Örnekleme sayısının 115 olması sebebiyle parametrik analiz metotları kullanılmıştır.

3- Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma konusuna göre $\alpha = 0.10$ anlamlılık düzeyinde geliştirilen hipotezler aşağıda sunulmuştur.

Tablo 1: Hipotezler ve Kullanılan İstatistiksel Analizler

Hipotezler	Test Türü
H ₁ Şirketlerin kurumsallaşma düzeyi ile KOSGEB’den alınan destek süresi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Korelasyon
H ₂ Şirketlerin kurumsallaşma düzeyi ile şirketlerin yaşı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Korelasyon
H ₃ Şirketlerin kurumsallaşma düzeyi şirketlerin faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık göstermektedir	Anova
H ₄ KOBİ’lerin kurumsallaşma düzeyine katkısı açısından KOSGEB Destekleri arasında farklılık vardır.	Anova

H₅ KOSGEB'den alınabilecek destek programının destek üst limitlerinin artması ile şirketlerin kurumsallaşma düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Korelasyon

4- Araştırmanın Bulguları

Doldurulan anketler SPSS 20 programına aktarılarak ilk olarak ölçeğin güvenilirlik analizi, KMO and Bartlett's Testi ve faktör analizi yapılacak olup ardından anova, t-test ve korelasyon analizi yapılacaktır. Örneklem ilişkin betimleyici istatistikler aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 2- Örneklem Profilinin Sayısal ve Yüzdesel Verileri

KOBİ'DEKİ KONUM	FREKANS	YÜZDE
Şirket Sahibi	39	33,91
Profesyonel Yönetici	76	66,09
KOBİ YAŞI		
1-5 Yaş Arasında	11	9,56
5-10 Yaş Arasında	29	25,22
10-15 Yaş Arasında	24	20,87
15 Yaşından Fazla	51	44,35
KOBİ'NİN SEKTÖRÜ		
İmalat	94	81,74
Hizmet	7	6,09
Ticaret	14	12,17
KOSGEB DESTEKLERİNDEN YARARLANMA SÜRESİ		
1-3 Yıl Arasında	21	18,26
3-5 Yıl Arasında	25	21,74
5-7 Yıl Arasında	34	29,57
7 Yıldan Fazla	35	30,43
YARARLANILAN KOSGEB DESTEK TÜRÜ		

KOBİ Proje Destek Programı	40	34,78
KOBİGEL Destek Programı	40	34,78
Her İki Destek Programı	35	30,44

5- Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi

Tablo 3 Kurumsallaşmaya İlişkin Faktör Analizi Özet Tablosu

	Faktörler	Cronbach's Alpha	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	Bartlett's Test of Sphericity - Approx. Chi-Square	Sig.	Açıklanan Toplam Varyans
Kurumsallaşma	1-Stratejik Planlama Süreci 2-Profesyonelleşme 3-Yetki Devri ve İç Denetim 4- Etkin İletişim ve Karar Alma Süreci 5- Formel Örgüt Yapısı 6- İşletme Anayasası 7-Yönetim Anlayışı ve Yönetime Katılma	,983	,916	5925,424	,000	74,997

KOBİ'lere yöneltilen ankette kullandığımız ölçeğin güvenilirliği %98'dir. KOBİ'lere yöneltilen ankette yer alan ölçeğin faktör analizi için uygunluğunu test etmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi yapılmıştır. Yapılan test sonucunda sig. değeri 0,05 den küçük olup KMO test oranının 0,916 olduğu görülmüştür.

“Test oranının 0,60 ve üzerinde olması verinin faktör analizine uygunluğunu göstermektedir.” (Demirel ve Seçkin, 2011)

Eigenvalues değeri 1 den büyük çıkan 7 faktör belirlenmiş olup söz konusu 7 faktör toplam varyansın % 74,997 sini açıklamaktadır. Ölçeğin alındığı makalede kurumsallaşma kavramı 9 faktör ile

açıklanmıştır. Söz konusu faktörlerden etkin bir iletişim sisteminin oluşturulması ve karar alma şekli isimli faktörler yapılan analizde tek faktör altında toplanmıştır. Bu sebeple etkin iletişim ve karar alma süreci olarak tek faktörde adlandırılmıştır. Ayrıca yetki devri ve yetkilendirme ile iç denetim faaliyetleri faktörleri de tek faktör altında toplanmıştır. Bu sebeple yetki devri ve iç denetim olarak tek faktör olarak adlandırılmıştır.

6- İstatistiksel Analizler

H₁ Hipotezini test etmek için yapılan korelasyon analizi sonucu tablo 4'te sunulmuştur

Tablo 4 Korelasyon Analizi

		Kurumsallaşma
KOSGEB'den alınan destek süresi	Pearson Correlation	,013
	Sig. (2-tailed)	,888

Tablo 4 de Şirketlerin kurumsallaşma düzeyi ile KOSGEB'den alınan destek süresi arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucuna göre Sig. (2-tailed) değerinin 0,10'dan büyük olması sebebiyle H₁ Hipotezi reddedilmiştir. Başka bir ifadeyle şirketlerin kurumsallaşma düzeyi ile KOSGEB'den alınan destek süresi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Analizin yapıldığı KOBİ'lerin %30,43'lük kısmı 7 yıldan daha uzun bir süredir KOSGEB Desteklerinden faydalanmaktadır. %29,57'lik bir kısmı ise 5 ile 7 yıl arasında bir süre boyunca KOSGEB desteklerinden faydalanmaktadır. 2011 yılı öncesindeki KOSGEB destekleri kurumsallaşma ve markalaşma konularına yönelik olmamaları sebebiyle analizin yapıldığı KOBİ'lerin önemli bir kısmının bu dönemdeki desteklerden faydalanması sebebiyle söz konusu anlamsız ilişki açıklanabilir.

H₂ Hipotezini test etmek için yapılan korelasyon analizi sonuçları tablo 5'te sunulmuştur

Tablo 5 Korelasyon Analizi

		Kurumsallaşma
Şirketin Yaşı	Pearson Correlation	-,201
	Sig. (2-tailed)	,031

Tablo 5'te Şirketlerin kurumsallaşma düzeyi ile şirketlerin yaşı arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığına ilişkin test sonucu görülmektedir. Yapılan analiz sonucuna göre Sig. (2-tailed) değerinin 0,10'dan küçük olması sebebiyle H₂ Hipotezi Kabul Edilmiştir. Başka bir ifadeyle Şirketlerin kurumsallaşma düzeyi ile şirketlerin yaşı arasında anlamlı bir ilişki olup söz konusu ilişki negatif yönlüdür.

Analiz sonucuna göre bölgedeki Yeni kurulan işletmelerin kurumsallaşma düzeylerinin daha yüksek olduğu, kuruluş tarihi itibarıyla daha eski işletmelerde ise kurumsallaşma düzeyinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

H₃ Hipotezini test etmek için yapılan Anova sonuçları tablo 6’da sunulmuştur

Tablo 6 Anova Sonucu

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Gruplar arası	3,370	2	1,685	2,976	,055
Grup İçi	63,414	112	,566		
Toplam	66,785	114			

Post Hoc Testi (LSD)

(I) faaliyet sektörü	Ort. Farklılıkları (I-J)	Std. Hata	p	90% Güven Aralığı		
				Alt Sınır	Üst Sınır	
imalat sektörü	hizmet sektörü	-,22429	,29480	,448	-,7132	,2647
	ticaret sektörü	-,51298*	,21556	,019	-,8705	-,1555
hizmet sektörü	imalat sektörü	,22429	,29480	,448	-,2647	,7132
	ticaret sektörü	-,28869	,34832	,409	-,8664	,2890
ticaret sektörü	imalat sektörü	,51298*	,21556	,019	,1555	,8705
	hizmet sektörü	,28869	,34832	,409	-,2890	,8664

Tablo 6’da Şirketlerin kurumsallaşma düzeyinin, şirketlerin faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin test sonucu görülmektedir. $p < 0,10$ olması sebebiyle H₃ hipotezi kabul edilmiştir. Başka bir ifadeyle Şirketlerin kurumsallaşma düzeyi, Şirketlerin faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık göstermektedir. Post Hoc test sonucuna göre söz konusu farklılık imalat ve ticaret sektöründe faaliyet gösteren KOBİ’ler arasında olduğu görülmektedir.

H₄ Hipotezini test etmek için yapılan Anova sonuçları tablo 7’de sunulmuştur

Tablo 7 Anova Sonucu

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
-------------------	-----------------	----	--------------------	---	---

Gruplar arası	2,792	2	1,396	2,444	,091
Grup İçi	63,992	112	,571		
Toplam	66,785	114			

Post Hoc Testi (LSD)

(I) kosgeb_destegi	Ort. Farklılıkları (I-J)	Std. Hata	p	90% Güven Aralığı		
				Alt Sınır	Üst Sınır	
kobi proje	kobigel	-,30208*	,16902	,077	-,5824	-,0218
	her ikiside	-,35037*	,17495	,048	-,6405	-,0602
kobigel	kobi	,30208*	,16902	,077	,0218	,5824
	proje	-,04829	,17495	,783	-,3385	,2419
	her ikiside	,35037*	,17495	,048	,0602	,6405
her ikiside	kobi	,35037*	,17495	,048	,0602	,6405
	proje	-,04829	,17495	,783	-,2419	,3385
	kobigel	,04829	,17495	,783	-,2419	,3385

Tablo 7’de şirketlerin kurumsallaşma düzeyine katkısı açısından KOSGEB Destekleri arasında farklılık olup olmadığına ilişkin test sonucu görülmektedir. $p < 0,10$ olması sebebiyle H_4 hipotezi kabul edilmiştir. Başka bir ifadeyle KOBİ’lerin kurumsallaşma düzeyine katkısı açısından KOSGEB destekleri arasında farklılık bulunmaktadır. Post Hoc test sonucuna göre söz konusu farklılık KOBİ Proje destek programı ile KOBİGEL destek programı ve KOBİ proje destek programı ile her iki destek programının birden faydalanan işletmeler arasında olduğu görülmüştür.

H_5 Hipotezini test etmek için yapılan korelasyon analizi sonuçları tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8 Korelasyon Analizi

		Kurumsallaşma
KOSGEB’den alınan destek programının destek üst limitinin artması	Pearson Correlation	,189
	Sig. (2-tailed)	,044

Tablo 8’de KOSGEB’den alınan destek programının destek üst limitinin artması ile işletmelerin kurumsallaşma düzeyi arasında bir ilişki olup olmadığına ilişkin analiz sonucu görülmektedir. Sig. (2-tailed) değerinin 0,1 den küçük olması sebebiyle H_5 hipotez kabul edilmiştir. Başka bir ifadeyle KOSGEB’den alınan destek programlarının destek üst limitinin artması ile işletmelerin kurumsallaşma düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olup söz konusu ilişki pozitif yönlüdür.

SONUÇ

Kurumsallaşmaya yönelik yapılan analizlerin sonucunda işletmelerin kurumsallaşma düzeyi ile KOSGEB'den aldığı destek süresi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Bu sonucun sebebinin analize konu işletmelerin çoğunluğunun 2011 yılı öncesindeki destek programlarından faydalanmış olmaları olduğu düşünülmektedir. Söz konusu dönemde KOSGEB kurumsallaşma ve markalaşmaya yönelik olmayan ağırlıklı kredi faiz destekleri ile KOBİ'lere destekler vermiştir. Şirketlerin kurumsallaşma düzeyi ile şirketlerin yaşı arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Analiz sonucuna göre işletmelerin kuruluş tarihleri günümüze yaklaştıkça işletmelerin kurumsallaşma düzeyi yükselmekte olup, kuruluş tarihi günümüzden uzaklaştıkça kurumsallaşma düzeyi azalmaktadır. Kurumsallaşma düzeyi şirketlerin faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık göstermektedir. Söz konusu farklılık imalat ve ticaret sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'ler arasında olduğu görülmüştür. KOBİ'lerin Kurumsallaşma düzeyine katkısı açısından KOSGEB destekleri arasında farklılık bulunmaktadır. Kurumsallaşma düzeyine olan katkısı açısından yapılan analiz sonucuna göre söz konusu farklılık KOBİ Proje destek programı ile KOBİGEL destek programı ve KOBİ proje destek programı ile her iki destek programının birden faydalanan işletmeler arasında olduğu görülmüştür. KOSGEB'den alınan destek programlarının destek üst limitlerinin artması ile işletmelerin kurumsallaşma düzeyi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Ay Hakkı Mümin, Talaşlı Esra (2007) *Türkiye'de KOBİ'lerin İhracattaki Yeri ve Karşılaştıkları Sorunlar* Selçuk Üniversitesi İİBF Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı, s.174
- Bakanlıklara Bağlı, İlgili, İlişkili Kurum ve Kuruluşlar İle Diğer Kurum ve Kuruluşların Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi (15.07.2018 Tarihli ve 30479 Sayılı Resmî Gazete)
- Can Abdullah (2014) *SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi*, (2. Baskı) Ankara Pegem Akademi yayınları s.81
- Çiçek Işık, Hacıkura Emine (2016) *İnsan Kaynakları Fonksiyonları için Bir Değerlendirme Öncülü: Kurumsallaşma* Eurasian Academy of Sciences Eurasian Business & Economics Journal s:1 s.135
- Demirel Yavuz, Seçkin Zeliha (2011) *Örgütsel Adaletin Bilgi Paylaşımı Üzerine Etkisi: İlaç Sektörü Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma* Bilig Dergisi sayı 56 s 109
- Demirel Yavuz, Şamiloğlu Famil (2001) *KOBİ'lerin Sorunları ve Aksaray İlinde Bir Araştırma* Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi S 9 s.74
- Gülşah KARAVARDAR (2011) *Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma, Yetki Devri ve Belirsizliğe Tolerans* Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi; Cilt: 1 sayı 1 s.161

KOBİ Proje Destek Programı (2015)

KOBİGEL Destek Programı Uygulama Esasları (2018)

Koç Hakan, Aylan Serkan (2017) “ *İşletmelerin Kurumsallaşma Kriterlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması*” Gazi Üniversitesi İİBF dergisi 19/2 s 576-578

KOSGEB 2016-2020 Stratejik Plan (2015)

Kurt Seval, Yeşiltaş Mehmet (2016) *Otel İşletmelerinde Kurumsallaşma Düzeyinin Stratejik Yönetim Araçlarının Kullanımı Üzerindeki Etkisi: Ankara Örneği* Journal of Tourism and Gastronomy Studies 4/4 s.7

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik (Resmi Gazete, 04.11.2012/28457)

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik (Resmi Gazete, 24.06.2018/11828)

Meyer, J., ve Rowan, B. (1997). *Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony*. American Journal of Sociology, 83 (2), 340-363. (Aktaran Gülşah KARAVARDAR (2011))

Şentürk Faruk Kerem, Eker Hasan Arif (2017) *Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi: Kasko Sigorta Müşterileri Üzerine Bir Uygulama* USOBED Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 1(1): 65-66

Türkoğlu Musa (2002) *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ'ler) in Bölgesel Kalkınmaya Etkileri ve Bölgesel Kalkınmada KOBİ Temelli Stratejiler* Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi C.7,S.1 s.277

www.kosgeb.gov.tr (Erişim tarihi 01.07.2018)

TÜRK RESMİNDE GELENEKSEL MOTİFLER: Güzin DURAN, Fahr el nissa ZEİD, Maide AREL

Menekşe ŞAHİN KARADAL¹

ÖZ

Geleneksel sanatların motif, kurgu ve renk kullanımlarının çağdaş Türk resminde yer alması 2. Dünya savaşından sonra başlayıp, savaş sırasında etkisi belirgin bir şekilde dikkat çekmektedir. Bu dönem Türk Resminde Avrupa sanatını taklitten uzak bir biçimde milli bir sanat oluşturma çabaları görülür. 1950'ler ise ressamların özgün biçimler geliştirmede geleneksel Türk Sanatlarından; hat, minyatür, halı, kilim, nakış, yazma vb. motiflerine yani geleneksel kaynaklara yöneldiği bir dönemdir. Cumhuriyet sonrası Türk resim sanatında, milli bir sanat dili geliştirme çabasında olan dönemin sanatçısının evrensel bir dil oluşturma gayreti de gözlemlenir. Osmanlı döneminden Cumhuriyete geçişte geçmiş birikimlerini yeni ile yoğuran ve aktaran, aydın ve modern kadının sanat alanındaki rolü oldukça önemlidir. Bu çalışma Tanzimat'tan Cumhuriyet'e geçiş dönemi öncü kadın sanatçılardan Güzin Duran, Fahrünissa Zeid ve Maide Arel'in modern resmin olanakları ile geleneksel unsurları yansıttığı çalışmalarına dikkat çekmektedir. Geleneksel kaynaklardan beslenerek özgün sanat dili oluşturan kadın sanatçılara yönelik çalışmaların sınırlı olduğu görülmüş olup, bu alana katkıda bulunulması amaçlanmıştır. Tanzimatla başlayan modernleşme sürecinde kadının toplumdaki konumu geleneksel ve modernliği aynı anda içermekteydi. Bu konunun sonucu kadın sanatçıların modern yapıtlarında geleneksel kültür öğelerinin yansması olarak biçimlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Geleneksel motif, Türk resmi, folklor, kadın sanatçılar.

Jel Kodları: Z0

¹*meneksesahin@gmail.com*

**TRADITIONAL MOTIFS IN TURKISH PAINTING:
Güzin DURAN, Fahr el nissa ZEİD, Maide AREL**

ABSTRACT

The use of motifs, fiction and colors of traditional arts in modern Turkish painting is dated to the period after World War II. In this period, Turkish art, the efforts to create a national art away from the imitation of European art is remarkable. In the 1950s, the painters created Traditional Turkish Art; line, miniature, carpet, rug, embroidery, writing etc. is a period in which it approaches traditional sources. In the post-Republican Turkish art of painting, the effort of creating a universal language is observed by the artist of this period who is trying to create a national art language. In the transition from the Ottoman period to the Republic, the role of the intellectual and modern women in the field of art is very important. Nearly all of the female artists who are the last periods of the Ottoman Empire belong to the senior families. In this study, the traditional motifs in the paintings of Güzin Duran, Fahrünissa Zeid and Maide Arel, whose leading women painters in Turkish painting, were examined. In this study, it has been seen that studies aimed at women artists who create original art language by feeding from traditional sources are limited and aimed to contribute to this field.

Keywords: Traditional motif, Turkish painting, folklore, female artists.

Jel Codes: Z0

GİRİŞ

Çağdaş Türk Resim sanatında, bazı yerel öğeler başlangıçta çevre gözlemine dayalı ve belli bir üslup özelliği göstermeyen biçimde yer alırken; sonraları sanatçılar bilinçli bir doğa algısı yanında geleneksel ve yerel değerlere yönelmiştir. Türkiye’de Cumhuriyet’in ulus devlet yapısı içinde sanatçıların Anadolu’nun tarih ve kültürel yapısından gelen gelenek ve göreneklere yani tüm kültür öğeleri ile kurdukları bağlar onları yeni yorumlara ve yeni ifade biçimlerine ulaştırmıştır. Dünyada geçmiş kaynaklardan beslenme eğilimi ise 1783 Fransız ihtilali sonucu ortaya çıkan ulusçuluk anlayışına kadar uzanmaktadır (Karoğlu, 2014, s. 100).

Türk resminde II. Dünya Savaşı sıralarında başlayan ve savaş sonrasında etkileri belirginleşen ulusal sanat arayışları, geleneksel kaynaklara ilgiyi beraberinde getirmiştir. Sanatçılar, minyatür, hat, halı, kilim gibi geleneksel Türk motiflerinden esinlenmiş, 1940’lı yıllarda resimde yeni teknikler ile geleneksel sanatlara özgü motif ve kurgulamaların biraradalığı görülmeye başlanmıştır. Geleneksel sanatlar ve resimde motif ve pentürün birleşimi olan bir üslup geliştiren sanatçıların çalışmaları 1950’li yıllardan itibaren oldukça artmıştır. Bu dönemin sanatçıları Türk resmini taklitten çıkarmak ve özgün bir nitelik kazandırmak istemektedirler. Bedri Rahmi Eyüboğlu bu fikrin en önemli savunucusu olmuştur. Eyüboğlu’nun düşünceleri hem öğrencilerini hem de sanat çevrelerini etkilemiştir. Böylece sanat yapıtlarında geleneksel sanatları işaret eden motifler öne çıkmaya başlamıştır. D grubu’nun son dönemlerinde Türk resmini bir taklit olmaktan çıkarmak, milli bir karakter yaratma çabaları 1950’lere doğru sonuç vermeye başlamıştır. Bedri Rahmi’nin de yönlendirmeleri ile gelenekselden beslenerek özgün bir milli sanat oluşturabileceği fikri etrafında birleşen sanatçılar 10’lar grubunu kurmuştur (Giray, 1997, s. 349- 469). 1950’li yılların Türk resminde hem yerel konular hem de soyut, soyut dışavurumcu ve non-figüratif akımlar da görülmektedir. Yerel konular daha sonraki yıllarda soyut çalışmalarını da etkilemiştir (Germaner, 1999).

1950’lerin sonu ve 1960’lı yıllar Adnan Çoker, Ömer Uluç, Özdemir Altan, Devrim Erbil, Burhan Doğançay gibi birçok sanatçı eserlerinde bellek/gelenek gibi kavramları sorun olarak ele

almıştır. Anadolu-Bizans-Selçuklu-Osmanlı'nın, tarihi ve kültürel belleğe/ geçmişe dair atıflar, ifade biçimleri sanat yapıtlarında yer bulmuştur (Yasa, 2011 s.178; Akengin ve Arslan, 2017, s.5).

Çağdaş Türk resim tarihinde kimlik arayışları sürecinde geleneksel etkileşim, Turgut Zaim'le başlamış, Bedri Rahmi Eyüpoğlu'nda farkındalık yaratmış ve 1950 sonrası Türk resmini etkilemiştir. Geleneksel sanatlardan hat, minyatür, çini desenleri, kilim motiflerinin sanatçıların bireysel tavrını oluşturmada bir kaynak olmasının gerekliliği tartışılırken; bu görüş birçok yazar ve sanatçı tarafından da savunulmuştur. Sanatçıların sanatsal kimliğini oluşturmada görülen geleneksel ile etkileşimi 1950 sonrası Türk resminde dört grupta toplanabilir; 1. Kaligrafik, 2. Minyatür 3. Süsleme ve tezyini sanatlar, 4. Halk resimleri -cam altı resimleri (Kılıç, 2013, s. 329, 330).

Kadınların sanat eğitimi almalarının önünü açan Mihri Müşfik Sanayi-i Nefise'de olmayan uygulamaları İnas Sanayi-i Nefise mektebinde uygulayabilmiştir (Aksel, 2011, s. 43, 47; Bal, 2015, s. 383). Osmanlı'nın son dönemlerinde sanat eğitimi almaya başlayan kadın sanatçıların, Cumhuriyet'in ilk dönemlerinde sanat alanında varlıklarını göstermeye başladığı görülmektedir. Bu dönem sanatımızda öncü kadın sanatçılar yetişmiştir. Cumhuriyet dönemi öne çıkan kadın sanatçılardan bazılarının resimlerinde geleneksel motiflere özgün yorumlar getirmişler hatta kimi zaman anıtsal yorumlara ulaşmışlardır.

Bu çalışma Tanzimat'tan Cumhuriyet'e geçiş dönemi öncü kadın sanatçılarımızdan Güzin Duran, Fahr el nissa Zeid ve Maide Arel'in modern resmin olanakları ile geleneksel unsurları yansıttığı çalışmalarına dikkat çekmektedir. Bu çalışmada geleneksel kaynaklardan beslenerek özgün sanat dili oluşturan kadın sanatçılara yönelik çalışmaların sınırlı olduğu görülmüş olup, bu alana katkıda bulunulması amaçlanmıştır. Çalışmanın yöntemi literatür taraması şeklindedir. Araştırmada ilgili sanatçıların geleneksel temalara yaklaşımları değerlendirilmektedir.

DURAN, ZEİD VE AREL'İN GELENEKSEL TEMALARA YAKLAŞIMI

Osmanlı'nın son dönemlerinde, Tanzimat'ın ilanı ile birlikte kadınların toplumsal hayata katılımı desteklenmiş ve kadınların eğitime verilen önem artmıştır. Orta sınıf aileler kızlarını büyük şehirlerde devlet okullarına gönderirken üst sınıf aileler kızlarının eğitimi için özel derslerle sağlamışlardır (Papila, 2015, s.126). Osmanlı'nın son dönemlerinde Tanzimat'la başlayan aydınlanma süreci Cumhuriyetin ilanı ile devam etmiştir. Bu modernleşme sürecinde kadının toplumdaki yeri sorgulanmış ve kimi modernist elit görüşlere göre "ideal kadın" portresi çizilmiş, resmi ideolojilerce de bu kadın imgesi hayata geçirilmiştir. Batının karşısında güçlü bir ulus devlet olarak var olmak için yapılan sosyal reformlarda kadının toplumdaki konumu da kurgulanmaktaydı. Bu nedenle Osmanlı'nın son dönemlerinde başlayan sonrasında Cumhuriyet'le devam eden kadının konumunun tanımı, içinde geleneksel ve yerelliği barındırırken modernliği de içermeliydi (Can, 2016, s. 1020)

Dönemin uyanan milli akımları çerçevesinde eğitim almış kızlar toplumsal hayatta yer edinmek istemiş, ailelerince müzik, özellikle resim eğitimi almaları yönünde de teşvik edilmişlerdir. Bu dönem Osmanlı kent yaşamında kadınların sanat uğraşlarının süslemeci el işçiliği olduğu görülmektedir. 19. yy sonlarında yüksek tabaka ailelerine mensup kızlar özel sanat eğitimi almış, Avrupa'ya dahi gönderilmiştir. Modernleşme sürecinde de Cumhuriyet'le birlikte inşa edilen kadın kimliği ile kadın sanatçı kimliği bir tutulmaktaydı. Türk resminde Müslüman Türk kadın sanatçılar 20.yy başlarında dikkat çekerken; azınlık yabancı kadınların 19. yy sonlarında İstanbul salonlarında sergiler açtığı görülmektedir. Genç yaşta vefa eden, Türk kızı olarak ilk kadın resim öğretmeni olan Müfide Kadri'nin resimleri babasının sergilemesi sonucunda tanınmıştır (Tansuğ, 1996, s. 135- 137; Can, 2016, s. 1020). 1914 yılında Mihri Müşfik Hanım'ın çabaları sonucu İnas Sanayi-i Nefise Mektebi açılmıştır. Böylece kızların sanat eğitimi alabilmesini sağlayacak sanat akademisi kurulmuştur (Aksel, 2011, s. 43, 47; Bal, 2015, s. 383).

Cumhuriyetin ilk yıllarında kadın sanatçılar ön plana çıkmaya başlamıştır (Can, 2016, s.1025). Doğum tarihleri Osmanlı'nın son dönemleri olan kadın sanatçıların neredeyse tamamı üst düzey ailelere

mensuptur (Atagök, 2018 s.8). Güzin Duran, Fahrünissa Zeid ve Maide Arel Cumhuriyet döneminin öne çıkan kadın sanatçıları arasındadır. Doğum tarihleri itibarıyla Duran, Zeid ve Arel İmparatorluk'tan Cumhuriyet'e geçişi, önemli toplumsal değişimleri yaşamış kadın sanatçılardır. Gelenekleri ve modern bakış açısını hem yaşamlarında hem de yapıtlarında sentezleyerek vardıkları noktada Zeid dünya çapında tanınmış ve önemli çalışmalara imza atmıştır. Duran, çocukluğundan, ailesinden gelen geleneksel sanatlara olan ilgisini hayatı boyunca devam ettirmiş, Arel yöresel konuları olan geometrik düzenli kompozisyonlar oluşturmuştur. Güzin Duran, Fahr el nissa Zeid ve Maide Arel doğum tarihlerine göre aktarılmıştır.

Güzin DURAN (1898- 1981)

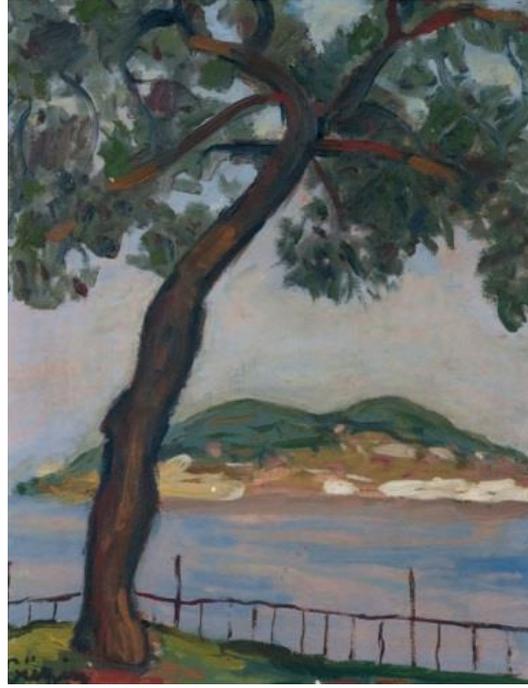
Dedesi Hattat Hacı Yahya Hilmi Efendidir. Duran'ın küçük yaşta müzik süsleme sanatları ve resme eğilimi vardı. Ailenin tek kız çocuğu olunca tüm ilgi üzerinde toplanmış ve eğitimine çok özenilmiştir. Sanatkâr bir aileden gelen sanatçı, İnas Sanayi-i Nefise'de Mihri Hanım'ın atölyesinde öğrenci olmuştur. Daha sonra ise Ahmet Haşim'den estetik, Ömer Adil Beyden, Feyhaman Duran'dan dersler almıştır. Avrupa konkurunu kazanmış ancak Sanayi- Nefise Mektebi'nin hocası İbrahim Feyhaman ile evlenince, eğitimine İstanbul'da devam etmiştir. Atatürk Kız Lisesi Öğretmenliğinden emekli olana kadar resim yapmaya devam etmiştir. Hat sanatından, işlemelerden, süslemelerden, porselenlerden koleksiyonlar yapmıştır. Karma sergiler haricinde 1937 yılında yaptığı kişisel sergisi 10 yıl boyunca üzerinde çalıştığı Karagöz konusu ağırlıklıdır. En eski karagözcüleri, karagöz kahramanlarını, kıyafetlerini, evlerini ve arabalarını yansıtmıştır. Bunun yanında Boğaziçi manzaraları, eski yazı sanatı kopyaları, Türk işlemelerinden yaptığı derlemeler ile çok yönlü sanatçılarımızdan olmuştur (Toros, TT. 581243, s. 41,42, <https://core.ac.uk>).

Güzin ve Feyhaman Duran 1943-47 yılları arasında Topkapı Sarayı'nda çalışmalar yapma imkanı bulmuşlar, sarayın iç ve dış mekanlarından görüntüler resimlemişlerdir (İrepoğlu, 1986, s.38; Canikli, 2005, s. 39). Güzin Duran, karagöz betimlemelerini yaparken Topkapı Sarayı, Çinili Köşk'te sergilenen Karagöz koleksiyonlarından yararlanmış (Eroğlu, 2017, s. 36). Sanatçının 1940 yıllarında

süslemeci bir üslup görülmektedir (Berk, 1943, s. 43; Canikli, 2005, s. 40). Hocası ve eşi gibi empresyonizm akımından etkilenmekle beraber yer yer gerçekçi, anlatımcı üslupta yapıtlar vermiştir. Eşiyle birlikte doğa gezintilerine çıkmış bu gezilerde doğa görünümleri resimlemiştir. Figürsüz peyzajlar, çiçek ve meyvelerden oluşan natürmortlar, portre ve otoportreler çalışmıştır. Yağlıboyada kalın ve saf renk lekelerini yan yana getirmiş, doğadaki hareketi, kesik ve çok yönlü fırça vuruşlarıyla betimlemiştir. Suluboyada ise daha çizgisel bir teknik uygulamıştır. Resim ve hat sanatı yanında deri ile ilgilenmiştir. Deri parçalar üzerine motif ve hayvan tasvirleri boyamıştır. Ayrıca sanatçının 1979 senesinde Topkapı Sarayı Müzesi'nde yaptığı sergide ikiyüz seksen bir adet suluboya karagöz çalışması yer almaktadır. Sergiden sonra bu çalışmalarını müzeye bağışlamıştır. Duran'ın yazma ve desenlerinde ayrıntılı çiçek motifleri bulunmaktadır. Natürmort düzenlemelerinde kendi işlediği yazmaları kullandığı görülmektedir çiçekli natürmortlarında ise Topkapı Sarayından esinlendiği klasik üsluplu denemeler ve resimlerin arka planlarında yer alan tezhip betimlemeleri dikkat çekmektedir. (Canikli, 2005, s. 41-75).



Resim 1. Feyhaman Duran, Portre(Güzin Duran), Tüyb,78x93cm, İstanbul Üniversitesi Feyhaman Duran Koleksiyonu
<http://www.sakipsabancimuzesi.org/tr/sayfa/sergiler/fevhama-dura-iki-dunya-arasinda>



Resim 2. Güzin Duran, Ada'dan Görünüm, Mukavva üzerine yağlıboya, 35x28cm <https://www.artamonline.com/253-muzayede-degerli-tablolar-ve-antikalar/10229-guzin-duran-1898-1981-ada-dan-gorunum>



Resim 3. Taha Toros arşivi, TT. 595457. <https://core.ac.uk/download/pdf/84783131.pdf>



Resim 4. Güzin Duran, Yazmacı. <https://www.imgrumweb.com/post/BXR3KiVgTzh>



Resim 5

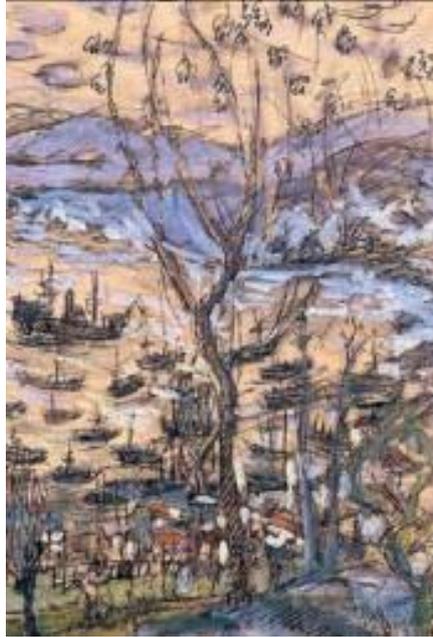


Resim 6

Resim 5 ve Resim 6. Taha Toros arşivi, TT. 595457 <https://core.ac.uk/download/pdf/84783131.pdf>

Fahr el nissa ZEİD (1901- 1991)

1901 yılında İstanbul'da doğan Fahrünissa Zeid, II. Abdülhamit devri sadrazamlarından Cevat Paşa'nın yeğenidir. Cevat Şakir Kabaağaçlı'nın (Halikarnas Balıkcısı) ve Aliye Berger'in kızkardeşi olan Zeid, Füreya Koral'ın teyzesi, Ressam Nejad Devrim'in ve tiyatrocu Şirin Devrim'in de annesidir. Zeid, soyadını Kral I. Faysal'ın kardeşi ve dönemin Irak büyükelçisi olan Emir Zeid'le evlendikten sonra almıştır. Fransa'da modern bir sanatçı olarak adını duyuran Fahrünnisa sonraları imzasını "Fahrelnisa" olarak kullanmaya başlamıştır (Yazkaç, 2018, s.199). Sanatçı Dame de Sion'un ardından Sanayi-i Nefise'de eğitime başlamış sonrasında Paris Ranson Akademisi'nde devam etmiştir. İstanbul'a dönüşünde İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi'nde Namık İsmail ile çalışmıştır. Zeid, Eren Eyüboğlu ile birlikte D grubunun kadın üyesidir (Bayav, 2011, s.23).



Resim 7. Büyükdere, 60x28 cm., 1946 (Bayav, 2011, s.23).

<http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423876552.pdf>

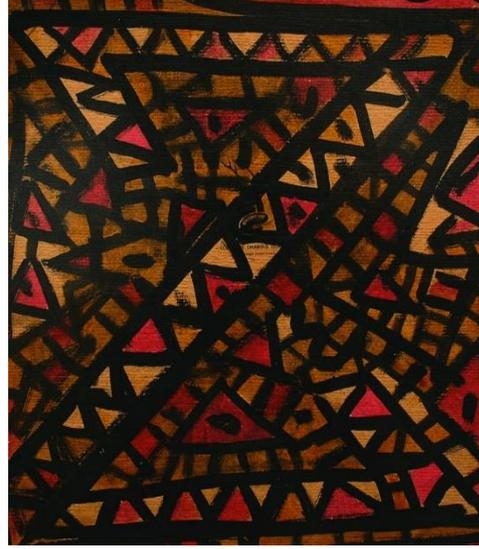
Fahr el nissa Zeid, yapıtları sanatın çağdaş klasiklerinin çok dışında geçmişin anıtsallığını barındırmakta, İslami iradeyi temsil etmektedir. Sanatçı 1940'larda karmaşık nakışlara soyut yorumlar

getirmiştir. 1950'ler sanatçının eserlerinin anıtsal ifadeye ulaşmayı başarmıştır. 70 ve 80'li yıllar son dönem çalışmalarıdır. Sanatçı bu dönemlerinde figüratif üsluba dönmüş, portreler dizisi yapmıştır. Sanatçının soyut çalışmaları kadar Nü'leri, doğa görünümleri, iç mekan ve portre çalışmaları da etkileyici ve tazedir (Tansuğ, 1996, s. 6-7; Canikli, 2005, s.23).

Fahr el nissa Zeid'in çok zengin ve değişken üslubu ve plastik dili genel hatlarıyla üç dönemde ele alınabilir. Bu dönemler erken dönemi; minyatür kurgusuna uygun düzenlenmiş uzam ve figürlü kompozisyonları, olgunluk dönemi; yapıtlarında geometrik soyutlama ve soyut kompozisyonları uyguladığı dönem ve geç dönem; portre çalışmaları. İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi'ndeki desenleri figüratif, anıtsallık kaygısı olan ve çoğunlukla iç mekan tasvirlerinden oluşur. İç mekan tasvirlerinin mekan kurgusu minyatürleri andırmaktadır. Kalın boyalı, renklerin ön plana çıktığı, derinlik kurgusunun olmadığı bu çalışmalar Matisse'in resimlerini hatırlatır. Zeid'in soyut resimlerinin kaynağına dair, dönemin sanat eleştirmenleri birbirinden farklı görüşler belirtmişlerdir. Eleştirmenlerin genel olarak üzerinde durduğu konu soyut Zeid'in soyut yapıtlarının kaynağının "Doğu" olup olmadığı sorusudur. Avrupalı eleştirmenler bu çalışmalarda Doğu'ya ait izler ararken, Türkiye'de sanatçı fazlaca "Batılı" bulunmuştur (Erzen, J.N., Yasa Yaman, Z., 2001; Yazkaç, 2018, s. 205). "Zeid'in sanatı için dünyaca ünlü yazarlar görüşlerini yazdı. Andre Breton, Roland Penrose, Andre Maurois, Maurice Collis, Rene Barotte, Charles Etienne ve daha niceleri... Bizden ise Vedat Nedim Tör, Sezer Tansuğ, Ahmet Köksal... Hepsi onun resimlerine kaynak olarak İslam estetiğini verir. Zeid ismi, Doğu ve Batının birleştiği bir köprüdür" (Şener, 2001, s. 53).



Resim 8. Mevlevi, TÜYB, 125x60 cm
<http://www.beyazart.com/sanatci/Fahrelnissa-Zeid>



Resim 9. Soyut Kompozisyon, Kağıt Üzerine Guaj, 27x22 cm
<http://www.beyazart.com/sanatci/Fahrelnissa-Zeid>

Maide AREL (1907- 1997)

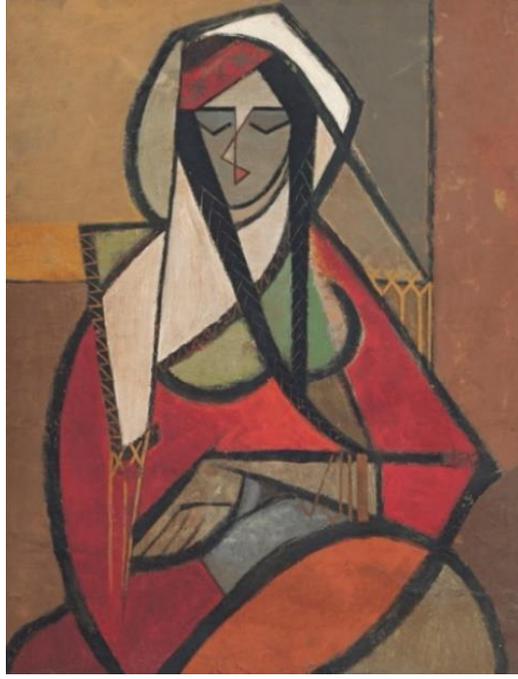
Sanatçı 1907 istanbul doğumludur. Prof. Hikmet Onat atölyesinde eğitim almış, 1935 yılında ressam Şemsettin Arel ile evlenmiştir (<http://earsiv.sehir.edu.tr>). Ermeni kökenli olan sanatçı Güzel Sanatlar Akademisi mezunudur. Paris’de Andre Lhote, Leger ve Metzinger’in atölyesinde eğitim almıştır. Lhote’un üslubundan etkilenmiş, geometrik düzenlemeli, kübist çalışmalar yapmıştır. Yapıtlarında, ağırlıklı olarak görülen figürleri, yerel konular çerçevesinde ele almış, biçimleri geometrik olarak stilize etmiştir. Paris’te “Arte Moderne” müzesinde açılan “Clup International Feminen” sergisinde yer alan “Türk Hamamı” isimli resmi ile bronz madalya almıştır (Azeri, 2009; Bayav, 2011, s. 26).



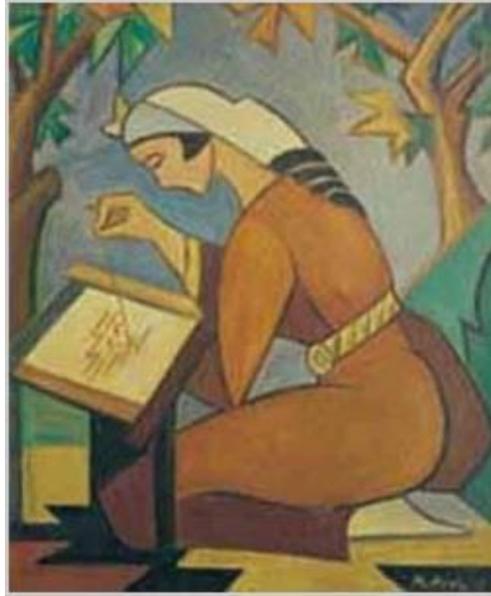
Resim 10. Mevleviler, Tuval üzerine yağlıboya, 56x70 cm.

http://www.turkishpaintings.com/index.php?p=37&l=1&modPainters_artistDetailID=617

Arel, Paris'ten sonra Londra, Floransa, Venedik, Viyana ve Münih'te çalışmalarına devam etmiştir (<https://www.youtube.com>). İlk çalışmalarında doğadan hareketle gerçekçi çalışmış, sonraları kübizmin etkileri görülmeye başlamıştır. Bu resimlerindeki tavrı bir yönüyle geometrik soyutlama olarak nitelendirilirken yöresel motiflerin sembolik kullanımlarını da içermektedir (Elibal, 1980; Erzen, 2013, s.68). Maide Arel'in resimleri eşi Şemsi Arel'in resmi ile hemen hemen benzer bir çizgide gelişmiş ancak sanat yaşamı süresince figürden hiç kopmamıştır. Yapıtlarında figürü çoğunlukla yüzey resmine bağlı bir duyarlılıkla yansıtmıştır. Yöresel konuları çalıştığı görülen sanatçının Mevleviler, yöresel portreler çoğunlukla çalıştığı temalar arasındadır. Yalın ve katkısız renklerden oluşan geniş biçim parçaları ile geometrik düzenli kompozisyonlar oluşturmuştur. Maide Arel yapıtlarında geometrik-kübist okulun niteliklerini korumakla birlikte, içten ve özgün bir resim yorumuna ulaşmıştır (<https://www.istanbulsanatevi.com>).



Resim 11. Kadın, Duralite Marufle Karton Üzeri Yağlıboya, 77x60 cm
<http://www.beyazart.com/sanatici/Maide-Arel>



Resim 12. Gergef işleyen kız, Yağlıboya, 55x47 cm.
http://www.turkishpaintings.com/index.php?p=37&l=1&modPainters_artistDetailID=617

SONUÇ

20. yy başlarında çağdaş Türk resminde ulusallık arayışları olsa da bu dönem resimlerindeki ulusallık konusu plastik anlamda yerel kaynaklardan beslenmediği için sınırlı kalmıştır. Yüzyılın ortalarında 1940'lardan itibaren sanatta ulusal bir çizgi oluşturma, gelenekten beslenme, yerel kaynaklara yönelme düşünceleri ilgi uyandırmış, Turgut Zaim ve Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun çalışmaları bu alanda öncü olmuştur (Bayramoğlu, 2013, s. 4). Geleneksel motifler kadın sanatçılarımızdan Duran, Zeid ve Arel'in eserlerinde de yer bulmaktadır. Osmanlı'nın son dönemleri İstanbul doğumlu olan bu sanatçılarımız Sanayi-i Nefise yanında yurtdışında da eğitim almışlardır.

Güzin Duran uzun bir süre gölge oyunu karakterlerini çalışmış, resmin yanı sıra hat ve deri işleri ile de ilgilenmiştir. Fahrünissa Zeid'in çalışmaları ise üç dönemde ele alınmıştır; iç mekan tasvirlerini yansıttığı dönemi, soyut çalıştığı dönem ve portreler çalıştığı dönem. İç mekan tasvirleri kurgu olarak minyatürlerin mekan kurgusuna benzerlik gösterir. Soyut çalışmalarının kaynağının Doğu mu yoksa Batı mı olduğu yönünde eleştirmenlerce tartışma konusu olmuştur (Erzen, J.N., Yasa Yaman, Z., 2001; Yazkaç, 2018, s. 205). Arel'in resimlerinde görülen geometrik soyutlamalarda ise yöresel motiflerin sembolik kullanımları yer bulmaktadır (Elibal, 1980; Erzen, 2013, s.68).

Cumhuriyet öncesi dönemde başlayan sonrasında da devam eden kadının konumunu tanımlama çabaları, içinde gelenek ve modernin bir aradalığını içermekteydi. O dönem, kadın kimliği ile kadın sanatçı kimliği de bir tutulmaktaydı (Can, 2016, s. 1020). Dolayısıyla, Duran, Zeid ve Arel'in kadın kimlikleri itibarıyla da eserlerinde gelenek ve modernin bir sentezinin yansıması görülür. Tanzimat ile başlayıp Cumhuriyet ile günümüze kadar devam eden süreçte sanatımız Batı anlayışında ilerlemiştir. Ancak, "dil" in düşünceleri, dünyaya yaklaşımı ve yaşam tarzını şekillendirmesi gibi, sanatta da kültürün etkileri tümüyle silinmemekte, sanat yapıtlarında az ya da çok yansımaktadır. (Erzen, 2013, s. 3). Tüm sanat yapıtları, içinde bulunulan kültürün bilinçli ya da bilinçsiz sözcülüğünü yapan sanatçının kişiliğine sinmiş değerleri yansıtmaktadır (Karayağmurlar,1990, s.158; Düz, 2010, s.9).

Toplumun gelenekleri ile sanatçının istemli ya da istemsiz olarak kurduğu bağ irdelenirken, Türk sanatında kadın ve kadın sanatçı kimlikleri ile ulaşılan özgün ifade biçimleri de değerlendirilmelidir. Çağdaş Türk sanatının gelişim sürecinde kadın sanatçılar konusunun, yapılan literatür taramalarında kapsamlı olarak işlenmediği görülmektedir. Bu yöndeki çalışmaların çoğaltılmasının bütüne yaklaşımda önemli parçaların eksikliğini gidereceği düşünülmektedir. Bu anlamda Çağdaş Türk Sanatının gelişimi irdelenirken kadın ve erkek sanatçılar aynı önemde ele alınmalıdır.

Bu çalışmada öncü kadın sanatçılarımızdan eserlerinde geleneksel temaları işlemiş olan sadece üçüne (Duran,Zeid, Arel) yer verilmiştir. Araştırma metni ulaşılabilen kaynaklar neticesinde oluşturulmuş olup daha sonraki çalışmalarda yeni bilgiler ışığında araştırmanın derinleştirilmesi sağlanabilir. Diğer öncü kadın sanatçılarımızın sanatsal yaklaşımları yeni araştırmalarla literatüre kazandırılabilir.

KAYNAKÇA

Akengin G. ve Arslan A. A. (2017). Türk Resim Sanatı ve Gelenek, *International Journal of Interdisciplinary and Intercultural Art*, cilt:3, sayı:3, 1-8.

http://www.ijia.com/wpcontent/uploads/makale_files/23502920_file_name=ijia%203%20Gultekin%20Akengin.pdf 7.11.2018.

Atagök, T., *I. Kadın, Yaşam, Kültür*,

<https://earsiv.anadolu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11421/1023/98746.pdf?sequence=1&isAllowed=y> 5.11.2018.

Bal, A.A. (2015). Mihri Müşfik ile Hale Asaf; Bedeli Ödenmiş Bohem Sanat Yaşamları *Route Educational and Social Science Journal*, Volume 2(2), 378-388.

Bayav, D. (2011). 19.yy Sonu ve 20.yy Başında Kadın Ressamlarımız, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (29), 15-28. <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423876552.pdf> 7.11.2018.

Bayramoğlu, M. (2013). 20. Yüzyıl Türk Resim Sanatında Geleneksel Türk Sanat Örneklerinin Etkisi, *Kalemşi*, 1 (2), s.1-40.

Can, G. Ş. (2016). Tanzimat'tan Cumhuriyet Dönemi Türkiye'si'ne Öne Çıkan Kadın Sanatçılar, *idil*, 2016, Cilt 5, Sayı 23, 1017-1036. <http://www.idildergisi.com/makale/pdf/1465814536.pdf> 8.11.2018.

Canikli, İ. C. (2005). *Ressam Güzin Duran*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

<http://acikerisim.istanbul.edu.tr/bitstream/handle/123456789/25864/40615.pdf?sequence=1&isAllowed=y> 7.11.2018.

- Düz, N. (2010). The Influence Of Environment To Artist`S Creativity And Art Education, *Akademik Bakış Dergisi*, Uluslar arası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, Sayı:19.
- Erzen, J. (2013). *Türk Modernizminde Düş ve Bellek*. Ankasanat Sergi Kataloğu: Ankara
<https://docplayer.biz.tr/4821481-Turk-modernizminde-dus-ve-bellek.html> 7.11.2018.
- Eroğlu, G. (2017). *Cumhuriyet Dönemi Kadın Hakları Işığında Öncü Türk Kadın Ressamlar*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Doğu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
<http://openaccess.dogus.edu.tr/bitstream/handle/11376/2983/10137446.pdf?sequence=1&isAllowed=y> 9.12.2018.
- Germaner, S. (1999). *Cumhuriyet Döneminde Resim Sanatı*, Ayla Ödekan (Editör), *Cumhuriyetin Renkleri Biçimleri*, İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları, 8-25.
- Giray, K. (1997). *Türkiye İş Bankası Resim Koleksiyonu*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Karoğlu, A. (2014). Folklorik Unsurların Resme Yansıması ve Yaşatılması Bağlamında Bazı Düşünceler, *Milli Folklor*, yıl:26, sayı:14, 99-109.
<http://www.millifolklor.com/PdfViewer.aspx?Sayi=104&Sayfa=96> 1.11.2018.
- Kılıç, E. (2013). Çağdaş Türk Resminde Geleneksel Etkileşim, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, cilt: 6, sayı:25, 327-340.
- Sisli, N. (2015). *Türkiye`de Cumhuriyet Öncesi-Sonrası Kadının Konumu ve Baskı Resim Alanındaki Varlıkları Hakkında Bir Analiz*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Şener, D.(2001). Yaşamı Kucaklayan Sanatçı: Fahr el nissa Zeid, *Milliyet Sanat*, sayı:504, 52-53.
- Toros, T. Kişisel Arşivlerde İstanbul Belleği Taha Toros Arşivi. TT. 581243
<http://earsiv.sehir.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11498/11246/001581243010.pdf?sequence=1&isAllowed=y> 5.11.2018.
- Yazkaç, P. (2018). Çağdaş Türk Resim Sanatında Avangart Bir Sanatçı: Fahrelnissa Zeyd, ASOS Journal, The Journal of Academic Social Science , Yıl: 6, sayı:75, 198-212.
http://www.asosjournal.com/Makaleler/1144252015_13947%20P%C4%B1nar%20YAZKA%C3%87.pdf 7.11.2018.
- Maide Arel Hayatı ve Eserleri*, <https://www.istanbulsanatevi.com/turk-ressamlar/maide-arel-hayati-ve-eserleri/#lightbox/1/> 6.11.2018.
- Taha Toros arşivi, TT. 595457. <https://core.ac.uk/download/pdf/84783131.pdf> 6.11.2018.
<http://www.sakipsabancimuzesi.org/tr/sayfa/sergiler/feyhama-duran-iki-dunya-arasinda> 7.11.2018.
<http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423876552.pdf> 1.11.2018.
<http://www.beyazart.com/sanatci/Fahrelnissa-Zeid> 1.11.2018.
http://www.turkishpaintings.com/index.php?p=37&l=1&modPainters_artistDetailID=617 8.11.2018.
<http://www.beyazart.com/sanatci/Maide-Arel> 7.11.2018.

<http://earsiv.sehir.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11498/12104/001605043015.pdf?sequence=1&isAllowed=y> 5.11.2018.

<https://www.youtube.com/watch?v=2UoFdtgW0o> 8.11.2018.

<https://www.artamonline.com/253-muzayede-degerli-tablolar-ve-antikalar/10229-guzin-duran-1898-1981-ada-dan-gorunum> 11.12.2018.

<https://www.imgrumweb.com/post/BXR3KiVgTzh> 15.12.2018.

YAYIN ŞARTLARI

PUBLICATION REQUIREMENTS

Dergide yayınlanması talebiyle editöre gönderilen eserler, gizli tutulan hakemlerin (iki hakem) olumlu görüşleri alınmaksızın ya da hakemler tarafından önerilen düzeltmeleri içeren yeni metin sağlanmaksızın yayınlanmaz. Hakemlerden biri olumlu diğeri olumsuz görüş bildirdiğinde eser üçüncü bir hakeme gönderilir.

1. Hazırlanan çalışmalar, DergiPark üzerinden (<http://dergipark.gov.tr/ijemi>) sisteme yüklenmek suretiyle dergi editörlüğüne iletilmelidir. Hakem incelemesi dâhil tüm aşamalar DergiPark sistemi üzerinden yürütülecektir.

2. Gönderilen makalelerin ilk ve ikinci sayfası özet ve abstract bölümü şeklinde olmalı, makalenin **yabancı dildeki adı**, en fazla 300 kelimelik **Türkçe ve yabancı dilde özetler**inin ve en az 3 adet **anahtar kelimenin (Key Words)** eklenmesi gerekmektedir. Çalışmanın sonunda **Kaynaklar** yer almalıdır.

3. Sayfa yapısı: Üst ve alttan 2,5 cm; yanlardan 2,5 cm. olmalıdır. Bu şekilde hazırlanan yazılar kural olarak 25 sayfadan fazla olmamalıdır.

4. Metin yazıları: Times New Roman karakteri ile **11 punto 1,5 satır** aralığı, ilk satırı özel **1,25 cm** değerinde **paragraf, paragraf arası boşluklar öncesi ve sonrası 0 nk** olmak üzere iki yandan hizalı yazılmalıdır. **Ana başlık 14 punto, ikinci ana başlık 10 punto, özet ve abstract 9 punto** kullanılmalıdır. Yazar adı, ana başlığın altına sola dayalı olarak akademik unvan olmadan “adı SOYADI” biçiminde yazılmalı, unvan, eposta adresi ve kurum bilgileri dipnot şeklinde ana başlık bölümünde verilmelidir.

5. Makalenin daha önce hiçbir yerde yayımlanmamış veya yayımlanmak üzere gönderilmemiş olması gerekir.

6. Yazarlara telif hakkı ödenmeyecektir. Yazarlar, yayımlanan yazılar üzerinde Journal EMI Editörlüğü'nün, her türlü formatta yayımlamak dâhil, tüm yayın haklarına sahip olduğunu kabul ederler.

BU ŞARTLARI TAŞIMAYAN BAŞVURULAR KABUL EDİLMEYECEKTİR.

Haberleşme Adresi:

Dilkur Akademi Migros Arkası İpekyolu İş Merkezi Kat:10 Aksaray 68100 Türkiye
0506 466 00 77

İnternet Adresi:

- * <http://dergipark.gov.tr/ijemi>
- * <https://journalemi.com/>

E-Posta:

- * journalemiinfo@gmail.com