

KAPADOKYA AKADEMİK BAKIŞ

CAR-CAPPADOCIA ACADEMIC REVIEW



İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ

NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND
ADMINISTRATIVE SCIENCE

<http://dergipark.gov.tr/car>
e-ISSN: 2602-3474

CİLT 2 SAYI 2, Haziran-Ocak 2019

VOLUME 2 ISSUE 2, June -January 2019

KAPADOKYA AKADEMİK BAKIŞ
CAPPADOCIA ACADEMIC REVIEW

KAPADOKYA AKADEMİK BAKIŞ (KAB)

CAPPADOCIA ACADEMIC REVIEW (CAR)

Hakemli Dergi
Cilt 2/ Sayı 2

Dergi Sahibi

Prof. Dr. Alper ASLAN

Editörler

Prof. Dr. Alper ASLAN
Doç. Dr. Ahmet TANÇ

Editör Yardımcısı

Arş. Gör. Mesut TAŞTEKİN
Arş. Gör. Serdar ÇAKMAK

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER
Prof. Dr. Serdar ÖZTÜRK
Doç. Dr. Şükran GÜNGÖR TANÇ
Doç. Dr. İlhan GÜLLÜ
Doç. Dr. Ersan ERSOY
Doç. Dr. Oğuz ÖCAL
Dr. Öğr. Üyesi Çağrı KAN

Dizgi

Arş. Gör. Hüseyin DEMİRHAN

Yazışma Adresi ve İletişim Bilgileri

KAPADOKYA AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari
Bilimler Fakültesi 2000 Evler Mahallesi Zübeyde Hanım
Caddesi 50300 Nevşehir TÜRKİYE
Tel: +90 384 228 1000
Faks: +90 384 215 2010
e-posta: car@nevsehir.edu.tr

Kapadokya Akademik Bakış Dergisi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İİBF bünyesinde, yılda iki kez yayımlanan hakemli süreli bir dergidir. Dergide yer alan çalışmalarda yer alan düşünce, görüş, varsayım, sav veya tezler eser sahiplerine aittir; Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İİBF sorumlu tutulamaz.

Danışma Kurulu

Prof. Dr. Ali KAYA	Nuh Naci Yazgan Üniversitesi
Prof. Dr. Angeliki MENEGAKI	Hellenic Open University, GREECE
Prof. Dr. Aviral Kumar TIWARI	Montpellier Business School, FRANCE
Prof. Dr. Ertuğrul DELİKTAŞ	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Ferit KULA	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Ganite KURT	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Haluk ALKAN	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. İlhan ÖZTÜRK	Çağ Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal YILDIRIM	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Kıymet ÇALIYURT	Trakya Üniversitesi
Prof. Dr. Muhammad SHAHBAZ	University Of Engineering&Technology (UET), PAKİSTAN
Prof. Dr. Muhittin KAPLAN	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Nicholas APERGIS	University of Piraeus, GREECE
Prof. Dr. Seval SELİMOĞLU	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Songül ACER AVCI	Mustafa Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. Şaban UZAY	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Xavier RICHET	Université Sorbonne Nouvelle, FRANCE
Prof. Dr. Veysel ULUSOY	Yeditepe Üniversitesi

Alt Editör Yardımcıları

Arş. Gör. İbrahim YAĞLI	İşletme Bölümü
Arş. Gör. Koray UYGUR	İktisat Bölümü
Arş. Gör. Seçkin BAYKAL	Kamu Yönetimi Bölümü
Arş. Gör. Ömer Serkan GÜLAL	Bankacılık ve Finans Bölümü
Arş. Gör. Sinem YILDIZ	Uluslararası İlişkiler Bölümü
Arş. Gör. Aykut Alper EKİNCİ	Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü
Arş. Gör. Sezen RAVANOĞLU YILMAZ	Kamu Yönetimi

Bu Sayının Hakem Kurulu / Board of Referees for This Issue

- Prof. Dr. Alper ASLAN (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)*
Prof. Dr. Hakan Vahit ERKUTLU (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Doç. Dr. Kenan GÜLLÜ (Kayseri Erciyes Üniversitesi)
Doç. Dr. Oğuz ÖCAL (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Doç. Dr. Ahmet TANÇ (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Doç. Dr. Şükran GÜNGÖR (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Doç. Dr. Korhan KARACAOĞLU (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Doç. Dr. İlhan GÜLLÜ (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Ebru TOPCU (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ARSLAN (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Anıl BÖLÜKOĞLU (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Gökhan SEÇME (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÜNSALAN (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Harun ÇALHAN (Kayseri Erciyes Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet UMUR (Kayseri Erciyes Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi İlknur BİLGİN (Hakkari Üniversitesi)

İçindekiler

Editörün Sunuşu İçindekiler

Does Economic Freedom Determine The Control of Corruption? Subhia Jichi, Saliha Cabro	79-96
İTÜ Mustafa İnan Kütüphanesi Hizmet Kalitesinin NPS Tekniği İle Analizi Hatice CAMGÖZ vd.	97-113
Turistlerin Destinasyon Seçimi Öncesi Beklentileri ve Satın Alma Değerlendirmeleri: Kapadokya Örneği Aydın ÜNAL	115-140
Life Insurance Demand in Bosnia And Herzegovina: Statistical Analysis Elma SATROVIC	141-165
Chicago Konvansiyonu Doğrultusunda Gelişen Sivil Havacılık Sektöründe Havayollarında Uygulama Filo Planlama Stratejileri Tüzün Tolga İNAN	167-177
Otel İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrolü İçin İsrافی Azaltacak Farklı Bir Uygulama Önerisi: Hedef Maliyetleme İsmail ANASIZ	179-214
Kitap İncelemesi Ali Fuat BİROL	215-218
Yazım Kılavuzu	219-222

Contents

Editor's Foreword

Contents

Does Economic Freedom Determine The Control of Corruption?	79-96
Subhia Jichi, Saliha Cabro	
Measurement of Service Quality at ITU Mustafa İnan Library By Using NPS Technique	97-113
Hatice CAMGÖZ vd.	
The Expectations of Tourist' Before Destination Choice And Evaluations After Purchase: The Case of Cappadocia	
115-140	
Aydın ÜNAL	
Life Insurance Demand in Bosnia And Herzegovina: Statistical Analysis	141-165
Elma SATROVIC	
Fleet Planning Strategies Implemented For Developing Civil Aviation Sector By Direction Of Chicago Convention	
167-177	
Tüzün Tolga İNAN	
A Different Application Proposal to Reduce Waste for Food and Beverage Cost Control in Hotel Enterprises:	
Target Costing	179-214
İsmail ANASIZ	
Book Review	215-218
Ali Fuat BİROL	
Yazım Kılavuzu	219-222



DOES ECONOMIC FREEDOM DETERMINE THE CONTROL OF CORRUPTION?

Subhia JICHI*
Saliha CABRO**

Abstract

The article aims to examine whether or not the economic freedom (EFI) matters for the control of corruption (COR). The relationship between variables of interest is explored in three panels. The first overall panel contains 113 countries; the second contains 36 developed countries, while the third panel contains 77 developing countries in the time span ranging from 2002 to 2016. The findings of linear dynamic panel data estimators confirm the positive impact that is found to be higher in terms of developed countries. Granger causality test indicates a bidirectional relationship between EFI and COR in overall sample as well as in the case of both, developed and developing countries. ARDL framework reports a significant positive relationship between variables of interest in both, short- and the long-term. Therefore, the overall conclusion indicates that policy makers need to enable and create legal and institutional basis for securing economic freedom in order to improve the control of corruption.

Keywords: ARDL approach, Causality, Control of corruption, Economic freedom

JEL Classification: K29, O11, O29

Introduction

Economic freedom is one of the most commonly used concepts, both by economic experts and by the governments of countries all over the world. It can be defined as the freedom to engage in the economic activity on personal choice each individual. Apart from the options of the personal choice, the positive effects are manifested through voluntary exchange, freedom to compete in markets, and protection of person and property.

*Independent researcher, ORCID: 0000-0003-4471-3769, e-mail: susujichi@hotmail.com

**Research Assistant, University of Zenica, Bosnia and Herzegovina, ORCID: 0000-00017094-5825, e-mail: saliha.cabro@yahoo.com

Yet without establishing institutions and policies, that would allow and protect property rights, voluntary exchange and individuals, it is highly unlikely that the economy is enjoying the benefits of true economic freedom. Both theory and praxis agree that economic freedom leads to economic growth of the country.

But when it comes to highlighting the link between economic freedom and the control of corruption it is important to emphasize that both are multidimensional phenomena. Moreover, there are only few studies that occupy with this matter. This interaction is particularly interesting in case of developing countries. According to Karabegovic et al. (2003), countries with “the greatest economic freedom operate with a minimal level of government intervention, relying upon markets to answer the basic economic questions”. Each time governments substitute taxes, expenditures, and regulations for personal choice, they reduce economic freedom. In times like this some people may be willing to give money to public employees in order to achieve some personal goals and thus establish the corrupt behavior. Unfortunately, this bribery won't be directed to the productive areas, but to those where opportunity for rent is the greatest.

The mediating role of government on the relationship analyzed in Graeff and Mehlko (2003) is of great importance. Hence, from a theoretical point of view it will be unlikely to expect the automatic link between these economic terms of interest (Graeff and Mehlko, 2003). In addition, authors indicate that government's restrictions attract civil servants to take bribes. Even in the case of free economy, one can be attracted to use methods against law in order to increase competitiveness.

Recent literature recognizes different types of corruption. The division criteria are in general based on the traditions and norms of the country, whether the country is developed or not etc. Taking previous paragraphs into account, the question on the sign of the relationship between economic freedom and corruption still remains open. Therefore, the motivation of this study is to attempt to answer this question by providing empirical evidence on the matter.

This article examines the nature of interplay between the economic freedom (EFI) and control of corruption (COR), by using panel data econometrics. The significance of this work is multiple. From a scientific aspect, the paper examines the persistence/absence of deviations from the interaction between economic freedoms and control of corruption in cases of developed and developing countries, simultaneously analyzing the effects in the short- and long-term. Contribution to the literature is reflected in the attempt to clarify the contradictory results of previous research on the relationship between these two categories, by comparing the impact in the long- and short-term, using ARDL framework. If we talk about policy implications of this work, the results aim to show the importance of enabling and creating legal and institutional basis for securing free market and equal economic freedom of all participants as the basis for better control of corruption.

The rest of the paper proceeds as follows. In Section II authors summarize the literature on the relationship between the control of corruption and economic freedom. Section III gives a detailed description of the data, variables as well as methodology. Section IV summarizes the results of the empirical research on the matter. Finally, we conclude in Section V.

1. Literature Review

To provide a brief summary on the empirical evidence on the link between control of corruption and economic freedom, it is important to emphasize that the compassionate government can play an important role in the negative effect of economic freedom on corruption. However, if the government acts in the opposite way, the negative direction running from corruption to economic freedom is expected. Thus, most of the studies to date agree that economic freedom tends to reduce the corruption (Carden and Verdon, 2010; Chafuen and Guzmán, 2000; Shen and Williamson, 2005). Apart from these findings, it is important to emphasize some conflicting results. For instance, Billger and Goel (2009) suggest that economic freedom does not reduce the corruption, and it can even have a positive impact. These findings suggest that countries in general react differently to economic freedom which is strongly determined by their level of development. However,

the role of government in the reduction of corruption is well established in the literature (Lambsdorff, 2007).

Although there are some studies suggesting that corruption isn't necessarily a bad thing, most authors agree with Mironov (2005), Fahad (2016), Audi and Ali (2017) and Anoruo and Braha (2005) conclusions, in which they state that, corruption might improve efficiency only in the case when the private costs associated with regulation outweigh the social benefits, but often corruption leads to negative social costs. Hence, the control of corruption tends to stimulate the environmental policy in addition to its strong stimulatory role on economic growth (Pandit and Laband, 2009).

By using a series of panel GMM estimators, Yamarik and Redmon (2017) found strong evidence that corruption lowers economic freedom, but little evidence that freedom reduces corruption. On the other hand, in case of U.S. economy Apergiset al. (2012) show a negative impact of human capital, income as well as economic freedom on corruption. The necessity to control for the macroeconomic role of human capital in financial development is indicated by Satrovic (2017) in the case of Turkey. Apart from this result, income inequality is found to have a significant positive impact. Furthermore, a cross-country panel study done by Saha et al. (2009) showed that economic freedom first and then democracy is vital for reducing corruption.

Chafuen and Guzman (2000) were pioneers in providing empirical evidence on the negative relationship between economic freedom and corruption. Paldam (2002) supports the results of Chafuen and Guzman (2000) while controlling for the impact of education, income and income inequality. As an intriguing conclusion, Paldam (2002) indicates that: "the economic transition from poor to rich strongly reduces corruption, while periods of high inflation increase corruption".

To conclude the literature review section, we will present briefly the dimensions of economic freedom that tend to affect the corruption. For instance, Lambsdorff (2007) shows the negative impact between competition and corruption. Corruption also tends to negatively influence small business where entrepreneurs need to pay bribes in order to deal

with public officials (Svensson, 2003). At last, Acemoglu and Verdier (1998) suggest that if the ruling system tends to protect the property rights, reduce in corruption can be expected, whereas the weak ruling system can stimulate the corruption.

So why do these studies differ? One possible explanation is that both economic freedom and corruption are multidimensional and so it is essential to review which element of economic freedom impacts corruption and versus. Also it's important to see whether this link is intensified by the level of development of the country or not. The confirmation of this claim can be found in the research of Graeff and Mehlko (2003) stating that the corruption is strongly influenced by the ease of finishing up tasks in poor countries while the legal structure plays a key determinant of corruption in rich countries.

2. Data, Variables and Methodology

2.1. Data and Variables

In order to investigate the relationship between economic freedom and the control of corruption, there was a need to select appropriate proxy variables. One of the most challenging tasks in this article was to find appropriate proxy variable of economic freedom. Heckelman (2000), Dawson (2003) and Ozcanet al. (2017) indicate that the Index of Economic Freedom (*EFI*) published by The Heritage Foundation, is appropriate proxy variable of economic freedom. Therefore, this variable is accepted in this article as well.

On the other hand there was a need to select appropriate proxy variable of the control of corruption. Several authors as well as different organizations in the world are making a great effort to measure corruption (Aidt, 2009). For this purpose different indicators based on the results of survey responses are constructed. Aidt (2009) indicates that the three most popular indicators of corruption are perception index constructed by Transparency International; the corruption index from the International Country Risk Guide; and the control of corruption indicator from the World Bank. Control of corruption: percentile rank is considered appropriate in this article. The value of this rank ranges between 0 (the lowest rank) and 1 (the highest rank).

Appendix 1 summarizes the countries of interest. The World Bank Indicators (2017) and The Heritage Foundation served to collect the panel data at the annual basis. Panel data are used and collected since these are more informative and enable to control for individual heterogeneity. The authors attempt to include the last available data, hence the data availability was the main criteria while creating a database. UN country classification is used to distinguish between developed and developing countries.

2.2. Methodology

The econometric methodology applied in this article follows four steps. First, the panel unit root is tested for the variables. Furthermore, panel regression model is formed and estimated using linear static and dynamic panel data estimators (Satrovic, 2018a). Granger causality test based on panel data is used to explore the potential causal relationship between variables of interest while we employ ARDL approach to present the relationships in the short- and long-term (Satrovic, 2018b).

The stationary properties have been tested using Fisher-type unit root test in this article. This test estimates p-values for every single individual (cross-section basis) in order to examine the stationary properties in the overall sample of individuals (panel basis). Models will be initially estimated using linear static panel data estimators. Hausman test will be used to decide between fixed and random effects (Satrovic, 2018a; Somun-Kapetanovic, et al. 2016).

To incorporate dynamics into the model, model equation can be written as an AR (1) model in general form in the following (Satrovic, 2018a):

$$y_{it} = \alpha_t + (\nu + 1)y_{it-1} + \beta x_{it} + u_i + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

where y_{it} is the outcome, y_{it-1} is the lagged value of the outcome, x_{it} represents a vector of regressors, u_i is individual effect, ε_{it} – error term while α_t represents the period specific intercept terms to capture changes common to all countries (Somun-Kapetanovic, et al. 2016).

The coefficients in equation (1) can be derived using Arellano-Bover two-step GMM estimator. Potential bias due to the endogeneity of some of the regressors and potential dynamics will be controlled. Diagnostic tests include: Sargan test of overall validity of instruments and the test of second order autocorrelation (Satrovic, 2018a).

Moreover, the impacts in the short- and long-run will be examined using ARDL approach. ARDL is considered appropriate since it controls for the relationship in the long run disregarding the order of integration of variables (Pesaran et al., 1999). Attaoui et al. (2017) and Satrovic (2018b) formalize the model as following (Eq. 2):

$$\Delta Y_{1,it} = \alpha_{it} + \gamma_{li} Y_{1,it-1} + \sum_{l=2}^k \gamma_{li} X_{1,it-1} + \sum_{j=1}^{p-1} \delta_{lij} \Delta Y_{1,it-j} + \sum_{j=0}^{q-1} \sum_{l=2}^k \delta_{lij} \Delta X_{1,it-j} + \varepsilon_{1,it} \quad (2)$$

where Y is the outcome and X is the regressor. Error term is denoted by ε_{it} while Δ represents the first difference operator.

Lastly, the focus of this research is to provide evidence on the potential causal relationship between COR and EFI while using annual panel data and panel causality techniques. For this purpose Dumitrescu-Hurlin (DH) test is used. Lopez and Weber (2017) formalize the regression to test for the causality in panel data as follows (Eq. 3):

$$y_{i,t} = \alpha_i + \sum_{k=1}^K \beta_{ik} y_{i,t-k} + \sum_{k=1}^K \mu_{ik} x_{i,t-k} + \varepsilon_{i,t} \quad (3)$$

where $x_{i,t}$ and $y_{i,t}$ are the observations of two stationary variables for individual i in period t . Coefficients are allowed to differ across individuals. The necessary precondition is to operate with balanced panel and to have K equal for every i .

3. Results of the Research

The empirical research part first summarizes the most important measures of the descriptive statistics. The results are presented in the Table 1:

Table 1: Descriptive Statistics

Statistics	All countries		Developed countries		Developing countries	
	COR	EFI	COR	EFI	COR	EFI
mean	53.708	62.137	82.717	70.125	40.137	58.399
sd	29.025	10.669	14.818	7.073	23.572	9.993
max	100.000	90.100	100.000	83.100	98.990	90.100
min	0.000	21.400	40.404	48.700	0.000	21.400
skewness	0.007	-0.176	-0.671	-0.284	0.459	0.107
kurtosis	1.798	3.659	2.195	2.634	2.496	5.034

Source: Authors

Average economic freedom index equals 62.137 for 113 observed countries. The highest reported value of EFI equals 90.1 while the lowest equals 21.4. Higher average economic freedom index is reported for developed countries compared to developing. When it comes to control of corruption, average percentile rank equals 53.708 for the overall sample. The highest COR value reported is 100 while the lowest equals 0. Higher average COR is reported for developed (82.717) compared to developing countries (40.137). The units of measurement of the variables ease interpretation. Therefore, there is no need for transformation.

Table 2: Fisher-Type Unit Root Test

	All countries			Developed countries			Developing countries		
		Statistic	p-value		Statistic	p-value		Statistic	p-value
COR	P	611.0184	0.0000	P	202.3252	0.0000	P	417.9012	0.0000

EFI	Z	-14.5847	0.0000	Z	-8.2184	0.0000	Z	-12.1529	0.0000
	L*	-14.7575	0.0000	L*	-8.6017	0.0000	L*	-12.2284	0.0000
	Pm	18.1097	0.0000	Pm	10.8604	0.0000	Pm	15.0372	0.0000
	P	692.2458	0.0000	P	236.3039	0.0000	P	455.0426	0.0000
	Z	-16.1125	0.0000	Z	-9.4918	0.0000	Z	-13.0788	0.0000
	L*	-16.9729	0.0000	L*	-10.3583	0.0000	L*	-13.5606	0.0000
	Pm	21.9304	0.0000	Pm	13.6920	0.0000	Pm	17.1535	0.0000

Source: Authors

The results of unit root test are reported in Table 2. It is clear from the results that the null hypothesis on unit root is rejected for all variables in terms of 113 observed countries as well as for developed and developing countries (for 1% level of significance).

Since Fisher unit root tests confirm the rejection of the null hypothesis on the existence of unit root for all variables in terms of 113 observed countries as well as for developed and developing countries (for 1% level of significance), a panel regression model is formed and estimated. Results of Hausman test suggest fixed effects. Coefficients with economic freedom index (Table 3) are reported to be significant and positive. The strongest impact is reported for developing countries.

Table 3: Linear Static Panel Data Estimators

VARIABLES	(1)	(2)	(3)
	All countries - FE	Developed countries - FE	Developing countries - FE
EFI	0.403*** (0.0448)	0.3384*** (0.0549)	0.4295*** (0.0582)
Constant	28.65*** (2.783)	58.9875*** (3.8558)	15.0529*** (3.4044)

Hausmantest	1040.52	540	53.87
p value	0.0000	0.0000	0.0000
Observations	1695	540	1155

*Note: Standard errors in parentheses *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$*

Source: Authors

However, the robustness tests indicate that the assumptions on no-autocorrelation and homoscedasticity are not satisfied. In addition, the dynamic trend is expected in the observed variables. Therefore, system GMM two step estimator is suggested to deal with the aforementioned estimation issues. Table 4 summarizes the obtained results. Results of system GMM two step estimator indicate a significant positive impact of EFI on COR for overall sample. The obtained coefficients are much smaller comparing to the results of linear static panel data estimators. Therefore, the presence of potential dynamics and endogeneity that is not controlled tends to overestimate the impact of EFI on COR. The strongest impact is reported in terms of developed countries.

Table 4: Linear Dynamic Panel Data Estimators

VARIABLES	(1) All countries - GMM	(2) Developed countries - GMM	(3) Developing countries - GMM
L1.COR	0.809*** (0.00524)	0.8696*** (0.0160)	0.8070*** (0.0150)
EFI	0.0289*** (0.00730)	0.1331*** (0.0205)	0.0368*** (0.0103)
Constant	8.820***	1.6660	10.0323***

	(0.458)	(1.3552)	(0.5551)
Observations	1582	504	1078
Sargan test p value	0.5053	1.000	0.9821
AR(II) p value	0.4201	0.2810	0.1963

*Note: Standard errors in parentheses*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$*

Source: Authors

Wald statistics tests are employed to explore whether or not causality links exist between the variables. Table 5 summarizes the obtained results.

The bidirectional causal relationship between economic freedom and control of corruption is reported for the 113 observed countries as well as for developed and developing, implying that economic freedom tends to foster the control of corruption. Moreover, the obtained results indicate that control of corruption tends to increase economic freedom in the observed panel of countries. This is due to the fact that proper government regulations would lead to proper anti-corruption policy especially in the countries with greater economic freedom (Pieroni and d'Agostino, 2013).

Table 5: DH Granger Non-Causality Test Results

	Dependent variable	Independent variable	W-bar	Z-bar	Z-bar tilde	Decision
All countries	COR	EFI	8.5845	23.2352 (0.0000)*	3.8104 (0.0001)*	EFI Granger causes COR.
	EFI	COR	8.7149	24.8012 (0.0000)*	3.9490 (0.0001)*	COR Granger causes EFI.
Developed countries	COR	EFI	4.4389	7.3168 (0.0000)*	2.8196 (0.0048)*	EFI Granger causes COR.
	EFI	COR	4.9878	8.9635	3.6930	COR Granger causes

Developing countries	COR	EFI	9.5654	(0.0000)*	(0.0002)*	EFI.
				23.5195	4.0061	EFI Granger causes COR.
	EFI	COR	9.5448	(0.0000)*	(0.0001)*	COR Granger causes EFI.
				23.4459	3.9881	

Note: * - p value

Source: Authors

Table 6: ARDL Approach

		Coef.	St. Error	z	P>z	95% Conf. Interval	
All countries	ECT						
	EFI	0.076	0.044	1.750	0.080	-0.009	0.162
	SR						
	ECT	-0.408	0.024	-17.000	0.000	-0.455	-0.361
	EFI D1.	0.129	0.058	2.210	0.027	0.014	0.243
	_cons	20.715	1.836	11.280	0.000	17.117	24.313
Developed countries	ECT						
	EFI	0.150	0.051	2.960	0.003	0.051	0.249
	SR						
	ECT	-0.414	0.044	-9.420	0.000	-0.500	-0.328
	EFI D1.	0.132	0.075	1.770	0.077	-0.014	0.279
	_cons	30.756	3.728	8.250	0.000	23.448	38.063
	ECT						

Developing countries	SR	EFI	0.116	0.070	1.660	0.097	0.021	0.211
		ECT	-0.401	0.030	-13.330	0.000	-0.460	-0.342
		EFI D1.	0.152	0.079	1.920	0.054	-0.003	0.307
		_cons	19.846	2.061	9.630	0.000	15.805	23.886

Source: Authors

Moreover, we have used ARDL framework to estimate the long- and short-term relationship between economic terms of interest. Table 6 summarizes the obtained results. The error correction is significant. Hence, the analyzed process is found to converge in the long-run. The study reveals a positive and significant relationship between EFI and COR in the long- as well as short-term (for a 10% level of significance).

The obtained results suggest greater responsiveness to the change in economic freedom in terms of developed countries in the long-term. However, control of corruption in developing countries is found to be more responsive to the changes in economic freedom compared to developed countries. A positive relationship is suggested by Graeff and Mehlkop (2003).

Conclusion

Empirical research, up-to-date, that analyzes the relationship between variables of interest highlights the positive impact of economic freedom on control of corruption. Therefore, the economic freedom is expected to foster the control of corruption. However, recent studies did not analyze in detail the long- and short-term relationship between economic terms of interest. This is why this study aims to fill in this gap in literature. The relevance of economic freedom on control of corruption is explored in three panels. The first overall panel contains 113 countries; the second contains 36 developed countries, while the third panel contains 77 developing countries over the period 2002-2016.

Models are initially estimated using linear static panel data estimators. Results of Hausman test suggest fixed effects. Coefficients with economic freedom index are reported to be significant and positive. The strongest impact is reported for developing countries. However, the robustness tests indicate that the assumptions on no-autocorrelation and homoscedasticity are not satisfied. In addition, the dynamic trend is expected in the observed variables. Therefore, system GMM two step estimator is suggested to deal with the aforementioned estimation issues. Results of system GMM two step estimator indicate a significant positive impact of EFI on COR for overall sample. The obtained coefficients are much smaller comparing to the results of linear static panel data estimators. Therefore, the presence of potential dynamics and endogeneity that is not controlled tends to overestimate the impact of EFI on COR. The strongest impact is reported in terms of developed countries.

Granger causality test indicates the bidirectional causal relationship between economic freedom and control of corruption for the 113 observed countries as well as for developed and developing, implying that economic freedom tends to foster the control of corruption. Moreover, the obtained results indicate that control of corruption tends to increase economic freedom in the observed panel of countries. Moreover, we have used ARDL framework to estimate the long- and short-term relationship between economic terms of interest. The error correction is significant (for 1% level of significance). The study reveals a positive and significant relationship between EFI and COR in the long-as well as short-term(for a 10% level of significance).

The policy implications of the general results of this article point out that economic freedom appeared as the policy variable for accelerating control of corruption in both, developed and developing countries. In order to increase the control of corruption, policymakers must create incentives for economic freedom in terms of property rights, government integrity, judicial effectiveness, tax burden, government spending, fiscal health, business, labor, monetary, trade, investment and financial freedom. The necessity also arises from the facts that that economic freedom tends to accelerate the control of corruption in both, short- and long-term.

Recommendations for future research include:

- expanding the sample of research countries
- elaborating individual indicators presented in Index of Economic Freedom in order to investigate the effect of each category on the suppression of corruption
- detailed analysis of the change of scores and ranking of the corruption index.

Presented expanding of research would conclude better information for government policies, both for developed and developing countries.

References

1. Acemoglu, D. and Verdier, T. (1998). Property Rights, Corruption and the Allocation of Talent: A General Equilibrium Approach. *The Economic Journal*, 108, 1381-1403.
2. Aidt, S. T. (2009). Corruption, Institutions and Economic Development. *Oxford Review of Economic Policy*, 25(2), 271-291.
3. Anoruo, E. and Braha, H. (2005). Corruption and Economic Growth: The African Experience. *Journal of Sustainable Development in Africa*, 7(1), 43-55.
4. Apergis, N., Dincer, O.C. and Payne, J.E. (2012). Live Free or Bribe: On The Causal Dynamics Between Economic Freedom and Corruption in U.S. States. *European Journal of Political Economy*, 28, 215-226.
5. Attaoui, I., Ammpurim B. and Gargouri, I. (2017). Causality Links among Renewable Energy Consumption, CO2 Emissions, and Economic Growth in Africa: Evidence from a Panel ARDL-PMG Approach. *Environmental Science and Pollution Research*, 24(14), 13036-13048.
6. Audi, M. and Ali, A. (2017). Exploring the Linkage between Corruption and Economic Development in Case of Selected Developing and Developed Nations, MPRA Paper No. 83518.
7. Billger, S.M. and Goel, R.K. (2009). Do Existing Corruption Levels Matter in Controlling Corruption? Cross-Country Quantile Regression Estimates. *Journal of Development Economics*, 90, 299-305.
8. Carden, A. and Verdon, L.L. (2010). When Is Corruption a Substitute for Economic Freedom? *Law and Development Review*, 3, 40-63.
9. Chafuen, A., Guzman, E. (2000). Economic Freedom and Corruption. In: O'Driscoll, G.P., Holmes, K.R., Kirkpatrick, M. (Eds.), *Index of Economic Freedom. The Heritage Foundation, Washington D.C.*, 51-63. Retrieved from <https://mpr.ub.uni-muenchen.de/18731/>
10. Dawson, J.W. (2003). Causality in the Freedom-Growth Relationship. *European Journal of Political Economy*, 19, 479-495.
11. Fahad, A.Y. (2016). The Impact of Corruption on Foreign Direct Investment (FDI) in Post-Conflict Countries: A Panel Causality Test. *Journal of Advanced Social Research*, 6(3), 1-12.

12. Graeff, P. and Mehlkop, G. (2003). The Impact of Economic Freedom on Corruption: Different Patterns for Rich and Poor Countries. *European Journal of Political Economy*, 19, 605-620.
13. Heckelman, J.C. (2000). Economic Freedom and Economic Growth: A Short-Run Causal Investigation. *Journal of Applied Economics*, 3(1),71-91.
14. Karabegovic, A., Samida, D., Schelegel, C.M. and McMahon, F. (2003). North American Economic Freedom: An Index of 10 Canadian Provinces and 50 US States. *European Journal of Political Economy*, 19(3), 431-452.
15. Lambsdorff, J.G. (2007). *The Institutional Economics of Corruption and Reform: Theory, Evidence and Policy*. Cambridge: Cambridge University Press.
16. Lopez, L. and Weber, S. (2017). Testing for Granger Causality in Panel Data. Retrieved from https://www.unine.ch/files/live/sites/irene/files/shared/documents/Publications/Working%20papers/2017/WP17-03_V2.pdf
17. Mironov, M. (2005). Bad Corruption, Good Corruption and Growth, University of Chicago. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/228374181_Bad_Corruption_Good_Corruption_and_Growth
18. Ozcan, C.C., Aslan, M. and Nazlioglu, S. (2017). Economic Freedom, Economic Growth and International Tourism for Post-Communist (Transition) Countries: A Panel Causality Analysis. *Theoretical and Applied Economics*, 24(2),75-98.
19. Paldam, M. (2002). The Big Pattern of Corruption: Economics, Culture and the Seesaw Dynamics. *European Journal of Political Economy*, 18(2), 215-240.
20. Pandit, R. and Laband, D.N. (2009). Economic Freedom, Corruption, and Species Imperilment: A Cross-Country Analysis, *Society and Natural Resources*, 22(9), 805-823.
21. Pesaran, M.H., Shin Y., Smith R.P. (1999). Pooled Mean Group Estimation of Dynamic Heterogeneous Panels. *J Am Stat Assoc*, 94(446), 621-634.
22. Pironi, L. and d'Agostino, G. (2013). Corruption and the Effects of Economic Freedom, *European Journal of Political Economy*, 29, 54-72.
23. Saha, S., Gounder, R., Su, J.-J. (2009). The Interaction Effect of Economic Freedom and Democracy on Corruption: A Panel Cross-Country Analysis. *Economics Letters*, 105(2), 173-176.
24. Satrovic, E. (2017). Financial Development and Human Capital in Turkey: ARDL Approach, *Cappadocia Academic Review*, 1(2), 1-15.
25. Satrovic, E. (2018a). *Merits of Life Insurance*, Munich: GRIN Verlag.
26. Satrovic, E. (2018b). Economic Output and High-Technology Export: Panel Causality Analysis. *International Journal of Economic Studies*, 4(3), 55-63.
27. Shen, C. and Williamson, J.B. (2005). Corruption, Democracy, Economic Freedom, and State Strength: A Cross-National Analysis. *International Journal of Comparative Sociology*, 46, 327-345.
28. Somun-Kapetanovic, R., Resic, E. and Satrovic, E. (2016). Panel Analysis of Relationship between Financial Development and Economic Growth, *8th International Conference of School of Economics and Business Sarajevo, Conference Proceedings*, 247-262.
29. Svensson, J. (2003). Who Must Pay Bribes and How Much? Evidence from A Cross Section of Firms. *The Quarterly Journal of Economics*, 118, 207-230.
30. Yamarik, S., Redmon, Ch. (2017). Economic Freedom and Corruption: New Cross-Country Panel Data Evidence. *The Journal of Private Enterprise*, 32(2), 17-44.

Appendix 1: Countries in the sample

Albania	Cuba	Ireland*
Algeria	Cyprus*	Italy*
Argentina	Czech Rep.*	Jamaica
Australia*	Denmark*	Japan*
Austria*	Ecuador	Jordan
Azerbaijan	Egypt	Kazakhstan
Bahrain	Estonia*	Kenya
Bangladesh	Ethiopia	Kuwait
Belarus	Fiji	Kyrgyz Rep.
Belgium*	Finland*	Lao PDR
Bolivia	France*	Latvia*
Bosnia and Her.	Georgia	Lithuania*
Botswana	Germany*	Luxembourg*
Brazil	Ghana	Macedonia
Bulgaria*	Greece*	Malaysia
Cambodia	Guyana	Mali
Cameroon	Haiti	Malta*
Canada*	Honduras	Mexico
Chad	Hong Kong	Moldova
Chile	Hungary*	Mongolia
China	Iceland*	Morocco
Colombia	India	Mozambique
Costa Rica	Indonesia	Namibia
Croatia*	Iran	Nepal

Netherlands*	Russian Fed.	Turkey
New Zealand*	Saudi Arabia	Uganda
Nicaragua	Senegal	Ukraine
Nigeria	Singapore	United Arab Emirates
Norway*	Slovak Rep.*	United Kingdom*
Oman	Slovenia*	United States*
Pakistan	Spain*	Uruguay
Panama	Sri Lanka	Uzbekistan
Paraguay	Sweden*	Venezuela, RB
Peru	Switzerland*	Vietnam
Philippines	Tanzania	Zambia
Poland*	Thailand	Zimbabwe
Portugal*	Trinidad and Tobago	
Qatar	Tunisia	
Romania*		

Note: * denotes developed countries. The rest are developing countries.



Nevşehir İktisadi ve İdari Bilimler
University Faculty of Economics
and Administrative Sciences

İ. İ. A. F.

Kapadokya Akademik Bakış 2(2): 97–113

<http://dergipark.gov.tr/car>

Başvuru: 11/12/2017

Kabul: 13/03/2019

Kapadokya Akademik Bakış

CAR-CAPPADOCIA ACADEMIC REVIEW

İTÜ MUSTAFA İNAN KÜTÜPHANESİ HİZMET KALİTESİNİN NPS TEKNİĞİ İLE ANALİZİ

Hatice CAMGÖZ-AKDAĞ*
Aycan KAYA**
Tuğçe BELDEK***
Mustafa ÖZDEMİR****
Onur ORUÇ*****

Öz

Günümüze kadar gelişen teknoloji ile birlikte bilgiyi saklama ve bilgiye ulaşabilme konuları farklı yöntemleri de beraberinde getirmiştir. Ancak yıllar geçse de değişmeyen en önemli bilgi kaynakları kütüphaneler olmuştur. Kütüphanelerde gerek öğrencilerin, gerek akademisyenlerin gerekse halkın bilgiye ulaşabilmeleri, onların memnuniyetini sağlamak ve bilgi aktarımının sürekliliğini sağlamak adına çok büyük önem arz etmektedir. Bu durumun ölçülebilir olması bir takım kalite unsurlarının belirlenmesi ile sağlanabilir. Literatürde birçok örneği olan kütüphane memnuniyeti çalışmaları incelenerek, İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) Mustafa İnan Kütüphanesinin hizmet kalitesinin geliştirilmesine yönelik, bu çalışma kapsamında da İTÜ genelinde bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Ankete verilen cevaplar IBM SPSS programı yardımıyla öncelikle faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizi sonucunda hizmet kalitesini etkileyen faktörler; koleksiyon, personel, e-hizmetler, diğer hizmetler ve fiziksel koşullar olarak belirlenmiştir. Ayrıca kütüphane kullanıcılarının verdiği cevaplara bağlı olarak kütüphanenin vermiş olduğu hizmetlerden duyulan memnuniyet düzeyleri NPS tekniği (Net Promoter Score) ile hesaplanmış ve kullanıcı memnuniyetinin nispeten daha düşük olduğu geliştirilmesi gereken zayıf noktalar tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet kalitesi ölçümü; kalite yönetimi; kütüphane hizmetleri.

* Doç. Dr., İstanbul Teknik Üniversitesi, camgozakdag@itu.edu.tr,

** Arş. Gör., İstanbul Teknik Üniversitesi, kayaayca@itu.edu.tr

*** Arş. Gör., beldek@itu.edu.tr

**** İşletme Mühendisi, ozdemirmusta@gmail.com

***** İşletme Mühendisi, onuroruc91@gmail.com

MEASUREMENT OF SERVICE QUALITY AT ITU MUSTAFA INAN LIBRARY BY USING NPS TECHNIQUE

Abstract

During the time technological improvement comes with different methods to save knowledge and also to make knowledge reachable. Although years past, the most important knowledge resources are still libraries. At libraries, it is vital to provide pleasantness and sustainability to transfer the knowledge for both students, academicians and also for the community. This can be measured by some of quality issues. In literature, there are so many examples of measuring the satisfactory level of libraries. In this study, to increase service quality of ITU Mustafa Inan Library, a survey was prepared and applied at ITU. By using IBM SPSS program, factor analysis was made and as a result, factors effecting library service quality were determined as collection, personnel, e-services, other services and physical conditions. Besides, according to the answers of the library users, satisfaction levels of users were determined by using NPS technique (Net Promoter Score) and the weakest points having lower user satisfaction levels that must be improved were determined.

Keywords: *Measurement of service quality; quality management; library services.*

Giriş

Tarih boyunca, kütüphaneler ve kütüphanecilik kavramı bilginin korunması, yaygınlaştırılması ve sonraki nesillere aktarılması ile bilim ve teknolojinin gelişmesine ciddi katkılarda bulunmuştur. Bilhassa bilimsel ve teknolojik gelişmenin ana kaynağı olan üniversitelerde bulunan kütüphaneler bünyelerindeki zengin kitap ve dergi koleksiyonları ile akademisyenler ve geleceğin mimarı olacak olan öğrencilerin çalışmaları için büyük önem arz etmektedirler. Ancak kaliteli bir kütüphanecilik hizmeti vermek için zengin bir yayın koleksiyonuna sahip olmak günümüzde tek başına yeterli bir unsur değildir. Kullanıcılara verimli çalışabilecekleri gerekli teknik ve fiziksel ortamı sağlamak, yeni yayınları almak için yeterli bütçeye sahip olmak, kütüphane personelinin davranışları gibi hususlarda kullanıcılara sağlanan hizmetin kalitesi ve kullanıcı memnuniyetinin sağlanması açısından önemli unsurlardır. Günümüzde kaliteli bir kütüphanecilik hizmeti vermek için kullanıcı odaklı olmak gerekmektedir.

Üniversite kütüphaneleri her ne kadar kar amacı gütmeyen kuruluşlar olsalar da hizmet sektörü açısından baktığımızda kütüphane kullanıcıları aslında kütüphanelerin müşterileri konumundadırlar. Bu sebeple verilen hizmetin kalitesinin müşteri memnuniyeti anketleri gibi tekniklerle ölçülmesi, kütüphane içerisindeki düzeltilmesi gereken yönleri görerek verilen hizmetin kalitesinin artırılması açısından önem teşkil etmektedir. Bilhassa üniversiteler gibi toplumu ileriye taşıma misyonu yüklenmiş kuruluşların kütüphaneleri mevcut gelişmeleri takip etmenin ötesine geçip üniversite dışındaki kuruluşlara da örnek teşkil etmelidirler. Bu sebeple, bu çalışma

kapsamında İTÜ Mustafa İnan Kütüphanesinin hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik olarak anket çalışması düzenlenmiş ve faktör analizi uygulanarak üniversite kütüphane kalitesini ve kullanıcı memnuniyetini belirleyen unsurlar ve bu unsurların ağırlıkları belirlenmiştir. Ayrıca anketlere verilen yanıtlara göre kullanıcıların verilen kütüphane hizmetlerinden ne derece memnun oldukları NPS tekniği(Net Promoter Score) kullanılarak belirlenmiş ve memnuniyetsizliğe sebep olan hizmetler tespit edilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde genel olarak hizmet kalitesinin ölçülmesi ile kütüphane hizmetlerinin kalitesinin ölçülmesi konusunda yapılmış akademik çalışmalara değinilmiştir. Üçüncü bölümde İTÜ genelinde yapılan anket çalışması hakkında bilgi verilmiştir. Dördüncü kısımda ise faktör analizi sonuçları ve NPS tekniği sonuçları tartışılmıştır. Son bölümde ise genel olarak çalışmanın sonuçları tartışılmıştır.

1. Literatür Araştırması

Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1998 yılında SERVEQUAL hizmet kalitesi ölçüm modelini geliştirmişlerdir ve bu anket “Fiziki Koşullar, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven ve Empati” olmak üzere 5 faktör ve 22 maddeden oluşmaktadır [1]. Karakaş (1999), SERVEQUAL’ı kullanarak Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakülte kütüphanesinin hizmet kalitesini ölçmüştür [2]. Bulgan ve Gürdal (2005), SERVEQUAL’ı temel alarak kütüphane hizmet faktörlerini; katalog tarama, kütüphane web sitesi, kütüphanedeki donanımlar, sağlama, kütüphane personeli ve sağladığı yardımlar, kütüphane materyalleri, erişim ve yönlendirme olarak sınıflandırmışlardır [3]. Ancak SERVEQUAL genel olarak hizmet kalitesinin ölçülmesi için oluşturulduğundan kütüphaneler gibi kar amacı gütmeyen kuruluşların hizmet kalitesinin ölçülmesi konusunda yetersiz kalmaktadır [4]. Bu sebeple, kütüphane servis kalitesinin ölçülmesi için SERVEQUAL’ın özelleştirilmiş bir hali olan LibQUAL+™ hizmet kalitesi ölçüm anketi, ARL ve Texas A&M tarafından 1999 yılında geliştirilmiştir [5].

Akbayrak (2005) tarafından, LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi’ni kullanılarak Orta Doğu Teknik Üniversitesi Kütüphanesi’nin hizmet kalitesi ölçülmüştür. LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi’nde kütüphane hizmetlerinin kalitesinin ölçülmesi ile ilgili dört boyut bulunmaktadır: Bilgiye Erişim, Hizmet Etkisi, Fiziksel Mekan ve Kişisel Denetim (kullanıcıların kütüphane içerisinde istediği veriye kendi kendine ulaşabilmeyi, veriye erişim kolaylığı) [6]. Topçu ve Yılmaz (2012), Ankara’da bulunan üç halk kütüphanesinin hizmet kalitesini LibQUAL+™ ölçüm anketini kullanarak ölçmüşlerdir [7]. Ayrıca Lincoln (2002), Lane vd. (2012), Roy vd.

(2012), Kieftenbeld ve Natesan (2013), McCaffrey (2013) ve Fagan (2014) gibi literatürde LibQUAL+™ ölçüm anketini kullanarak kütüphane hizmet kalitesinin ölçümü konusunda yapılan pek çok çalışmaya rastlanmaktadır [8-13].

Literatürde sıklıkla kullanılan SERVEQUAL ve LibQUAL+™ ölçüm anketleri haricinde kütüphane hizmet kalitesi ölçümü konusunda kalite fonksiyon göçerimi, Toplam Kalite Yönetimi ve Yapısal Eşitlik Modellemesi teknikleri kullanılarak yapılan çalışmalar da mevcuttur. Örneğin; Savaş ve Ay (2005) Pamukkale Üniversitesi Merkez Kütüphanesinin tasarımı için akademik personelin gözünden öncelikli olan konuları Kalite Fonksiyon Göçerimi (KFG) yöntemini kullanarak belirlemişlerdir. KFG ile belirlenen tasarımla ilişkili konuların önem seviyesi ise AHP(Analitik Hiyerarşi Prosesi) yöntemi kullanılarak belirlenmiş olup en önemli tasarım unsurları ise “Kütüphane Bilgi Politikası, Koleksiyon geliştirme politikasının geliştirilmesi, web ve enformasyon okuryazarlığı, kütüphane hizmetlerine web erişiminin sağlanması ve kataloglama sistemi” olarak tespit edilmiştir[14]. Yılmaz (2008), bilgi merkezlerinde toplam kalite yönetimi ve önemi ile ilgili bilgiler vererek Başkent Üniversitesi Kütüphanesi’nde ISO 9001 sertifikasyonu kapsamında Toplam Kalite Yönetimi (TKY) uygulamasının nasıl yapıldığını anlatmıştır [15].

Kiran ve Diljit (2012), Malezya’da bulunan araştırma odaklı üniversite kütüphanelerinin web tabanlı sağladığı hizmetlerin kalitesini ölçmek üzere açıklayıcı faktör analizi ile birlikte SEM(Yapısal Eşitlik Modellemesi) kullanarak doğrulayıcı faktör analizi yapmışlardır[16]. Weiwei vd. (2015), Çin’deki dijital akademik kütüphanelerin servis kalitesinin iyileştirilmesinde etkin olan faktörleri belirlemek için SEM(Yapısal Eşitlik Modellemesi) ve TCM(dörtlü sınıf modeli) yöntemlerini kullanmışlardır. Çalışma sonuçlarına göre akademik kütüphane dijital hizmet kalitesini belirleyen unsurlar önem derecelerine göre “bilgiye erişim hizmeti, bilginin düzenlenmesi hizmeti, içerik hizmeti, bireyselleştirilmiş hizmetler, etkileşimli hizmet” olarak belirlemişlerdir [17].

2. Metodoloji

İTÜ Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı ile görüşülerek İTÜ lisans öğrencilerinin kütüphaneden beklentilerini ölçmek adına anket çalışması yapılmasına karar verilmiştir. Ankette çoktan seçmeli sorular ve derecelendirmeli sorulara yer verilmiştir. “İTÜ Mustafa İnan Kütüphanesi Kullanıcı Memnuniyeti Anketi” ismini taşıyan anket, 4 hafta boyunca Maslak’taki Merkezi Derslik Binası, Gemi İnşaatı ve Deniz Bilimleri Fakültesi, Maden Fakültesi,

Fen-Edebiyat Fakültesi, Kimya-Metalürji Fakültesi, Gümüşsuyu'ndaki Makina Fakültesi, Taşkılla'daki Mimarlık Fakültesi ve Maçka'daki İşletme Fakültesi'ndeki lisans derslerinde gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, kütüphane binasında da öğrencilerin anketi doldurması sağlanmıştır. Genel olarak İTÜ'de 25,000 civarında lisans öğrencisi eğitim almakta ve 2300'e yakın da akademik personel görev yapmaktadır. %95 güven düzeyine göre örneklem büyüklüğü %5 tolerans gösterilebilir hata payı için lisans düzeyinde 20,000 kişilik bir evrene karşılık yaklaşık 377 gözlemden oluşmalıdır [6]. Anket toplam 1050 İTÜ lisans öğrencisi tarafından doldurulmuş olup gerekli örneklem büyüklüğü şartı sağlanmıştır. Basılı anketler bir araya getirilerek sonuçlar IBM SPSS programına aktarılmış ve faktör analizi uygulanmıştır.

3. Faktör Analizi

Faktör analizi çok sayıda değişkenin altında yatan ortak değişkeni ya da değişkenleri arar ve ortaya çıkarır. Böylece çok sayıdaki değişken arasındaki korelasyon az sayıdaki temel ortak faktör ile açıklanabilir duruma gelir. Lisans öğrencilerinin anket sorularına verdikleri cevaplar da faktör analizi ile irdelenerek, lisans öğrencilerinin İTÜ Mustafa İnan Kütüphanesi'nden beklentilerini ortaya koyacak temel ortak faktörlerin arayışına gidilmiştir. Neticede; anketin 7., 9., 11. ve 19. sorularına verilen cevapların oluşturduğu veri, faktör analizi ile incelenmiştir.

Faktör analizi, IBM SPSS programı ile çalıştırıldığında ve sonuçları alındığında ilk bakılacak nokta Kaiser Mayer Olkin (KMO)-Bartlett Testi sonuçlarıdır. KMO değeri, 0 ile 1 arasında sonuç verir ve 1'e yakınlığı örneklemin faktör analizine uygunluğunu ifade eder. 0,50'den büyük bir değer alması gereklidir [18]. Uygulanan testte KMO değeri 0,912 çıkmıştır ve bu değer verinin faktör analizi için oldukça uygun olduğu manasına gelmektedir. Bartlett Testi ise değişkenler arasındaki korelasyonun yeterli olup olmadığını test eder. Ki-kare değeri 6314, serbestlik derecesi ise 253 olup, $p < 0.001$ olarak bulunmuştur ve anlamlıdır. Ayrıca değişkenler arasındaki korelasyonun derecesini göstererek faktör analizi uygunluğunu veren diğer bir ölçek olan MSA(Measures of Sampling Adequacy) değerlerinin tümü 0.8 değerinden yüksek çıkmıştır, değişkenlerin tümü üst seviyede faktör analizi için uygundur [18]. Tüm ortak varyanslılık değerleri Tablo 1'de görüldüğü üzere kabul edilebilir seviye olan 0.5'ten büyük çıkmıştır. [18]. İlk yapılan analizlerde ortak varyanslılık değerleri 0.5'in altında olan değişkenler ile az sayıda kişinin yanıtlamış olduğu bazı değişkenler elenmiştir.

Anket sorularına verilen cevapların oluşturduğu çok sayıda değişkenin altında yatan ortak değişkenleri bulmak üzere temel bileşenler analizi (Principal Component Analysis-PCA) kullanılmış, değişkenlerin faktörlere daha iyi dağılmasını sağlamak içinse varimax rotasyon yöntemi kullanılmıştır. Özdeğeri >1.0 olan faktörler seçilerek, 5 faktörlü bir model elde edilmiştir [18].Rotasyon işlemi sonrasında çıkan döndürülmüş bileşen matrisi Tablo 1’de gösterilmiştir. Tablo 2’de görüldüğü üzere; ortaya çıkan 5 faktör, varyansın toplam %64,102’sini açıklamaktadır. Faktör başına açıklanan yüzdeler, sırasıyla 1’den 5’e kadar azalarak gitmektedir. Bu yüzdeler faktörlerin başka bir deyişle önemini ifade etmektedir. Önem düzeyine göre faktörleri incelediğimizde en önemli faktör kütüphane koleksiyonudur, bunu personel, elektronik hizmetler, diğer hizmetler ve fiziksel koşullar izlemektedir. Tablo 3’te faktörler ve bu faktöre ait değişkenler gösterilmektedir.

Tablo 1. Döndürülmüş bileşen matrisi ve ortak varyanslılık değerleri

	Faktör					Ortak varyanslılık değerleri
	1	2	3	4	5	
Konusal çeşitlilik	,736	,167	,135	,147	,131	,627
Güncellik	,734	,196	,125	,079	,168	,627
Kitap	,725	,102	,168	,265	,130	,651
Erişilebilirlik	,648	,106	,152	,313	,149	,574
Dergi	,639	,159	,420	,076	,149	,638
Danışma kaynakları (Ansiklopedi vb.)	,592	,187	,260	,201	,095	,502
Yönetim	,150	,811	,179	,040	,092	,722
Danışma	,057	,788	,107	,235	,043	,692
Bilgi işlem	,121	,774	,194	,135	,065	,674
Ödünç verme	,114	,729	,009	,292	-,025	,630

Görsel-İşitsel Merkez ve Ders kitapları (Rezerv)	,163	,726	,079	,126	,062	,579
Web sayfası	,070	,197	,744	,281	,138	,696
Elektronik kaynaklar	,336	,096	,711	,215	,060	,678
Elektronik kitap	,530	,122	,677	-,046	,024	,757
Elektronik dergi	,556	,129	,673	-,128	,057	,797
Kütüphane otomasyon programı	,164	,222	,658	,267	,146	,602
Danışma	,149	,337	,198	,716	,149	,709
Yayın ödünç alma	,374	,137	,178	,706	,138	,709
Ders kitapları (Rezerv)	,375	,168	,191	,567	,067	,531
Işıklandırma açısından	,115	,071	,099	,106	,752	,605
Havalandırma açısından	,217	,119	,012	,014	,738	,606
Isıtma açısından	,115	,047	,139	,120	,737	,592

Tablo 2. Toplam açıklanan varyans ve kümülatif yüzdeleri

Faktör	Döndürülmüş toplamlar		
	Özdeğer	Varyansın yüzdesi	Kümülatif yüzde
1	8,439	36,690	36,690
2	2,478	10,776	47,465
3	1,509	6,563	54,028
4	1,194	5,191	59,220
5	1,123	4,882	64,102

Tablo 3. Faktörler ve Alt Bileşenleri

Faktörler	Faktör Adı	Değişkenler
Faktör 1	Koleksiyon	Konusal çeşitlilik Güncellik Erişilebilirlik Kitap Dergi Danışma kaynakları (Ansiklopedi, sözlük vb.)
Faktör 2	Personel	Yönetim Danışma Bilgi İşlem Ödünç verme Görsel-İşitsel Merkez ve Ders kitapları (Rezerv)
Faktör 3	Elektronik Hizmetler	Web sayfası Elektronik kaynaklar Elektronik kitap Elektronik dergi Kütüphane otomasyon programı
Faktör 4	Diğer Hizmetler	Danışma Yayın ödünç alma Ders kitapları (Rezerv)
Faktör 5	Fiziksel Koşullar	Işıklandırma Havalandırma Isıtma

3.1. Faktör-1 (Koleksiyon)

Faktör-1, koleksiyonun genel yeterliliğini, güncelliğini, erişim kolaylığını ve bu koleksiyona ait kitap, dergi ve danışma kaynaklarının ödünç alınışı sırasında verilen hizmeti açıklamaktadır. Faktör-1'i oluşturan seçenekler, faktör yük değerleri ve bu seçeneklerin hangi

konudaki sorulara ait oldukları Tablo 4’te gösterilmektedir.

Lisans öğrencilerinin faktör-1 konusundaki beklentilerini tam anlamıyla tanımlamak içinse, bu seçeneklerin ait oldukları sorularda nasıl derecelendirildiklerine bakmak gereklidir. Bu seçenekler üzerine yapılan derecelendirmelerin dağılımı Tablo 5’de bir araya getirilmiştir.

Tablo 4. Faktör-1’i oluşturan seçenekler

Seçenek	Yük değeri	Konu
Konusal çeşitlilik	0.736	Genel koleksiyon
Güncellik	0.734	Genel koleksiyon
Kitap	0.725	Koleksiyonun yeterliliği
Erişilebilirlik	0.648	Genel koleksiyon
Dergi	0.639	Koleksiyonun yeterliliği
Danışma kaynakları (Ansiklopedi, sözlük vb.)	0.592	Koleksiyonun yeterliliği

Bu şekilde sorulan derecelendirme, puanlama ve tavsiye etme yatkınlığını ölçme amaçlı sorulara verilen cevapların dağılımı, farklı yöntemlerle yorumlanabilir. Bu dağılımlar, birçok şirket tarafından NPS yöntemi ile de hesaplanmaktadır. Açılımı “Net Desteklenme Skoru (Net Promoter Score)” olan bu teknikte, hesap yöntemi şu şekildedir; “Şirketimizi bir arkadaşınıza veya meslektaşınıza önerme ihtimaliniz nedir?” sorusuna 1-10 ölçeğinde müşterilerin verdiği cevaplar şu şekilde sınıflandırılmıştır. 9-10 arası puan verenler destekçiler, 8-7 puan verenler pasifler, 0-6 arası puan verenler ise kötüleyenlerdir. Destekçilere ait yüzdeden kötüleyenlerin yüzdesinin çıkarılmasıyla net destekleme skoru elde edilir [19].

Bu yöntemin 5’li ve 7’li likert ölçeği ile uygulanmış halleri literatürde mevcuttur [20] . Bu çalışma kapsamında 5’li Likert ölçeği kullanıldığı için NPS yöntemi buna göre adapte edilmiştir. Anket çalışmasında derecelendirmelerde; çok yeterli cevabı 5 puana, yeterli cevabı 4 puana, orta cevabı 3 puana, yetersiz cevabı 2 puana, çok yetersiz puanı da 1 puana tekabül etmektedir. 5-4 puan verenler destekçiler, 3 puan verenler pasifler ve 1-2 puan verenler ise kötüleyenler olarak sınıflandırılmış, destekçilerin yüzdesinden kötüleyenlerin yüzdesi çıkarılarak NPS skorları elde edilmiştir. Örnek olarak “Konusal çeşitlilik” bileşeni için NPS skoru aşağıdaki şekilde hesaplanmıştır:

$$\text{NPS Skoru} = \%15.4(\text{Çok yeterli}) + \%52(\text{Yeterli}) - \%5.8(\text{Yetersiz}) - \%0.9(\text{Çok yetersiz}) = \%60.7$$

NPS skoru arttıkça müşteri memnuniyeti ve sadakati artmaktadır. NPS yöntemi tek soru ile müşteri memnuniyeti ve sadakatini ölçmeye çalışmaktadır. Ancak müşteri memnuniyeti çok boyutlu bir kavramdır. Bu çalışma kapsamında her bir faktörün alt bileşenleri düzeyinde NPS skorları hesaplanarak geliştirilmesi gereken yönler ile ilgili durum ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Ayrıca NPS skorları sektörden sektöre değişen bir kavramdır, standart bir derecelendirme şablonu bulunmamaktadır. Örnek olarak; dünya çapında bilinen Amazon, ebay gibi firmaların NPS skorları %75-%80 düzeylerinde olmaktadır [19]. Bankalar ve havayolları için %35 iyi bir seviye olarak çıkabilirken, internet servis sağlayıcıları için bu oran %2'lere kadar gerileyebilmektedir [21]. Sağlıklı bir ölçüm yapabilmek için aynı sektörde hizmet veren diğer firmaların NPS skorları ile kıyaslama yapmak daha uygun olacaktır. Ancak hangi bileşenlere önem verilmesi gerektiğini anlamak için NPS skorlarına göre standart bir derecelendirme yapmak için Tablo 6'da gösterilen şablon oluşturulmuştur.

Tablo 5. Faktör-1'ü oluşturan bileşenlerin frekans değerleri ve yüzdelik dağılımları

							Toplam
		Çokyeterli	Yeterli	Orta	Yetersiz	Çokyetersiz	
Konusal çeşitlilik	n	148	501	250	56	9	964
	%	15.4	52	25.9	5.8	0.9	100.0%
Güncellik	n	72	457	322	89	28	968
	%	7.4	47.2	33.3	9.2	2.9	100.0%
Kitap	n	139	547	206	52	9	953
	%	14.6	57.4	21.6	5.5	0.9	100.0%
Erişebilirlik	n	136	508	252	60	11	967
	%	14.1	52.5	26.1	6.2	1.1	100.0%
Dergi	n	68	398	261	82	19	828
	%	8.2	48.1	31.5	9.9	2.3	100.0%
Danışmakaynakları (Ansiklopedi, sözlük)	n	92	416	219	38	8	773
	%	11.9	53.8	28.3	4.9	1.0	100.0%

Tablo 6. NPS skorlarına göre standart derecelendirme

NPS Skoru	Sınıf
$75 \leq \text{NPS} \leq 100$	A (Çok iyi düzeyde müşteri memnuniyetine sahip)
$50 \leq \text{NPS} < 75$	B (İyi düzeyde müşteri memnuniyetine sahip)
$25 \leq \text{NPS} < 50$	C (Orta düzeyde müşteri memnuniyetine sahip; aynı sektörde hizmet veren firmalarla skoru karşılaştırılmalı, sektör ortalamasına göre seviyesi tespit edilip iyileştirmeler planlanmalı)
$0 \leq \text{NPS} < 25$	D (Kötü düzeyde; aynı sektörde hizmet veren firmalarla skoru karşılaştırılmalı, sektör ortalamasına göre seviyesi tespit edilip iyileştirmeler planlanmalı)
$-100 < \text{NPS} < 0$	F (Çok kötü düzeyde; sektörel karşılaştırmaya gerek kalmadan radikal iyileştirmeler yapılması lazım)

Tablo 7. Faktör-1 için NPS skorları

Seçenek	NPS skorları
Konusal çeşitlilik	60.7%
Güncellik	42.5%
Kitap	65.6%
Erişilebilirlik	59.3%
Dergi	44.1%
Danışma kaynakları (Ansiklopedi, sözlük vb.)	59.8%

Faktör-1'e dair NPS skorları Tablo 7'de gösterilmiştir, genel olarak skorlar iyi düzeyde çıkmıştır, sadece güncellik ve dergilerle ilgili verilen hizmetin puanı diğerlerine görece orta seviyede çıkmıştır, bu iki alanda iyileştirmeler yapılabilir.

3.2. Faktör-2

Faktör-2'yi oluşturan seçenekler, faktör yük değerleri ve bu seçeneklerin hangi konudaki sorulara ait oldukları Tablo 8'de gösterilmiştir. Tablo 8'den faydalanarak Faktör-2, bir temel ana değişken başlığı olarak "Personel" şeklinde tanımlanabilir. Faktör-2, kütüphane personelinin lisans öğrencileri gözünden performansını açıklamaktadır.

Lisans öğrencilerinin Faktör-2 konusundaki beklentilerini tam anlamıyla tanımlamak içinse, bu seçeneklerin ait oldukları sorularda nasıl derecelendirildiklerine bakılmalıdır. Bu seçenekler üzerine yapılan derecelendirmelerin dağılımı Tablo 9'da gösterilmektedir. Faktör-2'yi oluşturan kütüphane personelinin lisans öğrencileri gözünden performansına bakıldığında Yönetim Birim ve Danışmanın öğrencilere ve onların ihtiyaçlarını iyi düzeyde karşıladığı görülmektedir.

Tablo 8. Faktör-2'yi oluşturan seçenekler

Seçenek	Yük değeri	Konu
Yönetim	0.811	Kütüphane personeli
Danışma	0.788	Kütüphane personeli
Bilgi İşlem	0.774	Kütüphane personeli
Ödünç verme	0.729	Kütüphane personeli
Görsel-İşitsel Merkez ve Ders Kitapları (Rezerv)	0.726	Kütüphane personeli

Tablo 9. Faktör-2 için NPS skorları

Seçenek	NPS Skoru
Yönetim	67.9
Danışma	61.8
Bilgi İşlem	40.9
Ödünç verme	49.4
Görsel-İşitsel Merkez ve Ders Kitapları (Rezerv)	46.1

3.3.Faktör-3

Faktör-3'ü oluşturan seçenekler, faktör yük değerleri ve bu seçeneklerin hangi konudaki sorulara ait oldukları Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10. Faktör-3'ü oluşturan seçenekler

Seçenek	Yük değeri	Konu
Web sayfası	0.744	Hizmet
Elektronik kaynaklar	0.711	Hizmet
Elektronik kitap	0.677	Genel Koleksiyon
Elektronik dergi	0.673	Genel Koleksiyon
Kütüphane otomasyon programı	0.658	Hizmet

Tablo 10'dan faydalanarak Faktör-3, bir temel ana değişken başlığı olarak "E-Hizmetler" şeklinde tanımlanabilir. Faktör-3, kütüphane tarafından sağlanan elektronik hizmetlerin lisans öğrencileri gözünden performansını açıklamaktadır. Lisans öğrencilerinin Faktör-3 konusundaki beklentilerini tam anlamıyla tanımlamak içinse, bu seçeneklerin ait oldukları sorularda nasıl derecelendirildiklerine bakılmalıdır. Bu seçenekler üzerine yapılan derecelendirmelerin dağılımı Tablo 11'de gösterilmektedir.

Tablo 11. Faktör-3 için NPS skorları

Seçenek	NPS Skoru
Web sayfası	52.3
Elektronik kaynaklar	52
Elektronik kitap	44.7
Elektronik dergi	42.8
Kütüphane otomasyon programı	50.4
Kablosuz internet ağı	33.5
Kampüs dışı erişim	14.8

Kablosuz internet ağı ve kampüs dışı erişim toplam açıklayıcılığa katkıları az oldukları için her ne kadar elektronik hizmetlerle ilgili bu faktörün altında yer almamış olsalar da NPS skorları onlar içinde hesaplanmıştır. NPS skorları göz önüne alındığında kampüs dışı erişim hizmeti

performansından öğrencilerin çok düşük düzeyde memnun oldukları görülmektedir. Kablosuz internet ağıda benzer şekilde memnuniyetsizliğe sebep olmaktadır. Ancak internet sağlayıcılarının genel memnuniyet skoru %2 düzeylerinde olduğu için kablosuz internet erişimi ile verilen hizmetin sektörel ortalamanın çok üstünde olduğu söylenebilir [13]. Genel memnuniyetin artırılması açısından ise bu sağlanan iki elektronik hizmetin iyileştirilmesi gerekmektedir.

3.4. Faktör-4

Faktör-4'ü oluşturan seçenekler, faktör yük değerleri ve bu seçeneklerin hangi konudaki sorulara ait oldukları Tablo 12'de gösterilmiştir.

Tablo 12. Faktör-4'yi oluşturan seçenekler

Seçenek	Yük değeri	Konu
Danışma	0.716	Hizmet
Yayın ödünç alma	0.706	Hizmet
Ders kitapları (rezerv)	0.567	Hizmet

Tablo 12'den faydalanarak Faktör-4, bir temel ana değişken başlığı olarak "Diğer Hizmetler" şeklinde tanımlanabilir. Faktör-4, kütüphane tarafından sağlanan hizmetlerin lisans öğrencileri gözünden performansını açıklamaktadır. NPS skorları hesaplandığında ise yayın ödünç alma ve danışma hizmetlerinde memnuniyetin yüksek seviyede olduğu gözlemlenirken ders kitapları (rezerv) kısmının geliştirilebilir seviyede olduğu söylenebilir.

Tablo 13. Faktör-4 için NPS skorları

Seçenek	NPS Skoru
Yayın ödünç alma	71.5
Danışma	67.6
Ders kitapları (rezerv)	44.3

3.5. Faktör 5

Faktör-5'i oluşturan seçenekler, faktör yük değerleri ve bu seçeneklerin hangi konudaki sorulara ait oldukları Tablo 14'te gösterilmiştir.

Tablo 14. Faktör-5'i oluşturan seçenekler

Seçenek	Yük değeri	Konu
İşıklandırma	0.752	Fiziksel Koşullar
Havalandırma	0.738	Fiziksel Koşullar
Isıtma	0.737	Fiziksel Koşullar

Tablo 14'ten faydalanarak Faktör-5, bir temel ana değişken başlığı olarak “Fiziksel Koşullar” şeklinde tanımlanabilir. Faktör-5, kütüphaneye ilişkin fiziksel koşulların lisans öğrencileri gözünden performansını açıklamaktadır. Fiziksel koşullar faktörünün altında bulunmasa da temizlik ve sessizlik bileşenlerinin de NPS skorları hesaplanmıştır. Tablo 15’de görüldüğü üzere lisans öğrencilerinin ışıklandırma, ısıtma ve temizlik açısından kütüphaneyi çok yeterli bulduğu görülmektedir, ancak sessizlik ve havalandırma açısından performans değerleri oldukça düşük çıkmıştır. Bilhassa havalandırma alanında iyileştirmeler yapılması gerekmektedir.

Tablo 15. Faktör-5 için NPS skorları

Seçenek	NP
İşıklandırma	71
Havalandırma	9.2
Isıtma	70
Temizlik	79.6
Sessizlik	25.5

Sonuç

Bu alışma kapsamında İTÜ Mustafa İnan Kütüphanesinin hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik olarak İTÜ genelinde 1050 lisans öğrencisine anket uygulanmıştır. Verilen cevaplar IBM SPSS programı yardımıyla değerlendirilmiştir, kütüphanenin sağlamış olduğu hizmetler faktör analizi sonucunda koleksiyon, personel, e-hizmetler, diğer hizmetler ve fiziksel koşullar olmak üzere toplamda beş faktöre ayrılmıştır. Bu faktörler bazında kütüphane bünyesinde verilen hizmetlerin ve kütüphanenin sahip olduğu imkan ve olanaklardan lisans öğrencilerinin ne düzeyde memnun olduğunu anlayabilmek için NPS tekniği (Net Promoter Score) kullanılmıştır. NPS tekniği tek soruluk memnuniyet ve sadakat ölçümünde kullanılan bir teknik olmasına rağmen, memnuniyet

ve sadakatin çok boyutlu olması ve ölçülmesi ihtiyacından yola çıkarak bu teknik tüm faktörlerin alt bileşenleri içinde uygulanmıştır. NPS tekniğine göre genel olarak kütüphane memnuniyet düzeyi iyi seviyelerde çıkmıştır. Ancak çok düşük NPS skorlarına sahip olan havalandırma ve kampüs dışı erişim ile ilgili verilen hizmetlerin gözden geçirilmesi ve bu konularda iyileştirmelerin gerçekleştirilmesi gerektiği ortaya çıkmıştır.

Teşekkür

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde, verdiği detaylı bilgi ve anket çalışmasının yapılmasında koyduğu katkı için İTÜ Mustafa İnan Kütüphanesi Daire Başkanlığına, ayrıca bu çalışmanın yapılabilmesi için gerekli maddi desteği sağladıkları için İTÜ Bilimsel Araştırma Projeleri Birimine teşekkür ederiz.

Kaynakça

- [1] Parasuraman, A., Berry, L.L., Zeithaml, V.A.,(1991). *Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale of service quality*. Journal of Retailing, 67(4), 420-450.
- [2] Karakaş, S. (1999). *Üniversite kütüphanesinde bir pazarlama aracı olarak hizmet kalitesi araştırması*. Türk Kütüphaneciliği, 13(3), 207-222.
- [3] Bulgan, U. ve Gürdal, G. (2006). *Hizmet kalitesi ölçülebilir mi?*. A. Yıldızeli ve H. K. Bahşişoğlu (Yay. Haz.), “ÜNAK’05: Bilgi Hizmetlerinin Organizasyonu ve Pazarlanması”: 22-24 Eylül 2005, İstanbul: Bildiriler içinde (ss. 209-226). İstanbul: Kadir Has Üniversitesi.
- [4] C. Cook, B. Thompson.(2000). *Reliability and validity of SERVQUAL scores to evaluate perceptions of library service quality*. Journal of Academic Librarianship, 26 (4), 248–258.
- [5] [Atkinson](#) J.(2016). *Chapter 17 – Quality Methods Used by Academic Libraries: An Overview*. [Quality and the Academic Library](#) Reviewing, Assessing and Enhancing Service Provision, 181–190.
- [6] Akbayrak, E.H.(2005). *Orta Doğu Teknik Üniversitesi Kütüphanesi'nde Hizmet Kalitesi Ölçümü.*, MS thesis, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- [7] Topçu, Ö. Ş., & Yılmaz, B. (2012).*Ankara'daki halk kütüphanesi hizmet niteliğinin değerlendirilmesi*. Türk Kütüphaneciliği, 26(1), 53-77.
- [8] Lincoln Y.S. (2002).*Insights into library services and users from qualitative research*. Library & Information Science Research, 24(1),3-16 .
- [9] Forrest C. L., Baaska A., Hector F. P., Prathiba N. (2012). *Factorial invariance of LibQUAL+® as a measure of library service quality over time* Library & Information Science Research, 34(1), 22-30.
- [10] Roy A., Khare A., Liu B.S.C., Hawkes L.M., Swiatek-Kelley J. (2012).*An Investigation of Affect of Service Using a LibQUAL+™ Survey and an Experimental Study* . The Journal of Academic Librarianship,38 (3),153-160.
- [11] Kieftenbeld V., Natesan P. (2013). *Examining the measurement and structural invariance of LibQUAL+® across user groups* Library & Information Science Research, 35(2),143-150.
- [12] [McCaffrey](#) C.(2013). *LibQUAL in Ireland: Performance Assessment and Service Improvement in Irish University Libraries*. [The Journal of Academic Librarianship](#), 39 (4), 347–350.
- [13] Fagan J.C.(2014). *The dimensions of library service quality: A confirmatory factor analysis of the LibQUAL + instrument*. Library & Information Science Research, 36(1),36-48.
- [14] Savaş, H., & Ay, M. (2005). *Üniversite Kütüphanesi Tasarımında Kalite Fonksiyon Göçerimi Uygulaması*. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal bilimler Enstitüsü Dergisi,7(3), 80-98.
- [15] Yılmaz, E. (2008). *Toplam Kalite Yönetimi ve insan merkezli kütüphanecilik*. A. Yıldızeli ve H. K. Bahşişoğlu (Yay. Haz.), “Bilimsel İletişim ve Bilgi Yönetimi Sempozyumu”: Bildiriler ÜNAK ’06 (Gazi Üniversitesi, Ankara, 12-14 Eylül 2006 içinde (ss. 185-211). Ankara: Üniversite ve Araştırma Kütüphanecileri Derneği.

- [16] Kiran K., Diljit S. (2012). *Modeling Web-based library service quality* Library & Information Science Research, 34(3), 184-196.
- [17] Weiwei Y. , Yuan H., Changping H. (2015). *Using SEM and TCM to Improve Services to Libraries: A Comparative Study on Chinese Academic Libraries*. The Journal of Academic Librarianship, 41, 558–566.
- [18] Hair J.F., Black W.C., Babin B.J., Anderson R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*, 7th Edition, Pearson.
- [19] Reichheld, F. F. (2003). The one number you need to grow. Harvard business review, 81(12), 46-55.
- [20] Jeske, D. R., Guo, L., & Callanan, T. P. (2011). *Identification of key drivers of Net Promoter Score using a statistical classification model*. INTECH Open Access Publisher.
- [21] “Comparing your net promoter score”,Erişim Tarihi: 25.11.2016. <https://www.netpromoter.com/compare/>.



TURİSTLERİN DESTİNASYON SEÇİMİ ÖNCESİ BEKLENTİLERİ VE SATIN ALMA SONRASI DEĞERLENDİRMELERİ: KAPADOKYA ÖRNEĞİ*

Aydın ÜNAL**

Öz

Literatürde turistik destinasyonlarda hizmet kalitesi boyutları ile ilgili çeşitli çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalarda destinasyon hizmet kalitesi boyutlarının konaklama hizmetleri, yerel ulaşım hizmetleri, hijyen ve temizlik, misafirperverlik, turistik aktiviteler, turistik ürün ve hizmet fiyatları, iletişim olanakları ve destinasyon havaalanı hizmetlerinden oluştuğu öne sürülmektedir. Bu boyutlar kapsamında beklentileri karşılanan ve memnuniyetleri sağlanan turistlerin destinasyonlara ve turizm işletmelerine bağlılık ve tekrar satın alma niyeti göstermeleri beklenmektedir. Bu çalışmada; Türkiye'nin en çok turist çeken altıncı destinasyonu olan Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlerin satın alma öncesi beklentilerini ve satın alma sonrası değerlendirmelerini şekillendiren boyutların belirlenmesi ve boyutlar arasındaki farkların ölçülmesi amaçlanmaktadır. Destinasyonu ziyaret eden turistlerin beklentileri ve değerlendirmeleri birincil veri toplama yöntemlerinden birisi olan anket yöntemiyle belirlenmeye çalışılmıştır ve elde edilen veriler SPSS programı vasıtasıyla güvenilirlik, açıklayıcı (keşfedici) faktör, frekans ve fark (t testi) testlerine tabi tutulmuştur. Araştırma analizleri neticesinde turistlerin destinasyonda satın alma öncesi beklentilerinin ve satın alma sonrası değerlendirmelerinin; konaklama ve yiyecek hizmetleri, ulaşım hizmetleri, genel korunmuşluk ve temizlik, turistik aktiviteler ve çekicilikler, misafirperverlik düzeyi ve genel turistik fiyat düzeyi boyutları kapsamında oluştuğu belirlenmiştir. Yapılan analizler sonucunda ilgili destinasyonda tüm boyutlarda turistlerin değerlendirmelerinin beklentilerini karşıladığı anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Pazarlaması, Destinasyon Pazarlaması, Hizmet Kalitesi, Turist Memnuniyeti, Kapadokya.

THE EXPECTATIONS OF TOURISTS' BEFORE DESTINATION CHOICE AND EVALUATIONS AFTER PURCHASE: THE CASE OF CAPPADOCIA

Abstract

In the literature, there are several studies on the dimensions of service quality in touristic destinations. In these studies, it is suggested that the dimensions of destination service quality consist of accommodation services, local transportation services, hygiene and cleanliness, hospitality, tourist activities, touristic product

* Bu çalışma Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik ABD'da Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU danışmanlığında yürütülen "Turistik Tüketicilerin Destinasyon Seçimi Öncesi Beklentileri ve Satın Alma Sonrası Değerlendirmeleri: Kapadokya Örneği" başlıklı tez çalışmasından yararlanılarak hazırlanmıştır.

** Öğr. Gör. Dr., Kırklareli Üniversitesi, Pınarhisar Meslek Yüksekokulu, e-posta: aydin.unal@klu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6377-8587

and service prices, communication facilities and destination airport services. Tourists whose expectations are met and satisfied with these dimensions are expected to show commitment and re-purchase intention to destinations and tourism businesses. In this study, it is aimed to determine dimensions expectation and evaluation levels of tourists visit Turkey's sixth top tourist destination Cappadocia region in the framework of expectations before purchasing and evaluations after and measuring the differences between dimensions. Expectations and evaluations of tourists who visit the destination were tried to be determined by the established scale and the data obtained was subjected to reliability, factor, frequency, t test with statistical analysis by SPSS. As a result of the research analyses, it has been determined that in destinations, tourists form their pre-purchase expectations and post-purchase evaluations within the context of accommodation and food services, transportation services, general immunity and hygiene, tourist activities and attractions, hospitality level and general tourist price level variables. As a result of the analyzes, it has been understood that all dimensions meet expectations of the evaluations of tourists. As a result of the analysis, it was understood that the expectations of the tourists in all dimensions were met in the related destination.

Key Words: Tourism Marketing, Destination Marketing, Service Quality, Tourist Satisfaction, Cappadocia.

GİRİŞ

1.1. Kavramsal Çerçeve

Teknolojik gelişmeler ve küreselleşme dünyanın her noktasının bilinir hale gelmesine ve ulaşılabilir olmasına katkı sağlamaktadır. Artık turistler açısından *Uzak ve O kadar zamanım yok!* gibi ifadeler çok geride kalmıştır ve en uzak mesafeler bile hem zamansal hem de ekonomik tasarruf sağlayacak şekilde farklı ulaşım araçlarıyla kat edilebilmektedir. Bu da daha çok turisti, ziyaretçiyi, yatırımı, ilgiyi ve talebi kendisine çekmek isteyen ülkeler, bölgeler, kentler, köyler kısacası *destinasyon* olarak adlandırabilecek alanlar için yoğun bir rekabetin yaşanmasına neden olmaktadır. *Destinasyonu* Friks (1999); “sıradan yerel halkın içerisinde turistik toplulukların bazı çeşitlerinin bulunduğu coğrafik bir bölge veya alan” olarak tanımlanmaktadır (Tinsley ve Lynch, 2001: 372). *Destinasyon*, “sahip olduğu çeşitli turizm kaynakları ile turistleri çeken ve yoğun olarak turist ziyaretine ev sahipliği yapan, birçok kurumun ve kuruluşun sağladığı doğrudan ve dolaylı turizm hizmetlerinin bütününden oluşan karmaşık bir ürün” olarak da tanımlanabilir (Özdemir, 2008: 3). Benzer ürünler üreten, var olan kaynaklarıyla yetinen ya da bu kaynaklardan yeterli ölçüde yararlanmayan, gelişmelere ve değişimlere ayak direyen, mevcut turistlerle yetinip potansiyel turistleri kendisine çekemeyen destinasyonlar çok kısa sürede pazarda yok olmaktadır. Sadece altyapı ve üstyapı yatırımları ile yetinmeyen, ürün geliştirmeye ve pazarlamaya kaynak ayıran, hedef kitleye kendisini doğru bir şekilde anlatabilen ve potansiyel tüketicilerine sürekli mesajını iletebilen destinasyonlar ise turizm pazarlarındaki varlıklarını uzun süre devam ettirebilmektedirler. Destinasyon yönetimi ve pazarlamasının yanı sıra birey bazında her turistin

istek, ihtiyaç ve beklentisinin anlaşılması ve taleplerine zamanında ve uygun fiyatlarla cevap verilmesi de ayrıca önemlidir.

Turistik destinasyonlar, turistlerin ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılamaya yönelik ürünleri ve hizmetleri içeren bir coğrafi mekân olarak düşünülürse turistlere sunulan malları ve hizmetleri de bir paket ürün olarak düşünmek daha doğru olacaktır. Bu durumda turistik ürünlerin bir paket halinde sunumu olan destinasyonları *turistik ürün* olarak değerlendirmek mümkündür. Konuyla ilgili literatürde de *destinasyon turistik ürünü* yaklaşımının kabul edildiği görülmektedir (Murphy vd., 2000: 44). Destinasyonların ve turizm işletmelerinin turizm pazarına sundukları sayısız ürün ve hizmet arasında turistlerin tek bir üründen, hizmetten veya çekicilikten tatmin olmaları beklenemez. Daha bileşik ürünler, çok sayıda ürünü, hizmeti ve çekiciliği içeren paketler veya destinasyonlar pazarda kendilerine yer bulabilmektedirler. Ancak bu bileşik ve kapsamlı paketlerde tek tek ürünlerin başarısı ve memnuniyeti, ürünün bütününden elde edilecek tatmini ve memnuniyeti daha da arttırmaktadır. Sunulan paketteki ürünlerin uyumu, çekiciliklerin başarısı ve sunulan hizmetlerin verdiği memnuniyet turist-destinasyon ilişkisinin uzun vadeye yayılması ve potansiyel turistlerin destinasyona çekilmesi açısından da oldukça önemlidir (Kozak ve Rimmington, 2000; Öztürk, 2004).

Oliver (1997) tüketici memnuniyetini; “bir malın veya hizmetin bir özelliğinden veya bütün olarak kendisinden, tüketimle ilgili keyif verici tatminkârlık yargısı” olarak tanımlanmaktadır (Duman, 2003: 47). Tüketicinin bir tatmin yargısına varabilmesi için en azından iki belirleyici faktör gerekmektedir. Bu belirleyicilerden ilki tüketicinin ürünü kullanmasıyla ortaya çıkan bir *sonuç* ve diğeri de bu sonuçla karşılaştırma yapılacak bir *referans noktası*dır. Bir turistik destinasyon birçok ürünün ve hizmetin bileşiminden bir araya geldiği için turistlerin destinasyon hakkında genel bir değerlendirme yapabilmeleri ve memnuniyet belirtebilmeleri destinasyondaki tüm ürünlerden ve hizmetlerden memnun kalmalarını gerektirmektedir. Turist tatili esnasında aldığı her hizmetin kalitesini ayrı ayrı değerlendirmektedir ve tatili sonrasında genel bir memnuniyet yargısına sahip olmaktadır. Yapılan destinasyon memnuniyeti araştırmalarında turistlerin hizmet kalitesi değerlendirmeleri genel olarak; konaklama yeri ve yiyecek içecek hizmetleri, ulaşım, genel hijyen ve temizlik, misafirperverlik, aktiviteler ve hizmetler, iletişim ve fiyat algısı boyutlarıyla ölçülmeye çalışılmaktadır (Duman ve Öztürk, 2005: 11-12).

2000’li yıllarla birlikte zirveye ulaşan rekabet ve yarış, her pazarı, ürünü, hizmeti ve sektörü içine çekmektedir. Bu rekabet ve yarış ortamında destinasyon ve turist arasında kurulacak uzun vadeli ve sadakat temelli ilişki oldukça önemlidir. Turistlerin ürünü satın almadan önceki beklentileri ve satın alma süreci sonrası algılarının örtüşmesi turist bağlılığının ve tekrar satın alma

pazarının oluşumunu doğrudan etkilemektedir (Pizam ve Ellis, 1999: 326; Parasuraman vd., 1985: 42; Yu vd., 2005: 324; Başanbaş, 2013: 2-3).

1.2. İlgili Araştırmalar

Destinasyon bazında turistlerin beklentilerinin, algılarının ve memnuniyet düzeylerinin ölçülmesine yönelik yapılmış araştırmalar ve bu araştırmaların sonuçları aşağıda özetlenmiştir.

Kozak ve Rimmington (2000) kış sezonunda Mallarco destinasyonunu ziyaret eden turistlerin genel memnuniyet düzeylerini ölçmeye yönelik çalışmalarını 220 İngiliz ve Alman katılımcı ile gerçekleştirmişlerdir. Destinasyon çekicilikleri (konaklama işletmelerinin kalite standartları, konaklama hizmetlerinin düzeyi, turistlerin kendilerini güvende hissetmesi, personelin tutumu, doğal çevre, paranın değeri, destinasyonun genel atmosferi, yiyeceklerin çeşitliliği ve kalitesi, turistlerin şikâyetlerine çözüm istekliliği, plajların temizliği, hijyen ve sanitasyon), turistik aktiviteler ve hizmetler (sportif etkinliklere erişim, eğlence ve gece yaşamının varlığı, çekiciliklerin çeşitliliği, çocuklara yönelik hizmetler, plajlardaki hizmetlerin varlığı, alışveriş olanakları, diğer destinasyonlara yönelik günlük turların varlığı, tarihi yerlerin ve müzelerin varlığı) ve destinasyon havayolu hizmetleri (havaalanlarının temizliği, havaalanlarında check in/check out işlemlerini hızı, havayollarının sunduğu hizmetler, destinasyon ve havaalanı arasındaki mesafe, destinasyon ve havaalanı arasındaki seyahatin konforu) boyutlarında sağlanacak memnuniyetin genel turistik memnuniyetin sağlanmasında ve turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerinin artmasında belirleyici olacağı sonucuna ulaşmışlardır.

Kozak (2001) 1998 yazında Türkiye ve Mallorca destinasyonlarını ziyaret eden 1872 İngiliz ve Alman turistnin katılımı ile turistlerin destinasyon memnuniyet düzeylerini araştırmıştır. Çalışmada hem Türkiye hem de Mallorca'yı ziyaret eden İngiliz turistlerin Alman turistlere göre genel destinasyon memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İngiliz ve Alman turistler Türkiye'deki restoranlardan, barlardan, konaklama tesislerindeki yiyeceklerin kalitesinden; Mallorca'daki ana turistik çekiciliklerden ve diğer destinasyonlara yönelik günlük turların varlığından memnuniyet duymaktadırlar. İngiliz ve Alman turistler Türkiye'deki turistik fiyatlardan, yerel ulaşım hizmetlerin ulaşılabilirliğinden ve iletişim (dil) kolaylıklarından; Mallorca'daki konaklama hizmetlerinin seviyesinden, aktivitelerin ve hizmetlerin ulaşılabilirliğinden, sanitasyon ve temizlik seviyelerinden ve turistik fiyatlardan duydukları memnuniyetler arasında büyük farklılıklar söz konusudur. Destinasyondaki aktivitelere ve hizmetlere ulaşım, destinasyondaki havayolu hizmetleri, destinasyondaki hijyen, temizlik ve sanitasyon boyutlarında Türkiye destinasyonunu ziyaret eden İngiliz ve Alman turistlerin memnuniyet düzeyleri arasında bir farklılık bulunamamıştır. Aynı durum Mallarco

destinasyonundaki yerel ulaşım hizmetleri, misafirperverlik, aktivitelere ve hizmetlere erişim boyutları içinde geçerlidir. Yüksel (2001) Marmaris, Fethiye, Bodrum ve Dalaman destinasyonlarında tatillerini geçiren 343 katılımcı ile gerçekleştirdiği çalışmada; ilk kez veya tekrardan aynı destinasyona gelen ziyaretçilerin tekrar gelme eğilimlerinde ve memnuniyetlerinde tatil destinasyonunun farklı yönlerini esas aldıklarını ifade ettikleri sonucuna ulaşmıştır. Hem destinasyona ilk kez gelen hem de tekrardan aynı destinasyonu ziyaret eden turistler çoğunlukla yiyeceklerin kalitesi, konaklama tesislerinin kalitesi, misafirperverlik ve güvenliği destinasyonu tercih etmelerinde birer neden olarak göstermektedirler. Ziyaretçiler ayrıca aynı destinasyonu tekrar ziyaret etmelerinde ilave hizmetlerin gerekli olduğunu da belirtmişlerdir.

Öztürk (2004) Kızıkalesi destinasyonunu ziyaret eden 231 katılımcı ile gerçekleştirdiği çalışmada turistlerin destinasyon memnuniyetlerini etkileyen faktörleri analiz etmiştir. Çalışmada; konaklama yeri, yiyecek içecek hizmetleri ve misafirperverlik boyutlarından algılanan memnuniyetin genel memnuniyeti arttırdığı ve bu durumda turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etme eğilimlerini etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Ancak ulaşım, genel hijyen ve temizlik, aktiviteler ve hizmetler ve fiyat düzeyleri boyutlarının ise turistlerin destinasyonla ilgili genel memnuniyet düzeyleri üzerinde çok etkili olmadığını ifade etmiştir. Ayrıca çalışmaya göre turistlerin genel memnuniyet düzeyi arttıkça destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetleri de artmaktadır.

Yoon ve Uysal (2005) Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde destinasyon memnuniyeti ve bağlılığı üzerinde motivasyonun etkileri üzerine 148 katılımcı ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında turistlerin destinasyonda 8 farklı itici faktörün (rahatlama, aile ile birlikte olma, güvende olma, prestij sağlama, vb.) ve 10 çekici faktörün (modern aktiviteler ve atmosfer, doğal manzara, ucuz tesisler, farklı kültür, temizlik, alışveriş olanakları, yerel mutfak, gece yaşamı, vb.) etkisinde olduğunu belirtmektedirler. Destinasyon pazarlamacılarının bu faktörleri dikkate alması turistlerin destinasyon ürünlerinden ve hizmetlerinden algıladıkları memnuniyeti arttıracaktır ve destinasyon bağlılığına katkı sağlayacaktır.

Aktaş vd. (2007) Antalya destinasyonunu ziyaret eden 645 yabancı katılımcı ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında; destinasyon çekiciliklerinin çeşitliliği, tarihi ve kültürel zenginlikler, alışveriş mağazalarındaki ürün çeşitliliği, Türk mutfağı, doğal güzellikler ve paranın değerinin turistlerin memnuniyeti için çok önemli olduğu sonucuna ulaşılmışlardır. Ayrıca katılımcılar için misafirperverliğin, uyumun ve konaklama olanaklarının memnuniyet oranlarının yüksek ancak önem oranlarının düşük olduğu; güvenlik, kültürel etkinliklerin çeşitliliği, sportif etkinliklerin çeşitliliği, yerel ulaşım ve temizliğin önem ortalamalarının yüksek ancak memnuniyet ortalamalarının düşük olduğunu ifade etmişlerdir.

Demir Şen (2010) Dalyan destinasyonunda 330 katılımcı ile gerçekleştirdiği çalışması sonucunda destinasyon çekiciliklerinin, konaklama ve ulaşım olanaklarının, tarihi ve doğal çekiciliklerin ve fiyatların ekonomikliğinin turistlerin destinasyon seçiminde etkili olduğunu ifade etmiştir.

Seçilmiş (2012) turizm destinasyonlarında memnuniyet ve tekrar ziyaret niyeti ilişkisini belirlemeye yönelik Sakarılıca destinasyonunda 193 katılımcı ile gerçekleştirdiği çalışmasının sonucunda katılımcıların meslekleri ile destinasyondaki konaklama tesisinin genel özellikleri ve memnuniyet arasında; katılımcıların geliri ile hizmet kalitesi ve destinasyon kimliği arasında; yaş ile tutum (personelin, yerel halkın ve esnafın) arasında bir ilişkinin var olduğunu, eğitim ve yaş düzeyi yüksek ve evli katılımcıların ise destinasyonu tekrar ziyaret konusunda daha az eğilimli olduklarını ifade etmektedir. Ayrıca turistlere karşı tutumlar ve davranışlar, hizmet kalitesi, temizlik ve hijyen boyutları da turistlerin memnuniyet algılamalarını ve tekrar satın alma niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir. Ekiz ve Köker (2012) Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ni ziyaret eden 251 katılımcı ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında destinasyondaki çevre koşullarının, konaklama ve restoran işletmelerinin, turizm etkinliklerinin, ulaşım imkânlarının, alışveriş olanaklarının ve yerel mutfağın turistlerin memnuniyet algılamalarında etkili olduğunu ifade etmektedirler. Mautinho vd. (2012) Side-Manavgat destinasyonunda 1905 katılımcı ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında destinasyonlarda hizmet kalitesinin destinasyondan algılanan değer sonucunda oluştuğunu ve bunun turistlerin düşüncelerinde bir öncül olduğunu belirtmektedirler. Ayrıca hizmet kalitesinin turizm ürünlerine karşı davranışsal eğilimi tetiklediğini, destinasyonu oluşturan hizmet kalitesi boyutlarının doğrudan ve pozitif bir biçimde turistlerin algıladığı değeri etkilediğini, memnuniyeti sağlanan turistlerin ise destinasyon deneyiminden sonra tavsiyelerde bulunduğunu ve tekrar satın alma eğilimi gösterdiklerini ifade etmektedirler.

Frimpong vd. (2013) Gana'da 420 katılımcı ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında destinasyon çekicilikleri ile hizmet kalitesi ve tüketici memnuniyeti ilişkisini incelemiştir. Çalışma sonucunda; sadece destinasyon çekiciliklerinin güzelliğinin destinasyon çekicilik kalitesi için yeterli olmadığı ve destinasyonda sunulan farklı tipteki hizmetlerinde kaliteye etki ettiği, kültürel beklentiler ve politik algılamalar gibi dışsal değişkenlerinde turistlerin memnuniyetini etkilediği belirlenmiştir. Marin ve Teberner (2013) Balearic Adası'nı ziyaret eden 2423 katılımcı ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında turistlerin destinasyon tutumları, memnuniyet-memnuniyetsizlik düzeylerini ve destinasyonu tekrar ziyaret etme eğilimlerini belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmada turistlerin destinasyon memnuniyet düzeyleri ile temizlik ve hijyen, ucuzluk, erişim kolaylığı, sportif aktiviteler ve uygulamalar, huzur ve sükunet ve doğayla bağlantı boyutları; turistlerin

memnuniyetsizlikleri ile ilgili olarak da kirlilik, pahalılık, havayolu ulaşım problemleri, sportif tesisler ve altyapı, aşırı trafik, aşırı kalabalık, gürültü, aşırı gelişmişlik ve ticarileşmişlik, aşırı yapılaşma, manzaranın yok edilmesi ve doğal çevreden yoksunluk boyutları ilişkilendirilmiştir.

İpar ve Doğan (2013) Kozak (2001) turist memnuniyet ölçeğinden yararlanarak Edremit destinasyonunda 324 yerli katılımcıya anket uygulamışlardır. Yerli turistler destinasyondaki restoran, bar ve kat hizmetlerinden; konaklama işletmelerinin personellerinin kendilere karşı tutumlarından; konaklama işletmelerindeki yemeklerin kalitesinden, deniz ve plajların temizliğinden memnun olduklarını ifade etmektedirler. Ancak turistlerin destinasyondaki gece hayatı ve eğlence imkânlarından, destinasyona ulaşım yollarının mükemmelliğinden ve destinasyondaki kiralık araç hizmetlerinden memnuniyetsizlik duydukları sonucuna ulaşılmıştır. Vetitnev vd. (2013) Rusya'nın tatil destinasyonlarında 1100 katılımcı ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında yerli turistlerin tatil destinasyonlarını ziyaretlerinden tam anlamıyla memnun kalmadıklarını; sağlık hizmetleri, ulaşım ve alışveriş boyutlarında düşük memnuniyet algıladıklarını; seyahatin amacı, seyahatin ücretini ödeme kaynağı, konaklama seçimi, tatil organizasyonu türü ve turistik harcamalarının da turistlerin memnuniyetlerini etkilediğini; turist memnuniyeti ile destinasyon bağlılığı arasında bir ilişkinin var olduğunu ve memnuniyeti sağlanmış turistlerin tatil destinasyonunu tekrar ziyaret etme eğiliminde olduklarını belirtmişlerdir.

Rajaratnam vd. (2014) Malezya'daki kırsal turizm destinasyonlarında 309 katılımcı ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında turistlerin algıladıkları hizmet kalitesinin memnuniyet düzeylerini de pozitif biçimde etkilediği ve turistlerin destinasyonla ilgili önceki deneyimleri ile algıladıkları hizmet kalitesi ve memnuniyetleri arasında bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Paunavic (2014) Sırbistan destinasyonunda 1500 katılımcı ile yürüttüğü çalışmasında destinasyon hizmet kalitesi boyutları olarak doğa, kültür, tarih, güvenlik, yiyecek içecek, konaklama, gece yaşamı, hizmetlerin profesyonelliği, turistlerin uyumu, misafirperverlik, temizlik, ulaşım, turistik çekicilikleri ve olanakları değerlendirmektedir. Yazar bu boyutlardan turistlerin temizlik, güvenlik, ulaşım, misafirperverlik, doğa, profesyonel hizmet sunumu, kültür ve çekiciliklerin turistlerin memnuniyetlerinin en önemli belirleyicileri olduğunu ve bu boyutların turistik ürünlerin geliştirilmesinde yön gösterici olacağını ifade etmektedir. Diğer taraftan turistlerin memnuniyetini en az etkileyen boyutun tarih olduğunu, kültür ve çekiciliklerin ise değer katması açısından turist memnuniyeti için önemli olduğunu belirtmektedir. Beqiri vd. (2014) Kuzey Arnavutluk'ta bulunan Velipoja destinasyonunda 87 katılımcı ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında hizmet kalitesinin turistlerin memnuniyetlerinin ve destinasyona olan bağlılıklarının sağlanmasında etkili olduğunu ve

turistlerin memnuniyetleri ile destinasyona bağlılıkları arasında da pozitif bir ilişki olduğunu ifade etmektedirler.

Araslı ve Baradarani (2014) Ürdün’de destinasyon memnuniyetine turistlerin bakış açılarını ölçmeye yönelik 208 katılımcı ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında turistlere sunulan konaklama ve ulaşım hizmetlerinin kalitesinin destinasyon memnuniyeti üzerinde etkisinin bulunmadığı ancak yerel mutfak, yiyecek kalitesi, alışveriş ve turizm çekicilikleri, çevre ve güvenlik boyutlarının destinasyon memnuniyeti üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Hau ve Omar (2014) destinasyonlarda hizmet kalitesinin turist memnuniyeti üzerine etkilerinin araştırmak üzere 165 katılımcı ile Malezya Rantau Abany destinasyonunda yürüttükleri çalışmalarında destinasyonlarda turistlerin memnuniyetini destinasyon imajı, destekleyici hizmetler ve güvenlik, temizlik ve diğer olanakların doğrudan etkilediği, sunulan hizmet kalitesi ile turistlerin memnuniyeti arasında pozitif bir ilişki olduğu ve turistlerin memnuniyetlerinin sağlanmasında hizmet kalitesinin geliştirilmesinin ve sürdürülmesinin önemli olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Wang vd. (2016) Macau destinasyonunda yürüttükleri çalışmalarının sonucunda uygun fiyat ve ulaşım ağı kolaylıklarının turistik ziyaretçilerin memnuniyetlerini ve tekrar ziyaret niyetlerini olumlu yönde etkilediklerini belirtmektedirler. Kwok vd. (2016) Malezya destinasyonunda turistik ziyaretçilerin cinsiyet açısından algıladıkları hizmet kalitesi ve memnuniyet düzeylerinin farklılaştığını ifade etmektedirler.

Koç (2017) Nevşehir destinasyonunda ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışları üzerine gerçekleştirdiği çalışmada destinasyonun sahip olduğu çekiciliklerin ziyaretçi memnuniyetini ve destinasyon performansını arttırdığı sonucuna ulaşmıştır. Tiusanen (2017) Almanya’nın kalelerini ziyaret eden katılımcılarla gerçekleştirdikleri çalışmada görsel bilgi kaynaklarının tüm çeşitlerinin destinasyon seçimlerinde belirleyici olduğu ve bu nedenle destinasyon yönetimlerinin bu kaynakları aktif kullanması gerektiğini ifade etmektedir.

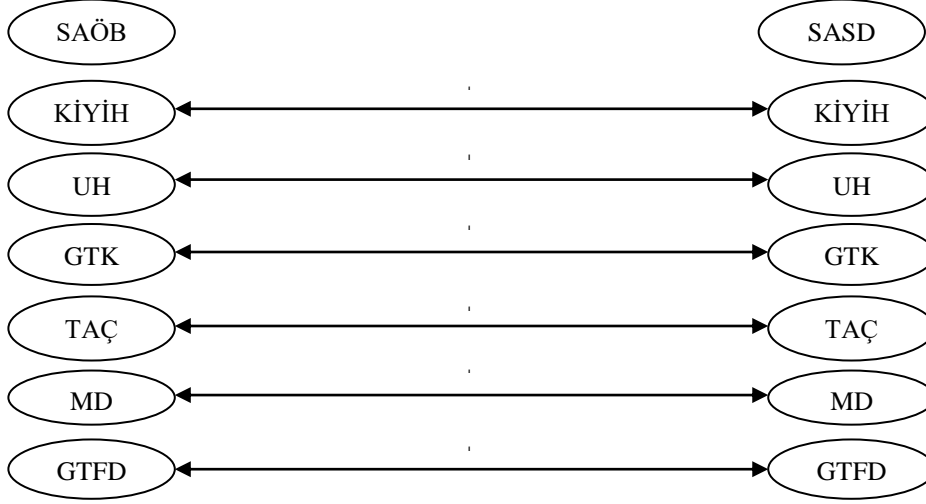
2. YÖNTEM

2.1. Araştırma Modeli

Araştırmanın amacının oluşturan turistlerin destinasyon seçimi öncesi beklentilerini ve satın alma sonrası değerlendirmelerini şekillendiren boyutların/önergelerin ve varsa aralarındaki farkların belirlenmesine yönelik araştırma modelinin oluşturulmasında Kozak (2001), Öztürk (2004) ve Duman ve Öztürk (2005) çalışmalarından yararlanılmıştır. Buna göre destinasyon hizmet kalitesi değişkenleri olarak konaklama işletmelerinin hizmetleri ve yiyecek içecek hizmetleri (KİYİH), ulaşım hizmetleri (UH), genel temizlik ve korunmuşluk (GTK), turistik aktiviteler ve çekicilikler (TAÇ), misafirperverlik düzeyi (MD) ve genel turistik fiyat düzeyi (GTFD)

değerlendirilmiştir. Ayrıca turistlerin destinasyon hizmet kalitesi değişkenlerinden beklenti düzeyleri ve değerlendirme düzeyleri de karşılaştırılmıştır.

Şekil 1: Turistlerin Destinasyon Satın Alma Öncesi Beklentileri (SAÖB) ve Satın Alma Sonrası Değerlendirmeleri (SASD) Modeli



İlgili yazın ve ortaya konan araştırma modelinden hareketle aşağıdaki araştırma hipotezlerin test edilmesinin konunun daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

- *Hipotez 1:* Turistlere destinasyonda sunulan konaklama ve yiyecek içecek hizmetleri ile ilgili beklentileri ve değerlendirmeleri anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- *Hipotez 2:* Turistlere destinasyonda sunulan ulaşım hizmetleri ile ilgili beklentileri ve değerlendirmeleri anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- *Hipotez 3:* Turistlere destinasyonda sunulan genel temizlik ve korunmuşluk ile ilgili beklentileri ve değerlendirmeleri anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- *Hipotez 4:* Turistlere destinasyonda sunulan turistik aktiviteler ve çekicilikler ile ilgili beklentileri ve değerlendirmeleri anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- *Hipotez 5:* Turistlere destinasyonda sunulan misafirperverlik düzeyi ile ilgili beklentileri ve değerlendirmeleri anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- *Hipotez 6:* Turistlere destinasyonda sunulan genel turistik fiyat düzeyi ile ilgili beklentileri ve değerlendirmeleri anlamlı bir farklılık göstermektedir.

2.2. Araştırma Veri Toplama Süreci ve Yöntemi

Araştırmanın evrenini Kapadokya destinasyonunu (Nevşehir ili ve ilçeleri) ziyaret eden ve farklı konaklama tesislerinden hizmet alan farklı milliyetlerden turistlerin bütünü oluşturmaktadır. Araştırma için ilgili destinasyonun seçilmesinde Türkiye'nin en çok turist çeken altıncı turistik

merkezi olması, farklı birçok milliyetten turiste hizmet sunması ve çok sayıda turistik hizmete ve çekiciliğe sahip olması etkili olmuştur.

Bu çalışmada örnekleme dâhil edilecek bireylerin belirlenmesinde ise olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden *kota örnekleme* yönteminden yararlanılmıştır. Bu yöntemde evrenin belirli özelliklerine bakılarak (bu çalışmada milliyet değişkenine) örnekleme de bu özelliğin bulunması için belirli kotalar uygulanır (Altunışık vd., 2007: 132). Araştırmanın veri toplama sürecinde ise birincil veri toplama yöntemlerinden birisi olan *anket* yönteminden yararlanılmıştır. Ankete Mayıs-Ağustos 2017 döneminde cevap veren katılımcıların (265 turist) farklı milliyetlere sahip olması ve anket formlarında çok sayıda önermenin ve ifadenin bulunması gibi nedenlerden dolayı anketlerin uygulanma süreci cevaplayıcıların inisiyatifine bırakılarak ve yüzyüze iletişim sağlanarak yürütülmüştür.

Yapılan bu çalışmada da iki bölümden oluşan bir anket kullanılmıştır. Anketin ilk bölümü turistlerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 14 sorudan (milliyet, cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, meslek, aylık gelir, konaklama türü, konaklama tesisinde kalış sayısı, destinasyonu ziyaret sayısı, katılımcıların destinasyonu daha önceki ziyaretlerini değerlendirme düzeyleri, destinasyon hakkında bilgi düzeyleri, tatillerini birlikte geçirdikleri kişi veya kişiler ve destinasyon tercih nedenleri) ve bu sorulara ilişkin cevaplandırıcının seçebileceği ifadelerden oluşmaktadır.

Anketin ikinci bölümünde ise turistlerin destinasyonla ilgili satın alma öncesi beklentilerine ve satın alma sonrası değerlendirmelerine yönelik 47 ifade bulunmaktadır. Bu ifadelerden turistlerin destinasyon satın alma öncesi beklentileri sağ tarafta ve destinasyonu satın alma sonrası değerlendirmeleri sol tarafta olacak şekilde anket formuna yerleştirilmiştir. Bu kısımda yer alan önermelerin cevaplandırılmasında “Çok İyi, İyi, Ne İyi Ne Kötü, Kötü, Çok Kötü” arasında likert tipi 5’li ölçekten oluşan bir cevap seçeneği katılımcılara sunulmuştur. Likert ölçeklerde katılımcılardan yargılara ve ifadelere katılıp katılmama derecesini belirtmesi istenmektedir. Araştırmalarda kategori sayısı olarak yaygın olarak likert tipi 5’li ölçek tercih edilse de 7, 9 ve 11’li de olabilen bu ölçekler sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılmaktadır (Altunışık vd., 2007: 107).

Araştırmada kullanılan ölçek Kozak ve Rimmington (2000) tarafından geliştirilmeye başlanmıştır ve Kozak (2001) ölçeğin son halini test etmiştir. Ayrıca Öztürk (2004), Duman ve Öztürk (2005) tarafından da ölçek teste tabi tutulmuştur. Orijinal ölçekteki önermelerden bazıları destinasyonu kendine özgü durumundan dolayı bazı önermelerde çeviriden kaynaklı anlam kaybından dolayı yeniden yorumlanmıştır. Bu çerçevede ölçeğin araştırma konusuna uygun geçerliğe sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 1: Turistlerin SAÖB ve SASD İlişkin Önermeler

Konaklama İşletmeleri ve Yiyecek İçecek Hizmetleri İle İlgili Önermeler
Konaklama tesisinin genel hizmet kalitesi
Konaklama tesisinin temizliği
Konaklama tesisinin güvenliği
Konaklama tesisinin erişilebilirliği
Konaklama tesisinin aktiviteleri
Konaklama tesisinin check in/out süresi
Konaklama tesisinin sunduğu yiyecek-içeceklerin çeşitliliği
Konaklama tesisinin sunduğu yiyecek-içeceklerin kalitesi
Konaklama tesisinin sunduğu yiyecek-içeceklerin hijyeni
Ulaşım Hizmetleri İle İlgili Önermeler
Destinasyona ulaşım kolaylığı
Destinasyondaki tarihi ve turistik alanlara ulaşım kolaylığı
Destinasyondaki yerel ulaşım ağının kapsamı
Destinasyondaki yerel ulaşım ağının konforu
Destinasyondaki yerel ulaşımı sağlayan görevlilerin tutumu
Genel Temizlik ve Korunmuşluk ile İlgili Önermeler
Genel olarak destinasyonun temizliği ve görünümü
Destinasyondaki doğal çevrenin temizliği ve bakımı
Destinasyondaki tarihi ve turistik alanların temizliği ve bakımı
Destinasyondaki turizm işletmelerinin görevlilerinin temizliği ve görünümü
Turistik Aktiviteler ve Çekicilikler ile İlgili Önermeler
Destinasyondaki doğal güzellikler ve çekicilikler
Destinasyondaki tarihi güzellikler ve çekicilikler
Destinasyonda yapılan açık alan turistik etkinlikler
Destinasyonda yapılan kapalı alan turistik etkinlikler
Destinasyonun iklimsel özellikleri

Destinasyondaki turizm info hizmetleri
Destinasyonun yerel kültürel özellikleri
Destinasyondaki yeme içme kültürünün çeşitliliği
Destinasyondaki eğlence ve gezi olanakları
Destinasyonun turistik imajı ve tanınırlığı
Destinasyondaki gece hayatı olanakları
Destinasyondaki macera ve spor olanakları
Destinasyondaki alışveriş olanakları
Destinasyonda çocuklara yönelik aktivite ve hizmetlerin çeşitliliği
Destinasyondaki manzara güzellikleri
Destinasyonda yabancı dilleri konuşan rehberlerin varlığı
Destinasyondaki sağlık hizmetlerinin yeterliliği
Misafirperverlik ile İlgili Önermeler
Genel olarak destinasyondaki turistik atmosfer
Kendini destinasyonda huzurlu hissetme
Kendini destinasyonda güvende hissetme
Destinasyonda yaşayan yerel halkın turistlere karşı tutumu
Destinasyondaki turizm görevlilerinin kadın turistlere karşı tutumu
Destinasyonda yaşayan yerel halkın farklı dilleri konuşma düzeyi
Destinasyondaki turistik alanlarda yer alan esnafın turistlere karşı tutumu
Genel Turistik Fiyat Düzeyi ile İlgili Önermeler
Genel olarak destinasyondaki konaklama fiyatları
Genel olarak destinasyondaki yiyecek içecek fiyatları
Genel olarak destinasyondaki hediyelik eşya fiyatları
Genel olarak destinasyondaki eğlence olanaklarının fiyatları
Genel olarak destinasyondaki ulaşım olanaklarının fiyatları

2.3. Araştırma Testleri

Araştırma sonucunda anket formlarından elde edilen veriler bilgisayara kaydedilerek veri seti oluşturulmuştur. İlgili veri seti sosyal bilimler çalışmalarında yaygın bir biçimde kullanılan Statistical Package for the Social Science (SPSS) istatistiki veri programında analize tabi tutulmuştur. Araştırma anketinden elde edilen turistlerin demografik değişkenlerine ilişkin veriler yüzde ve frekans değerleriyle analiz edilmiştir. Ölçekteki likert değişkenlerin güvenilirliği Cronbach Alpha modelinden yararlanılarak analiz edilmiştir. Güvenirlik analizinin yapılabilmesi için çalışmada en az 20 ifade ve 50 denek olması gerekmektedir (Ural ve Kılıç, 2005: 258). Bu çalışmaya dâhil edilen ifade ve denek sayıları ilgili testi yapmak için yeterlidir. Cronbach Alpha değeri 0-1 arası bir değer alır ve arzulanan değer 0,70'dir. Ancak araştırmalarda 0,50 asgari bir düzey olarak makul karşılanabilmektedir (Altunışık vd., 2007: 116).

Bu araştırmada anketin yapı geçerliliğini ve güvenilirliğini test etmek amacıyla yapılan güvenilirlik analizinin *Cronbach Alpha değeri* 0,8911 olarak belirlenmiştir. Bu sonuç anketin güvenilir bir veri toplama aracı olduğuna işaret etmektedir. Güvenirlik analizinden sonra turistlerin satın alma öncesi beklentilerine ve satın alma sonrası değerlendirmelerine ilişkin ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla açıklayıcı (keşfedici) faktör analizi yapılmıştır. Açıklayıcı (keşfedici) faktör analizi ile ortaya çıkan boyutlarda (temel bileşenler analizi sonucunda) tekrardan güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Ayrıca ilgili boyutlar bağlamında turistlerin satın alma öncesi beklentileri ve satın alma sonrası değerlendirmeleri arasındaki farklılıkların tespiti için *paired samples t test (bağımlı örneklem fark testi)* uygulanmıştır. Araştırmalarda fark testleri için uygulanan t testi iki grubun verdiği cevaplar açısından aralarında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek amacıyla uygulanır (Ural ve Kılıç, 2005: 177).

3. BULGULAR

Araştırmanın örnekleme özelliklerine ilişkin genel bir değerlendirmenin yapılabilmesi için öncelikle frekans analizi yapılmıştır ve sonuçlar Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2: Turistlerin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

Demografik Özellikler		Sayı (N)	Yüzde (%)
Milliyet	Türk	55	20,75
	Japon	55	20,75
	Amerikan	50	18,86
	Fransız	50	18,86

	Alman	55	20,75
Cinsiyet	Kadın	101	38,11
	Erkek	164	61,89
Medeni Durum	Bekâr	125	47,16
	Evli	140	52,84
Yaş	15-24 Yaş Aralığı	45	16,98
	25-60 Yaş Aralığı	180	67,92
	61 Yaş ve Üzeri	40	15,10
Eğitim Düzeyi	Lise	40	15,09
	Önlisans	45	16,98
	Lisans	125	47,16
	Lisansüstü	55	20,75
Meslek	Öğrenci	35	13,22
	İşyeri Sahibi-Kendi İşini Yapan	45	16,98
	Özel Sektör Çalışanı	67	25,29
	Kamu Çalışanı	88	33,20
	Emekli	30	11,33
Aylık Gelir	1500 TL ve Daha Az	20	7,55
	1501 TL-3000 TL Arası	85	32,08
	3001 TL-4500 TL Arası	125	47,17
	4501 TL ve Üzeri	35	13,20
Konaklama Türü	5 Yıldızlı Otel	80	30,18
	4 Yıldızlı Otel	78	29,44
	3 Yıldızlı Otel	57	21,52
	Pansiyon	50	18,86
Tesiste Kalış Sayısı	İlk Kez Kalıyorum	235	88,67
	İkinci Kez Kalıyorum	30	11,33
Tatilini Birlikte Geçirdiğin Kişiler	Yalnızım	30	11,33

	Eşimle	67	25,28
	Eşim ve Çocuklarımla	65	24,52
	Ailemle (Ebeveynler)	38	14,33
	Kız-Erkek Arkadaşım	39	14,72
	Arkadaş Grubumla	26	9,82
Destinasyonu Ziyaret Sayısı	İlk Kez Ziyaret Ediyorum	175	66,04
	İkinci Kez Ziyaret Ediyorum	90	33,96
Destinasyonu Değerlendirme Düzeyi	İlk Kez Ziyaret Ediyorum	175	66,04
	Çok Memnun Kaldım	50	18,86
	Genel Olarak Memnun Kaldım.	45	16,98
Destinasyonu Tanıma Düzeyi	Çok İyi Tanıyorum	90	33,96
	Genel Olarak Fikir Sahibiyim	175	66,04
Destinasyonu Tercih Nedeni	Yaşadığım Yere Yakın	35	13,20
	Fiyat Açısından Uygun	60	22,64
	Tavsiye Üzerine	105	39,64
	Daha Önce Memnun Kaldım	65	24,52
Destinasyonu Tekrar Ziyaret Niyeti	Hayır	52	19,63
	Evet	213	80,37
Destinasyondan Genel Olarak Memnuniyet Düzeyi	Hayır	52	19,63
	Evet	213	80,37

Faktör analizinde açıklayıcı faktör analizi ve onaylayıcı faktör analizi olmak üzere iki teknikten yararlanılmaktadır. Onaylayıcı faktör analizinde araştırmacı daha önceden belirlenen bir ilişkinin doğruluğunu test etmeye çalışmaktadır. Bu çalışmada da yararlanılan açıklayıcı faktör analizinde ise araştırmacı konusu ile ilgili değişkenler arasındaki ilişkiye yönelik olarak fikrinin olmaması durumunda muhtemel ilişkiyi ortaya çıkarmaya çalışmaktadır (Altunışık vd., 2007: 224). Açıklayıcı (keşfedici) faktör analizi ile Kaiser-Meyer-Olkin (KMO-Örnekleme Yeterliliği İstatistiği) ve Barlett's Test of Sphericity (Barlett Küresellik Testi) elde edilmektedir. Barlett testi faktör analizi yapabilmek için değişkenler arasında gerekli olan ilişki düzeyinin olup olmadığını

göstermektedir ($p < 0,05$). Aynı şekilde KMO Örneklem Yeterliliği de değişkenler arası korelasyonun faktör analizi için yeterli olup olmadığına karar vermede kullanılır. KMO değeri 0 ile 1 arasında değişir ve KMO'nun 1 veya 1'e yakın bir değer alması değişkenlerin hatasız tahmin edilebileceğini gösterir. KMO örnekleme yeterliliği için kabul edilebilir alt sınır ise 0,50'dir (Durmuş vd., 2010: 79-80). Açıklayıcı faktör analizi sonucunda; (p)= 0,000 anlamlılık düzeyinde KMO değeri ,834 olarak belirlenmiştir. Bu değer literatürde kabul görmüş değer aralıkları çerçevesinde *mükemmel* olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca Barlett's Test of Sphericity-Küresellik Testi sonucu 3231,247 olarak tespit edilmiştir. Bu oranın düzeyi de örnekleme büyüklüğünün açıklayıcı (keşfedici) faktör analizi için yeterli ve uygun olduğunu göstermektedir. Açıklayıcı (keşfedici) faktör analizinde oluşturulan matrislerin her bir elemanı her bir değişkenle her bir faktör arasındaki korelasyonu gösteren faktör ağırlıklarıdır. Rotasyona tabi tutulmamış matrisin yorumlanması oldukça güçtür ve matrisin *varimax rotasyonuna* tabi tutulması gerekmektedir (İlban, 2008: 133).

Çalışmaya dâhil edilen 265 örnekleme dikkate alındığında 0,05 anlamlılık düzeyinde bir sonuca ulaşmak için faktör yüklerini incelemek gerekmektedir. Bir değişkenin 0,3'lük faktör yükü faktör tarafından açıklanan varyansın %9 olduğunu göstermektedir. Bu düzeydeki varyans ise önemlidir. Bir çalışmada faktör yüklerinin 0,30-0,59 olması orta düzey, 0,60 ve üzerinde gerçekleşmesi yüksek düzey büyüklükler olarak değerlendirilir (Büyüköztürk, 2002: 473-474). Çalışmada hem faktör yükleri açısından hem de küçük katsayılı önermeler (Communalities) değerlendirme dışı bırakılarak açıklayıcı (keşfedici) faktör analizinin geçerliliğinin artırılması amaçlanmıştır.

Yapılan bu iki işlem sonucunda ölçekte yer alan 47 önermeden 14'ünün (konaklama tesislerinin genel hizmet kalitesi ve konaklama tesislerinin temizliği; destinasyona ulaşım kolaylığı ve tarihi ve turistik alanlara ulaşım kolaylığı; destinasyondaki genel konaklama fiyatları ve doğal güzellikler ve çekicilikler, tarihi güzellikler ve çekicilikler, destinasyonda yapılan açık alan etkinlikleri, destinasyonda yapılan kapalı alan turistik etkinlikler, macera turları ve spor olanakları, alışveriş olanakları, çocuklara yönelik aktivitelerin ve hizmetlerin çeşitliliği, yabancı dilleri konuşan rehberlerin varlığı ve sağlık hizmetlerinin yeterliliği) ölçekten çıkarılmasına karar verilmiştir. Daha önceki çalışmalar da esas alınarak (Parasuraman vd., 1988; Değermen, 2006; Saez vd., 2007; Giritlioğlu, 2012) yani katılımcıların değerlendirmelerinden beklentileri çıkarılarak (algılama-beklenti) geri kalan önermelerden (33 önerme) yeni bir matris elde edilmiştir. 5'li likert uygulamasıyla yapılan araştırmada algılama-beklenti değerleri en fazla +4 ve en düşük -4

alabilmektedir ve diğer sonuçlar bu iki değer arasında sıralanmaktadır. Ancak negatif değerlerin uygulanacak açıklayıcı (keşfedici) faktör analizinde olumsuz etkilerini ortadan kaldırmak için -4 değeri 0 ve +4 değeri 8 olacak şekilde sonuçlar yeniden kodlanarak elde edilen matris açıklayıcı (keşfedici) faktör analizine tabi tutulmuştur (Değermen, 2006: 159).

Açıklayıcı (keşfedici) faktör analizi sonucunda özdeğeri 1'den büyük 33 önermeden oluşan altı boyut belirlenmiştir. Bu boyutlar toplam varyansın %56,431'ini açıklamaktadır. Araştırmalarda faktör analizi neticesinde ortaya çıkan boyut sayısını belirlerken belirli bir toplam varyans seviyesine ulaşılmasını sağlayacak faktör sayısı tercih edilmelidir. Genel olarak bir araştırmada açıklanan varyans seviyesinin %60'tan az olmaması arzu edilmekte birlikte %50 seviyesini de asgari varyans açıklama oranı olarak kabul eden araştırmacılar mevcuttur (Altunışık vd., 2007: 233). Bu çerçevede araştırmada elde edilen varyans oranı literatüre göre *kabul edilebilir bir düzeydedir* denilebilir.

Uygulanan açıklayıcı (keşfedici) faktör analizi sonucunda tespit edilen 33 önerme ve bu önermelerin toplandığı 6 boyut turistlerin destinasyon değerlendirmelerine ilişkin ölçeği oluşturmaktadır. Değerlendirme ölçeğinin boyutları Turistik Aktiviteler ve Çekicilikler (TAÇ), Misafirperverlik Düzeyi (MD), Konaklama ve Yiyecek İçecek Hizmetleri (KİYİH), Genel Turistik Fiyat Düzeyi (GTFD), Genel Temizlik ve Korunmuşluk (GTK) ve Ulaşım Hizmetleri (UH) olarak adlandırılmıştır.

TAÇ boyutu yerel kültürel özellikler, yeme içme kültürünün çeşitliliği, eğlence ve gezi olanakları, turistik info hizmetleri, destinasyonun iklimsel özellikleri, destinasyonun manzara güzellikleri, destinasyondaki gece hayatı olanakları, destinasyonun turistik imajı ve tanınırlığı önermelerinden oluşmaktadır. Boyut toplam varyansın 10,886'sını açıklamaktadır ve boyutun güvenilirlik katsayısı 0,811 olarak gerçekleşmiştir. Boyutta yerel kültürel özellikler en fazla faktör yükü ile en yüksek değeri (0,647) alırken destinasyonun turistik imajı ve tanınırlığı boyut içerisinde en az faktör yüküne sahiptir (0,497) ve en düşük değeri almıştır.

MD boyutu kendini destinasyonda huzurlu hissetme, yerel halkın turistlere tutumu, kendini destinasyonda güvende hissetme, turistik görevlilerin kadın turistlere karşı tutumu, yerel halkın farklı dilleri konuşma düzeyi, turistik alanlardaki esnafın tutumları ve davranışları ve genel olarak destinasyondaki turistik atmosfer önermelerinden oluşmaktadır. Boyut toplam varyansın 9,955'ini açıklamaktadır ve boyutun güvenilirlik katsayısı 0,798 olarak gerçekleşmiştir. Boyutta kendini

destinasyonda huzurlu hissetme en fazla faktör yüküne (0,616) sahip önerme ve genel olarak destinasyondaki turistik atmosfer en az faktör yüküne sahip (0,548) önerme olmuştur.

KİYİH boyutu konaklama tesisinde check in/out süresi, konaklama tesisindeki aktiviteler, konaklama tesislerinde sunulan yiyeceklerin ve içeceklerin hijyeni, konaklama tesislerinde sunulan yiyeceklerin ve içeceklerin kalitesi, konaklama tesislerinde sunulan yiyeceklerin ve içeceklerin çeşitliliği, konaklama tesislerinin erişilebilirliği ve konaklama tesislerinin güvenliği önermelerinden oluşmaktadır. Boyut toplam varyansın 9,826'sını açıklamaktadır ve boyutun güvenilirlik katsayısı 0,757 olarak gerçekleşmiştir. Boyutta konaklama tesisinde check in/ out süresi önermesi en fazla faktör yüküne sahip (0,673) önerme ve konaklama tesislerinin güvenliği en az faktör yüküne sahip (0,577) önerme olmuştur.

GTFD boyutu genel olarak destinasyondaki eğlence olanakların fiyatları, genel olarak destinasyondaki hediyelik eşya fiyatları, genel olarak destinasyondaki ulaşım olanaklarının fiyatları ve genel olarak destinasyondaki yiyecek ve içecek olanakların fiyatları önermelerinden oluşmaktadır. Boyut toplam varyansın 8,945'ini açıklamaktadır ve boyutun güvenilirlik katsayısı 0,714 olarak gerçekleşmiştir. Boyutta genel olarak destinasyondaki eğlence olanakların fiyatları önermesi en fazla faktör yüküne sahip (0,681) önerme ve genel olarak destinasyondaki yiyecek ve içecek olanakların fiyatları önermesi en az faktör yüküne sahip (0,598) önerme olmuştur.

GTK boyutu tarihi ve turistik alanların temizliği ve bakımı, doğal çevrenin temizliği ve görünümü, turizm işletmelerindeki görevlilerin temizliği/görünümü ve genel olarak destinasyonun temizliği/görünümü önermelerinden oluşmaktadır. Boyut toplam varyansın 8,611'ini açıklamaktadır ve boyutun güvenilirlik katsayısı 0,692 olarak gerçekleşmiştir. Boyutta tarihi ve turistik alanların temizliği ve bakımı en fazla faktör yüküne sahip (0,741) önerme ve genel olarak destinasyonun temizliği ve görünümü en az faktör yüküne sahip (0,603) önerme olmuştur.

UH boyutu ise yerel ulaşım ağının konforu, yerel ulaşım ağının kapsamı ve yerel ulaşımı sağlayan görevlilerin tutumu önermelerinden oluşmaktadır. Boyut toplam varyansın 8,208'ini açıklamaktadır ve boyutun güvenilirlik katsayısı 0,663 olarak gerçekleşmiştir. Boyutta yerel ulaşım ağının konforu, yerel ulaşım ağının kapsamı en fazla faktör yüküne sahip (0,682) önerme ve yerel ulaşımı sağlayan görevlilerin tutumu en az faktör yüküne sahip (0,633) önerme olarak olmuştur.

Tablo 3: Turistlerin SAÖB ve SASD İlişkin Ölçeğin Faktör Analizi Sonuçları

Önermeler	TAÇ	MD	KİYİH	GTFD	GTK	UH
Yerel kültürel özellikler	0,647					
Yeme-içme kültürünün çeşitliliği	0,636					
Eğlence ve gezi olanakları	0,629					
Turistik info hizmetleri	0,592					
İklimsel özellikler	0,587					
Manzara güzellikleri	0,565					
Gece hayatı olanakları	0,505					
Destinasyonun turistik imajı ve tanınırlığı	0,497					
Kendini destinasyonda huzurlu hissetme		0,616				
Yerel halkın turistlere tutumu		0,609				
Kendini destinasyonda güvende hissetme		0,600				
Görevlilerin kadın turistlere karşı tutumları		0,594				
Yerel halkın farklı dilleri konuşma düzeyi		0,583				
Turistik alanlardaki esnafın tutumları		0,567				
Destinasyondaki genel turistik atmosfer		0,548				
Konaklama tesisinde check in-out süresi			0,673			
Konaklama tesisindeki aktiviteler			0,659			
Kon. tes. sunulan yiyecek içeceklerin hijyeni			0,641			
Kon. tes. sunulan yiyecek içecek kalitesi			0,624			
Kon. tes. sunduğu yiyecek-içecek çeşitliliği			0,606			
Konaklama tesislerinin erişilebilirliği			0,592			
Konaklama tesislerinin güvenliği			0,577			
Destinasyon eğlence olanakların fiyatları				0,681		
Destinasyon hediyelik eşyaların fiyatları				0,675		
Destinasyon ulaşım olanakların fiyatları				0,663		

Destinasyon yiyecek-içecek fiyatları				0,598		
Tarihi-turistik alanların temizliği ve bakımı					0,741	
Doğal çevrenin temizliği ve görünümü					0,693	
Turizm işl. görevlilerin temizliği-görünümü					0,667	
Destinasyonun genel temizliği-görünümü					0,603	
Yerel ulaşım ağının konforu						0,682
Yerel ulaşım ağının kapsamı						0,648
Yerel ulaşımı sağlayan görevlilerin tutumu						0,633
<i>Faktörlere Ait Cronbach Alpha Değerleri</i>	,811	,798	,757	,714	,692	,663
<i>Faktörlerin Açıklanan Varyans Değeri (%)</i>	10,886	9,955	9,826	8,945	8,611	8,208
<i>Toplam Açıklanan Varyans (%)</i>	56,431					
<i>KMO Örnekleme Ölçüm Yeterliliği</i>	,834					
<i>Barlett Küresel Test Değeri</i>	3231,247					
<i>Sig. p değeri-Olasılık Değeri</i>	0,000					

Araştırmaya dâhil edilen turistlerin destinasyonu satın alma öncesi beklentilerine ilişkin boyutlar ile destinasyonu satın alma sonrası değerlendirmelerine ilişkin boyutların farklılık gösterip göstermediklerinin belirlenmesine yönelik gerçekleştirilen *bağımlı örneklem t testi* sonucuna göre ($p < 0,05$: karşılaştırılan grupların arasında anlamlı bir fark olduğunu gösteren değeri, olası hata miktarını gösteren değer) göre araştırma boyutlarının tümünde (KİYİH, UH, GTK, TAÇ, MD, GTFD) turistlerin değerlendirme düzeyleri beklenti düzeylerinden daha yüksek seviyede gerçekleşmiştir. Yani turistlerin konaklama ve yiyecek içecek hizmetleri ($\bar{x}=4,50 > 4,44$), ulaşım hizmetleri ($\bar{x}=4,48 > 4,39$), genel korunmuşluk ve temizlik ($\bar{x}=4,52 > 4,41$), turistik aktiviteler ve çekicilikler ($\bar{x}=4,50 > 4,43$), misafirperverlik düzeyi ($\bar{x}=4,49 > 4,40$) ve genel turistik fiyat düzeyi ($\bar{x}=4,47 > 4,42$) açısından destinasyonu satın alma sonrası değerlendirmeleri satın alma öncesi beklentilerini karşılamıştır. Bu sonuca göre araştırma hipotezlerinin tümü *kabul* edilmiştir.

Tablo 4: Turistlerin SAÖB ve SASD Boyutlarına Göre Fark Analizi (paired sample t test)

Faktör	Gruplar	\bar{x} (Art. Ort.)	t	p	D-B
KİYİH	Beklenti (B)	4,44	2,411	,049	,06
	Değerlendirme (D)	4,50			
UH	Beklenti (B)	4,39	2,988	,024	,09
	Değerlendirme (D)	4,48			
GTK	Beklenti (B)	4,41	3,840	,000	,11
	Değerlendirme (D)	4,52			
TAÇ	Beklenti (B)	4,43	2,007	,045	,07
	Değerlendirme (D)	4,50			
MD	Beklenti (B)	4,40	2,662	,008	,09
	Değerlendirme (D)	4,49			
GTFD	Beklenti (B)	4,42	2,471	,022	,05
	Değerlendirme (D)	4,47			

İlgili analiz sonuçlarına göre araştırma analizlerinin tümü kabul edilmiştir.

SONUÇ

Bu çalışmada Türkiye'nin en çok turist çeken altıncı destinasyonu olarak ve hem kültür turizmi hem de iç turizm potansiyeli açısından değerlendirilmesi gereken Kapadokya destinasyonunu ziyaret eden turistlerin destinasyonu satın alma öncesi beklentilerini ve satın alma sonrası değerlendirmelerini şekillendiren boyutların belirlenmesi ve bu boyutlar arasındaki ilişkinin ortaya konması amaçlanmaktadır. Elde edilen verilerin analizleri neticesinde destinasyonda turistlerin satın alma öncesi beklentilerini ve satın alma sonrası değerlendirmelerini; konaklama ve yiyecek hizmetleri, ulaşım hizmetleri, genel korunmuşluk ve temizlik, turistik aktiviteler ve çekicilikler, misafirperverlik düzeyi ve genel turistik fiyat düzeyi değişkenleri kapsamında oluşturdukları belirlenmiştir. Bu sonuç daha önce konuyla ilgili yapılmış çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Kozak ve Rimmington, 2000; Kozak, 2001; Öztürk, 2004; Duman ve Öztürk, 2005).

Turistlerin *destinasyonda sunulan konaklama ve yiyecek içecek hizmetlerinden* konaklama tesislerinin erişilebilirliği, konaklama tesislerindeki aktiviteler, konaklama tesislerinin sunduğu yiyeceklerin ve içeceklerin kalitesi ve temizliğinden satın alma öncesi beklentileri oldukça yüksektir. Diğer taraftan konaklama tesislerinin sunduğu yiyeceklerin ve içeceklerin çeşitliliğinden, konaklama tesislerinin temizliğinden ve konaklama tesislerinin güvenliğinden beklentileri ise daha düşük düzeydedir. Turistler destinasyonu satın alma sonrası değerlendirmeleri açısından bakıldığında konaklama ve yiyecek hizmetlerinden; konaklama hizmetlerinin genel hizmet kalitesi, konaklama tesislerinin erişilebilirliği, konaklama tesislerindeki aktiviteler, konaklama tesislerindeki yiyeceklerinin ve içeceklerinin temizliği ve konaklama tesislerinin güvenliği hakkında daha olumlu düşüncelere sahip olduklarını görmek mümkündür. Turistlerin konaklama tesislerinin temizliği, konaklama tesislerinin yiyeceklerinin ve içeceklerinin çeşitliliği ve konaklama tesislerinin sunduğu yiyeceklerin ve içeceklerin kalitesi ile ilgili düşünceleri ise olumlu olmakla birlikte daha düşük düzeydedir.

Turistlerin *destinasyon ulaşım hizmetlerinden* destinasyona ulaşım kolaylığı ve yerel ulaşımı sağlayan görevlilerin tutumlarından satın alma öncesi beklentileri oldukça yüksektir. Tarihi ve turistik alanlara ulaşım kolaylığı, yerel ulaşım ağının kapsamı ve yerel ulaşım ağının konforundan beklentileri ise daha düşük düzeydedir. Destinasyon ulaşım hizmetleri ile ilgili olarak turistler destinasyona ulaşım kolaylığına, tarihi ve turistik alanlara ulaşım kolaylığını, yerel ulaşımı sağlayan görevlilerin tutumlarını ve yerel ulaşım ağının kapsamını daha olumlu değerlendirirken yerel ulaşım ağının konforunu hakkında ise daha düşük düzeyde olumlu değerlendirmelere sahiptirler.

Turistlerin destinasyonu satın alma öncesi *destinasyonun genel temizliği ve görünümü* hakkındaki beklentileri oldukça yüksek iken doğal çevrenin temizliği ve görünümü, tarihi ve turistik alanların temizliği ve bakımı ve turizm işletmelerindeki görevlilerin temizliği ve bakımı hakkındaki beklentileri daha düşük düzeydedir. Destinasyonun genel temizliği ve korunmuşluğu açısından turistler genel olarak destinasyonun temizliği ve görünümü hakkında yüksek düzeyde olumlu düşüncelere sahiptirler. Ancak özellikle doğal çevrenin temizliği ve görünümü, tarihi ve turistik alanların temizliği ve bakımı ve turizm işletmelerinde çalışan görevlilerin temizliği ve bakımı açısından olumlu düşünceleri daha düşük seviyede gerçekleşmiştir.

Turistlerin *destinasyondaki turistik aktiviteleri ve çekicilikleri* oluşturan; doğal güzellikler ve çekicilikler, yeme-içme kültürünün çeşitliliği, macera turları ve spor olanakları, destinasyon açık alan turistik etkinlikleri, destinasyon kapalı alan turistik etkinlikleri, destinasyon yerel kültürel özellikleri, destinasyon gezi ve eğlence olanakları, destinasyonu imajı ve tanınırlığı, çocuklara yönelik aktiviteler ve hizmetler, destinasyonda yabancı dilleri konuşan rehberlerin varlığı ve

destinasyon alışveriş olanaklarından satın alma öncesi beklentileri yüksek düzeydedir. Ancak tarihi güzellikler ve çekicilikler, destinasyon iklimsel özellikleri, destinasyon turizm info hizmetleri, destinasyon gece hayatı olanakları, destinasyon manzara güzellikleri ve destinasyondaki sağlık hizmetlerinin yeterliliğinden beklentileri ise daha düşük düzeyde gerçekleşmiştir. Turistler destinasyonun sahip olduğu turistik aktivitelerden ve çekiciliklerden doğal güzellikler ve çekicilikler, tarihi güzellikler ve çekicilikler, açık ve kapalı alan turistik etkinlikler, macera turları ve spor olanakları, alışveriş olanakları, çocuklara yönelik aktiviteler, yabancı dilleri konuşan rehberler, yerel kültürel özellikler, yeme içme kültürünün çeşitliliği, destinasyondaki eğlence ve gezi olanakları, destinasyonun imajı ve tanınırlığı, destinasyon gece hayatı olanakları ve destinasyon manzara güzellikleri hakkında olumlu düşüncelere sahiptirler. Turistlerin destinasyonun iklimsel özellikleri, destinasyondaki sağlık hizmetlerinin yeterliliği ve destinasyon info hizmetlerini değerlendirmeleri ise daha düşük düzeyde gerçekleşmiştir.

Destinasyon misafirperverlik düzeyi açısından turistlerin genel olarak destinasyondaki turistik atmosfer, destinasyonda kendini huzurlu hissetme, yerel halkın turistlere yönelik tutumu, yerel halkın farklı dilleri konuşma düzeyi ve turistik esnafın turistlere yönelik davranışları ve tutumlarından beklentileri yüksek düzeyde gerçekleşmiştir. Turistlerin destinasyonda kendilerini güvende hissetme ve turistik görevlilerin kadın turistlere yönelik tutumlarında ise beklentileri daha düşük düzeydedir. Destinasyon misafirperverlik düzeyinde ise turistlerin destinasyondaki turistik atmosferi, turistik esnafın tutumlarını ve davranışlarını, yerel halkın farklı dilleri konuşma düzeyini ve yerel halkın turistlere karşı tutumunu olumlu değerlendirdikleri ancak destinasyonda kendilerini güvende hissetme ve destinasyonda kendilerini huzurlu hissetme açısından daha düşük düzeyde olumlu değerlendirmelere sahip oldukları belirlenmiştir.

Destinasyon genel fiyat düzeyi açısından turistlerin yiyeceklerin ve içeceklerin genel fiyat düzeyleri dışında kalan konaklama, hediyelik eşya, eğlence ve ulaşım olanakların genel fiyat düzeylerinden satın alma öncesi beklentileri yüksek düzeydedir. Destinasyon sunulan turistik ürünlerin ve hizmetlerin genel fiyat düzeyleri açısından turistlerin en çok konaklama hizmetleri ve ulaşım olanakların fiyatlarını olumlu değerlendirdikleri tespit edilmiştir. Destinasyonda sunulan yiyeceklerin ve içeceklerin fiyatları ve hediyelik eşya fiyatları daha düşük düzeyde olumlu değerlendirilmiştir. Turistler en az destinasyondaki eğlence olanaklarının fiyatlarını olumlu değerlendirmişlerdir. Bu kapsamda Kapadokya destinasyonunda konaklama tesislerinin sunduğu yiyecek ve içecek çeşitliliği ve kalitesi; yerel ulaşım ağının konforu; doğal çevrenin temizliği ve görünümü, tarihi ve turistik alanların temizliği ve bakımı ve turizm işletmelerinde çalışan görevlilerin temizliği ve bakımı; destinasyonun iklimsel özellikleri, destinasyondaki sağlık

hizmetlerinin yeterliliği ve destinasyon info hizmetleri; destinasyonda kendilerini güvende hissetme ve huzurlu hissetme ve destinasyon sunulan yiyecek içecek, hediyelik eşya ve özellikle de eğlence olanaklarının genel fiyat düzeylerini daha az olumlu değerlendirdikleri belirlenmiştir.

Turistlerin konaklama ve yiyecek içecek hizmetleri ($\bar{x}=4,50>\bar{x}=4,44$), ulaşım hizmetleri ($\bar{x}=4,48>\bar{x}=4,39$), genel korunmuşluk ve temizlik ($\bar{x}=4,52>\bar{x}=4,41$), turistik aktiviteler ve çekicilikler ($\bar{x}=4,50>\bar{x}=4,43$), misafirperverlik düzeyi ($\bar{x}=4,49>\bar{x}=4,40$) ve genel turistik fiyat düzeyi ($\bar{x}=4,47>\bar{x}=4,42$) açısından destinasyonu satın alma sonrası değerlendirmeleri satın alma öncesi beklentilerini karşılamıştır. Bu sonuçlar çerçevesinde değerlendirildiğinde turistlerin beklentilerinin karşılanmasının destinasyon ile ilgili genel memnuniyet düzeylerini ve destinasyonu tekrar ziyaret niyetlerini olumlu şekilde etkilediğini söylemek mümkündür. Sonuçlar ilgili literatürle de benzerlik göstermektedir (Kozak ve Rimmington, 2000; Öztürk, 2004; Duman ve Öztürk, 2005; Aktaş vd, 2007; Demir, 2010; Ekiz ve Köker, 2012; Rajaratnam vd, 2014; Beqiri vd, 2014; Araslı ve Baradarani, 2014; Hau ve Omar, 2014).

Sosyal bilimler alanında yapılan araştırmalar kesin olamayan sonuçlara ve bu sonuçlar üzerinde yapılan tartışmalara dayandırılmaktadır. Bu nedenle araştırmacılar konularını belirli sınırlılıkları esas alarak belirlemelidirler ve bu sınırlılıkları araştırmalarında açıklamalıdır. Bu çalışmada da kuramsal çerçeve ulaşılabilen alan yazını ile araştırma kısmı ise Kapadokya destinasyonu ile sınırlandırılmıştır. Araştırma evreninin çok geniş bir alana yayılması, zaman ve bütçe sınırı nedeniyle araştırma literatürde çekirdek Kapadokya olarak tanımlanan Nevşehir ili ve çevresini ziyaret eden turistlerle sınırlı tutulmuştur. Diğer bir sınırlılık ise araştırma sonuçlarının destinasyon yönetim ve pazarlama örgütlerince ve destinasyondaki turizm işletmelerince ne ölçüde kabul göreceği ve sektöre ne ölçüde uyarlanabileceğidir. Küresel ölçekte her sektörde çok hızlı bir şekilde değişen tüketici beklentileri turizm sektörü ve turistler için de geçerlidir. Ancak mevcut durumun tespit edilmesi ve elde edilen sonuçların tüm destinasyon temsilcileri için bir veri ve bakış açısı kazandırabileceği düşünülmektedir. Ayrıca yapılan bu araştırmanın ilgili literatüre ve sonraki çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ancak araştırma maddi kaynaklar ve zaman sınırlılığından dolayı ve verilerin toplanma sürecinde hem Türkiye’de hem de çalışmanın yürütüldüğü destinasyonda yaşanan çeşitli sıkıntılardan dolayı-örnekleme büyüklüğü literatürde kabul edilen sınırlar içerisinde olmakla birlikte-daha geniş bir örnekleme büyüklüğüne uygulanamamıştır. Bu sebeple gelecekteki çalışmalarda araştırmaya dâhil edilen turistlerin milliyetlerinin çeşitliliğinin ve örnekleme kapsamının artırılması araştırma sonuçlarının genellenmesi açısından olumlu katkı sağlayacaktır. Araştırmada uygulanan ölçeğin turistlerin

destinasyonu satın alma öncesi beklentilerini, satın alma sonrası değerlendirmelerini, genel memnuniyet düzeylerini ve tekrar ziyaret niyetlerini ölçmesi bakımından oldukça kapsamlıdır. Diğer taraftan ölçeğe yapılacak yeni eklemeler ve demografik değişkenlerde yapılacak değişiklikler ile farklı değişkenler açısından destinasyonların değerlendirilebilmesi de söz konusu olacaktır. Ayrıca benzer ya da tümüyle farklı turizm türlerinin geliştiği destinasyonlarında karşılaştırılmasında ölçek araştırmacılara fayda sağlayacaktır.

Kaynakça:

- Aktaş, A., Aksu, A. A., Çizel, B. (2007). Destination Choice: An Important-Satisfaction Analysis. *Quality&Quantity*, 41, ss.265- 273.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı (Geliştirilmiş Beşinci Baskı)*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Araslı, H., Baradarani, S. (2014). European Tourist Perspective on Destination Satisfaction in Jordans' Industries. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 109, pp.1416- 1425.
- Başanbaş, Ş. (2013). Algılanan Kalite ile Müşteri Tatmini Arasındaki İlişki: Filtre Kullanıcıları Üzerine Yapılan Amprik Bir Çalışma. *Akademik Bakış Dergisi*, 34, ss.1- 21.
- Beğiri, M., Boriçi, A., Boriçi, A., Dergjini, A. (2014). An Empirical Study of Service Quality Factors Impacting Tourist Satisfaction and Loyalty: Velipoja Tourist Destination. *TMC Academic Journal*, 8 (2), pp.36-48.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32, ss.470-483.
- Değermen, H. A. (2006). *Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati (Hizmet Kalitesi ile Müşteri Sadakatının Sağlanması ve GSM Sektöründe Bir Uygulama)*. İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Demir Şen, Ş. (2010). Çekici Faktörlerin Destinasyon Seçimine Etkisi: Dalyan Örneği. *Ege Akademik Bakış*, 10 (3), ss.1041- 1054.
- Duman, T. (2003). Richard L. Oliver'in Tüketici Memnuniyeti (Customer Satisfaction) ve Tüketici Değer Algısı (Customer Value) Kavramları Hakkındaki Görüşleri: Teorik Bir Karşılaştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (2), ss.45- 56.
- Duman, T., Öztürk, B. A. (2005). Yerli Turistlerin Mersin Kızkalesi Destinasyonu ve Tekrar Ziyaret Niyetleri ile İlgili Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırması Dergisi*, 16 (1), ss.9-23.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S., Çinko, M. (2010). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi (Tıpkı Üçüncü Basım)*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Ekiz, H., E., Köker, E. N. (2012). Destinasyon Tatmininin Belirleyicileri: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ni Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Algılamaları. *Global Medya Journal Turkish*, 2 (4), ss.45-63.
- Frimpong-Owusu, N., Nwankwo, S., Blankson, C., Tarnanidis, T. (2013). The effect of Service Quality and Satisfaction on Destination Attractiveness of Sub-Saharan African Countries: The Case of Ghana. *Current Issues in Tourism*, 16 (7-8), pp.627-646.
- Giritlioğlu, İ. (2012). Yiyecek İçecek Bölümlerinde İş görenlerin ve Müşterilerin Hizmet Kalitesi Beklentileri ve Algıları: Termal Otellerde Bir Araştırma. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir.
- Hau C., T., Omar, K. (2014). The Impact of Service Quality on Tourist Satisfaction: The Case Study of Rantau Abang Beach as a Turtle Sanctuary Destination. *Mediterranean Journal of Social Science*, 5 (23), pp.1827-1832.
- İlban, O. M. (2008). Seyahat Acenta Yöneticilerinin Destinasyon Marka İmajı Algıları Üzerine Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 8 (1), pp.121-152.
- İpar, S., Doğan, M. (2013). Destinasyonun Turist Açısından Önem-Memnuniyet Modeli ile Değerlendirilmesi: Edremit Üzerine Bir Uygulama. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (13), ss.129- 154.
- Koç, Eylül Dilara. (2017). *Destinasyon Performansının Ziyaretçi Memnuniyeti ve Geleceğe Yönelik Ziyaretçi Davranışı Üzerine Etkisi: Kapadokya Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Kozak, M., Rimmington, M. (2000). Tourist Satisfaction With Mallorca, Spain, as an Off-Season Holiday Destination. *Journal of Travel Research*, 38, pp.260- 269.
- Kozak, M. (2001). Comparative Assessment of Tourist Satisfaction with Destinations Across Two Nationalities. *Tourism Management*, 22 (4), pp.391-401.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2017). *Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü-Konaklama İstatistikleri*. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-201120/konaklama-istatistikleri.html>; Erişim Tarihi: 28 Kasım 2017.

- Kwok, Y. S., Jusoh, A., and Khalifah, Z. (2016). The Influence of Service Quality on Satisfaction: Does Gender Really Matter?. *Intangible Capital*, 12 (2), pp. 444- 461.
- Marin, A. J., Teberner, G. J. (2013). "Satisfaction and Dissatisfaction with Destination Attributes: Influence on Overall Satisfaction and the Intention to Return". <http://www.esade.edu/cedit/pdfs/papers/pdf6.pdf>, Erişim Tarihi: 12.11.2017.
- Moutinho, L., Albayrak, T., Caber, M. (2012). How Far Does Overall Service Quality of A Destination Affect Customers' Post-Purchase Behaviours?. *International Journal of Tourism Research*, 14 (4), pp.307-322.
- Murphy, P., Pritchard, M., Smith, B. (2000). The Destination Product and Its Impact on Traveller Perceptions. *Tourism Management*, 21 (1), pp.43-52.
- Nevşehir İl Kùltür ve Turizm Mùdùrlùğü. (2017). *Turistik Ziyaretçi İstatistikleri*. <http://www.nevsehirkulturturizm.gov.tr/>; Erişim Tarihi: 28 Kasım 2017.
- Özdemir, G. (2008). *Destinasyon Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Öztürk, B. A. (2004). *Kızkalesi Yöresinde Tatilini Geçiren Turistlerin Memnuniyetlerini Etkileyen Faktörler*. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A. V., Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, pp.41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A. V., and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple- Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), pp.12- 40.
- Paunovic, I. (2014). Satisfaction of Tourists in Serbia, Destination Image, Loyalty and DMO Service Quality. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 5, pp.163-181.
- Pizam, A., Ellis, T. (1999). Customer Satisfaction and Its Measurement In Hospitality Enterprises. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11 (7), pp.326- 339.
- Rajaratnam, D. S., Munikrishnan, T. U., Sharif, P. S., Nair, V. (2014). Service Quality and Previous Experience as a Moderator in Determining Tourists' Satisfaction With Rural Tourism Destinations in Malaysia: A Partial Least Squares Approach. *Procedia: Social and Behavioral Science*, 144, pp.203-211.
- Saez-Albacete, A. C., Fuentes-Fuentes, M. M., Montes-Llorens, F. J. (2007). Service Quality Measurement in Rural Accommodation. *Annals of Tourism Research*, 34 (1), pp.45-65.
- Seçilmiş, C. (2012). Termal Turizm Destinasyonlarından Duyulan Memnuniyet Düzeyinin Tekrar Ziyaret Niyetine Etkisi: "Sakarılıca Örneği". *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (39), ss.231-250.
- Tinsley, R., Lynch, P. (2001). Small Tourism Business Networks and Destination Development. *International Journal of Hospitality Management*, 20 (4), pp.367-378.
- Tiusanen, Pia. (2017). *Virtual Reality in Destination Marketing*. Master's Thesis, Haaga-Helia University of Applied Sciences, Finland.
- Ural, A., Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel Araştırma Sürecine SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Vetitnev, A., Romonova, G., Matushenko, N., Kvetnadze, E. (2014). Factors Affecting Domestic Tourists' Destination Satisfaction: The Case of Russia Resorts. *World Applied Science Journal*, 22 (8), pp.1162- 1173.
- Wang, X., Leou, H. C., and Li, J. (2016). A Study of Tourism Satisfaction and Destination Image for Leisure Travelers Who Use Macau Low-Cost Carriers. *International Journal of Business Administration*, 7 (5), pp.1- 8.
- Yoon, Y., Uysal, M. (2005). An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: An Structural Model. *Tourism Management*, 26 (1), pp.45- 56.
- Yu, H., Alvin, M. D., Chick, G. (2005). Service Quality in Tourism: A Case Study of the 2001 Study Tour of Taiwan. *Proceeding of the 2005 Northeastern Recreation Research Symposium Book* (318-325). New York: Bolton Landing.
- Yüksel, A. (2001). Managing Customer Satisfaction and Retention: A Case of Tourist Destinations, Turkey. *Journal of Vacation Journal*, 7 (2), pp.153-168.



Nevşehir Hacı Bektaş Veli
University Faculty of Economics
and Administrative Sciences

I. İ. İ. F.

Kapadokya Akademik Bakış 2(2): 141–165

<http://dergipark.gov.tr/car>

Başvuru: 30/08/2018

Kabul: 15/01/2019

Kapadokya Akademik Bakış

CAR-CAPPADOCIA ACADEMIC REVIEW

LIFE INSURANCE DEMAND IN BOSNIA AND HERZEGOVINA: STATISTICAL ANALYSIS

Elma SATROVIC*

Abstract

The focus of this research is to examine the impact of socio-demographic determinants and income on demand for life insurance in Bosnia and Herzegovina (B&H). Proxy variable of life insurance demand is the annual life insurance premium per capita in B&H. Socio-demographic determinants that are analyzed are: gender, marital status, educational level, age, employment status and number of family members. Questionnaire consists of 13 questions. Number of respondents after eliminating missing data is 120. Since the distribution of dependent variable deviates from normal, non-parametric tests are considered appropriate. Seven hypotheses are tested. Results indicate that annual life insurance premium per capita in B&H does not depend on gender and there are significant differences between married and single respondents in life insurance premium that they pay on annual basis. Results also show that the increase in income increases the life insurance demand and the significant impact of educational level. As a concluding remark actuaries and life insurance companies should pay much attention to: marital status, educational level and income while creating life insurance policies. Hence, this research can serve as a useful insight for actuaries to easily charge life insurance products and to support life insurance development strategy in B&H.

Keywords: actuaries, life insurance demand, non-parametric tests, socio-demographic determinants

JEL classification: G22, C12, C21

* Assist. Prof., Çağ University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, e-mail: elmasatrovic@cag.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-8000-5543

Introduction and literature review

A large number of research papers empirically investigate the impact of various determinants on the demand for life insurance. This is due to the fact that life insurance companies play a significant role in the financial systems (Satrovic, 2018; Satrovic and Muslija, 2018). Additionally, well developed financial system can play a significant role in the economic growth of the country (Satrovic, 2017).

The papers to date treating determinants of life insurance development are in general based on secondary data and have conducted macroeconomic analysis of determinant's impacts on life insurance demand (Beck and Webb 2003; Nesterova 2008; Sen 2008; Haiss and Sümegi 2006; Çelik and Kayali 2009; Munir et al. 2012). These papers do not analyze attitudes of customers towards life insurance, their perception of life insurance products and its benefits; do not take into account social differences among customers in observed geographic area. Therefore the need for collecting primary data, in order to analyze previously mentioned aspects, arose. This motivates author to conduct survey in Bosnia and Herzegovina (B&H). Total number of respondents is 120.

The research problem is insufficiently explored impact of determinants on demand for life insurance in B&H. Due to this issue, actuaries face problems in setting prices of life insurance products. In addition, insufficiently explored impact of various determinants on life insurance demand complicates the creation of life insurance development strategy in B&H. The aim of this research is to explore the impact of socio-demographic determinants and income on demand for life insurance in order to help actuaries to set prices of life insurance products and to support the creation of life insurance development strategy in B&H. Proxy variable of life insurance demand is the life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis.

Determinants of life insurance demand have been explored quite intensively in research to date. Sarkodie and Yusif (2015) have analyzed this link in the case of Ghana. The most important determinants of life insurance are found to be income, the level of education, the employment status as well as the number of dependents. Income is also recognized as an important determinant of life insurance demand by Hammond (1969) and Berekson (1972). In addition, Celik and Kayali (2009) have recognized the income as a central determinant of life insurance demand in a sample of 31 countries as well as Zerriaa et al. (2017) in the case of Tunis. Andelinovic et al. (2016) have analyzed these determinants in the case of EU member states. Gross domestic product is found to be the most important determinant of life insurance demand. These authors have also advocated the importance of the development of financial sector. The importance of financial sector is also recognized by Outreville (1996), Ward and Zurbruegg (2002) and Zerriaa and Noubbigh (2016).

Ćurak et al. (2013); Mahdzan and Victorian (2013); Liebenberg et al. (2010); Jain and Talach (2012); Negi and Singh (2012); Dash and Sood (2013) and Chun et al. (2013) emphasize that most important socio-demographic determinants of life insurance demand are: gender, marital status, number of family members, age, educational level and employment status. The survey created for the purpose of this research is based on aforementioned papers and includes income as

additional determinant of life insurance demand. Questionnaire consists of 13 questions. The definition of variables is given in Appendix 1. Research is conducted in May, 2016.

Data and methodology

Seven hypotheses are tested. This part of paper summarizes hypotheses together with methods used to test hypotheses.

H₁: Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis depends on gender.

- Dependent variable is: Life insurance premium in BAM that B&H citizens pay on annual basis (CO3). Code in parenthesis indicates assigned question to this variable.
- Independent variable is: Gender (BI1). Code in parenthesis indicates assigned question to this variable.

Before selecting appropriate method, it is necessary to test the distribution of dependent variable. If CO3 is normally distributed two methods are recommended: Two-sample t test and linear regression, otherwise Mann-Whitney U test will be selected.

H₂: Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis depends on marital status.

- Dependent variable is: Life insurance premium in BAM that B&H citizens pay on annual basis (CO3).
- Independent variable is: Marital status (CA1).

Before selecting appropriate method, it is necessary to test the distribution of dependent variable. If CO3 is normally distributed two methods are recommended taking into account the type of independent variable: One-way ANOVA and linear regression, otherwise Kruskal-Wallis test will be selected.

H₃: There is significant positive relationship between life insurance premium in BAM that B&H citizens pay on annual basis and the level of their annual income.

- Dependent variable is: Life insurance premium in BAM that B&H citizens pay on annual basis (CO).
- Independent variable is: The level of B&H citizen's annual income in BAM (CO2).

Regardless of the distribution of dependent variable, this combination of variables enables the use of linear regression. This is why linear regression will be used in this case.

H₄: There is significant relationship between respondent's attitudes towards life insurance development and educational level.

- Dependent variable is: Life insurance is developed in B&H (PER1).
- Independent variable is: Educational level (OR1).

Linear regression will be used in this case.

H₅: Attitudes towards life insurance products in B&H depend on age.

- Dependent variables are: Life insurance products in B&H appropriately satisfy customer's needs (PER2), Life insurance products in B&H are attractive (PER3), Life insurance products in B&H offer various benefits (PER4).
- Independent variable is: Age (CA3).

Before selecting appropriate method, it is necessary to test the distribution of dependent variables. If they are normally distributed two methods are recommended: One-way ANOVA and linear regression, otherwise Kruskal-Wallis test will be selected. In addition, here will be tested is there possibility to create aggregate life insurance products attitude variable. In the case it is possible, H₅ will be tested again by adding new dependent variable.

H₆: Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis depends on employment status.

- Dependent variable is: Life insurance premium in BAM that B&H citizens pay on annual basis (CO3).
- Independent variable is: Employment status (BI2).

Before selecting appropriate method, it is necessary to test the distribution of dependent variable. If CO3 is normally distributed two methods are recommended: Two-sample t test and linear regression, otherwise Mann-Whitney U test will be selected.

H₇: Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis depends on the number of family members.

- Dependent variable is: Life insurance premium in BAM that B&H citizens pay on annual basis (CO3).
- Independent variable is: Number of family members (CA2).

Before selecting appropriate method, it is necessary to test the distribution of dependent variable. If CO3 is normally distributed two methods are recommended: One-way ANOVA and linear regression, otherwise Kruskal-Wallis test will be selected.

Results of the research

H₁: Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis depends on gender.

Initially, this hypothesis is tested by calculating descriptive statistics. Obtained results in software SPSS are as follows (table 1):

Table 11: Descriptive statistics for H₁

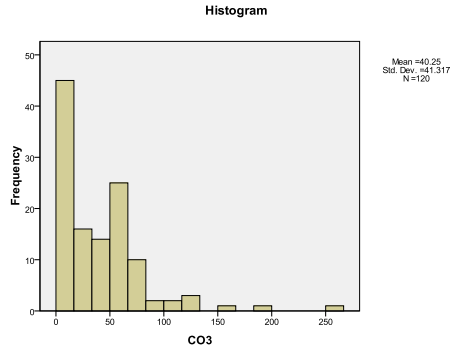
	Gender		Mean	Std. Deviation
Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis	Male	1	6.98	36.06
	Female	9	3.63	46.21

The results in table 1 indicate that average amount of life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis differs between male (36.98 BAM) and female respondents (43.63 BAM). In order to analyze is this difference significant, recommended tests are: Two-sample t test and linear regression in the case when dependent variable is normally distributed, otherwise Mann-Whitney U test will be selected.

Next step in this analysis is to test is dependent variable normally distributed. Formal and informal tests are conducted. Informally, the assumption of normality is tested using histogram. Based on histogram (graph 1), the assumption on normal distribution would be rejected. This distribution appears to be right-skewed:

Graph 1: The distribution of dependent variable in H₁

1 Source: Author's calculations (applicable to all tables and graphs).



Formally, the assumption of normality is tested using: Kolmogorov-Smirnov and Shapiro-Wilk tests. Obtained results are as follows:

Table 2: Tests of normality, dependent variable in H₁

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis	0.165	120	0.000	0.813	120	0.000

Test statistics in both cases are significant (p values below 0.05). Based on this result (table 2) the null hypothesis that dependent variable in H₁ is normally distributed is rejected. This is why H₁ will be tested using Mann-Whitney U test.

Table 3: Mann-Whitney U test - H₁

	Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis
Mann-Whitney U	1669.00
Wilcoxon W	3560.00
Z	-0.689
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.491

Grouping Variable: Gender

Mann-Whitney U test (table 3) shows there is no significant difference between male and female respondents in the amount of life insurance premium that they pay on annual basis (p value = 0.491) which gives answer to the question mentioned with table 1. The hypothesis: *Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis depends on gender* is rejected. The obtained result is in accordance with: Ćurak et al. (2013); Jain and Talach (2012); Dash and Sood (2013) and Chun et al. (2013).

H₂: Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis depends on marital status.

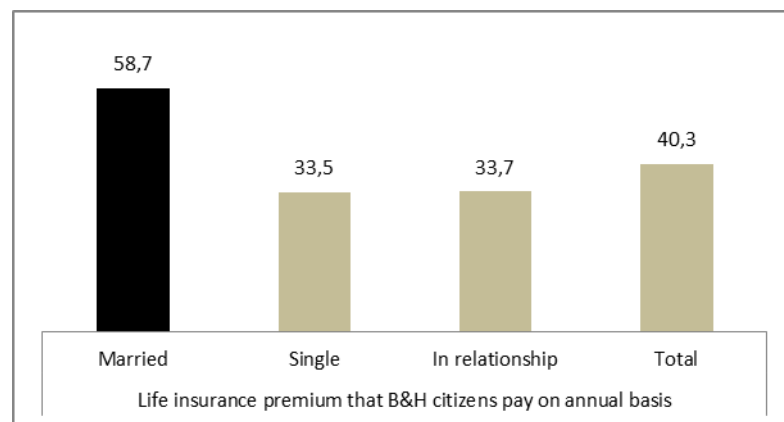
Descriptive statistics (table 4) represents the amount of life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis depending on marital status. It can be seen that married respondents pay on average higher life insurance premium comparing to single or in relationship respondents (graph 2 – black bar). In relationship respondents pay annually, on average, higher life insurance premium comparing to single ones.

Table 4: Descriptive statistics for H₂ – CO3 dependent variable

		N	Mean	Std. Deviation
Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis	Married	32	58.66	56.77
	Single	58	33.47	34.30
	In relationship	30	33.73	27.15
	Total	120	40.25	41.32

Graph 2 represents average values of life insurance premium that B&H citizens pay annually depending on marital status:

Graph 2: Average values of dependent variable (in BAM) depending on marital status – H₂



Since the dependent variable is continuous which is not normally distributed, there is a need to test are these differences between marital status groups significant by applying Kruskal-Wallis and Mann-Whitney U tests. Kruskal-Wallis test results are as follows:

Table 5: Kruskal-Wallis test of H₂ – Grouping variable (marital status)

CO3	
Chi-Square	5.666
df	2
p value	0.059***

Note: *** significant at 10%

Table 5 indicates there is significant difference between marital status groups in life insurance premium that they pay on annual basis. The hypothesis: *Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis depends on marital status* can't be rejected at 10% significance level (p value = 0.059). Mann-Whitney U test (table 6) indicates there are significant differences in life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis only between married and single respondents at 5% significance level (p value = 0.019).

Table 6: Mann-Whitney U test of H₂ – CO3 dependent variable

		Mann-Whitney U	Sig.
Married	Single	651.00	0.019**
	In relationship	365.00	0.104
Single	Married	651.00	0.019**
	In relationship	820.50	0.660
In relationship	Married	365.00	0.104
	Single	820.50	0.660

Note: ** significant at 5% level

H₃: There is significant positive relationship between life insurance premium in BAM that B&H citizens pay on annual basis and the level of their annual income.

Regardless of the distribution of dependent variable, linear regression can be used when dependent and independent variables are continuous. This is why this hypothesis is initially tested using ordinary least squared estimator (OLSE) in software STATA 12. Descriptive statistics indicates that average annual income per capita of respondents equals 8833.53 BAM with standard deviation 4248.62. At the other side average annual life insurance premium per capita in B&H equals 40.25 BAM with standard deviation 41.32. Minimum values show there are respondents who indicate the 0 level of income and those that don't buy life insurance at all. Skewness and Kurtosis measures indicate that distributions of both variables deviate from normal (table 7).

Table 7: Descriptive statistics for H₃ – CO3 dependent variable

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness	Kurtosis
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
CO2	120	0	18317	8833.53	4248.62	0.312	-0.240
CO3	120	0	266	40.25	41.32	2.100	7.714
Valid N	120						

Table 8 summarizes results of linear regression model estimated using OLSE.

Table 8: Ordinary least square estimator (OLSE) - H₃

CO3	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf. Interval]	
CO2	0.003	0.001	3.91	0.000	0.002	0.005
_cons	11.135	8.250	1.35	0.180	-5.201	27.471
Number of obs = 120						
F(1, 118) = 15.31						
Prob > F = 0.0002						
R-squared = 0.1149						
Adj R-squared = 0.1074						
Root MSE = 39.036						

F test indicates that model is significant at 1% level (p value = 0.0002). Variable CO2 has significant positive impact on CO3 (p value = 0.000). *F* test also indicates that variance explained by the model differs from 0. However, the coefficient of determination of 11.5% indicates low explanatory power of the model. 11.5% of variability of CO3 is explained by the model. Before giving interpretation of coefficients, assumptions of linear regression are tested. Jarque-Bera normality test with p value (0.000) below 0.05 indicates that distribution of residuals differs from normal. VIF value of 1.05 indicates no multicollinearity. White's test of homoscedasticity (p value = 0.269) indicates that this assumption is not violated. Since, these data are cross-section, assumptions of no autocorrelation and stationarity can't be rejected. The only assumption that is violated is normal distribution of residuals. It is controlled using Huber/White robust estimator. Obtained results are as follows:

Table 9: Huber/White robust estimator - H₃

CO3	Coef.	Robust Std. Err.	t	P>t	[95% Conf. Interval]	
CO2	0.003	0.001	4.71	0.000	0.002	0.005
_cons	11.135	5.668	1.96	0.052	-0.090	22.360
Number of obs = 120						
F(1, 118) = 22.20						
Prob > F = 0.0000						
R-squared = 0.1149						
Root MSE = 39.036						

Huber/White robust estimator does not change the values of regression coefficients, rather values of standard errors. CO2 has significant impact on CO3 in both cases. The interpretation of regression coefficient is as follows: the increase in annual income per capita by 1 BAM will increase the life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis by 0.003 BAM on average, *ceteris paribus*. Huber/White robust estimator indicates that constant term is significant at 10% level, contrary to OLSE. Significant constant does not have economic meaning. The hypothesis: *There is significant positive relationship between life insurance premium in BAM that B&H citizens pay on annual basis and the level of their annual income* can't be rejected. Obtained results are in accordance with Mahdzan and Victorian (2013), Jain and Talach (2012) and Dash and Sood (2013).

H₄: There is significant relationship between respondent’s attitudes towards life insurance development and educational level.

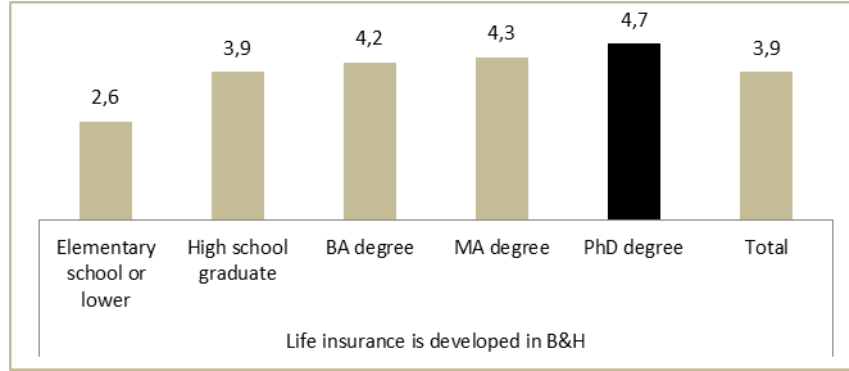
Before conducting linear regression, variables are analyzed using descriptive statistics that indicates attitude towards the life insurance development depending on educational level. Results are presented in table 10. It can be seen that the strength of positive attitude towards life insurance development in B&H increases with educational level. PhD degree respondents on average have stronger positive attitude regarding development of life insurance in B&H comparing to other educational level groups (graph 3 – black bar). The group with second highest positive attitude regarding development of life insurance is MA degree respondents. Respondents with elementary school or lower on average disagree that life insurance is developed in B&H.

Table 10: Descriptive statistics for H₄ – PER1 dependent variable

		N	Mean	Std. Deviation
Life insurance is developed in B&H	Elementary school or lower	21	2.62	0.921
	High school graduate	29	3.93	1.334
	BA degree	32	4.19	0.998
	MA degree	28	4.32	0.819
	PhD degree	10	4.70	0.483
	Total	120	3.93	1.182

Graph 3 represents average values of attitudes towards life insurance development in B&H depending on educational level:

Graph 3: Average values of dependent variable depending on educational level – H₄



In order to test is there significant relationship between variables in H_4 , OLSE is used in initial stage (table 11):

Table 11: Ordinary least square estimator (OLSE) – H_4

PER1	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf. Interval]	
OR1	0.460	0.079	5.85	0.000	0.304	0.616
_cons	2.632	0.241	10.94	0.000	2.156	3.109
Number of obs = 120						
F(1, 118) = 34.24						
Prob > F = 0.0000						
R-squared = 0.2249						
Adj R-squared = 0.2183						
Root MSE = 1.0452						

F test indicates that model is significant at 1% level (p value = 0.000). Variable OR1 has significant impact on PER1 (p value = 0.000). F test also indicates that variance explained by model differs from 0. The coefficient of determination of 22.49% indicates that OR1 explains 22.49% variability of PER1. Before giving interpretation of coefficients, assumptions of linear regression are tested. Jarque-Bera normality test with p value 0.045 indicates that distribution of residuals differs from normal. VIF value of 1.00 indicates no multicollinearity. White's test of homoscedasticity (p value = 0.0066) indicates that this assumption is violated. Since, these data are cross-section, assumptions of no autocorrelation and stationarity can't be rejected. The violated assumptions are controlled using Huber/White robust estimator. Obtained results are as follows:

Table 12: Huber/White robust estimator – H₄

PER1	Coef.	Robust Std. Err.	t	P>t	[95% Conf. Interval]	
OR1	0.460	0.069	6.66	0.000	0.323	0.597
_cons	2.632	0.245	10.75	0.000	2.148	3.117
Number of obs = 120						
F(1, 118) = 44.29						
Prob > F = 0.0000						
R-squared = 0.2249						
Root MSE = 1.0452						

Regression coefficient with OR1 indicates that unit increase in variable educational level, increases attitude towards life insurance development by 0.46 on average, ceteris paribus. Significant constant does not have economic meaning. The hypothesis: *There is significant relationship between respondent's attitudes towards life insurance development and educational level* can't be rejected.

H₅: Attitudes towards life insurance products in B&H depend on age.

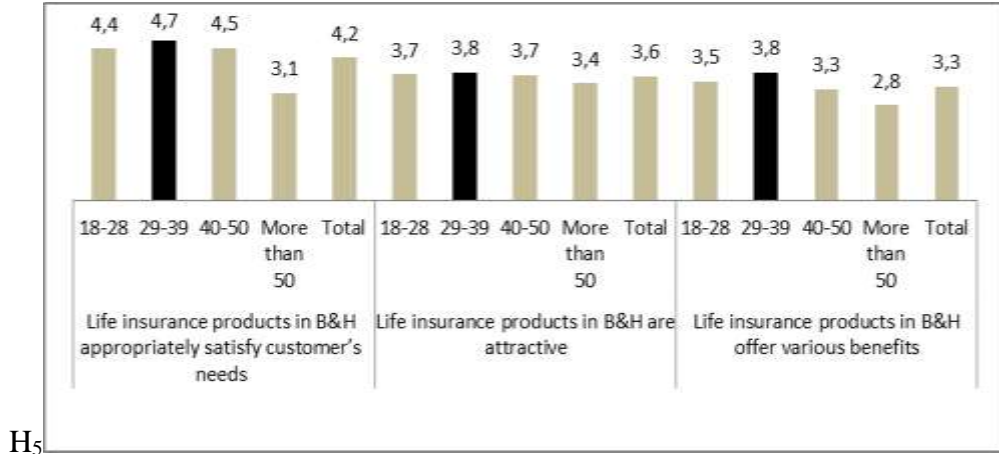
Before conducting appropriate test, variables are analyzed using descriptive statistics that indicates attitude towards the life insurance products depending on age. Results are presented in table 13. It can be seen that the highest positive attitude for question *Life insurance products in B&H appropriately satisfy customer's needs* has 29-39 years old group of respondents (graph 4 – black bar). However, more than 50 years old respondents have the lowest value on average for PER2. The value of 3.14 indicates that mostly they don't have attitude towards PER2. If we are looking at overall average value (4.18) respondents on average agree that *Life insurance products in B&H appropriately satisfy customer's needs*.

For variable *Life insurance products in B&H are attractive* highest average value of attitude has 29-39 years old group of respondents (graph 4 – black bar), while the lowest value have more than 50 years old respondents. Overall average value (3.63) indicates that respondents do not have attitude regarding the variable PER3 depending on age. However, substantial number of respondents agrees that life insurance products in B&H are attractive. The interpretation of variable *Life insurance products in B&H offer various benefits* is similar as in previous cases. However, overall average value of 3.32 indicates that mostly respondents do not have attitude towards variable PER4. In all three cases differences between groups of respondents depending on age exist. In addition, it is tested are these differences significant.

Table 13: Descriptive statistics for H₅

			Mean	Std. Deviation
Life insurance products in B&H appropriately satisfy customer's needs – PER2	18-28	8	4.44	0.769
	29-39	0	4.70	0.571
	40-50	4	4.46	0.588
	More than 50	8	3.14	1.297
	Total	20	4.18	1.037
Life insurance products in B&H are attractive – PER3	18-28	8	3.69	1.151
	29-39	0	3.75	1.209
	40-50	4	3.67	1.341
	More than 50	8	3.43	1.372
	Total	20	3.63	1.243
Life insurance products in B&H offer various benefits – PER3	18-28	8	3.48	1.091
	29-39	0	3.75	1.020
	40-50	4	3.25	1.511
	More than 50	8	2.79	1.449
	Total	20	3.32	1.290

Graph 4: Average values of dependent variables depending on age –



Kolmogorov-Smirnov and Shapiro-Wilk tests indicate that in all 3 cases the assumption of normality is rejected (table 14).

Table 14: Tests of normality, dependent variables in H₅

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
PER2	0.276	120	0.000	0.757	120	0.000
PER3	0.241	120	0.000	0.860	120	0.000
PER4	0.210	120	0.000	0.892	120	0.000

This is why, Kruskal-Wallis test is used in this case. Contrary to the conclusion based on descriptive statistics, Kruskal-Wallis test (table 15) indicates there are significant differences only for variable *Life insurance products in B&H appropriately satisfy customer's needs* depending on age at 1% level (p value = 0.000). Based on these results, there is uncertain conclusion regarding the rejection of hypothesis: *Attitudes towards life insurance products in B&H depend on age*. Further analysis is required only for variable PER2.

Table 15: Kruskal-Wallis test of H₅ – Grouping variable (age)

	PER2	PER3	PER4
Chi-Square	29.425	0.803	6.057
df	3	3	3
p value	0.000*	0.849	0.109

Note: * significant at 1%

Table 16: Mann-Whitney U test of H₅ – PER2 dependent variable

		Mann-Whitney U	Sig.
18-28	29-39	389.50	0.155
	40-50	554.50	0.772
	More than 50	285.00	0.000*
29-39	18-28	389.50	0.155
	40-50	183.50	0.119
	More than 50	86.50	0.000*
40-50	18-28	554.50	0.772
	29-39	183.50	0.119
	More than 50	138.50	0.000*
More than 50	18-28	285.00	0.000*
	29-39	86.50	0.000*
	40-50	138.50	0.000*

Note: * significant at 1% level

Table 16 indicates there is significant difference for variable PER2 depending on age between following groups of respondents:

- 18-28 years old and more than 50 years old at 1% level (p value = 0.000)
- 29-39 years old and more than 50 years old at 1% level (p value = 0.000)
- 40-50 years old and more than 50 years old at 1% level (p value = 0.000).

Contrary to other groups, more than 50 years old respondents on average do not have attitude towards the variable *Life insurance products in B&H appropriately satisfy customer's needs*. In addition it will be tested is there possibility to create aggregate life insurance products attitude variable. In case it is possible, H_5 will be tested again by adding new aggregate dependent variable. Cronbach's Alpha reliability statistics (table 17) indicates the marginal acceptance of aggregate life insurance products attitude variable (0.663).

Table 17: Cronbach's Alpha reliability statistics for life insurance products attitude variables

Cronbach's Alpha	N of Items
0.663	3

Kruskal-Wallis test (table 18) indicates there are significant differences between age groups for the aggregate variable at 1% level (p value = 0.004). This is why further analysis is required.

Table 18: Kruskal-Wallis test of H_5 – Grouping variable (age)

	PER2	PER3	PER4	AVG_PERC
Chi-Square	29.425	0.803	6.057	13.163
df	3	3	3	3
p value	0.000*	0.849	0.109	0.004*

Note: * significant at 1%

The differences among groups are tested using Mann-Whitney U test. Results are as follows:

Table 19: Mann-Whitney U test of H₅ – AVG_PERC dependent variable

		Mann-Whitney U	Sig.
18-28	29-39	410.50	0.344
	40-50	563.00	0.875
	More than 50	386.00	0.002*
29-39	18-28	410.50	0.344
	40-50	202.50	0.373
	More than 50	129.50	0.002*
40-50	18-28	563.00	0.875
	29-39	202.50	0.373
	More than 50	215.50	0.026**
More than 50	18-28	386.00	0.002*
	29-39	129.50	0.002*
	40-50	215.50	0.026**

Note: * significant at 1% level; ** 5%

The obtained conclusions are the same as in the case of variable PER2. The only significant difference is between groups 40-50 and more than 50.

H₆: Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis depends on employment status.

Initially, this hypothesis is tested calculating descriptive statistics. The obtained results in software SPSS are as follows (table 20):

Table 20: Descriptive statistics for H₆

	Employment status		Mean	Std. Deviation
Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis	Employed	9	5.61	50.542
	Unemployed	1	6.55	33.413

The results in table 20 indicate that life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis, on average, differs between employed (45.61 BAM) and unemployed respondents (36.55 BAM). So, on average employed respondents pay higher annual premium of life insurance comparing to unemployed.

It is proved previously that dependent variable violates assumption of normal distribution. This is why Mann-Whitney U test is used in this case to test are differences in life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis between employed and unemployed respondents significant (table 21).

Table 21: Mann-Whitney U test – H₆

	Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis
Mann-Whitney U	1623.50
Wilcoxon W	4179.50
Z	-0.623
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.533

Grouping Variable: Employment status

Mann-Whitney U test shows there is no significant difference between employed and unemployed respondents in B&H in the level of life insurance premium that they pay on annual basis (p value = 0.533). The hypothesis: *Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis depends on employment status* is rejected. These results are contrary to results obtained in: Ćurak et al. (2013); Liebenberg et al. (2010); Jain and Talach (2012) and Dash and Sood (2013).

H₇: Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis depends on the number of family members.

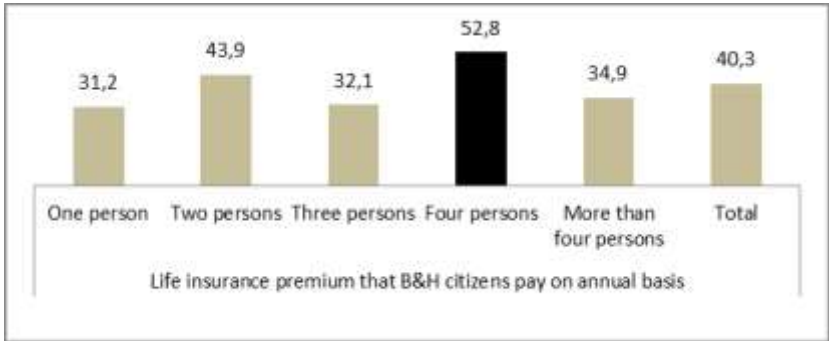
Descriptive statistics (table 22) represents average life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis depending on number of family members. It can be seen that families with four members pay on average higher life insurance premium (in BAM) comparing to other groups (graph 5 – black bar). Families with two members pay on average higher annual life insurance premium comparing to one, three and more than four members families. The lowest annual life insurance premiums pay families with one member.

Table 22: Descriptive statistics for H₇ – CO3 dependent variable

	N	Mean	Std. Deviation
One person	21	31.24	29.797
Two persons	38	43.87	49.016
Three persons	12	32.08	27.315
Four persons	23	52.78	50.889
More than four	26	34.92	30.958
Total	120	40.25	41.317

Graph 5 represents average values of life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis depending on number of family members:

Graph 5: Average values of dependent variable depending on number of family members – H₇



Since the dependent variable is continuous which is not normally distributed, there is a need to test are these differences significant by applying Kruskal-Wallis and Mann-Whitney U tests. Kruskal-Wallis test results are as follows:

Table 23: Kruskal-Wallis test of H₇ – Grouping variable (number of family members)

	CO3
Chi-Square	2.936
df	4
p value	0.569

Table 23 indicates there is no significant difference in life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis depending on number of family members (p value = 0.569). The hypothesis: *Life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis depends on the number of family members* is rejected. There is no need to conduct Mann-Whitney U test. The obtained result is in accordance with Dash and Sood (2013).

Conclusion

This research provides the empirical evidence on the determinants of life insurance demand in Bosnia and Herzegovina. Socio-demographic determinants that are analyzed are: gender, marital status, educational level, age, employment status and number of family members. In addition, the impact of income is also analyzed. Proxy variable of life insurance demand is the life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis. Total number of respondents is 120. There were no missing data, so each questionnaire is used in hypotheses testing. Before selecting appropriate method for testing hypotheses, the distribution of dependent variable is tested. Central limit theorem indicates that even when a population is not normally distributed, the distribution of the “sample means” will be normally distributed when the sample size is 50 or more, and enables application of parametric tests. However, the combination of variables used in this analysis indicates that in case when distribution of dependent variable deviates from normal, better solution is to use non-parametric tests.

Obtained results indicate that life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis does not depend on gender. The test of second hypothesis indicates there are significant differences between married and single respondents in life insurance premium that they pay on annual basis. There are no significant differences among other groups. Results also show that the increase in income increases the life insurance premium that B&H citizens pay on annual basis. The test of fourth hypothesis indicates there is a significant relationship between respondent’s attitudes towards life insurance development and educational level.

Further, analysis shows the uncertain conclusion regarding the rejection of hypothesis: *Attitudes towards life insurance products in B&H depend on age*. Other two hypotheses indicate that employment status and number of family members do not have significant impact on life insurance demand. Hence, actuaries and life insurance companies should pay much attention to: marital status, educational level and income when creating life insurance policies. Taking into account the fact that life insurance sector is not well researched in the case of Bosnia and

Herzegovina this paper can serve as a useful insight for life insurance companies. Besides that, these results can serve as a benchmark for policy makers while creating the development strategies of financial sector. However, to the best of our knowledge, this is the first paper treating the determinants of life insurance in Bosnia and Herzegovina by employing the suggested methodology. Thus, the recommendation for future research is to conduct one more survey by increasing the sample size and to test for the validity of the results of the present paper. In addition, this research can be extended by employing structural equation modeling and thus providing more informative results.

References

- 1- Andelinovic, M., Misevid, P. and Pavkovic, A. (2016). Determinants of Life Insurance Demand in New EU Member States: Panel Data Analysis. *Notitia*, Vol. 2 (2), pp. 1-12.
- 2- Beck, T. and Webb, I. (2002). Economic, Demographic, and Institutional Determinants of Life Insurance Consumption across Countries. *The World Bank Economic Review*, Vol. 17(1), pp. 51-87.
- 3- Berekson, L.L. (1972). Birth Order, Anxiety, Affiliation and the Purchase of Life Insurance. *The Journal of Risk and Insurance*, Vol. 39, pp. 93-108.
- 4- Çelik, S. and Kayali, M. (2009). Determinants of Demand for Life Insurance in European Countries. *Problems and Perspectives in Management*, Vol. 7(3), pp. 32-37.
- 5- Chun, C., Chuo, L., Mei, T. i Teng, W. (2013). Determinant of Life Insurance Consumption among University Tunku Abdul Rahman Staffs in Perak Campus. *Universiti Tunku Abdul Rahman*.
- 6- Ćurak, M., Džaja, I. and Pepur, S. (2013). The Effect of Social and Demographic Factors on Life Insurance Demand in Croatia. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 4(9), pp. 65-72.
- 7- Dash, G. and Sood, T. (2013). Why Should One Invest in a Life Insurance Product? An Empirical Study. *International Journal of Arts, Science & Commerce*, Vol. 4(1), pp. 36-45.
- 8- Haiss, P. and Sumegi, K. (2006). The Relationship of Insurance and Economic Growth - A Theoretical and Empirical Analysis. *Empirica, Journal of Applied Economics and Economic Policy*, Vol. 35(4), pp. 405-431.
- 9- Jain, D. and Talach, K. (2012). A Study of Factors Influencing Consumer Choice of Life Insurance Products. *International Journals of Multidisciplinary Research Studies*, Vol. 1(2), pp. 11-21.
- 10- Liebenberg, A., Carson, M. and Dumm, R. (2010). A Dynamic Analysis of the Demand for Life Insurance. *American Risk and Insurance Association*, Vol. 79(3), pp. 619-644.
- 11- Mahdzan, N.S. and Victorian, S.M. (2013). The Determinants of Life Insurance Demand: A Focus on Saving Motives and Financial Literacy. *Canadian Center of Science and Education*, Vol. 9(5), pp. 274-284.
- 12- Munir, S., Khan, A. and Jamal, A. (2012). Impacts of Macroeconomic & Demographic Variables on the Demand of Life Insurance: A case study of State Life Insurance Corporation of Pakistan (1973-2010). *University of Management and Technology, Lahore, Pakistan*.
- 13- Negi, D. and Singh, P. (2012). Demographic Analysis of Factors Influencing Purchase of Life Insurance Products in India. *European Journal of Business and Management*, Vol. 4(7), pp. 169-180.
- 14- Nesterova, D. (2008). Determinants of the Demand for Life Insurance: Evidence from Selected CIS and CEE Countries. *National University "Kyiv-Mohyla Academy"*.
- 15- Neumann, S. (1969). Inflation and Saving through Life Insurance. *The Journal of Risk and Insurance*, Vol. 36, pp. 567-582.

- 16- Outreville, J. F. (1996). Life Insurance Markets in Developing Countries. *Journal of Risk and Insurance*, Vol. 63(2), pp. 263-278.
- 17- Satrovic, E. (2018). Merits of Life Insurance, Munich: GRIN Verlag.
- 18- Satrovic, E. (2017). Financial Development and Human Capital in Turkey: ARDL Approach, *Cappadocia Academic Review*, Vol. 1(2), pp. 1-15.
- 19- Satrovic, E. and Muslija, A. (2018). Economic and Demographic Determinants of the Demand for Life Insurance: Multivariate Analysis, *Journal of Management and Economics Research*, Vol. 16, pp. 102-115.
- 20- Sarkodiem E.E. and Yusif, H.M. (2015). Determinants of Life Insurance Demand, Consumer Perspective - A Case Study of Ayeduase-Kumasi Community, Ghana. *Business and Economics Journal*, Vol. 6(3).
- 21- Sen, S. (2008). Insurance in India: Determinants of Growth and the Case of Climate Change. *TERI University*.
- 22- Ward, D., Zurbruegg, R. (2000). Does Insurance Promote Economic Growth? Evidence from OECD Countries. *Journal of Risk and Insurance*, 67 (4), pp. 489-506.
- 23- Zerriaa, M. and Noubbigh, H. (2016.) Determinants of Life Insurance Demand in the MENA Region. *The Geneva Papers on Risk and Insurance - Issues and Practice*, Vol. 41(3), pp. 491-511.
- 24- Zerriaa, M., Amiri, M. M., Noubbigh, H., and Naoui, K. (2017). Determinants of Life Insurance Demand in Tunisia. *African Development Review*, Vol. 29(1), pp. 69-80.

Appendix 1 –
Definition of variables

a) **CATEGORICAL VARIABLES**

Code	Question	Type of question
CA1	1. Marital status:	Multiple choice question, choose one of the answers
	1- Married	
	2- Single	
CA2	3- In relationship	Multiple choice question, choose one of the answers
	2. Number of family members:	
	1- One person	
	2- Two persons	
	3- Three persons	
CA3	4- Four persons	Multiple choice question, choose one of the answers
	5- More than four persons	
	3. Age:	
	1- 18-28	
	2- 29-39	
	3- 40-50	
	4- More than 50	

b) **BINARY VARIABLES**

Code	Question	Type of question
BI1	4. Gender:	Dichotomous
	1- Male	
BI2	2- Female	Dichotomous
	5. Employment status:	
BI3	1- Employed	Dichotomous
	2- Unemployed	
	Do you currently own a life insurance policy?	
	1- Yes	
	2- No	

c) **CONTINUOUS VARIABLES**

Code	Question	Type of question
CO2	Please indicate the level of your annual income in BAM.	Open
CO3	Please indicate the life insurance premium in BAM that you pay on annual basis.	Open

d) **ORDINAL VARIABLES**

Code	Question	Type of question
OR1	6. Educational level:	Multiple choice question, choose one of the answers
	1- Elementary school education or lower	
	2- High school graduate	
	3- BA degree	
	4- MA degree	
5- PhD degree.		

Please choose one of the numbers from 1 to 5 which indicates to what extent you agree with the following statements.

[1 – strongly disagree, 2 – disagree, 3 – no attitude, 4 – agree, 5 – strongly agree]

Life insurance development in B&H

Code	Question	Strongly disagree	Disagree	No attitude	Agree	Strongly agree
PER1	Life insurance is developed in B&H.	1	2	3	4	5

Life insurance products in B&H

Code	Question	Strongly disagree	Disagree	No attitude	Agree	Strongly agree
PER2	Life insurance products in B&H appropriately satisfy customer's needs.	1	2	3	4	5
PER3	Life insurance products in B&H are attractive.	1	2	3	4	5
PER4	Life insurance products in B&H offer various benefits.	1	2	3	4	5



CHICAGO KONVANSİYONU DOĞRULTUSUNDA GELİŞEN SİVİL HAVACILIK SEKTÖRÜNDE HAVAYOLLARINDA UYGULANAN FİLO PLANLAMA STRATEJİLERİ

Tüzün Tolga İNAN*

Öz

Wright Kardeşlerin 17 Aralık 1903 tarihinde ilk başarılı motorlu uçuş deneyimi ile başlayan Sivil Havacılık Sektörü, 11 Eylül 2001 ikiz kule saldırılarından sonra kısa süreli bir çöküş sürecine girse de düşük maliyetli taşıyıcıların da yaygınlaşmasıyla birlikte her geçen yıl gelişmeye devam etmektedir. İkinci Dünya Savaşının sonrasına kadar sivil havacılığın geliştirilmesi doğrultusunda düzenlemeler yapılmış olsa da sivil havacılık tarihinde gerçekleşen en önemli düzenleme 7 Aralık 1944 tarihinde gerçekleşen Chicago Konvansiyonudur. Chicago Konvansiyonu ile birlikte sivil havacılıkta on sekiz ek yayınlanmış olup, bu eklerin içerisindeki en önemli konulardan bir tanesi hava sahasındaki serbestlik anlayışı olmuştur. Bu anlayış neticesinde sivil havacılık sektörü büyük bir gelişim trendine girmiş ve bu gelişim trendi ile beraber bayrak taşıyıcı havayolları dışında birçok özel havayolu kurulmuştur. Birçok havayolunun sektörde yer alması ile rekabet stratejileri farklılaşmış ve havayolları tarafından başarılı olabilmek için birbirinden farklı birçok strateji uygulanmaya başlanmıştır. Bu stratejilerinin en önemlilerinden biri de çalışmamızda Chicago Konvansiyonunun sivil havacılık sektörüne kazandırdıkları ile birlikte incelediğimiz havayollarında filo planlaması kavramının incelenmesidir.

Anahtar Kelimeler: *Chicago Konvansiyonu, Çok Ölçütlü Karar Verme, Bulanık Analitik Hiyerarşi Süreci, Logaritmik Bulanık Tercih Programlama, Değerlendirme ve Karar Ortamlarını Kısıtlamaya Yönelik Yeni Yaklaşım.*

FLEET PLANNING STRATEGIES IMPLEMENTED FOR DEVELOPING CIVIL AVIATION SECTOR BY DIRECTION OF CHICAGO CONVENTION

Abstract

The Civil Aviation Sector which began on 17 December 1903 with the first successful motor flight experience of the Wright Brothers has continued to evolve in last years with developing of low cost carriers despite a short term collapse after the 11 September 2001 attacks. Although the regulations for development of civil aviation sector have been made end of the Second World War, the most important arrangement in history of civil aviation is Chicago Convention which took place on 7 December 1944. Eighteen annexes have been published in civil aviation together with the Chicago Convention and one of the most important aspects of

* Dr. Öğr. Gör., Gelişim Üniversitesi, e-posta: tinan@gelisim.edu.tr, ORCID Code: 0000-0002-5937-9217

these annexes is comprehension of freedom in the air. As a result of this comprehension civil aviation has entered into a great development trend and with this development trend, many private airlines have been established besides flag carrier airlines. With many airlines have taken part in the industry, competition strategies have differentiated and many strategies have been implemented by airlines to be successful. In this article it is examined one of the most important of these strategies is fleet planning issue in airlines with the redounding of Chicago Convention for civil aviation sector.

Key Words: *Chicago Convention, Multi Criteria Decision Making, Fuzzy Analytic Hierarchy Process, Logarithmic Fuzzy Preference Programming, Novel Approach to Imprecise Assessment and Decision Environments.*

Giriş

Uluslararası sivil havacılığın serbestleştirilmesi ihtiyacı üzerine yapılan tartışmalar yeni değildir. Uluslararası sivil havacılık düzenlemesi, Chicago Sözleşmesi imzalanmadan önce de tartışılan bir konudur. Chicago Sözleşmesinin altıncı maddesi hükümleri ile hava taşımacılığında operasyonun nasıl yapılacağı ile ilgili prosedürler anlaşmasının imzalanması hususunda etkili olmuş olup, geçmişte havayolları ve hava sahaları ile ilgili kısıtlamalar doğrultusunda Chicago Sözleşmesinin tamamlanması hızlandırılmıştır. Ancak ilgili konudaki anlaşmazlıklar yıllar boyunca devam etmiş ve uluslararası sivil havacılığın düzenleyici değişikliğinin özellikle ulusal düzeyde yönlendirilmiş olmasına sebep olmuştur (Dempsey, 2008).

Chicago Konvansiyonu, değişime karşı olan direnci yıkmıştır. Her ne kadar sivil havacılık sektörüne yıllar boyunca iyi hizmet edilmiş olsa da, sektörde birincil öncelikte yer alan emniyet kavramındaki sorunların büyük kısmı ancak Chicago Konvansiyonu ile giderilebilmiştir. Chicago Konvansiyonu istisnai bir emniyet ve güvenlik seviyesine ulaşırken, sivil havacılık sektörünü birçok teknelci pazarlama stratejilerinden ve baskın konumdaki yaptırımlardan korumuştur. Aynı zamanda ilgili konvansiyon ile uluslararası hava ulaştırma hizmetlerinde büyük problem olan rekabette eşitlik kavramının uygulamaya geçmesi amaçlanmıştır. Chicago Konvansiyonu bu kapsam altında "dünya halklarının güvenli, düzenli, verimli ve ekonomik hava taşımacılığı için ihtiyaçlarını karşılamının" bir ihtiyacı olarak nitelendirmiştir. Chicago Konvansiyonunun imzalanmasından yedi yıl sonra çok farklı jeopolitik, sosyal ve ekonomik alanlar ortaya çıkmıştır. Başta internetin kullanımının yaygınlaşması sonrasında yaşanan teknolojik gelişmeler, globalleşme kavramını başlatan önemli değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Doğal olarak globalleşen dünya görüşünün kozmopolit olduğunu düşünürsek, rekabette globalleşmenin koşulsuz durumlarda yapılmasının gerektiğini ortaya çıkartmaktadır. Bu durum da sivil havacılık sektörünün tüm dünyada ortak kurallar altında yapılandırılmasının gereğini göstermektedir (Havel ve Sanchez, 2011).

Ekonomik kriz sonrasında yaşanan globalleşmenin sebepleri, uluslararası sermaye piyasalarının yapısal sorunlarından kaynaklanmıştır. Havacılıkta sınır ötesi yatırım (öngörülen şekli

ile) anlayışı ile birlikte devletlerin ulusal kanunları ve ikili hava hizmeti anlaşmaları güncellenmiştir. Bu güncelleme neticesinde bayrak taşıyıcı havayollarının menşei olduğu ülke tarafından etkin bir şekilde kontrol edilmesi sağlanmıştır. Çeşitli kısıtlamalar ülkeler arasındaki hava trafik haklarının tehlikeye girebileceği ihtisaslaşmayı sağlamlaştıramadığı için, sivil havacılık sektörünün gelişim engellemiştir. Bu durum uluslararası işbirliğinin yoğunluğuna bağlı olarak, uluslararası ittifakların gelişmesine ve havayollarının bu ittifakların kapsamı altında birbirlerinden faydalanarak yolcu taşımacılığı konusunda daha geniş ağlara ulaşmalarını sağlamıştır. Bu koşullar tüm dünyada globalleşen uluslararası sivil havacılık kuralları çerçevesinde sağlanmakta olup, bu doğrultuda geliştirilmeye devam edilmektedir (Haanappel, 2001).

Uluslararası sermaye piyasalarına girmek, uluslararası hava trafik kurallarının düzenlenmesini gerektirmektedir. Bu nedenle dünyanın her yerine ulaşabilir olmanın önemi ortaya çıkmıştır. Liberalizasyon (Serbestleşme) kararının ortaya çıkması ICAO (Uluslararası Sivil Havacılık Organizasyonu) içinde meclisin 38. oturumunda konsey tarafından, uluslararası kuruluşlar için uzun vadeli bir vizyon geliştirmek ve benimsemek amacıyla gündeme getirilmiştir. Ülkelerin hava sahası serbestliğini sağlama kararı ile ilgili uluslararası toplantıların yapılması neticesinde hava trafik kurallarının birinci hakkı olan ülkelerin hava sahasını kullanma hakkı kabul edilmiştir. Ayrıca hava sahasının serbest kullanılma kuralını tehlikeye atmadan uluslararası sivil havacılık sektörü en iyi şekilde modernize edilmiştir. Chicago Konvansiyonunun toplanmasının en önemli maddelerinden bir tanesi, serbestlik hakkının iyi düzenlenerek emniyeti tehdit etmeyecek şekilde düzenlenmesi ve sivil havacılığı tehlikeye atmadan uluslararası bazda en iyi şekilde modernize edilmesi gerektiğidir (ICAO, 2013).

Chicago Konvansiyonunun amaçlarından biri sivil havacılık şirketlerinin eşit imkanlarda rekabet etmesi ve bu doğrultuda liberalleşmeyi sağlamak için mevcut başlıca yasal seçeneklerinden; güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsat ve tehditleri ortaya koyarak tüm sektörün en verimli şekilde gelişerek emniyetli şekilde sivil havacılığın korunmasını sağlamaktır. Bu hususların iyi şekilde analiz edilmesi sonucunda hava trafiğinin serbestleşmesi için en uygun yol, her ülke için eşit şartların söz konusu olacağı bir yapı oluşturmaktır.

2.Hava Taşımacılığında Ekonomik Faaliyet, Kamu Hizmetleri ve Kamu Güvenliği Kavramları

Liberalizasyon, ekonomi ile ilgili sektörlerin uluslararası piyasalara açılmasıyla ilgilidir. Bu sektörler yapılan düzenlemelerle rekabete karşı korunmaktadır. Bu sebeple liberalizasyon kavramına çoğunlukla deregülasyon da denilmektedir. Serbestleştirilmekte olan sektörler ekonomik faaliyetlerle ilgili olup, globalleşen dünyada tüm hizmetlerin herhangi bir engel olmadan dolaşımı

serbest ekonomi anlayışında esas alınır. Aynı durum sivil havacılık sektörü için düşünüldüğünde hava seyrüsefer emniyeti, güvenlik ve hava trafik kontrolünün idame ettirilmesi ve geliştirilmesi gibi tüm havayolları için önemli olan faktörler, hava serbestliği esas alındığında ekonomik faaliyetler gibi herhangi bir engel olmadan faydalanılan kavramlar olmaktadır. Ulaşımın en hızlı yolu olan sivil havacılığın tarihi ele alındığında başta A.B.D. olmak üzere dünyanın birçok ülkesinde gelişmeler yaşanmıştır. Bu nedenle de sivil havacılığın serbestleşmesi, dünyadaki gelişmelerden tüm ülkelerin uluslararası bazda yararlanabilmesini ve teknolojik gelişmelerin bu doğrultuda artmasını sağlamaktadır (Europa, 2002).

Uluslararası hava taşımacılığının geliştirilmesine yönelik ilk toplantı 1919 yılında Hava Seyrüsefer Yönetmeliği (Paris Sözleşmesi) ile ilgili anlaşma kabul edildiğinde gerçekleşmiştir. İkinci toplantı ise 1944 yılında Uluslararası Sivil Havacılık Konvansiyonunun (Chicago Sözleşmesi) maddeleri kabul edildiği zaman gerçekleşmiştir. Her iki anlaşma da ilk makalesinde “ulusal hava sahası egemenlik ilkesini”, yani her devletin kendi topraklarındaki hava sahası üzerinde tam ve münhasır egemenliği vardır ilkesini benimsemiştir. Bu ilkenin arkasındaki bakış açısı, sözleşmeler kabul edildiği zaman birinci ve ikinci dünya savaşlarının sonrasında farkına varılan güvenlik ve emniyet hususlarındaki eksikliklerden dolayıdır (Lykotrafiti, 2015).

3. Sivil Havacılığın Gelişiminde Filo Planlaması Kavramının Rolü

1944 yılında imzalanan Chicago Konvansiyonundan sonra gelişme aşamasına giren Sivil Havacılık sektörü, 1978 yılından itibaren serbestleşme sürecine girmiştir. Serbestleşme sürecinde havayolları arasındaki rekabet, havayollarında bulunan planlamacıları farklı karar verme teknikleri ile karşı karşıya bırakmıştır. Bu süreçteki en önemli konu da çok ölçütlü karar verme (MCDM-Multi Criteria Decision Making) yöntemi ile uçak seçimleri konusunda filo planlamasının en doğru şekilde planlanması olmuştur. Yapılan planlamalar doğrultusunda karar vericilerin tatmin edici bir çözüm bulmasına yardımcı olmak için birçok yöntem bulunmaktadır. Sürekli değişen pazarda mevcut konumu korumak ve güçlendirmek için maliyet minimizasyonu veya kar maksimizasyonu kavramlarının geliştirilmesi, sadece geleneksel tek kriterli modeller ile mümkün olamamaktadır. Bu nedenle sürekli değişiklik gösteren havayolu pazarındaki mevcut konumu güçlendirmek için geleneksel tek kriterli modeller dışında farklı stratejileri uygulamak gerekmektedir.

Günümüzde havayolları hem yolcuları hem de kendi çıkarlarını göz önüne almalı ve farklı operasyonel gereksinimleri karşılamalıdır. Perspektiflere bağlı olarak havayolları farklı şekilde geliştirilmiş hizmet unsurlarını iyileştirmek zorunda kalmaktadır. Konuya yolcu açısından bakıldığında; hizmet düzeyi, yüksek frekanslar ve çalışma zamanı için belirlenen süreler konforlu uçakların belirlenmesi açısından planlanmaktadır. Havayollarının stratejileri doğrultusunda; olumlu

ödeme koşulları altında sipariş edilebilen, uygun zamanda filoda bulunan ve yüksek yüklü çalışacak düşük işletme maliyeti olan uçakların filoya katılması büyük öneme sahiptir. Filo planlaması yapılırken; uçakların ekonomik olması, teknik destek, uçak performansları, finansman, piyasa değerlendirmesi gibi birçok farklı faktörü dikkate almak gerekir. Bu bakımdan bazı faktörler nicel olarak ifade edilirken, diğer faktörler nitel olarak açıklanmaktadır. Nitel ve nicel yönleri uyumlaştırmanın yanı sıra, hava yolculuğu talebini ve kapasitesini uyumlu hale getirmek amacıyla havayollarının filolarını seçme sürecinde kendi politikalarını yansıtan uygun metodolojik yaklaşımların benimsenmesi gerekmektedir (Dozic, Lutovac ve Kalic, 2017).

İncelenen araştırmaların temel amacı uçak tipi seçimi problemi için yeni bir metodoloji önermektir. Bu sorunun doğal olarak çok kriterli karar verme olduğu düşünüldüğünde, Bulanık Analitik Hiyerarşi Süreci (FAHP – Fuzzy Analytic Hierarchy Process) etkili bir çözüm olarak düşünülmektedir. Bu yöntem ile farklı alanlarda önemli ve başarılı uygulamalar bulunmuş olup, uygun uçak tipi seçilirken havayolu planlamacılarına yardımcı olmaktadır. Ayrıca bazen uygulanacak olan MCDM ve TOPSİS yöntemlerinin seçimi, veri bulunabilirliği temelinde belirlenir. Kesin olarak bazı teknikler spesifik verileri gerektirir. FAHP yanlış çift karşılaştırmalar yapabilirken, bazen verilerin çift karşılaştırılması da gerekmektedir. Her ne kadar filo planlamasından sorumlu havayolu planlamacıları genellikle kriter kavramının önemini ifade edemeyip belirsizliklerle uğraşmak zorunda olduklarından, FAHP yaklaşımını kullanma imkânı bulamamaktadırlar. FAHP yaklaşımı esas alınarak yapılan bulanık çift karşılaştırma matrislerinden belirleyici sonuçlar elde etmek için, logaritmik bulanık tercih programlama (LFPP - Logarithmic Fuzzy Preference Programming) yöntemi kullanılmakta ve bu doğrultuda FAHP yöntemi ile birlikte LFPP yönteminin geliştirilmesi önerilmektedir (Wang ve Chin, 2011).

Konu ile ilgili literatürlerin iki ana katkısı gözlemlenmiştir. Bu katkıların ilki, karar verme ve modelleme için çok önemli olan seçim girdilerini kullanılırken, ikincisi MCDM ve TOPSİS yöntemlerine değinmektedir. İlgili literatürün analizine dayanarak, uçak tipi seçiminde karar verme sürecinde kullanılan ölçütler belirlenmiştir. Bu tür araştırmalar için gerekli olan en uygun kriterler ve alt kriter setleri önerilmektedir. Ayrıca önerilen husus ilk kez uçak tipi seçim problemi için önerilen metodolojinin yanı sıra LFPP'nin geliştirilmesidir. Ayrıca havayolu uzmanlarının bilgisi, önerilen ölçütlerin ikili kıyaslanması yoluyla metodolojiye dahil edilmiştir. Özellikle ilgili metodolojideki en önemli konuların başında piyasa koşullarına uygun uçak tip (ler) inin seçilmesi için bir metodoloji önermek ve havayolu şirketlerinin en uygun güzergah seçeneği taleplerine bağlı olarak en iyi ihtiyaçları karşılamak gelmektedir. Önerilen ana, alt kriter kümelerine (nicel ve nitel) ve havayollarının yanı sıra yolcuların beklentilerini karşılayan uçak tiplerine dayanarak, filoya

katılacak uçakların tipi belirlenen uçak grubundan seçilmelidir anlayışı esas alınmıştır. Bu doğrultuda ilgili literatür filo planlaması ve uçak tipi seçim problemi olarak iki kategoriye ayrılmaktadır.

4.Filo Planlaması ve Uçak Tipi Seçim Problemi

Akademik literatürde uçak tipi seçimleri farklı şekillerde düşünülmektedir. Bharda uçak seçimi ile yolcu talebi arasındaki ilişkiyi ortaya koyarak şu soruyu cevaplamaktadır: Belirlenen güzergahlarda yolcu talebini temel alarak, bulunduğumuz havalimanı ve gidiş havalimanı arasında uçak ve filo karışımının seçimini yapabilmek mümkün müdür? Bharda bu soruyu; yolcuların uçuş güzergahlarının ve kullanılacak merkez havalimanlarının uçak tipi seçimlerini etkili bir şekilde destekleyebileceğini ortaya koymuştur (Bharda, 2003). See ve arkadaşları Asya Kıtasındaki ülkeler, Pasifik ülkeleri ve A.B.D. arasındaki büyük şehirlerdeki güzergahlara yolcu taşımacılığı yapabilmek için işletme giderlerini azaltmak amacıyla uçak filolarının belirlenmesi amacıyla varsayımsal eşdeğerlere ve eşdeğer olmayan varlıklara dayalı çok yönlü karar verme sistemini uygulamışlardır (See vd., 2003).

Harasani çok yönlü karar verme sistemi ile ilgili Cidde ve Medine'de üssü olan, iç ve dış hatlarda faaliyet gösteren bir Suudi Arabistan havayolu şirketi için uçak seçimi belirlemek amacıyla bir model önerisi sunmuştur (Harasani, W.I., 2006; Harasani, W.I., 2008). İlgili çalışma belirli bir güzergah içerisinde uçakların tipi ve kapasiteleri dikkate alınarak belirli uçak tiplerini seçmektedir. Uçağın verimliliği ve bu doğrultuda havayolu şirketinin net kârına katkısı planlamacılara doğru uçakları seçmesinde yardımcı olmaktadır. Sistematik bir değerlendirme modeli ile Wang ve Chang tarafından en uygun eğitim uçaklarının seçimi ile ilgili bir excel tablosunda analiz sistemi önerilmiştir (Wang ve Chang, 2007). Yapılan araştırmalar sonucunda uygulanabilir alternatiflerin performans derecelerini elde etmek için değerlendirme kriterlerinin önem ağırlıklarını belirlemek amacıyla MCDM ve TOPSİS yöntemlerini kullanmaktadır. Yeh ve Chang de aynı şekilde havayollarında güzergah seçimleri ile ilgili uçak seçimi sorununu çözmek amacıyla biraz daha geliştirilmiş MCDM ve TOPSİS yöntemlerini analiz etmişlerdir (Yeh ve Chang, 2009).

Sun ve arkadaşları tarafından üçlü MCDM ve TOPSİS yöntemleri, uçak seçimi kararının önemini göz önünde bulundurarak varsayımsal bir havayolu için uygun uçak tipi belirleme problemini çözmek için kullanılmıştır (Sun vd., 2011). Yakıt fiyatının belirlenmesi ve yük faktörü oranının değişkenliği problemlerini çözmek için Özdemir ve arkadaşları tarafından Analitik Ağ Süreci (ANP) yöntemi, Türk Hava Yolları için orta menzilli, tek koridorlu uçakların seçilmesi amacıyla kullanılmıştır (Ozdemir vd., 2011). Gomes ve arkadaşları, Brezilya'da bölgesel kiralama stratejisi altında uçak seçimi için çok kriterli karar verme yöntemini NAIADE'yi (Novel Approach

to Imprecise Assessment and Decision Environments - Değerlendirme ve Karar Ortamlarını Kısıtlamaya Yönelik Yeni Yaklaşım) kullanmıştır (Gomes, 2012). Khoo ve Teoh stokastik talebi değerlendirerek, filo yönetiminin en doğru stratejilerle yapılabilmesi amacıyla en uygun çözümü bulmak için yeni bir metodoloji önermişlerdir (Khoo ve Teoh, 2014). Khoo ve Teoh'a göre filo yönetimi, bir havayolu şirketinin hizmet seviyesini koruması ve net karını en üst seviyeye çıkarabilmesi için ihtiyacı olan en uygun uçak sayısını belirler. Dozic ve Kalic ise bir yıl sonra Khoo ve Teoh'un modelini biraz daha geliştirerek aynı amaç doğrultusunda üç aşamalı bir havayolu filo planlama modeli önerisinde bulunmuştur (Dozic ve Kalic, 2015a).

Dozic ve Kalic yolcu talebi ve güzergah seçimi ile ilgili olarak, uçak boyutuna (bölgesel ve dar gövde yolcu uçağı) göre filo karması oluşturmak amacıyla bulanık mantık sistemine dayalı bir model geliştirmişlerdir. Elde edilen model sonucunda, bölgesel uçakların gittiği güzergahlar ile dar gövde yolcu uçaklarının gittiği güzergâhlar birlikte değerlendirilmiştir. İlgili model planlanan uçuş kümelerini alt gruplara ayırarak, bağımsız filo boyutlandırma sorununu çözümlenmiştir. Çözümlenen filo boyutlandırma sorunsalı ile uçak tipi seçimi dışında, filodaki uçakların elden çıkarılması ve takası ile ilgili analizler de yapılabilmektedir (Dozic ve Kalic, 2015a). Dolayısıyla AHP yöntemi ile sadece uçak seçimi değil filodaki uçakları en optimal şekilde kullanabilmek de mümkün olmaktadır (Dozic ve Kalic, 2014). Bruno ve arkadaşları, AHP yöntemini biraz daha geliştirerek uçak değerlendirmesini desteklemek için alternatiflerin son sıralamasında AHP dışında, bulanık küme teorisine dayalı hibrid yaklaşımı kullanmaktadır (Bruno vd., 2015).

MCDM ve TOPSİS yöntemlerini uygulayan araştırmaların yanı sıra uçak tipi seçim sürecinde ele alınması gereken hususlar Tablo 1'de özetlenmiştir. Yazarlar, uygun uçak tipi seçimini desteklemek için farklı kriterler / alt kriterler kullanmaktadır. Eğitim durumlarına bağlı olarak terminoloji de farklı olabilmektedir. Literatürde sunulan kriterleri / alt kriterleri göz önünde bulundurarak, tüm kriterleri kapsayan beş aşamalı (Tablo 1) bir model önerisi incelenmiştir: İlgili model (1) Teknik / Teknolojik Faktörler, (2) Ekonomik Faktörler, (3) Yolcu Faktörü (Hizmet Kalitesi), (4) Çevresel Faktörler ve (5) Diğer Faktörlerden oluşmaktadır. Teknik / Teknolojik Faktörler, filodaki uçakların performans kriterleri kadar uçakların ve havalimanının genel ve karakteristik özellikleri ile ilgilidir. Bu hususlar, uçak tipi seçimi ile ilgili birçok çalışmada ele alınmaktadır. Modelin ekonomik yönü ise parasal birimlerle ölçülen tüm kriterleri içermektedir. Çoğu durumda bu özellikler çeşitli maliyet kategorileri ile ilgili olup, aynı zamanda çok sık kullanılan ölçütlerdendir. Yolcuların bakış açısı hizmet kalitesini ifade etmekte birlikte yolcular için önemli olan çeşitli ölçütleri de içermektedir. Çevre kirliliğinin toplum için ciddi bir sorun olduğu gerçeğinden dolayı, son yıllarda çevresel faktörler daha popüler hale gelmiştir.

Bu nedenle çevre koruma faktörleri, uçak üreticilerini düşük emisyon ve gürültü seviyesine sahip yakıt bakımından verimli yeni nesil uçaklar üretmeye zorlamakta olup, çok sayıdaki araştırmacının bu doğrultuda çevresel faktörleri göz önüne alması şaşırtıcı olmamaktadır. Ayrıca ilgili modelde önceki dört kategoride değerlendirilemeyen kriterler diğer faktörler ismiyle belirtilmiştir. Sivil havacılık sektöründe çok çeşitli problemlerin MCDM ve TOPSİS yöntemlerini kullanarak çözüldüğünden söz edilmektedir (Rezaei vd., 2017). Araştırmacılar ilk olarak en uygun uçak filosu seçimini belirlemek için farklı yöntemler kullanmıştır (Chen, 2016). MCDM ve TOPSİS yöntemi ikinci olarak havayollarının insan hatalarını tespit etmesini sağlamak ve belirli bölgeler arasındaki yeni güzergahları seçmek amacıyla kullanılmıştır (Chen vd., 2017). Son olarak ilgili yöntemler havalimanı tıkanıklığını azaltmak için (Bongo ve Ocampo, 2017), bir müdahale stratejisi seçmek amacıyla havayollarında hizmet kalitesinin iyileştirilmesi amacıyla da benimsenmektedir (Deveci vd., 2017).

5.Bulanık Analitik Hiyerarşi Süreci (FAHP – The Fuzzy Analitic Hierarchy Process)

Literatür Özeti

Saaty tarafından geliştirilen Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP), çok kriterli karar verme tekniği amacıyla yaygın şekilde kullanılmaktadır. Bu yöntem nicel ve nitel verileri birlikte kullanarak (nitel verileri nicele çevirerek), ikili karşılaştırmalar yoluyla karar verici niteliğe sahip bir ölçüm teorisi. Alternatifleri karşılaştırmak ve birbirlerine göre önemini belirlemek için eşlenik karşılaştırma yöntemi kullanılır. Karşılaştırmalar belirli bir nitelik bakımından bir öğenin hakimiyet ölçümünü temsil eden bir mutlak yargı ölçeği kullanılarak yapılır. Kriterlerin önemini birbirine kıyasla belirlemek için belirsiz kararlar vermek, bulanık kümeleri veya bulanık sayıları kullanarak insan düşüncesinin belirsiz olduğu ihtimalini göstermektedir. Bu doğrultuda birden fazla kriter, insan düşüncesinin belirsiz olduğu ihtimali neticesinde oluşan karar verme sürecindeki karmaşıklığı çözümlenmek amacıyla birçok araştırmada AHP yönteminin daha farklılaştırılmış modeli olan Bulanık AHP (FAHP) yöntemi kullanılmıştır (Saaty, 1980).

Aşağıdaki tabloda yedi ayrı yazar ve/veya yazarların yoğunlukla MCDM ve TOPSİS yöntemleri ve bulanık AHP yöntemi ile yaptıkları araştırmalar neticesinde inceledikleri kavramlar gösterilmektedir. Tabloya göre uçak tipi seçiminde teknik/teknolojik ve ekonomik faktörlerin diğer faktörlere göre daha etkili olduğu görülmektedir. Havayollarının filo planlamaları yapılırken ilgili faktörlerden sıklıkla faydalanması gerektiği gibi; yolcu, çevresel ve diğer faktörlerin de teknik/teknolojik ve ekonomik faktörler neticesinde belirlendiği yazarların ilgili faktörlerin içeriğini oluştururken kullandığı terimler doğrultusunda görülmektedir.

Tablo 1: MCDM ve TOPSİS Yöntemlerini Uygulayan Araştırmalarda Tartışılan Uçak Tipi Seçiminde Kullanılan Farklı Kavramlar.

Yazarlar	Teknik/Teknolojik Faktörler	Ekonomik Faktörler	Yolcu Faktörü (Hizmet Kalitesi)	Çevresel Faktörler	Diğer Faktörler
Yeh ve Chang 2009	- Bakım gereksinimleri - Uçuşa uygun pilot sayısı - Uçak güvenilirliği - Maksimum menzil	- Operasyonel verimlilik - Ölçeklendirilmiş havayolu filosu ekonomisi - Satın alma bedeli - Doğrudan işletme giderleri	- Yolcu Tercihi	- Ses Desibel Şiddeti	- Kurumsal stratejiyle tutarlılık
Sun vd. 2011	- Maksimum seyir hızı - Maksimum kalkış kütlesi - Koltuk kilometre başına yakıt tüketimi - Mevcut koltuk kilometre		-Yolcu başına kabin bagaj hacmi		-Sağlamlık
Ozdemir vd. 2011	- Boyutlar - Güvenlik - Uçakların faydalı ömrü (Amortisman) - Uçak güvenilirliği	- Satın alma giderleri - İşletme ve yedek parça maliyeti - Bakım maliyeti - Kurtarma maliyeti - Elde etme maliyeti - Likidite maliyeti - İşletme maliyeti	- Hizmet kalitesi için uygunluk		- Bagaj, kargo ve posta teslimat süreleri
Gomes vd. 2012	- Toplam Menzil - Esneklik - Seyir hızı - Yedek parçaların kullanılabilirliği - İniş ve kalkış mesafesi		- Konfor - Aviyonik - Kullanılabilirlik - Emniyet		
Dozic ve Kalic 2014, Dozic ve Kalic 2015b	- Maksimum kalkış kilogramı - Koltuk kapasitesi - Toplam bagaj kapasitesi	- Uçak fiyatları - Kullanılabilirlik başına toplam maliyet - Arz edilen koltuk kilometre			- Ödeme koşulları
Dozic ve Kalic 2015a	- Maksimum kalkış kilogramı - Uçak koltuk kapasitesi	- Uçak fiyatları - Birim başına uçuş gideri	- Yolcu başına izin verilen bagaj kilogramı ve parça sayısı		
Bruno vd.	- Toplam Hız	- Uçak fiyatı	- Koltuk konforu	- Ses kirliliği	

2015	- Özerklik kavramı	Operasyonel maliyetler/ koltuk aralıkları	- Kabin bagajı - Kompartıman boyutu		
------	--------------------	---	--	--	--

Kaynak: Holloway, 2008.

Mevcut koltuk kilometre (ASM – Available Seat Kilometer) – havayolların filolarında bulunan tüm uçakların toplam koltuk sayısını gösterir. Arz edilen toplam koltuk kilometre (RPK – Revenue Per Kilometer) havayollarının filolarında bulunan tüm uçaklardaki koltukların doluluk oranlarını göstermektedir (Holloway, 2008).

Sonuç

Sivil havacılık sektöründe Chicago Konvansiyonunun 1. maddesi olan hava trafiğinde serbest dolaşım hakkı ile başlayan sivil havacılık kurallarının uluslararası alanda değerlendirilmesi, havayollarının mevcut rekabet ortamında uyguladığı stratejiler ile daha da gelişmiştir. Çalışmada sivil havacılık kurallarındaki Chicago Konvansiyonu doğrultusunda yaşanan gelişmelerin incelenmesi ile birlikte, havayollarının uyguladığı rekabet stratejilerinin temel yapı taşlarından filo planlaması farklı görüşler ile desteklenerek incelenmiştir. Literatür taraması bölümünde MCDM, TOPSİS ve FAHP yöntemlerinin filo planlaması kapsamı altında yoğunlukla kullanıldığı tespit edilmiş olup, alanında uzman kişilerin görüşleri doğrultusunda oluşturulan genel bir tablo ile farklı görüşler değerlendirme altına alınmıştır. Bu görüşler doğrultusunda teknik/teknolojik, ekonomik, yolcu ve hizmet kalitesi, çevre ve diğer ismiyle nitelendirilen farklı uzman görüşleri ile birlikte belirtilen faktörlerin havayollarında filo seçiminin en doğru şekilde planlanabilmesi için önem arz ettiği sonucuna varılmıştır.

Kaynaklar

- Bharda, D. (2003). Choice of Aircraft Fleets in the US NAS: Findings from a Multinomial Logit Analysis. Center for Advanced System Development (CAASD). The MITRE Corporation, Technical Papers.
- Bongo, M.F. ve Ocampo, L.A. (2017). A hybrid fuzzy MCDM approach for mitigating airport congestion: a case in ninoy aquino international airport. J. Air Transp. Manag., 63, 1-16.
- Bruno, G., Esposito, E. ve Genovese, A. (2015). A model for aircraft evaluation to support strategic decisions. Expert Syst. Appl., 42, 5580-5590.
- Chen, I.S. (2016). A combined MCDM model based on DEMATEL and ANP for the selection of airline service quality improvement criteria: a study based on the Taiwanese airline industry. J. Air Transp. Manag., 57, 7-18.
- Chen, J.C., Lin, S.C. ve Yu, V.F. (2017). Structuring an effective human error intervention strategy selection model for commercial aviation. J. Air Transp. Manag., 60, , 65-75.
- de Europa, C. (2002). Marco de referencia europeo para el aprendizaje, la enseñanza y la evaluación de lenguas. Madrid: Instituto Cervantes.
- Dempsey, P. (2008). The evolution of air transport agreements'. Ann. Air Sp. Law, 33, 127-193.

- Deveci, M., Demirel, N.Ç. ve Ahmetoglu, E. (2017). Airline new route selection based on interval type-2 fuzzy MCDM: a case study of new route between Turkey- North American region destinations. *J. Air Transp. Manag.*, 59, 83-99.
- Dozic, S. Ve Kalic, M. (2014). An AHP approach to aircraft selection process. *Transp. Res. Proc.*, 3, 165-174.
- Dozic, S., Lutovac, T. ve Kalic, M. (2017). Fuzzy AHP approach to passenger aircraft type selection. *Journal of Air Transport Management*, 1-11.
- Dozic, S. ve Kalic, M. (2015a). Three stage airline fleet planning model. *J. Air Transp. Manag.*, 46, 30-39.
- Gomes, L.F.A.M., de Mattos Fernandes, J.E. ve Soares de Mello, J.C.C.B. (2014). A fuzzy stochastic approach to the multicriteria selection of an aircraft for regional chartering. *J. Adv. Transp.*, 48 (3), 223-237.
- Haanappel, P. (2001). Airline ownership and control and some related matters. 26 (2) *Air Sp. Law* 26 (2), 90-103.
- Harasani, W.I. (2006). Evaluation and selection of a fleet of aircraft for a local airline. *JKAU Eng. Sci.*, 17 (2), 3-16.
- Harasani, W.I. (2008). Evaluation and Selection of a Fleet of Aircraft Located in Madniah, Saudi Arabia. 12th Annual World Conference Air Transport Research Society, Athens, Erişim Tarihi 15.01.2018.
- Havel, B. ve Sanchez, G. (2011). Restoring Global Aviation's Cosmopolitan Mentalité. *Boston University Int. Law J.*, 29, 1-40.
- Holloway, S. (2008). *Straight and Level: Practical Airline Economics*. Ashgate, Hampshire, England, Burlington, U.S.A.
http://ec.europa.eu/competition/eojade/isef/case_details.cfm?proc_code%3_N438_2002.
 Erişim Tarihi 08.01.2018.
<http://www.icao.int/Meetings/a38/Pages/resolutions.aspx>. Erişim Tarihi 09.01.2018.
- Khoo, H.L. ve Teoh, L.E. (2014). An optimal aircraft fleet management decision model under uncertainty. *J. Adv. Transp.*, 48 (7), 798-820. Lykotrafiti, A. (2015). Liberalization of international civil aviation - charting the legal flightpath. *Transport Policy*, 43, 85-95.
- Ozdemir, Y., Basligil, H. ve Karaca, M. (2011). Aircraft selection using analytic network process: a case for Turkish airlines. In: *Proceedings of the World Congress on Engineering Vol II*, London, U.K. July 6-8. http://www.iaeng.org/publication/WCE2011/WCE2011_pp1155-1159.pdf. Erişim Tarihi 12.01.2018.
- Rezaei, J., Hemmes, A. ve Tavasszy, L. (2017). Multi-criteria decision-making for complex bundling configurations in surface transportation of air freight. *J. Air Transp. Manag.*, 61, 95-105.
- Saaty, T.L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process, Planning, Priority Setting, Resource Allocation*. McGraw-Hill, New York.
- See, T.K., Gurnani, A. ve Lewis, K. (2004). Multi-attribute decision making using hypothetical equivalents and inequivalents. *J. Mech. Des.*, 126 (6), 950-958.
- Sun, X., Gollnick, V. ve Stumpf, E. (2011). Robustness consideration in multi-criteria decision making to an aircraft selection problem. *J. Multi-Criteria Decis. Analysis*, 18, 55-64.
- Yeh, C.H. ve Chang, Y.H. (2009). Modeling subjective evaluation for fuzzy group multicriteria decision making. *Eur. J. Oper. Res.*, 194 (2), 464-473.
- Wang, T.C. ve Chang, T.H. (2007). Application of TOPSIS in evaluating initial training aircraft under a fuzzy environment. *Expert Syst. Appl.*, 33, 870-880.
- Wang, Y.M., Chin, K.S. (2011). Fuzzy analytic hierarchy process: a logarithmic fuzzy preference programming methodology. *Int. J. Approx. Reason*, 52 (4), 541-553.



OTEL İŞLETMELERİNDE YİYECEK-İÇECEK MALİYET KONTROLÜ İÇİN İSRAFI AZALTACAK FARKLI BİR UYGULAMA ÖNERİSİ: “HEDEF MALİYETLEME”

İsmail ANASIZ*

Öz

İşletmelerin, hayatta kalabilmeleri ve varlıklarını sürdürebilmeleri belirledikleri hedefleri gerçekleştirebilmelerine bağlıdır. Otel işletmelerinde yiyecek-içecek maliyetlerinin önemi bilinmektedir. Ancak daha önemli olan ise bu maliyetlerin hedeflenen kabul edilebilir sınırlar içerisinde kalmasının sağlanmasıdır. Bunun başarılması işletme yönetimi kadar sahipleri için de önemlidir. Aynı şekilde ülke ekonomisi ve toplum refahı içinde kaynakların verimli kullanılması gerekir. Bu çalışmada, belli dönemler için hedeflenen yeme içme menü maliyeti belirlenerek bu maliyet sınırları içerisinde farklı yemek menü oluşturulması değerlendirilmektedir. Yiyecek içecek menülerinin etkin kontrolü için standart reçetelere dayalı standart maliyet yöntemi uygulamasının gerektirir. Hedeflenen maliyetlerde meydana gelecek olumsuz sapmaların belli bir noktaya kadar, olumlu sonuçlarının ise tamamen çalışanlara yansıtılmasını hedef alan bir yöntem önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Otel, Hedef Maliyet, Yiyecek ve İçecek Maliyet Kontrolü, Maliyet Kontrolü

A DIFFERENT APPLICATION PROPOSAL TO REDUCE WASTE FOR FOOD AND BEVERAGE COST CONTROL IN HOTEL ENTERPRISES: TARGET COSTING

Abstract

Today, the survival and the sustaining of businesses existence depend on realizing their goals. In the hotel business, the importance of food and beverage cost is obvious. However, this costs should be remained within acceptable limits. Achieving the goal is important for business administration as well as for the owners. Also, it is important for the country's economy and social welfare. In this study, a method is proposed. It is recommended to determine the cost of eating and drinking menu for certain periods and to create different food menus within these financial boundaries. For effective control of food and beverage menus, cost control requires the application of the standard cost method based on standard prescriptions. By applying this method, Negative deviations in the targeted costs can be partly shared among employees. On the other hand, the sum all of the positive results can be given to workers.

Keywords: Hotel, Cost Control, Food and Beverage Cost Control

* Doç. Dr. İsmail ANASIZ Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, SBMYO, e-posta: ianasiz@ahievran.edu.tr, ORCID CODE: 0000-0002-7950-2411

Giriş

Seyahat eden insanların en önemli ihtiyaçlarından biri olan yeme içme ihtiyacı karşılığı belirlenen günlük tutar konaklama fiyatları ile birleştirilme yoluyla müşteri memnuniyeti sağlanmaya çalışılmaktadır. Diğer imkânların yanında, temel öğünlerin dışında farklı ara öğünler verilmek sureti ile otel cazibesinin artırılması amaçlanmaktadır.

Özellikle yemek ve belli bir noktaya kadar içecek maliyetlerinin konaklama ihtiyacı ile birlikte tek bir fiyat belirlenmesi rekabeti artırırken, yeni talep oluşumunu da sağlamaktadır. Bu anlamda iyi sayılabilecek bir gelişme olmakla birlikte yeme içme maliyetlerinin kontrol edilememesi sonucu konaklama gelirlerinin büyük bir kısmını silebilmektedir. Diğer bir anlatımla yeme içme maliyetlerinin fiyata dâhil edilmiş olması ve bu maliyetlerinde beklenenin üzerinde çıkması yüzünden arzu edilen sonuca ulaşamamaktadır. Bu kapsamda öncelikle konaklama maliyetlerinin ve konaklama fiyatlarının ayrıca belirlenmesi gerekmektedir. Bu fiyata yeme içme maliyetleri ve bu faaliyetten elde edilmesi arzulan karında eklenmesi ile belli sınırlar içinde toplam her şey dâhil fiyat belirlenmelidir.

Tek fiyat veya her şey dâhil fiyat bir pazarlama aracı olarak uygulansa bile satış gelirleri kaydedilirken mutlaka yiyecek ve içecek satış gelirleri ayrıştırılarak kaydedilmesi ve bunların maliyetlerinin izlenmesi ile yapılacak denetim ve maliyet analizlerini kolaylaştırılacaktır. Yiyecek - içecek maliyet kontrolü süreci, menü planlamasıyla başlar, satın alma, teslim alma, depolama(stoklama), malzeme çıkarma, porsiyonlama, pişirme, üretime hazırlık, üretim ve servise son bulur. Bu sürecin her aşamasında oluşacak israfın önlenmesi için eğitimli personel gerektiği kadar çalışanın göstereceği özenin de ödüllendirilmesi gerekir. Aynı şekilde gereken ciddiyetin gösterilmemesi veya aksaklıkların bildirilmemesi durumunda belli caydırıcı önlemlerinde olması gerekir.

Bu çalışmada tahmini veya standart maliyet sisteminin israfın önlenmesine ve maliyet etkinliğinin sağlanmasında hedef maliyetlemenin nasıl kullanılacağı açıklanmaya çalışılmıştır. Bu anlamda öneri, tüm çalışanlar veya mutfak çalışanları açısından sorumluluk muhasebesi uygulaması ve bunun sonucu olarak başarının ödüllendirilmesi olarak da görülebilir. Ayrıca ücret sistemi içerisinde de düşünülebilir. Yöntemin başarılı uygulanması durumunda çalışanın özeni ile sağlayacağı tasarruf kendisine döneceği için çalışandan kaynaklanan israfın kısmen önüne geçilebilecektir.

1. OTEL İŞLETMELERİ İÇİN YIYECEK-İÇECEK MALİYET PLANLAMASI VE KONTROLÜNÜN ÖNEMİ

Planlamak; önceden olacağı yaklaşık olarak görmek veya bilmek anlamındadır. Önceden planlanan bir işlem veya gider gerçekleşme sonrasında kontrol edilebilir. Turizm sektöründe hizmet veren işletmeler, ciddi oranda girdi oluşturmaktadırlar. Bu işletmelerin ilk olarak varlıklarını sürdürürebilmek ve kar oranlarını arttırabilmek için maliyet kavramına önem vermeleri gerekir. Maliyet kontrolü, gerçekleşen maliyetler ile gerçekleşmesi gereken maliyetleri karşılaştırarak olumsuz farkların giderilmesine katkı sağlar.

Yiyecek-içecek departmanı doğrudan gelir getiren bir bölüm olduğu için, işletmenin maliyetleri kapsamında, personel maliyetlerinden sonra en büyük maliyet oranına sahiptir. Bu maliyetlerin kontrol altında tutulması işletmenin geleceği açısından çok önemlidir. Yiyecek-içecek maliyet kontrolünün amaçlarını beş başlık altında ifade edebiliriz. Bunlar (Aktaş, 1995-2001: s.126):

- İsrafın önüne geçilmesi,
- Fiyat belirlemede temel oluşturma,
- Üst yönetimin bilgilendirilmesi,
- Gelir-gider kontrollerinin iyi yapılması,
- Belirli bir standardın oluşturulmasıdır.

Belirtilen amaçlara ulaşabilmek için, sistemin sağlıklı işlemesi gerekmektedir. Ancak maliyet kontrol sistemleri tek başına çözüm olamayacağı gibi bazı olumsuz sonuçların çıkmasına da engel olamaz. Yiyecek-içecek malzeme giderleri belirlenerek, ileriye dönük tahminlerde bulunulur. Maliyet raporları incelenerek, ileriye yönelik varsa olumsuz sonuçların tespiti yapılarak, önlemlerin alınması sağlar. Yararları dikkate alındığında maliyet kontrolünün önemi daha net olarak anlaşılmaktadır.

2. YIYECEK İÇECEK ÜRETİM MALİYET UNSURLARI VE MALİYET KONTROLÜ

Maliyet kavramı kendisine yüklenen anlam açısından farklı şekillerde tanımlanabilmektedir (Akdogan, 2006:s,5). Ancak maliyet kavramı daha çok mamul üretim maliyetlerini ifade etmek için kullanılmakla birlikte hizmet arzı da bir üretim faaliyetini gerektirdiği için hizmet üretim maliyeti

olarak ifade edilebilir. İster mamul ister hizmet olsun üretim aşamasında katlanılan maliyet unsurları veya üretim giderleri “Direkt İlk Madde Malzeme, Direkt İşçilik ve Genel Üretim Giderleri” olarak 3 başlıkta sınıflandırılmaktadır.

Otel işletmelerinin yapısına uygun olarak yiyecek-içecek maliyet kavramı kendisine yüklenilen anlam açısından en kapsamlı olanıdır. Diğer bir ifade ile yiyecek maliyeti; üretim için gerekli madde ve malzemenin satın alınmasından satışına, hatta satış sonrası katlanılan tüm giderlerin toplamı olarak anlaşılmaktadır. Bu çerçevede diğer üretim faaliyetlerinden farklı olarak hammadde ve malzeme yanında işçilik giderleri de direkt-endirekt ayrımına tabi tutulmamaktadır. Aynı şekilde “Genel Üretim Giderleri” şeklinde yalnızca üretim aşamasındaki giderleri içeren bir sınıflandırmaya ihtiyaç duyulmamaktadır. Tüm giderler kendi içerisinde sınıflandırılarak izlenmektedir.

Maliyete yönelik giderlerin satın almadan satışa kadar bir bütün olarak ele alınması nedeniyle yiyecek-içecek kontrolü yalnızca malzeme maliyet(cost kontrol) kontrolü olarak sınırlandırılmaktadır. Bu şekilde ayırıştırmaya dayalı bir yaklaşım yiyecek içecek malzemelerinin, **işçiliklerin ve diğer giderlerin ayrı ayrı kontrol ve değerlendirilmesini** gerekli kılmaktadır. Bu tip işletmelerde yürütülen faaliyetlerin esas alınarak sorumluluk merkezli olarak maliyet kontrolü daha uygun düşmektedir.

3. OTEL İŞLETMELERİNDE MALİYET KONTROLÜ

Belirli amaçlar için kurulan işletmeler varlıklarını sürdürmeleri için amaçlarını gerçekleştirmeleri gerekir. Yukarıda belirtildiği gibi maliyet; ulaşmak istenen hedefler için katlanılan fedakârlıkların tümüdür, şeklinde tanımlanabilir(Gürsoy, 2009: s.29).

Maliyet kontrolü ise; istenen kalite düzeyinde üretim yapabilmek için yeterli miktarın üzerinde girdi ile yapılmasının önlenmesi olarak tanımlanabilir. (Kutlan, 1998:s.21).

Otel işletmelerinde yiyecek üretimi için katlanılan giderler yiyecek maliyetini oluştururken yemeğin satışı ile gelir elde edilmekte ve üretim için katlanılan maliyet gidere dönüşmektedir. Dolayısı ile gider elde edilen varlık veya faydanın tüketilmesi ile ortaya çıkmaktadır.

Yiyecek-içecek maliyet kontrolü; ‘ tekrar satılmak üzere ham, yarı-hazır ya da hazır satın alınan yiyecek ve içecekleri **satın alma işleminden satış sonrasına** kadar kurulan denetim mekanizması’ olarak ifade edilebilir(Kozak, Çakıcı, Azaltun, Sökmen, & Sarıışık, 2002:s.217). Aynı şekilde yiyecek içecek üretiminin planlama aşamasından satışına kadar gereksiz maliyetlerin

çıkmasını engellemeye yönelik çabaların yanında maliyetlerde tasarruf sağlamanın hedeflenmesi maliyet yönetimi olarak tanımlanabilir. Bununla beraber, gelir ve giderlerin analiz edilmesi, standartların belirlenmesi ile korunması, fiyatlamaya temel oluşturması, israfların önlenmesi, çalınmaların ortadan kaldırılması ve yönetimin bilgilendirilmesi de yiyecek içecek maliyet kontrolünün temel amaçlarındandır(Aktaş, 1995:s.126).

Yukarıdaki açıklamalardan anlaşılacağı üzere belirli bir hedef için, maliyetlerin önceden öngörüldüğü şekilde gerçekleşmesi için gerekli cabanın gösterilmesi maliyet kontrolü veya maliyet yönetimi olarak tanımlanabilir. Yiyecek maliyet yönetimi, yemek üretim süreci içerisindeki gerçekleştirilecek faaliyetlerin planlanması, uygulanmasını ve kontrolünü kapsamaktadır.

3.1. Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrol Süreci

Yiyecek-içecek maliyet kontrolü süreci üretilecek mamulün planlanması ile başlar. Kontrolün ilk adımı ise öğün için menülerin oluşturulmasıdır. Günümüzde menü görselleri pazarlama, reklam ve satış aracı olarak sıkça kullanılmaktadır. Maliyet kontrolü süreklilik arz eden bir süreç olmakta ve satın alma, depolama, birimlere gönderme, yiyecek-içeceği satış için hazırlama gibi her aşamada gerekli işgücünün temini yönetimini de kapsamaktadır. Bu sürecin herhangi bir noktasında küçükte olsa bir kopukluğun olması, bu kontrolün verimliliği azaltıp, sonuçta elde edilen verilerin anlamsızlaşmasına neden olacaktır. Böyle bir durumla karşılaşan işletmeler sonuç olarak yanlış kararlar alabileceklerdir (Yılmaz, 2007:s.196).

3.1.1 Yiyecek-İçecek Malzeme Maliyet Kontrolü

Yiyecek içecek işletmelerinde, yiyecek içecek maliyet kontrol süreci standart yemek ve içecek reçetelerinin oluşturulmasından başlayarak üretim ve satışla sona ermekte olup, her aşama farklı sorumluluğu ve kontrolü gerekli kılmaktadır.

Kontrol süreci içerisinde her aşamanın başlangıç noktası yiyecek içecek menüsüdür. Menü planlamasına uygun olarak belirtilen kontrol noktaları ile yiyecek-içecek maliyet kontrolünün diğer süreçleriyle beraber yiyecek-içecek hizmet üretiminde belli standartlar oluşturulup maliyetleri arttıran unsurlar minimum düzeye indirilebilmektedir (Çiftçi ve Köroğlu, 2008:s.36).

3.1.2 Malzeme Kontrol Sürecinin Aşamaları

a)Yiyecek içecek standartlarının belirlenmesi aşaması; Bu aşama, standart yiyecek içeceklerin reçetelerini kapsar. Oluşturulan bu standart reçeteler, herhangi bir yiyecek veya içeceğin üretilmesinde kullanılan malzemelerinin adları, miktarları, porsiyon sayısı, üretim süreci gibi bilgilerin yanında, porsiyon maliyetleri ve besin değerleri gibi bazı bilgileri de içermektedir. Bu

sebepden maliyet kontrolünün gerçekleşmesine yardımcı olacak en önemli konu, standart reçetelerin oluşturulması olarak kabul edilmektedir (Sarıışık, vd. 2010:s.259).

b) Satın Alma Kontrolü: Otel işletmelerinde yiyecek-içecek maliyetlerinin yüksek çıkmaması için, satın alma görevlilerinin dürüst, becerikli, satın alınacak malzemelerin özellikleri, nerelerde ve ne şekilde kullanılacağı, fiyatları vb. konularda kapsamlı bilgi sahibi olmaları gerekmektedir (Erbaş, 1996:s.4). Maliyet kontrol süreci aşamalarında satın alma kontrolü satın alma aşamasının doğru bir şekilde uygulanabilmesi için gerekmekte ve miktar kontrolü, fiyat kontrolü ve kalite kontrolü olmak üzere üç alt aşamada incelenebilir.

c) Teslim Alma Kontrolü: İşletmenin siparişleri doğrultusunda ürünlerin tedarik edip kontrol edilerek depoya veya direk kullanıcıya tesliminin sağlanmasına kontrol faaliyetidir. Teslim alma, siparişi verilmiş malzemelerin işletmeye getirildikten sonra sorumlu personel tarafından sayılarak, ölçülerek, tartılarak ve kalite kontrolü yapılarak işletmeye kabul edilmesi işlemi olarak tanımlanabilir. Teslim alma aşamasının satın alma aşaması ile birbirinden ayrı olarak kontrol altında tutulması gerekmektedir (Gümüş, 2005: s.101).

Otel işletmelerinde teslim alma kontrolünün etkili bir şekilde yapılabilmesi için, uzman teslim alma personeli, teslim alma için yol gösteren açık şemalar, sistemli bir teslim alma programı, teslim alma yöntem ve programlarının periyodik kontrolüne ihtiyaç vardır (Koçak N, 2004:s.85)

d) Depolama Kontrolü: Konaklama işletmelerinde depolama; ‘yiyecek ve içeceklerle ilgili hammadde ve malzemelerin gelir getirecek hale gelinceye kadar geçici olarak saklandığı alanlardır’ (Denizer, 2005:s.132). Depolamada asıl amaç, yiyecek ve içecek malzemelerinin kullanılacağı ana kadar hırsızlık, bozulma, kırılma, çürüme gibi zarar ve kayıpları önlemek amacıyla, özelliklerine göre farklı fiziksel koşullarda korunmasıdır. (Çam, 2009:s.507; Çetiner, 2009: s.45; Yılmaz, 2007:s.70). Bu amaçla çoğu işletmede, pahalı malları yalnızca sorumlu yöneticinin girebileceği kilitli depolarda, diğer mallar ise kilitsiz depolarda saklanır(Şahin, 2001:s.80). Ayrıca, teslim alma işleminin mutfakla ilişkisinin büyük olduğu unutulmamalı ve bu bölüm mutfağı yakın olmalıdır (Aktaş & Özdemir,2005:s.56). Bu bizi hem zaman, hem de fazla iş gücünden kurtaracaktır. Depolama, ‘istenilen malın, istenilen miktarda, istenilen zamanda, istenilen yerde, en düşük maliyet ile hazır bulundurulması ve hizmete sunulması’ olarak ifade edilmektedir (Yılmaz Y, 2005:s.36).

e) Depodan Çıkış Kontrolü: Her işletmede depodan mal çıkarma işlemini kendine özgü bir yöntemle yapabilir ancak. Depodan mal çıkarma (üretim/satışa sevk) eylemi, otel işletmelerinde

mutfak, restoran ve bar gibi birimlerin, yiyecek ve içeceklerle ilgili talep etmiş oldukları ürünlerin bir tutanakla yetkili kişilere dağıtılmasıdır (Denizer, 2005: s.133).

Otel işletmelerinde doğrudan mutfağa ya da bara doğrudan gönderilmeyen yiyecek-içecek malzemeleri, stok kartlarına işlenerek depolara gönderilir. Daha sonra ilgili bölümlerden gelen taleplere göre, bu ürünler depolardan çıkarılır. Kontrol için malzeme talep fişleri olmaksızın çıkışlara izin verilmemelidir. (Gümüş, 2005:s.113). Uygun koşullarda depolama ve en uygun yolla yapılan dağıtım işletmelerin maliyetlerini olumlu yönde etkileyecektir.

f) Üretim Kontrolü: Hangi yiyeceklerin ne zaman, ne miktarda satın alınması gerektiği konularında işletme yönetimine yardımcı olmak suretiyle maliyetlerin kontrolünde önemli bir işlevi yerine getirir (Erbaş,1996:s.25). Kontrol satış tahminlerinin yapılması, menü planlaması, mutfak denemelerinin yapılarak standart ürünler elde edilmesi, standart reçetelerin kullanılması ve porsiyon kontrolünün uygulanması olmak üzere beş safha halinde uygulanabilmektedir. Oluşabilecek olumsuzlukları an aza indirmek ya da elimine etmek için üretim planlamasının yapılması gerekmektedir (Gümüş, 2005:s.116).

İçecek üretim kontrolü aşaması ise, içeceğin hazırlanması ve müşteriye sunulması her bir içecek türü için değişik işlemler gerektiren ve farklı kategorilere ayrılan bir işlemdir. Otel işletmelerinde içecekler; işlenmemiş içecekler, yarı hazırlanmış içecekler ve servise hazır içecekler olmak üzere gruplara ayrılır. Her bir grup içerisinde yer alan içecekler için farklı üretim kontrolleri uygulanır (Aktaş, 2001:s.267).

g) Satış Kontrolü: Yiyecek malzemelerinin satış kontrolü, satış sistemlerine göre bono sisteminde satış kontrolü ve çek sisteminde satış kontrolü olmak üzere ikiye ayrılır (Çetiner, 2002:s.576). Yiyecek fiyatının toplam fiyata dâhil edilmesi durumunda bile mutfak porsiyon çıkışları mutlaka kontrol edilmelidir. İçeceklerin satış kontrolünde ise, işletmenin özelliğine göre çeşitli sistemler uygulanabilir. Ancak hangi şekilde satış yapılırsa yapılsın, en önemli konu yapılan içki satışlarının kaydedilmiş olmasıdır.

3.1.3 İşçilik Maliyet Kontrolü

Otel işletmelerinde maliyetlerin en büyük oranını işçilik giderleri oluşturmaktadır. Böyle bir maliyet işletmeler için çok fazla dikkat ve kontrol gerektiren bir konudur. Konaklama hizmeti dışında yiyecek içecek satışlarında işçilik maliyetlerinin kontrolü aslında yine planlanan menü satışına yönelik olarak satın alma üretim ve satış aşaması için gerekli işçi sayısı ve buna bağlı olarak oluşacak işçilik giderlerini kapsamaktadır.

İşçilik maliyeti; çalışan personelin emeği karşılığı katlanılan fedakârlıkların parasal ifadesine denilmektedir. Otel işletmelerinde emek gücüne dayalı hizmet üretilmesi ve bu üretimin temel unsurunun insan olması nedeniyle işçilik maliyetleri önemlidir. Çünkü diğer sektörler nazarın turizm işletmelerinde emek gücüne dayalı üretimin her aşamasının içerdiği işçilik maliyeti, görsel ve çok boyutlu olmaktadır(Usal ve Kurgun, 2001:s.193–195). Bu denetimin iki açıdan ele alınabilir.

- Personel giderleri
- Personel sayısı

İşçilik maliyet kontrol yöntemlerini; personel politikası, iş analizi, işin basitleştirilmesi, iş üretim standartlarının belirlenmesi, işgücü tahminlemesi ve işgücü programlanması şeklinde altı başlık altında toplamak mümkündür (Çetiner, 2002:s.625–632).

İşçilik maliyeti (Labor Cost) oranı: Çalışanlara ödenen ücretin yanında, mesai, ikramiyeler, yardımlar, yan haklar vb. gibi tüm ödemeleri kapsayan tüm işçilik giderleri diye adlandırılan tutarın, işletmenin satış gelirlerine bölünmesi, olarak tanımlanabilir. Bir formülle ifade etmek gerekirse (Çetiner E. 2002:s.69): ‘İşçilik Maliyeti (TL) / Satış Gelirleri (TL) = İşçilik Maliyet Yüzdesi (%)’

İş üretim standartları, bir iş görenin toplam iş yükünün ne olacağını belirlemek ve belli bir standardın oluşturulmasıdır. İş üretim standartları, her işletme için farklı olabilir ve her işletme kendi işlevlerine uygun standartları oluşturmalıdır.

İşçilik maliyetlerinin fazla çıkması durumunda ilk akla gelen bu maliyetleri azaltma yolunda personel standartlarının düşürülmesidir. Böyle bir durum işletme için çok büyük bir tehlike arz edebilir. Çünkü bu durum müşteri memnuniyetsizliğine sebep olursa uzun vadede işletmenin ayakta kalabilmesi zorlaşacaktır.

3.1.3.1 İşçilik maliyetini etkileyen faktörler

Genel olarak işçilik maliyetlerini etkileyen faktörler çoğu işletmede benzer olmakla birlikte emek yoğun işletmelerde ciddi maliyet artışlarına neden olabilmektedir. Otel işletmeleri açısından İşçilik maliyetlerini etkileyen faktörleri belirli başlıklarda toplamak mümkündür. Bunlar;

Personel Politikaları: İşçilik maliyetlerinin kontrol altında tutulmasının ilk adımı personel politikalarının oluşturulması olacaktır. Personel politikalarının içerdiği başlıkları şöyle sıralayabiliriz (Olalı, 1973:s.49):

- İş gören analizi ve seçimi,
- İş gören yönetimi,
- İş gören motivasyonu,
- İş gören güvenliği ile ilgili konular.

İş görenin işe alımından itibaren işe alıştırma eğitimleri başta olmak üzere işi öğrenmesine ilişkin gerek kurum içi gerekse kurum dışı eğitimler verilmelidir. Fakat bu kadar eğitim verilen personelin elde tutulması önemlidir. Çünkü her çıkan personel büyük maliyetler demektir.

3.1.3 Diğer Maliyetlerin Kontrolü

Üretim sürecinde hammadde malzeme ve işçilik dışında diğer maliyet unsuru genel üretim giderleridir. Üretimle ilgili enerji aydınlatma vb. giderlerin üretimden bağımsız olarak ayrı bütçelense bile bu giderlerin ürün maliyet hesaplarında dikkate alınması gerekir.

Diğer taraftan yeme içme ve işçilik dışındaki maliyetlerin büyüklükleri dikkate alındığında satış gelirleri ile ilişkilendirilerek belli standartların oluşturularak bütçelenmesi ve kontrolü gerekir. Bu tip maliyetler, hizmet verilmesi sebebiyle oluşan ve verilen hizmet miktarıyla orantılı olarak değişim gösteren maliyet unsurları olarak ifade edilebilir. İşletmenin yönetim giderleri, pazarlama giderleri, temizlik giderleri, depolarda meydana gelen kayıp, kırık ve fire gibi giderleri diğer maliyet unsurlarına örnek olarak gösterilebilir(Erbaş, 2008:s.467).

Otel işletmelerinde yiyecek içecek ve işçilik dışında diğer giderler gerek müşteri sayısı, satış tutarı, doluluk oranı veya yemek giderleri esas alınarak belirlenen bütçe rakamları ile karşılaştırılmak suretiyle sapmalar kontrol edilebilir. İşletmenin ana hedefini gerçekleştirmek için bu maliyetlerin de en az yiyecek-içecek ve işçilik maliyetleri gibi kontrolü gerekmektedir. Bu maliyetlerin en belirgin özelliğini kapasite kullanım derecesi belirlediğinden, hizmetin verildiği andan itibaren kontrolünü gerektirmektedir.

Diğer giderlerin kontrolünde sabit ve değişken gider ayrımı yapılarak faaliyet hacmi ile ilişkilendirilmesi planlama ve kontrol açısından önemli katkı sağlayabilir.

3.2 Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrol Yöntemleri

Konaklama işletmelerinde yiyecek-içecek maliyetlerinin gidişatını görebilmek açısından kontrollerinin yapılması çok önemlidir. Bu kontroller sayesinde işletmedeki maliyetlerin ne durumda olduğu hakkında yorumlar yapılabilecektir.

Yiyecek içecek işletmelerinde uygulanan maliyet kontrol sistemleri; basit, ayrıntılı, standart, tahmini, faaliyete ve sürece dayalı maliyet kontrol sistemleri olarak sıralanmaktadır(Usal ve Kurgun, 2001:s.116).

Yiyecek-içecek işletmelerinde maliyetlerini kontrol altında tutabilmek için geliştirilen kontrol yöntemleri uygulamada farklılıklar gösterebilir. Ancak temelde hepsi birbiri ile yakından ilgilidir. Tüm bu yöntemlerin ortak noktası ise, yöneticilerin doğru ve hızlı bir şekilde ulaşmak istedikleri maliyetleri her biride istenilen ölçüde verebilmektedir (Yılmaz Y.2007, s. 147).Yiyecek ve içecek maliyet kontrol yöntemleri, aşağıda yiyecek maliyet kontrol yöntemleri ve içecek maliyet kontrol yöntemleri olmak üzere iki ana başlık altında incelenmektedir.

3.2.1 Yiyecek Maliyet Kontrol Yöntemleri

Yiyecek maliyet kontrol yöntemlerini dört başlık altında toplamak mümkündür. Bunlar; basit maliyet kontrol yöntemi, ayrıntılı maliyet kontrol yöntemi, standart maliyet kontrol yöntemi ve potansiyel maliyet kontrol yöntemidir (Aktaş, 2001:s.329).

a) Basit Maliyet Kontrol Yöntemi: Yiyecek içecek işletmelerinin, geçmiş yıllardaki yiyecek içecek faaliyetleri ile gerçekleşen yiyecek içecek faaliyetleri arasındaki rakamlar, oranlanarak karşılaştırılmaktadır. Yapılan bu karşılaştırmalı oranlara göre, eğer bir artış söz konusu ise, yiyecek ve içecek maliyetleri yükselmiş olarak kabul edilir (Benligiray, 1997:s.88). Basit maliyet kontrol yöntemi, aylık ve günlük olmak üzere iki şekilde uygulanabilmektedir. Ancak yiyecek maliyeti hesaplanırken ikisinin de hesaplama mantığı aynı olup, kısaca basit maliyet yöntemi, maliyetlerin satışlara oranlanması esasına dayanmaktadır. Basit aylık maliyet kontrol yöntemini uygulamak için aşağıdaki adımlar izlenir (Yılmaz, 2005:s.149):

1) Dönem başı stok + dönem içinde girişi yapılan yiyecek malzemeleri (direkt girişler + depodan girişler) = Kullanılabilir yiyecek stoku

2) Kullanılabilir yiyecek stoku – dönem sonu stok = Dönem içinde kullanılan yiyecek stokları

3) Dönem içinde kullanılan yiyecek stokları – transferler ve iadeler = Dönem içinde üretilen yiyecek maliyeti

4) Dönem içinde üretilen yiyecek maliyeti – indirimler (personel yemeği, sağlık yardımı vb.) = Aylık satılan yiyecek maliyeti

5) Aylık Satışlar / Aylık satılan yiyecek maliyeti = Aylık Satılan Yiyecek Maliyeti Yüzdesi

Bazı otel işletmeleri, yiyecek maliyet yüzdelerini ay sonunda değil de günlük olarak hesaplamak isteyebilirler. Çünkü maliyetlerin günlük olarak hesaplanması sonucunda, meydana gelebilecek herhangi bir olumsuzluk aynı gün içerisinde fark edilerek düzeltilebilir.

Satılan Yiyeceğin Günlük Maliyeti = Direkt Satın Alınan Malzemeler + Depodan Alınanlar + Departmana Transferler – Departmandan Transferler – İçki Yemekleri çıkarılarak hesaplanmaktadır.

Elde edilen yiyeceğin maliyetinin, günlük yiyecek satış gelirine oranlanmasıyla, istenilen günlük yiyecek maliyet yüzdesi elde edilir. Genellikle yiyecekler için maliyet yüzdesinin %30 düzeyinde olması arzulanmaktadır (Kozak, 1995:s.123).

Basit maliyet kontrol yönteminde, maliyet yüzdelerindeki olumsuz farkların hangi unsurlardan kaynaklandığı açıkça belirlenememekte ve yalnızca ortaya çıkan yüzdeler karşılaştırılabilmektedir. Bu durum, yöntemin önemli sakıncalarından birini oluşturmaktadır.

b) Ayrıntılı Maliyet Kontrol Yöntemi: Ayrıntılı maliyet kontrol yönteminde, tüketilen yiyeceklerin maliyetlerinin hangi malzeme türünden olduğunu da saptayabilmek amacıyla maliyetlerin günlük değişimleri dikkate alınarak yapılan kontrollerdir (Çiftçi & Köroğlu, 2008). Bu yöntemin uygulanmasında yiyecekler; etler, deniz ürünleri, kümes ve av hayvanları, konserveler, meyve ve sebzeler, süt ve süttten yapılan ürünler, bakliyat gibi gruplara ayrılır (Taşkın, 1997:s.129).

Ayrıntılı maliyet kontrol yönteminde birbirinden farklı iki yaklaşım söz konusudur. Bunlar; Harris, Kerr ve Forster yöntemi ve Horwath ve Horwath yöntemidir.

*Harris, Kerr ve Forster Yöntemi: Genellikle konaklama işletmelerinin tercih ettiği bu kontrol yöntemi, girdilerin satışlara oranını vererek maliyetler arasında karşılaştırmalar yapılmasına olanak sağlar. Yöntemin esası, satılan yiyeceklerin maliyetlerinin hangi girdi kalemlerinden oluştuğunu bulmaya dayanır. Bu yöntemin uygulanmasıyla, günlük maliyet değişimleri takip

edilebilmekte ve ara toplamlar alınarak ay sonu sonuçları da elde edilebilmektedir (Yılmaz, 2005: s.155).

Yöntemin uygulanabilmesi için, satışların ve maliyetlerin önceden tahmin edilmesi gerekir. Daha sonra bu tahminler ile gerçekleşen durum arasındaki farklar bulunarak, menüde ne tür değişikliklerin yapılacağı belirlenir (Usal ve Kurgun, 2001: s.116).

*Horwath ve Horwath Yöntemi: Yiyecek ve içecekler bir önceki yöntemde olduğu gibi sınıflandırılmaktadır. Harris, Kerr and Forster kontrol yönteminde tek farkı ise ‘maliyetlerle birlikte satış kalemleri ve ambar stokları da takip edilmektedir. Bu yöntemin özü, maliyetlerle birlikte her bir yiyecek grubu için satış oranını da bulmaya dayanır. Böylece yiyecek grubunun toplam içindeki ağırlığı tespit edilebilmekte ve herhangi bir olumsuzluk söz konusu ise gerekli tedbirler zamanında alınabilmektedir (Aktaş, 2001:s.342).

Yöntemin en önemli dezavantajı, maliyetlerdeki artışları ayrıntılı göstermesine rağmen, maliyet değişiminin kaynağını göstermemesidir. Bu durum, alınacak önlemlerde işletmenin yetersiz kalmasına neden olabilmektedir (Sarıışık, 1998:s. 56)

c) Standart Maliyet Kontrol Yöntemi: Bu kontrol sistemlerinin kullanılması en önemli kontrol araçlarından biri de standart reçetelerdir (Usal ve Kurgun, 2003: 114). Kontrol yönteminin ilk uygulama aşaması, standart reçeteler ve standart porsiyon ebatlarının belirlenmesidir. Bunların belirlenmesi, ürünlerin maliyetlerinin kontrolünü ciddi oranda kolaylaştıracaktır. Porsiyon ebatlarının standartlaştırılması ise, sunulan her bir tabaktaki servisin malzeme adedine ve ağırlıklarına kadar eşit olması ve sunulan içeceklerin ölçek olarak aynı standardı yakalamasıdır. Optimum üretim miktarı ve kalitesinin yakalanması için çalışanların standart reçetelere uyması sağlanmalıdır (Gümüş, 2005:s.119).

Hazırlanan standart reçetelerin ortalama maliyetleri tahmin edilecek gerçekleşen maliyetlerle karşılaştırmaları yapılır ve sonuç itibarıyla ne kadar uyumlu olduklarına bakılır, arada büyük farkların olması durumunda nedenleri üzerine tartışılarak, önlemlerin alınması sağlanır. Yiyecek maliyetlerinde meydana gelen olumsuz sapmalar, standart porsiyondan fazla malzemeyle servis yapılması, fazla üretimde bulunulması, malzeme alınmasında standart malzeme özelliklerine dikkat edilmemesi, piyasa fiyatlarının sık sık değişmesi, personel yemekleri ve talep edilen malzemenin mutfakta kullanılmamış olması gibi nedenlerden kaynaklanabilir (Çetiner, 2002:s.580).

Standart maliyet kontrol yöntemi iki şekilde uygulanmaktadır;

1) Toplam Standart Maliyetin Toplam Gerçek Maliyet ile Karşılaştırılması:

Bu karşılaştırmada satılan yemek türlerinin porsiyon miktarları, her bir yemeğin standart maliyetleri ile çarpılır ve yemek türlerinin toplam standart maliyeti bulunur. Her bir yemek türünün toplam standart maliyeti toplanarak o gün veya o dönem satılan tüm yemeklerin toplam standart maliyeti bulunur. Bu toplam ile o gün veya o dönem gerçekleşen maliyetler karşılaştırılır ve sapma hesaplanır.(Çetiner, 1995:s.61).

2) Yiyecek Grupları Standart Maliyetinin Yiyecek Grupları Gerçek Maliyeti ile Karşılaştırılması:

Bu karşılaştırmada, öncelikle yiyecekler gruplandırılır. Örneğin, A grubu yemekler et yemekleri, B grubu yemekler mevsim yemekleri, C grubu yemekler tatlılar vb. buna göre, her bir grubun standart maliyeti ile gerçek maliyeti karşılaştırılır ve sapmalar hesaplanır.

d) Potansiyel Maliyet Kontrol Yöntemi: “Ön maliyet-ön kontrol” olarak da adlandırılan bu yöntem, gelecekte olması beklenen maliyetlerin belirlenerek, beklenen kârın elde edilmesi için gerekli tedbirleri (satış fiyatları, menünün oluşturulması, porsiyon maliyetleri vb.) almaya ve etkinliğini arttırmaya yönelik çabaları kapsar (Yılmaz, 2005:s.165).

Bu yönetime göre, yiyeceklerin miktar ve türlerini tahmin edebilmek için, önce menüde yer alan her kalemin geçmişteki satış sayısı bulunur. Bunun için menü kopyası üzerine her yemek türü için satış sayısı yazılır. Daha sonra bu bilgiler satış analiz formuna veya defterine kaydedilir (Çetiner, 1995:s. 63). Yiyecek satışları analiz defteri sayesinde menü planlaması yapılır. Böylece, satışı yapılmayan ya da satışı ağır yürüten yemekler menüden çıkarılır (Çetiner, 2002:s.582).

Potansiyel maliyet kontrol yönteminin kullanımıyla, hem kaynakların daha etkin kullanımı hem de personelin daha verimli çalışması sağlanabilmektedir (Kozak, 1995:s. 124).

3.2.2 Yiyecek Maliyetini Etkileyen Faktörler

Yiyecek maliyetleri, satın alma işleminden servis aşamasına kadar her noktada gerekli önemin verilmemesi sonucu olumsuz etkilenebilir. Bir mutfakta, yiyecek maliyet değişmesinde etkili olan faktörlerden bazıları şunlardır(Olalı H,1993:s.492):

-Yiyeceğin kalitesi

-Yanlış hazırlama tekniği uygulanması (acemi aşçılarla iş yürütme)

-Yönetim hataları (bedavacıların yediklerini kayda almadan mutfak giderlerine eklemek, dikkate alınmayan personel yiyecek giderleri vb.)

-Satın alma ve üretim esnasındaki kayıplar (hırsızlık, ziyan vb.)

-Yanlış satın alma politikası uygulamak (vadeli alış yüzünden malzemelere değerinden fazla para ödeme, piyasayı iyi izlememe vb.)

-Mevsim değişiklikleri ve enflasyonun yiyecek fiyatlarına etkisi

-Ön görülen porsiyondan fazla veya az servis ederek yiyecek malzeme miktarını artırmak veya düşürmek

-Mevsim dışı ürün satın almak

-Piyasanın durgunluğu

-Yiyecek dışı, diğer giderlerde değişiklik olması vb.

3.3 İçecek Maliyet Kontrol Yöntemleri

İçecekler için de çeşitli maliyet kontrol yöntemleri kullanılmaktadır. Bunlar, basit maliyet kontrol yöntemi ve satış fiyatıyla kontrol yöntemi olarak sınıflandırılabilir (Türksoy, 1998:s. 158–159).

Basit Maliyet Kontrol Yöntemi: İçecekler için basit maliyet kontrolünün uygulanması, yiyecek maliyet kontrolündeki gibidir. İçecekler için de basit maliyet kontrol yöntemi, aylık ve günlük olarak hesaplanabilir.

Aylık içecek maliyetlerinin kontrolü için, ay sonunda bardaki tüm içkiler sayılarak değerlendirilir. Bu tutar, dönem başındaki stoklar ile depodan o ana kadar çıkan içkilerden toplamından düşülerek, satılan içkilerin maliyeti ve daha sonra satışlara oranı elde edilir (Türksoy, 1998:s.158).

Günlük basit maliyet kontrol yönteminde ise, bara günlük satışları karşılayacak kadar içki stoklanır. Bu yöntemde günlük sayım yapmaya gerek yoktur. Boş ve dolu şişeler birbiriyle değiştirilir. Çünkü bu yöntemde günlük satış maliyetini tespit etmek için her gün sayım yapmak yerine, her gün bara getirilen içkilerin o günün içecek maliyetini vereceği varsayımıyla hareket edilir (Kurt, 1998:s.213).

Genellikle içecekler için maliyet yüzdesinin %20 düzeyinde olması arzulanmaktadır (Kozak, 1995:s.123).

Satış Fiyatıyla Kontrol Yöntemi: Satış fiyatıyla kontrol yönteminin esası depodan çıkan içeceklerin satış fiyatı üzerinden değerlendirilmesidir.(Olalı H vd,1993,501). Bu yöntem içecek maliyet kontrol yönteminde en çok kullanılan ve uygulanması kolay bir yöntemdir. Bu yöntem, bara gelen içkilerin satış değerinin hesaplanarak, gerçekleşen hasılatla karşılaştırılması esasına dayanır. Bu yönüyle satış fiyatıyla kontrol yöntemi sapma analizine benzetilebilir (Türksoy, 1998:s. 159).

4. HEDEF MALİYETLEME

Hedef maliyetleme ise ürün tasarımı ve geliştirme, mevcut ürünlerin maliyetini azaltma, üretim süreci planlaması ve endirekt alanlarda verimlilik iyileştirmesi gibi kullanım alanlarında ortaya çıkar (<http://www.ekonomist.8m.net/m10.html>). Hedef maliyetleme, bir mamulün maliyetini, gerçekleştikten sonra azaltmaya çalışmak yerine, maliyetler gerçekleşmeden onları önlemeyi amaçlayan bir yaklaşımdır (Erden, 1999:s.99). Hedef maliyetleme yaklaşımına göre, bir ürünün maliyeti, hedef satış fiyatından hedef kâr marjının çıkarılması ile hesaplanır (Gökçen, 2003:s.79-80). Hedef Maliyet = Hedeflenen Satış Fiyatı – Hedeflenen Kâr Marjı

Hedef maliyetleme süreci şöyle özetlenebilir (Karakaya, 2004:s.585-586):

- Üretilmesi düşünülen ürünle ilgili pazar araştırması yapılır. Bu araştırma ile tüketici ihtiyaç ve tercihlerine göre ürüne ait fonksiyonlar (konfor, emniyet, sağlamlık, estetik, prestij, çok amaçlılık, kullanım kolaylığı gibi) belirlenir. Tüketicinin her fonksiyona verdiği önem dereceleri tespit edilir.
- Belirlenen fonksiyonlara ve bunlara verilen önem dereceleri de dikkate alınarak ürün oluşturan parçalar belirlenir. Ürünü oluşturan parçalar ve fonksiyonları analiz edilir. Bu noktada bir prototip çıkarılır. Belirlenen prototipe göre pazara dayalı bir hedef fiyat belirlenir.
- Satışlardan beklenen asgari karlılık oranı belirlenir (hedef kar, yatırımlardan beklenen karlılık oranına göre de belirlenebilir) Karlılık oranına göre hedef kar hesaplanır.
- Hesaplanan hedef kar satışlardan düşülerek hedef maliyet belirlenir. Bu maliyet “Kabul Edilebilir Maksimum Maliyet” anlamına gelir.

- Ürünü oluşturan her parçanın üretim maliyeti hesaplanır. Tahmini maliyet bir öngörü maliyet olup, herhangi bir hedef söz konusu değildir.

- Tahmini üretim maliyeti, kabul edilebilir maksimum maliyetinden büyük ise bu noktada maliyet düşürücü tekniklerden yararlanır. Bu noktada değer mühendisliği ve değer analizi devreye girer.

- Tahmini üretim maliyetinin kabul edilebilir maliyet düzeyine indirilmesiyle hedef maliyetin uygunluğu sağlanmış olur.

Hedef maliyetleme, ürün yaşam seyri boyunca, ürün maliyetlerinin düşürülmesini hedef alan stratejik bir kar ve maliyet yönetim sürecidir (Alagöz ve diğerleri, 2005:s.47). Hedef maliyetlemenin amacı her işletme için farklı olabilir. Bu hedefler piyasa gerekleri temelinde hedef maliyetlemeyi ortaya çıkarır. Diğer bir tanıma göre ise, hedef pazar payına ulaşabilmek için kullanılan satış fiyatına göre hesaplanan, pazar bazlı maliyeti ifade etmektedir (Yükçü, 1999:s.924-925).

Fiyata göre maliyetleme ilkesi iki alt ilkeye sahiptir (Dursun ve Aksoylu, 2001:s.363):

- Ürün ve kâr planlarını pazar fiyatları tanımlar. Uygun ve güvenli bir kâr marjına sahip ürünlere kaynakların yönlendirilebilmesi için, bu planlar sık sık gözden geçirilir.

- Hedef maliyetleme süreci, aktif rekabet ortamı bilgileri ve analizleri ile yönlendirilir. Pazar fiyatlarının nasıl oluştuğunu anlamaya çalışmak, rekabet ortamının zorluklarını ve tehlikelerini karşılayabilmek için önem taşır.

5. KONAKLAMA VE YEME-İÇME HİZMETLERİNİN FİYATLANDIRILMASI

Farklı amaçlarla seyahat eden misafirlerin günlük ihtiyaçları dışında farklı talep ya da beklentileri söz konusudur. Genel olarak öncelikli olarak temiz bir odada kendi evindeymiş gibi rahat edebileceği bir konaklama hizmeti sunmak otel işletmelerinin öncelikli hedefleri olacaktır. İkinci en önemli ihtiyaç ise verilecek yeme ve içme ihtiyacıdır. Otelin bulunduğu yer itibarı ile merkez otellerde yeme içme hizmeti verilmeyebilir. Ancak bazı alanlarda yeme içme hizmeti tanıtım ve pazarlama aracı olarak etkili olabilmektedir.

Otel işletmelerinin genel kuruluş amaçları dikkate alındığında en önemli gelir kaynakları konaklama ve yiyecek içecek satışlarıdır. Diğer taraftan doğrudan ya da dolaylı olarak kuaför, havuz, hamam ve çamaşır gibi diğer gelirleri söz konusudur.

Mamul veya hizmet fiyatlaması işletmenin pazarlama ve satış politikasına bağlı olarak belirlenecektir. Kuruluş amacına uygun gelir elde etmek amacı ile katlanılan giderler dikkate alınmak sureti ile bu hizmetlerin müşteri memnuniyeti ve rakipler dikkate alınarak fiyatlandırılması gerekmektedir. Bazen çok yüksek fiyat kadar düşük fiyatta işletme için olumsuz sonuçlarla karşılaşabilmektedir. Günümüzde özellikle tatil amaçlı seyahatlerde otel fiyatları kahvaltı ve akşam yemeği dâhil belirlenmektedir. Bu nedenle fiyat tespitinde, yemek maliyetinin bilinmesi gerekir.

5.1 Konaklama Hizmeti Oda Fiyatlaması

Otel işletmelerinin en önemli hizmeti konaklama hizmeti olup, satış gelirlerinin en önemli bölümünü oluşturmaktadır. Otelin sadece konaklama hizmeti vermesi durumunda oda fiyatlaması basittir. Buna göre işletmenin yatırımı üzerinden beklediği kar ile katlanılan gider toplamlarının oda sayısı yıllık doluluk oranı dikkate alınarak bulunan miktara bölünmek sureti ile aşağıdaki gibi hesaplanacaktır(Çetiner,2002: s.418).

Örnek olarak %80 ortalama doluluk oranı bulunan bir işletmede 60 oda ve 100 yatak bulunmaktadır. Yıllık giderleri toplam 1.500.000 ve toplam 3.000.000 yatırım üzerinden arzulanan kar 500.000 kabul edilirse;

$$\text{Kar+Giderler/Yıllık Oda Satış Miktarı} = 60 * ,80 * 36 = 17.520$$

$$2.000.000 / 17.520 = 115 \text{ TL/oda olarak belirlenecektir.}$$

Sonraki aşamada her odanın artı ve eksi özellikleri dikkate alınarak fiyat belirlenebilir. Diğer taraftan rakip işletme oda fiyatları ile otel konumları esas alınarak fiyat değişiklikleri yapılabilir. Örnek olarak çift yatak çift banyo artı avantajları ile birlikte alanı daha büyük odaların fiyatları 2 kat olarak belirlenebilir.

Konaklama giderlerinin çok dikkatli bir şekilde belirlenmesi gerekir. Odaların temizlik, bakım ve dezenfekte edilmelerinde kullanılan malzemeler, operasyonda büyük miktar ve tutar oluşturmaktadırlar. Özellikle odaların günlük bakımları için katlanılan tekstil, çamaşırhane, elektrik ve temizlik malzemesi gibi giderlerin tahmininde çok dikkatli olunmasında yarar vardır.

5.2 Yiyecek İçecek Fiyatlaması

Yiyecek ya da yemek fiyatı ise yeni bir mamul üretimi söz konusu olduğundan üretilen mamulün yani yemeğin maliyeti esas alınır. Bilindiği gibi maliyeti oluşturan giderler hammadde malzeme işçilik ve diğer üretimle ilgili giderlerdir. Yemek maliyeti bu unsurlar dikkate alınarak belirlenmelidir. Diğer taraftan yemek için ayrıca ücret talep edilmiyor ise oda fiyatına dâhil

edilecektir. Bu konuda ise yemek malzeme giderleri ve diğer giderler dışında işçilikler oda fiyat hesaplamasına dâhil edilmiş olması durumunda burada dikkate alınmayacaktır.

Yemek fiyat tespitinde yemek satış gelirinin aşağıdaki gibi dağıldığı varsayılmaktadır(Çetiner,2002: s.418).

%40-50 yiyecek maliyeti

%15 kâr

%26-30 İşçilik

% 15-20 Genel üretim giderleri

%40-50 Risk payı

Bu hesaplama oransal olarak doğru olmakla birlikte farklı yöntemlerle fiyat belirlenebilmektedir. Bu yöntemlerden bazıları aşağıda açıklanmıştır(Çetiner,2002:s.424).

1) Kıyaslama Diğer işletmelerdeki fiyatlar esas alınarak artı ve eksileri müşteri adına hareket edilerek sübjektif bir fiyat belirlenmektedir. Örnek olarak başka bir restoranda 20 lira olan yemeği müşteri burada yemeyi tercih ederse 25 lira öder veya tersi 15 lirayı kabul edebilir.

2) Maliyetleri esas alan yöntemler

a) Tüm girdi maliyetlerinin esas alınması

b) Temel maliyetleri esas alan yöntemler ana girdi maliyetleri esas alınabilir.

1) Basit temel maliyet yöntemi temel malzeme giderleri artı kişi başı işçilikler

2) Geliştirilmiş temel maliyet yöntemi temel malzeme giderleri artı standart işçilikliler

Yiyecek ve içecek fiyatları genel olarak ayrı ayrı fiyatlandırılır. Yemek oda fiyatına dâhil edilirken içecekler genel olarak ücretlendirilmektedir. İçecek fiyat tespitinde üretim söz konusu olmadığından içecek maliyetine belli oranda kar ilave edilerek hesaplanmaktadır. Belli bir karışım halinde sunulan içecekler için karışım oranı ve ciddi süreyi gerektiğinde hazırlama süresi işçiliği eklenerek fiyat belirlenebilmektedir.

6.3 Diğer Hizmetler Fiyatlaması

Diğer hizmetlerin fiyatlamasında genelde piyasa fiyatları esas alınmakla birlikte, bu hizmetler için genellikle katlanılan maliyetler artı kâr ve işçilik eklenerek maliyet hesaplanır. Bazı işletmelerde bu tip hizmetlerden kâr çok fazla ön planda değildir. Örnek olarak kuru temizleme, ütü vb. sayılabilir. Aşağıda genel fiyatlamada kullanılan yöntem örneklenmiştir.

Bir gömleğin yıkanması ve ütülenmesi için gerekli malzeme ve su enerji maliyeti 10lira olacağı ve yaklaşık bir işçinin 30 dakikasını aldığı kabul edildiğinde otelin ortalama işçilik saat ücreti 20 lira ise 10 lira işçilik ve işçiliğin %50 si kadar(5) lira kâr eklenerek, fiyat 25 lira olarak belirlenmektedir. Bazen kâr bu tutara hiç eklenmeyerek müşteri memnuniyeti ön plana çıkartılmaya çalışılmaktadır.

6. Önerilen Maliyet Kontrol Yöntemi Ve İşleyişi

Yöntem aslında bir şekilde potansiyel maliyet kontrol yönteminin' de farklı bir uygulaması olarak nitelendirilebilir. Potansiyel maliyet kontrol yönteminde tahmini menü satışlar ve bilinen bu menünün tahmini maliyetinin hesaplanmasına dayanmaktadır(Olalı, Korzay,1993:s.499). Bu yöntemin farkı ise menünün önceden bilinmesi değil, tersine hedef kârı karşılayacak kabul edilebilir bir maliyetin belirlenmesi ve bu maliyet sınırları içerisinde menü belirlemesidir.

Yöntemin işleyiş aşamalarını şekil yardımıyla aşağıdaki gibi özetlenebilir.



Kahvaltı ve akşam yemeği dâhil satışlarda yiyecek maliyet kontrolü için bu yöntem özünde otelde sunulan yiyecek-içecek hizmetinin malzeme alımı ve üretim sırasındaki israfın önlenmesi yanında maliyetlerin daha etkin kontrolüne yöneliktir. Önerilen kontrol yöntemi, aslında yeni bir yöntem olmayıp, hedeflenen menü maliyeti esas alınarak menü oluşturulmasıdır. Bu yöntemde bütçelenen rakamlara sadık kalınması sağlanarak işletme hedefine ulaşırken çalışanın da özen göstererek israfı önleyebildiği oranda ek gelir elde etmesi amaçlanmaktadır. Yöntem ücret sistemi içerisinde de değerlendirilebilir.

Yöntemin İşleyişi: Yöntemin işleyiş aşamalarını aşağıdaki gibi açıklayabiliriz.

- Hedef satış gelirlerinin belirlenmesi
 - Satış tahminleri
 - Satış gelirlerinin sınıflandırılması
 - Gelir üzerinden hedef yiyecek maliyet belirlenmesi
 - Hedef maliyete dayalı günlük ve haftalık menü oluşturma
- Hedef menü yiyecek maliyet bütçeleme si
 - Temel malzeme bütçeleme si
 - İşçilik bütçeleme si
- Hedef yiyecek maliyet bütçe performans raporlaması maliyet kontrolü

6.1 Satış Tahminleri Ve Gelirlerin Ayrıştırılması

Verilen hizmet satışlarının ayrı fiyatlandırılmasında sıkıntı olmamakla birlikte özellikle son yıllarda "Açık Büfe Servis Yöntemi" önemli bir satış politikası olarak uygulanmaktadır. Bu nedenle toplam satış gelirlerinin her gelir bir maliyeti gerektirdiğinden gelirlerin verilen hizmetlere uygun olarak ayrıştırılmasını gerektirir.

Satışların tahminini genel olarak geçmiş veriler ışığında mevcut piyasa şartları değerlendirmeye esas alınarak bazı yöntemlere göre belirlenebilir. Bu yöntemlerden en çok uygulanan yöntem satış dönemleri(ay ve yıl) ile satışlar arasındaki ilişkiyi belirleyen oranda satış tahminleridir.

Tüm hazırlıklar tahmini satış ile satılacak oda ve gelecek misafir sayısının belirlenmesi ile başlayacaktır. Yapılacak yemek faaliyetlerin planlanması ve bütçelenmesi ise menü planlamasına dayalı olarak yapılacaktır. Yiyecek malzemeleri için daha önceden belirlenmiş standart ürünler için standart reçetelerin kullanılması ve standart porsiyon miktarları esas alınarak uygulanacaktır. İster yeme içme oda fiyatlarına dâhil edilsin isterse ayrı olarak sunulsun işletme günlük olarak kahvaltı ve özellikle akşam yemeği için menü oluşturmak zorundadır. Otelde konaklayanların bir kısmı restorandan yararlanması dışında oda müşterileri dışındaki müşterilerinde yararlanmasına imkân sağlanabilir. Bu nedenle maksimum müşteri sayısı dikkate alınarak mutfak dizayn edilmelidir(Gökdemir Ayhan.2003:s 19).

Oda satışlarının ve yiyecek içecek satış gelirlerinin ayrı olması durumunda hedef maliyet gelirlerden geriye doğru kolaylıkla hesaplanabilmektedir. Otel işletmelerinde satışlardan elde edilecek gelirlerin kontrol dâhil analiz ve değerlendirmeler açısından mutlak olarak ayrı kayıtlanması ve izlenmesi gerekir. Aksi takdirde hatalı sonuçlar alınabilir. Ancak oda satış fiyatının

kahvaltı ve akşam yemeğini içermesi durumunda hedef maliyet tespitinin biraz daha dikkatli yapılması gerekir. Örnek olarak tek fiyatın 300 lira olarak belirlenmesi durumunda işletme yatırım tutarı ve giderler esas alınarak belirlenen oda fiyatı 120 lira ise $300-120=180$ lira kahvaltı ve akşam yemek satış fiyatı olarak belirlenmiş olmaktadır. Buradan hareketle tahmini gün ve hafta olarak misafir sayısı ile çarpılarak yiyecek içecek satış gelirleri belirlenmektedir. Günlük misafir sayısı 200 ise günlük yiyecek içecek satış gelirleri $200*180=36.000$ lira olacağı öngörülebilecektir. Bu durumda işletme kahvaltı ve akşam yemeğini bütünleştirerek hedef maliyet belirleyebileceği gibi bunları ayırıştırarak maliyette belirleyebilir. Aslında kahvaltı menüsü genelde aynı yiyecek ve içecekleri içerdiği için birleştirilerek hedef maliyet belirlenebilir. Ancak kahvaltı ve akşam yemeği için hedef maliyetlerinin ayrı belirlenmesi denetim açısından daha anlamlıdır. Kahvaltı ve akşam yemeği için belirlenen günlük fiyatın 180 olduğunu bunun 60 lirasının kahvaltı ve 120 lirasının akşam yemeği için belirlendiğini varsaydığımızda yukarıdaki açıklamada olduğu gibi akşam yemeği için hedef maliyet fiyatı tespit edilecektir.

Diğer taraftan belirlenen hedef menü maliyeti geçmiş dönem menü maliyetleri ile karşılaştırılmalı ve gerçekçi olarak belirlenmelidir. Yiyecek malzeme maliyetlerinde ciddi fiyat artışlarının olduğu belli dönemlerde geçmiş yıl menü ortalaması hatalı sonuç verebilir.

Kişi başına tek fiyat uygulaması söz konusu olduğunda hedef maliyet uygulaması için öncelikle oda fiyatının ayırıştırılarak yiyecek ve içecek menü gelirlerinin belirlenmesi gerekir.

6.2 Hedef Menü Maliyet Bütçelemesi

Hedef maliyetleme bir planlama yöntemi olmakla birlikte aynı zamanda etkin bir kontrol aracıdır. Otel işletmeleri sundukları hizmetin maliyetini gerçekçi ve doğru tespit etmesi durumunda maliyetlere ilave kâr ile yeme içme fiyatı belirlenmektedir. Bazen yeme içme fiyatı oda fiyatı ile birleştirilerek her şey dâhil fiyat belirlenmektedir. Buradaki fark tersinden hareket edilmesinden kaynaklanmaktadır. Yani yeme içme için belli bir dönem için arzulanan toplam maliyet tutarı belirlendikten sonra haftalık veya on günlük dönem menü maliyetleri belirlenerek bu maliyetlere uygun on günlük farklı menü oluşturulmaya çalışılacaktır. Bu şekilde belirlenen maliyetler kontrol aracı olarak kullanabileceklerdir. Bu strateji hedef maliyet veya daha doğrusu kabul edilebilir maliyetlerinin ürünü oluşturan parçalara veya üründen beklenen fonksiyonlara göre dağıtılması ilkesine dayanmaktadır (Saban ve diğerleri, 2007:s.85).

Hedef maliyet yönteminde satış fiyatı üzerinden belli bir oranda kâr rakamı çıkartılarak belirlenir. Örnek olarak 100 lira satış fiyatı olan bir ürün üzerinden %20 kazanmak istiyorsak $100 -$

20 =80 lira maliyet hedefleniyor demektir. Otel işletmelerinde hedef fiyat toplam hedeflenen satış gelirlerinden toplam arzu edilen kâr düşülerek belirlenecektir. Hedef maliyet yöntemi yemek maliyet belirlemede aşağıdaki gibi farklı şekillerde uygulanabilir.

- Yemek dâhil konaklama bütünlüğü içerisinde hedef maliyet
- Konaklama için hedef maliyet
- Yemek için hedef maliyet.
- Kahvaltı ve yemek Menüleri için hedef maliyet
- Günlük haftalık hatta aylık menü hedef maliyeti yanında
- Porsiyon için hedef maliyet şeklinde ayrı ayrı uygulanabilecektir

Hedef maliyet belirlemesi porsiyon bazında sıkıntılı olmakla birlikte kalite ve standartlar dışında olumsuz maliyetleri azaltmaya yönelik katkı sağlayabilir.

Bu çalışmada işletmenin fiyat belirlemede kullandığı yöntem esas alınarak kahvaltı ve akşam yemeği için günlük menü maliyetlerinin tespit edilerek yaklaşık eşit maliyetli yedi günlük(haftalık) veya 10'ar günlük menü planlanması ile ve aylık hatta sezonluk hedef toplam yemek maliyetinin bütçelenmesi ve kontrolü önerilmektedir. Örnek olarak 3 ana yemekten ve 3 ayrı tatlıdan oluşan toplam 10 çeşit üzerinden bir günlük bir menü oluşturulması ve bunun maliyetinin on gün için oluşturulacak günlük menü maliyetlerinin yaklaşık eşit olması sağlanabilmelidir. Diğer taraftan haftalık veya on günlük dönemlerde maliyetleri eşitleyebilecek ekstra ikramlarla bu eşitlik sağlanabilir. Ancak mutlak anlamda eşitlik söz konusu olmadığı bilinmelidir. Esas olan haftalık veya on günlük toplam menü maliyetlerinde eşitliğin yaklaşık olarak sağlanmasıdır. Örneğin on günlük kahvaltı menü maliyetinin 10.000 lira olduğunu varsayarsak 180 günlük mevsimlik faaliyet içerisinde $18 \times 10.000 = 180.000$ lira kahvaltı maliyeti planlanmış olacaktır.

Yiyecek malzeme giderleri kahvaltı veya yemek için aynı şekilde aylık ve faaliyet dönemi için bütçelenecektir. Günlük haftalık veya on günlük gibi belli bir dönem için tahmin edilen gelirden hareketle arzulanan kâr düşülerek hedef maliyet belirlenir.

6.3 Hedef Maliyete Yönelik Menü Oluşturma

Hedef maliyet belirlendikten sonraki aşamada hedef maliyete yaklaşık eşit maliyetle günlük veya haftalık menü oluşturulur. Yedi veya on günlük farklı menülerin maliyetlerinin haftalık veya on günlük hedef maliyete yaklaşık eşit olmasına çalışılır. Örnek olarak günlük kahvaltı maliyeti 3.000 lira olarak planlanmış ise bu tutara yaklaşık eşit her günü farklı 7 veya 10 gün 10 ayrı kahvaltı menüsü oluşturulacaktır.

Yukarıdaki örneğimizi devam ettirirsek hedeflenen on günlük kahvaltı menü maliyeti 3.000 on günlük 30.000 lira olacaktır. Bu maliyetin dağılımı ise;

%30 işçilik = 9.000

%50 malzeme =15.000

%20 diğerleri = 6.000

Bu dağılım kapsamında yalnızca kahvaltı on günlük hedeflenen maliyet günlük farklı menü kombinasyonları ile hedeflenen 30.000 lira maliyet tutturulmaya çalışılacaktır. Bu dağılımda işçilik malzeme ve diğer giderlerdeki oran kendi içerisinde değişebilecektir.

Günlük maliyetlerde sapma olsa bile on günlük veya haftalık veya aylık hedeflenen maliyetleri yakalamaya çalışmak gerekir. Diğer taraftan özellikle oluşturulan menülerin otel yönetimi tarafından onayı alındıktan sonra uygulanması esas olmalıdır.

Hedef maliyet içinde diğer maliyet kontrol yöntemlerinde geçerli olan standart reçete ve standart porsiyonlara ilişkin aşağıdaki çalışmaların yapılması gerekir.

Özellikle bilgisayar ortamında hazır veya özel yazılımlar yardımı ile veya en kötü ihtimalle excel benzeri ofis programları yardımı ile yemek reçeteleri ve porsiyon yemek fiyatları hızlı bir şekilde belirlenebilir. Hatta malzeme alınan satıcıların fiyatlarının sürekli doğrudan satıcı tarafından sürekli olarak güncellenmesi ile porsiyon yemek fiyatları güncellenerek hesaplanacaktır. “A” çeşit yemek üretimi için katlanılacak giderler esas alınarak porsiyon maliyet hesaplaması örneklenmiştir.

YEMEK REÇETESİ				
Etlı Kuru Fasulye	Porsiyon Sayısı: 100		No :	Porsiyon Kalori:
Porsiyon sayısı	Miktar	Fiyat	Tutar	Hazırlanışı
Kuru fasulye	10 kg	3	30,00	1- Hazırlık: Bir gece önceden kuru fasulye ıslatılır. Etin fazla yağları ve sinirleri temizlenip kuşbaşı doğranır.
Kuşbaşı et	6 kg	23	138,00	
Soğan	3 kg	0,5	1,50	2 Pişirme Blanşı edildikten sonra, kuru fasulye buyi usulü pişirilir.
Sıvı yağ	0,5	2,5	1,25	
Salça	litre	5	5,00	Yemeği pişirme: Etlar tavada kavrulur. Baharat ve su katılıp buyi usulü pişirilir. Pişmiş ete pişmiş fasulye ilave edilip 5 dk.
Domates	1 kg	1,5	7,50	

Sivri biber	5 kg	1	3,00	daha kaynatılır.
Çeşni	3 kg		1,25	
Toplam giderler			375	
Porsiyon Maliyeti			3,75	Notlar :

Yüz porsiyon olarak hazırlanan standart yemek reçetesinde öngörülen fiyatlar değişebilmekle birlikte israfın önlenmesi için, malzeme tüketim miktarlarına bağlı kalınmalıdır.

Müşteriler, yemek kültürlerine ve geçmiş deneyimlere dayalı olarak “çok iştahlı”, “iştahlı” ve “normal iştahlı” olmak üzere 3 guruba ayrılabilir. Konaklayanların toplam sayıları ve yapılan gruplandırmaların, toplamdaki oransal dağılımları esas alınarak belli bir öğün için yemek çeşitlerinin toplam porsiyon sayıları önceki veriler ışığında bir gün öncesinden aşağıdaki gibi belirlenebilir.

Toplam Müşteri Sayısı		400				
Çok iştahlı %20	İştahlı %20	Normal %60	Toplam	Ek Porsiyon		
80 *2=160	80*1,5=120	240*1=240	200	%,2		
Menü Yemekler						
Çeşitler	Por sys	Por sys	Por sys	Por sys	İlave P Sys	G. Toplam
A%35	56	42	84	182	4	186
B%25	40	30	60	130	3	133
C%15	24	18	36	78	2	80
D%10	16	12	24	52	1	51
E%7	11	8	17	36	1	40

F%5	8	6	12	24	1	25
H%3	5	5	7	17	1	18
Toplam	160	120	240	535	56	591

Yukarıdaki hesaplamalarda biraz abartı yapılmış olmakla birlikte mevcut verilere ilişkin analizlerden hareketler porsiyon miktarları daha sağlıklı olarak hesaplanabilecektir.

Çok önceden günlük çıkartılacak yemek çeşitleri ile oluşturulan alternatif günlük menüler için bir sonraki gün ya da günler için porsiyon sayıları ve bunlara ilişkin maliyet hesaplamaları yapılabilecektir. Burada esas olan mevsim özelliklerine bağlı sebze yemekleri ile mevsim dışı yemek reçetelerinin belirlenmesidir. Reçeteleri belirlenmiş yemeklerin günlük menülere dâhil edilirken, yağmur, soğuk, don vb. özel durumlar için alternatif menü listeleri oluşturulmalıdır.

Hedef menü oluşturulduktan sonra menüyü oluşturan malzeme ve işçilik giderleri bütçelenecektir. Gerek işçilikler gerekse malzeme maliyetleri satış veya toplam maliyet üzerinden daha önceki dönem verilerinden hareketle belirlenmiş oranlar esas alınarak aşağıdaki gibi hesaplanacaktır.

6.3.1 hedef menü temel malzeme maliyet bütçesi

Öncelikle elektronik veri işleme sistemi içerisinde tüm satıcıların sattıkları ürün ve fiyat teklifleri günlük ve haftalık olarak internet ortamından sisteme girişinin sağlanması gerekir. Yani işletme bilgisayar ortamında yiyecek malzeme satış fiyatlarını ve alabilecekleri miktarı satıcıları itibarı ile görebilmelidir.

İkinci aşamada ise oluşturulan günlük ve haftalık menülerin kapsadığı yemek reçeteleri esas alınarak günlük haftalık hatta aylık menü maliyetleri otomatik olarak satıcılar tarafından veri tabanına aktarılan en düşük fiyat esas alınarak tahmini menü maliyetleri hesaplanmalıdır.

Üçüncü aşamada ise fiili menü yiyecek maliyet raporu ile tahmini menü maliyetleri karşılaştırmalı olarak raporlanmalıdır. Bu raporlarda öncelikle;

- Her yemek için porsiyon maliyetleri karşılaştırmalı olarak
- Satın alınan malzeme fiyatları ile karşılaştırmalı olarak veri tabanına girilen fiyat
- Satın alınan miktar ile satın alınması gereken miktarlar stok miktarı
- Toplam yiyecek malzemeleri itibarı ile kullanım miktar sapması
- Doğrudan dikkat oluşturacak şekilde raporlanabilmelidir.

Satın alınan malzemelerin işletmeye girişi depolanması ve üretimde kullanılmasının belirli kriterlere göre belgeli olarak yapılmasının sağlanması ve bunun yazılımlar yardımı ile ekranda izlenmesi yönetimin başarısı için önemlidir. Ancak bu şekilde alınan yiyecek malzemelerinin israfı önlenebilecektir.

Daha önce de açıklandığı gibi bilinen menü için maliyet tahmini yerine kabul edilebilir maliyet sınırları içerisinde belli dönemler için menü oluşturulması hedeflenmektedir. Bu anlamda her aşamada yapılacak kontrol işlemlerinde herhangi bir değişiklik söz konusu değildir. Malzemenin alışından üretime ve sunama kadar aynı işlemler burada da geçerlidir.

Bilgisayar yazılımları ile her yemek için gerekli malzemeler güncel fiyatlarla rahatlıkla hesaplanabilir. Bu aşamada esas alınacak **zaman dilimi** itibarı ile dönemde beklenen maliyetlerin aşağıdaki gibi hesaplanabileceğini varsayabiliriz.

MAYIS DÖNEMİ 1. ON GÜN TAHMİNİ MALZEME MALİYETLERİ				
<u>Yemek Cesitleri</u>	Dönemde yemek Çıkarılacak öğün sayısı	Çıkarılan Porsiyon sayısı	Tahmini Porsiyon maliyet fiyatı	Tahmini Maliyet
A)				
B(Sebzeli Kebap)				
C(Kuru Fasulye)	10	200	3,75	7.500
D				
E				
F				
Toplam				48.200,00

Önceden oluşturulan menü bazında her on gün-ay bir sonraki on gün-ay için gerekli değişiklik ve güncellemeler yapılarak tahmini tüketilecek yiyecek malzeme maliyetleri hesaplanabilir. Tahmini maliyetlerle fiili maliyetler karşılaştırılarak hesaplanan fark çalışanlara yansıtılacağından işletme planı aynen gerçekleşmiş olacaktır.

MAYIS DÖNEMİ TAHMİNİ YEMEK MALZEME TÜKETİM MİKTARLARI VE MALİYETLERİ															
Yemek Çeşitleri	Prs. S.	Öğn.S.	Reçt. kats.	Kullanılması Planlanan Malzeme Miktar Ve Tutarları											
Reçete C(Kuru Fasulye)	200	10	2000/000	Et(Kg)			Fasulye(Kg)			Sıvı yağ(Lt)			Sebze (Biber)		Sebze
						T			T			T			T
A															
B															
C(Kuru Fasulye)			0*	20		60	00		00	5		5	0		
X															
Y															
Toplam Tutar				600		x	00		x	5	x	x	0		x

Her menü için tüketilecek tüm önemli malzeme maliyetleri birleştirilmek suretiyle gerek toplamda gerekse her malzeme için farkların karşılaştırılması yapılabilir. Aşağıdaki tahmini malzeme tüketim tablosu ile toplam miktarlar önemli malzemeler için izlenebilir.

Satın alma elemanı menüyü esas alarak öncelikle ertesi gün ve hafta için alınacak miktarları belirlenmiş menü için otomatik olarak düzenlenen sipariş fişlerini esas alarak gerçekleştirecektir. Bazı ürünler belli durumlarda alınması gereken miktarın üzerine çıkabilecektir. Ancak bu tip malzemeler stoklanabilir olması gerekir.

6.3.2 hedef menü işçilik maliyet bütçesi

Sunulan yiyeceğin maliyeti sadece yiyecek hammadde ile sınırlı değildir. Bu maliyetler;

1. Yiyecek hammadde maliyetleri,
2. İşgücü maliyetleri,
3. Genel Giderlerdir (Aydınlatma vb. gibi).

Otel işletmelerinde personel ücret ve maaşları en önemli gider kalemlerindedir. İşçilik giderleri bütün olarak yemek maliyetleri içerisinde bütçelenebilir. Ancak planlama ve kontrol

açısından ayrı bütçelenmesi daha yararlıdır. Yemek maliyet hesaplamasında ayrı bir maliyet unsuru olarak maliyete eklenmekle birlikte ayrı olarak değerlendirilmesi gerekir. Yukarıdaki örnekten hareketle otelde kalan ortalama müşteri sayısı aylık 150 ise ve akşam yemeği için menü hedef maliyeti 120 varsayımından hareketle $150 \times 120 = 18.000$ toplam günlük yemek satış geliri olacaktır. Bu gelirin dağılımı ise;

İşletme bunun 1.000 kâr olmasını arzu ettiğini varsaydığımızda kalan 17.000 dağılımı

%30-35 işçilik =5.100

%30-35 malzeme =

%30 diğerleri =

Aynı şekilde $5.100 \times 30 = 153.000$ aylık yemek işçilik giderleri hesaplanacaktır. Ortalama 3.000 lira maaş olduğunu varsayarsak $153.000 / 3000 = 51$ kişi ortalama maaş 5.000 lira ise $153.000 / 5.000 = 30$ personel çalıştırılabilecektir.

İşçilik maliyetleri ile yiyecek malzeme maliyetleri belli dönemlerde ciddi farklılıklar gösterebileceği muhakkaktır. Belli bir dönemde işçilikler %30 üzerine çıkabileceği gibi belli dönemlerde yiyecek malzeme maliyeti %35'in üzerine çıkabilecektir. Burada esas olan hedeflenen maliyete göre ortaya çıkan sapmaları iyi analiz edebilmektir.

Çalışanların ücretleri fiyat belirleme dışında genel olarak kontrole yönelik yemek maliyetlerine dâhil edilmez. Maliyet kontrolü işçilikler için ayrı olarak bütçe üzerinden kontrol edilir. Bu durum özellikle her şey dâhil oda satışlarında problem oluşturabilecektir. Çünkü oda fiyatı içerisine dâhil edilen yemek maliyet hesaplamasında çalışanların büyük çoğunluğu yemeklerin hazırlanmasında ve sunumunda yer almaktadırlar. Bu açıdan işçiliklerin mutlaka ayrıştırılarak kayıtlanması ve kontrolü sağlanmalıdır.

6.4 Hedef Maliyetle Düzenlenen Haftalık Aylık Ve Yıllık Maliyet Bütçeleri

Yiyecek içecek maliyetlerinin ve satış fiyatlarının hesaplanması sonucunda bulunan rakamlar belli zaman aralıkları ile bütçelenir. Genelde otel için uygun zaman aralığı hatalık veya on günlük olarak bütçe rakamlarının izlenmesi ve maliyet kontrolünün sapmalara dayalı olarak yapılması daha uygundur. Bilgisayar ortamında günlük bütçe kontrolü yapılabilir. Ancak esnek menü uygulaması nedeniyle günlük farklılıklar olabilecektir. Önemli olan hedeflenen zaman aralığı için hedeflenen maliyetin gerçekleşip gerçekleşmediğidir.

Her şey dâhil otel işletimlerinde işçiliklerin toplam olarak bütçelenmesi mümkündür. Ancak yiyecek maliyet kontrolü açısından ayrı ayrı bütçelenmiş olsa bile yemek için katlanılan işçiliklerin toplam işçiliklerin belli bir oranın yemek maliye hesaplamaları için dikkate alınması veya karşılaştırılması gerekir.

6.5 Yiyecek İçecek Menüsü Hedef Maliyet Bütçeleri Ve Sapma Analizleri

Yukarıdaki açıklamalara göre bütçelenen yemek veya kahvaltı menüleri haftalık veya on günlük olarak mutlak anlamda fiili sonuçlarla karşılaştırılmalı ve raporlanmalıdır. Hatta imkânlar ölçüsünde bu, günlük olarak yapılmalıdır.

Otel işletmelerinde kısa süreli eleman çalıştırmak mümkün olmakla birlikte mevsimlik işçilikler daha ağırlıktadır. Mevsimlik olarak anlaşma yapılması çalışanın motivasyonu açısından da önemlidir. Günümüzde önceden satışlar çoğaldığı için ortalama doluluk oranları ve müşteri sayıları daha isabetli olarak belirlenebilmektedir. Bu açıdan tahmini satışlar daha isabetli olarak belirlenebilmektedir. Bütçe performans raporları her gelir kalemi için ayrı düzenlenmesinde yarar vardır. Aşağıda on günlük kahvaltı menüsü için bütçelen rakamlarla fiili sonuçların karşılaştırıldığı örnek verilmiştir.

ON GÜNLÜK KAHVALTI SATIŞLARI PERFORMANS RAPORU			
	Fiili	Bütçelenen	Sapma
SATIŞLAR	10*110*60=66.000	10*120*60=72.000	
YİYECEK MALZEME MALİYETİ	35.000	36.000	1.000+
İŞÇİLİK MALİYETİ	20.000	21.600	1,600+
DİĞER MALİYETLER	15.000	14.400	600-
	70.000	72.000	2.000

Raporda görüldüğü gibi 2.000 liralık olumsuz sapmanın nedeni malzeme maliyetinden kaynaklanmaktadır. İşçiliklerde ise olumlu sapma gözükmektedir. Aşağıda malzeme ve işçilik sapmaları ayrıca incelenmiştir.

6.5.1 hedef malzeme maliyet bütçe sapması

Yukarıdaki performans raporu yalnızca malzeme analizine yönelik olarak düzenlense bile esas olan malzeme miktar sapmalarının analizidir.

ON GÜNLÜK KAHVALTI SATIŞLARI/MALZEME MALİYET PERFORMANS RAPORU			
	Fiili	Bütçelenen	Sapma
SATIŞLAR	10*110*60=66.000	10*120*60=72.000	
YİYECEK MALZEME MALİYETİ	35.000	36.000	1.000+

Yiyecek malzeme giderlerinde ise 1.000 liralık olumlu sapma gözükmele birlikte yukarıdaki gibi kahvaltı için düzenlenen maliyet tablosunun incelenmesi gerekir. Buradaki sonuç misafir sayısı azaldığı için aslında olumsuz gözükmektedir. 10 misafir için 10*60=600 liralık gelir azalışı bütçelen oranda yani % 50 oranında yiyecek maliyet azalmasına neden olması gerekirken azalış 1.000 liradır. Yani olumlu fark fiyat düşüklüğü ya da israfın önlenmesinden kaynaklanmış olabilir. Bu ancak yiyecek maliyet raporu ile karşılaştırılarak anlaşılabilir. Rapordan görüldüğü gibi diğer maliyet giderlerinde misafir sayısının azalmasına rağmen olumsuz sapma söz konusudur. Bu olumsuzluk enerji gaz veya dolaylı malzeme maliyetlerinden kaynaklanmakta olabilir. Bu amaçla bu maliyet kalemini içeren giderlerin mümkün olduğu kadar miktar ve fiyat sapmalarının raporlanması gerekir. Miktar karşılaştırmalarının aşağıdaki gibi ayrı bir tabloda ele alınması analiz ve yorumlama açısından daha uygun olacaktır.

Mayıs 2015 Ayı Planlanan Yiyecek Malzemem Tüketim Miktarları Tablosu							
Malzeme çeşitleri	Dön Başı	Alışlar	Toplam	Dön. Sonu	Tüketilen	Bütçe	Fark
	Miktar	Miktar	Miktar	Miktar	Miktar		
<u>Et</u>	160	1450	1560	70	1540	1600	60
	<i>Yorum</i>	<i>Gereğinden az kullanılmış olmakla birlikte kabul edilebilir sınırlar içerisinde</i>					
<u>Fasulye</u>							
	<i>Yorum</i>	<i>Gereğinden fazla kullanılmış olmakla birlikte kabul edilebilir miktarda</i>					
<u>Sebzeler</u>							
Domates	<i>Yorum</i>	<i>Gereğinden fazla kullanılmış olmakla birlikte kabul edilebilir sınırlar içinde</i>					

İlgili dönem itibarı ile planlanan tutarların karşılaştırılması daha çok olumlu farkın hesaplanmasına yönelik olacaktır. Diğer taraftan maliyet yüzdeleri de karşılaştırılabilir.

Aşağıda verilen yiyecek maliyet tablosundan maliyetin nasıl hesaplandığı gözükmektedir.

Mayıs 2015 Ayı Yiyecek Maliyet Tablosu	Fiili	Bütçelenen	Fark
A Dönem Başı Üretimdeki Stok	15.103,07		
B Dönem İçinde Üretime Girişi Yapılan Ba)- Depodan girişler= 3.615,52 Bb)- Direkt Girişler= 54.048,86	57.664,38		
C Üretimde Kullanılabilir Yiyecek Stokları (A+B)	72.767,45	73.500	
D Dönem Sonu Üretimde Kalan Stok (-)	(19.416,07)		
F Dönem İçinde Kullanılan Yiyecek Stokları (C-D)	53.351,38	53.201,00	
Dağıtılacak fark(Açıklanacak fark)			150,00
Maliyetten İndirilecekler (-) Fa)- Personel Yemeği= 4.352,88 Fb)- İkramlar= 352,64 Fc)- Yönetim Tarafından Kullanılan= 470,65 Fd)- Ofis Personel Giderleri= 1.974,43	(7.150,60)	7.200,00	
Dağıtılacak fark(Açıklanacak fark)			50,00
H Satılan Yiyecek Aylık Maliyeti (E-F)	46.200,78	48.200,00	2.000,00
G Aylık Yiyecek Satış Hasılatı	130.145,60		
Aylık Yiyecek Maliyet Yüzdesi(G/H)	0,35	0,358	

Bulunan satılan yiyecek aylık maliyeti, aylık yiyecek satış hâsılatına bölüldüğünde, o aya ait “yiyecek maliyet yüzdesi” bulunmaktadır.

Tahmini yemek maliyet toplamı ilgili ayda menüde yer alacak tüm yemeklerin toplam maliyeti ile fiili maliyet tablosu toplam maliyetleri karşılaştırılması sonucunda oluşan farkın açıklanması gerekir

6.5.2 hedeflenen işçilik maliyet bütçe sapmaları

Bu yaklaşım mantığı içerisinde işletme müşteri sayısını esas alarak hedeflediği satış geliri içerisinde kabul ettiği işçilik maliyetini bütçeleyecektir. Yani hareket noktası “Kaç tane eleman çalıştırmam gerekiyor?” dan daha ziyade mevcut gelir seviyesinde “Kaç eleman çalıştırabilirim?” mantığından hareket edilmesidir. Tabidir ki standart reçeteye uygun olarak standart işçilik süresine bağlı eleman sayısı önemli bir unsurdur. Aslında ekip çalışması açısından bu ciddi bir yaklaşım farkıdır. Kendi ekibi ile çalışmak isteyen otel yöneticileri ve aşçılar açısından sıkıntı oluşturabilecektir. Ancak istendiği kadar değil gerektiği kadar eleman çalıştırmak esas olmalıdır.

AYLIK KAHVALTI SATIŞLARI/İŞÇİLİK MALİYET PERFORMANS
RAPORU

	Fiili	Bütçelenen	Sapma
SATIŞLAR	30*110*60=198.000	30*120*60=216.000	
İŞÇİLİK MALİYETİ 198.000*%30	59.400	64.800	17.820 -
Hedeflenen Eleman sayısı 64.800/4.000 ortalama ücret		16	
Çalışması gereken eleman sayısı 59.400/4.000 ort. ücret	15		
Çalışan eleman sayısı 58.800/4.200 ortalama ücret	14	1	600

Verilen örnekte işletmenin yalnızca kahvaltı için çalıştırabileceği eleman sayısını ve bütçe sapmasını aşağıdaki gibi raporlamak mümkündür.

Raporda görüldüğü gibi ortalama misafir sayısı 120 olarak bütçelenmiş olmakla birlikte 110 misafir ortalamasına ulaşılmıştır. Bu 1.000 liralık gelir kaybı yanında işçilik maliyetinde daha az işçi çalıştırılarak tasarruf sağlanması gibi gözükmeyle birlikte ayrıntılı olarak analizi gerektirmektedir. Diğer bir anlatımla on günlük işçilik maliyet raporunun bütçe rakamları ile karşılaştırılarak yorumlanmasını gerektirir.

İşletme dönemde belirlediği ortalama ücret ile kahvaltı için 15 işçi çalıştırmayı hedeflemişken 14 işçi çalıştırmıştır. Burada olumlu sapma gözükmeyle birlikte işletme ortalama ücretteki sapmayı daha az eleman çalıştırarak telafi etme yoluna gitmiştir. Buna rağmen sonuçta gelire dayalı hedef maliyet üzerinden 600 liralık olumlu sapma söz konusudur. Çalışandan kaynaklanmayan olumsuz sapmalar için işlem yapılamaz. Çalışana dayalı ortaya çıkan olumlu sapmanın varlığı durumunda sapmaların çalışanlara dağıtılması fazla çalışmasına karşılık gereklidir. Fazla çalışma sadece zaman sarkması değildir. Bir iş için aynı sürede daha fazla çalışma yapılması

da fazla çalışma içerisinde değerlendirilmelidir. Bu örnekte mutlak olarak ortaya çıkan 600 lira olumlu farkın kahvaltı çalışanlarına paylaşılması gerekir.

6.6 Tasarruf Edilen Farkın Çalışanlara Dağıtılması

Yiyecek malzeme kullanımında oluşan olumlu farkın çalışanların ücretlerine aktarılması motivasyonu sağlayabilir. Sağlanan olumlu farkı malzeme miktar ve fiyat farkından kaynaklanmış olabilir. Ancak kaliteyi bozmamak şartıyla bunların ayrıştırılmasına gerek olmaksızın tasarruf tutarının çalışanlara dağıtılması gerekir. Kaynakların etkin kullanımı ile sağlanan tasarruf katkı sağlayan tüm mutfak çalışanlarına dağıtılmalıdır.

Farkın dağıtılmasında çalışanların yapabilecekleri katkı payları yanında ilgili dönemde gösterdiği çaba karşılığı değerlendirme puanları ile çarpılarak dağıtım katsayısı hesaplanabilir. Hesaplanan katsayılar dikkate alınarak olumlu fark çalışanlara aktarılacaktır.

Olumsuz farkların nedenlerinin incelenmesi sonucunda, açıklanmayan ve gerçekten çalışanlardan kaynaklanan farkın en azından belli bir kısmının yıl içinde tekrarlanma sayıları ile orantılı olarak ücretlerden kesilebilir. Örnek olarak 1. Olumsuz farkın %50 si 2. Olumsuz farkın %60 gibi.

6.6.1 tasarruf edilen farkın dağıtım işlemleri ve muhasebe kayıtları

Yukarıdaki tabloda oluşan olumlu ve olumsuz farkın çalışanlara belirlenen katsayı esas alınarak aşağıdaki gibi dağıtıldığını kabul ederek yapılacak kayıtlar gösterilmiştir.

OLUMLU FARKIN DAĞITIM			150
Çalışanlar	Katsayı	Tutar	
A(İ.Aydın)	,26	39	
B	,19	28,50	
C	,24	36	
D	,31	46,50	
Toplam			150
OLUMSUZ FARKIN DAĞITIM %50			25
Çalışanlar	Katsayı	Tutar	
A	,37	9,75	

B	,29	7,25	
C	,44	11	
Toplam			25

Muhasebe kayıtları farkın ücret sayılacağı için ücrete yansıtılacağı ayda çalışanın toplam hak edilen ücret tutarına eklenmek veya düşülmek suretiyle yapılacaktır.

31.05.20

<u>740 HİZMET ÜRETİM MALİYET</u>	150	
İSCİLİK GİDERLERİ 381 GİDER TAHAKKUKLR		150
Olumlu Tasarruf Primi		

Çalışandan kaynaklanan olumsuz farkın ücretten kesilmesi durumunda maliyetten düşülerek alacak hesabına aktarılması gerekir.

31.05.20

136 DİĞER ALACAKLAR	25	
740 HİZMET ÜRETİM MALİYET		25
Olumsuz Tasarruf Primi		

Tasarruf primlerinin ücretlerin hesaplanması ve kaydından sonra ek bordro ile dikkate alınmaması durumunda ilgili dönem bordrosu üzerinde hak edililere veya kesintilere eklenmek suretiyle doğrudan hesaplama katılması sağlanabilir. Diğer taraftan dönem sonunda prim olarak verilmesi ayrı bir avantaj sağlayabilir.

SONUÇ

Yiyecek maliyet kontrolüne yönelik olarak yapılan araştırmalarda genelde otel işletmelerinde bilinen belirli yiyecek maliyet yüzdeleri esas alınarak maliyetler kontrol edildiği görülmektedir. Ancak bu yüzdeler işletmelerin konumları ve verdiği hizmet kaliteleri dikkate alındığında aynı olamayacağından karşılaştırılabilir veriler söz konusu değildir. Karşılaştırılabilir veriler ancak her işletmenin kendine has standart maliyetlerin hesaplanmasıyla sağlanabilir. İşletme verdiği hizmeti ve değişiklikleri izleyerek kendi maliyet yüzdelerini belirlemelidir.

Hedef maliyet bütçesini tutturmak işletmenin değil çalışanların hedefi olarak belirlenmelidir. Yüzdelerle dayalı maliyet kontrolünde de belirlenen yüzdelerin fiili yüzdelerle

karşılaştırılması sonucunda olumlu ve olumsuz farklar uyarı ve ödüllendirme amaçlı çalışan mutfak personeline yansıtılabilir. Bu şekilde oluşacak farklar kabul edilebilir sınırlar arasında kalabilecektir. Bu kapsamda, yöntem tüm işletmelerde maliyet kontrolüne yönelik uygulanabilir.

Önerilen yöntem kaliteyi bozmadan hedeflenen maliyete dayalı menü oluşturmayı ve bu menüyü oluşturan malzeme ve işçiliklerin kontrolü hedeflenmektedir. Doğal olarak diğer maliyet kalemlerinin de en azından oransal olarak bütçelenmesi ve kontrol edilmesini gerektirir. Yöntem çalışanların lehine olduğu için ilk başta sıkıntı oluştursa da uygulama sonuçları zaman içerisinde benimsenecektir. Planlanan hedefin gerçekleştirilmesi anlamında personelde özenin artırılması ve maliyetlerin yönetilebilmesindeki katkısı nedeniyle önemli bir yönetim aracı olarak uygulanabilir.

Hedef maliyetleme yönetim kontrolü açısından bir bütçe çalışmasıdır. Bu açıdan otel işletmelerinde faaliyet ve iş kontrollerine yönelik etkili bir yiyecek-içecek maliyet kontrolünün yapılabilmesi için, yiyecek-içecek bölümünde çalışan görevlilerin konuyla ilgili bilgi ve deneyiminin olması ve sürekli olarak eğitimden geçirilmesi büyük önem taşımaktadır. Öte yandan, üretim kontrol sisteminin temelini oluşturan satın alma, teslim alma, depolama, malzeme çıkarma, üretim ve satış kontrolü aşamalarıyla ilgili çeşitli önlemlerin alınması ve etkin bir yiyecek-içecek maliyet kontrolü uygulanması gerekmektedir.

Yüzdelerle dayalı kontrol yöntemlerinin uygulanması ile de israfın önüne geçilerek belirli bir tasarruf sağlanabilir. Ancak standart maliyet yöntemi dışında miktar olarak kontrol mümkün olmayacaktır. Bu açıdan standart maliyet yönteminde hesaplanacak gerek miktar gerekse fiyat sapmaları bilgisayar ortamında izlenerek daha sağlıklı değerlendirmelerin yapılabilecektir. Bu kapsamda yöntem standart hedef maliyeti benimsediği için israfın azaltılması yanında kaçakların önlenmesine yönelik olarak katkı sağlayabilecektir.

Kaynakça

- Akdoğan, Nalan (2000), Tekdüzen Muhasebe Sisteminde Maliyet Muhasebesi Uygulamaları, Ankara: Gazi Kitapevi.
- Aktaş, Ahmet (1995-2001), Ağırlama Hizmet İletmelerinde Yiyecek Ve İçecek Yönetimi, Antalya: Eren Ofset.
- Alagöz Ali, Yılmaz Baki, Ay Mustafa, Üretim Maliyetlerinin Düşürülmesinde Hedef Maliyetleme Yönteminin Rolü Ve Uygulanabilirliğine Yönelik Bir Araştırma, V. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2005
- Benligiray, Yılmaz (1997), Otel İşletmelerinde Kar Planlaması Ve Maliyet Kontrolü, Yayın No:180/181, İ.İ.T.B.A. Yayınları,
- Çetiner Ertuğrul, 2002, Konaklama İşletmelerinde Muhasebe Uygulamaları, Gazi Kitapevi, Ankara
- Çiftçi, Y. Ve Ç. Köroğlu (2008), “Otel İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrol Yöntemlerinin İncelenmesi (Marmaris İlçesi Örneği)”, Muğla Üniversitesi İ.İ.B.F. Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 19:35-36.

Denizer, Dünder (2005), Konaklama İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Yönetimi, Ankara: Detay Yayıncılık.

Dursun Yunus, Aksoylu Semra, Pazarda Rekabetçi Üstünlük Aracı Olarak Hedef Maliyetleme, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:11, 2001 (Dursun Ve Aksoylu, 2001:363):

Erbaş, Ali (1996), “Turistik İşletmelerde Yiyecek Maliyet Kontrolü”, Aydın, Adnan Menderes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Yayınlanmamış Profesörlük Takdim Çalışması.

Erden Selman Aziz, İleri Üretim Ortamlarında Maliyetleme, Isparta 1999

Erdoğan, Saliha Başak (2009), “Konaklama İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Maliyet Analizi”, Süleyman Demirel Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, C.14:313-330.

Gökçen Gürbüz, Maliyet Düşürme Yaklaşımı Olarak Hedef Maliyetleme, Muhasebe Ve Finansman Dergisi, Sayı:20, Ekim 2003

Gökdemir, Ayhan (2003), Mutfak Hizmetleri Yönetimi, Ankara: Detay Yayıncılık.

Gürsoy, Cudi Tuncer (2009), Yönetim Ve Maliyet Muhasebesi (3.Basım), İstanbul: Beta Yayınları.

Karakaya Mevlüt , Maliyet Muhasebesi, Gazi Kitabevi, Ankara 2004

Koçak, Nilüfer (2004), Yiyecek-İçecek Hizmetleri Yönetimi, Geliştirilmiş 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Kozak, Metin (1995), “Otel İşletmelerinde Verimlilik Açısından Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrolünün Sağlanması”, Verimlilik Dergisi, (Sayı:3), 113-134.

Kutlan, S. (1998). Maliyet Kontrolü Ve 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Uygulaması, Alfa Kitabevi, İstanbul.

Olalı, H. Ve Korzay M (1993). Otel İşletmeciliği. Beta Yayınları,2. Baskı,, İstanbul.

Sarışık, Mehmet (2002), Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrolü, Ankara: Detay Yayıncılık.

Sarışık, M., Ş. Çavuş Ve K. Karamustafa (2010), Profesyonel Restoran Yönetimi İlkeler, Uygulamalar Ve Örnek Olaylar (1.Basım), Ankara: Detay Yayıncılık.

Taşkın, Engin (1997), “Otel İşletmelerinde Yiyecek Maliyetlerinin Kontrolü Ve Azaltılması”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Türksoy, Adnan (1998), Otel Yönetim Muhasebesi, Ankara: Turhan Kitabevi.

Usal, A. Ve Kurgun O.A. (2001-2003), Turizm İşletmelerinde Maliyet Analizleri, Ankara: Detay yayıncılık.

Yılmaz, Yaşar (2005-2007), Konaklama İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Kontrolü (Maliyet Ve Satışların Analizi), Ankara: Detay Yayıncılık.

Yükçü Süleyman, Maliyet Muhasebesi, İzmir 1999



Kapadokya Akademik Bakış

CAR-CAPPADOCIA ACADEMIC REVIEW

Kitap İncelemesi

Kaynak: Daniel J. Levine, Recovering International Relations: The Promise of Sustainable Critique, Oxford University Press, 2012

Ali Fuat BİROL*

Uluslararası İlişkiler kuramlarında iki belirgin yaklaşım farklılığının, Uluslararası İlişkiler olarak ifade edilen olguyu betimlemede güçlü bir şekilde ortaya çıktığı görülür. Bu ayrım, Uluslararası İlişkiler olarak kavramlaştırılan belirli imge ve olaylar bütününe bazı değer yargılarının çerçevesinde nasıl olması gerektiğini sorgulayan normatif yaklaşımlar ile söz konusu olgunun belirli değer yargılarından uzak olarak incelenmesini savunan yaklaşım arasında ortaya çıkmaktadır. Daniel Levine'nin incelediğimiz söz konusu çalışması, bu ayrım üzerine alternatif bir bakış açısı geliştirerek, disiplinindeki iki yaklaşım arasındaki ayrılığı kavramsal bir düzlemde yeniden düşünmemizi sağlamayı hedeflemektedir diyebiliriz. Bu amaç doğrultusunda Levine çalışmasına, ilk olarak Uluslararası İlişkiler disiplinin en temel görevini hatırlatmakla başlıyor. Levine'e göre Uluslararası İlişkiler disiplini, Uluslararası İlişkiler denilen olguyu yorumlama yetisine sahip, pratik ve teorik olarak desteklenmiş uzmanlar yetiştirmeyi hedefleyen akademik bir alan olarak ortaya çıkmasına rağmen, disiplinin en önemli çıkış noktası, barışın sağlanması ve yıkıcı sonuçlarıyla ortaya çıkan savaş durumundan nasıl kaçınılabilir sorusu olmuştur (s.5-6)

Bu sorudaki etik ve normatif unsurlara dikkatimizi çeken Levine, Uluslararası İlişkiler kuramlarında son yıllarda gelişen eleştirel ve yapısalcılık sonrası yaklaşımların ortaya koyduğu sorunları içselleştiren, ama aynı zamanda disiplinindeki geleneksel kuramlarda güçlü bir şekilde var olan pozitivist eğilimleri tamamen reddetmeyen çoğulcu bir metodoloji öngörmüştür. Levine Uluslararası İlişkiler disiplinin soykırım ve savaş gibi çok yıkıcı ve zor problemlerle ilgilendiğini ve bu problemlerin gerçekliğinin çok açık bir şekilde ortada durduğunun altını çizmektedir. Bu yüzden

* Arş. Gör. Dr., Nevşehir HBV Üniversitesi İİBF Uluslararası İlişkiler Bölümü, e-posta: afuatbirol@nevsehir.edu.tr, ORCID Code: 0000-0002-0523-4063

Uluslararası İlişkiler kuramı hem bu can yakıcı olabilecek sorunlara çözüm üretmeli hem de çok acı bir şekilde sonuçlar doğurabilecek ve reddedemeyeceğimiz gerçekler olarak karşımızda duran sorunların çözülmesiyle alakalı olarak etik ve normatif bir sorumluluğunun olduğunu unutmaması gerekmektedir. Bu noktadan hareketle Levine, ikili bir düşünüş şeklini öngörmüş ve Uluslararası İlişkiler kuramlarının hem pozitif yönelimleri, hem de eleştirel unsurları bir arada kavramayı gerektiren bir yaklaşım tarzının olması gerektiğini söylemiştir (s.10).

Levine bu ikili düşünme çabasını kitabında belirli adımlarla gerçekleştirmeye çalışmaktadır. İlk olarak, kitabın farklı bölümlerinde farklı Uluslararası İlişkiler kuramlarını inceleyerek, bütün bu kuramlarda eleştirel bir refleks var olduğunu göstermeye çalışmıştır. Levine aslında bu eleştirel anın veya refleksin her zaman Uluslararası İlişkiler teorisinde var olduğunu kabul etmemiz gerektiğini düşünmektedir. (s.13) Asıl sorulması gereken soru bu eleştirel an bütün temel Uluslararası İlişkiler kuramlarında da mevcut olmasına rağmen, neden bu eleştirel an sürdürülememiş ve zamanla bu eleştirel an bir pratik bir nedenselliğe yani Frankfurt Okulunun özellikle üstünde durduğu araçsal bir akla yönelten bir dizi söyleme dönüşmektedir? Bu soru çerçevesinde Levine, çalışmasının geri kalan kısmında, eleştirel anın nasıl sürdürülebilir olabileceğini tartışmakta ve disiplinde yöntemsel bir farkındalığın oluşturulmasını amaçladığı görülmektedir.

Bu yöntemsel duruşu “sürdürülebilir eleştiri” olarak tanımlamıştır. Çünkü Uluslararası İlişkiler kuramında artan eleştirel yaklaşımlar daha çok düzensiz bir şekilde var olmaktadır. Disiplinde pozitif bilgi birikimi ciddi bir şekilde gelişirken, disiplinin kendine yani merkezi kavrayış yollarına yönelttiği eleştirel duruş düzensiz bir var oluş ortaya koymaktadır (s.10). Bir diğer ifadeyle, Levine’e göre eleştirel teorinin (veyahut kuramlardaki eleştirel refleksin) var oluş koşulları düzensiz ve sürdürülebilir değildir. Bu yüzden sürdürülebilir eleştirinin yollarını arayan Levine, Frankfurt Okulunun önemli isimlerinden olan Theodor Adorno’dan aldığı kuramsal yardımla, disiplindeki “şeyleştirme” (reification) sorunu temelinde sürdürülebilir bir eleştiri modeli geliştirmeye çalışmıştır.

Her kuram belirli oranlarda tanımlamaya çalıştığı şeylerden uzaklaşmayı gerektirir. Daha farklı bir şekilde ifade etmek gerekirse, her kuramda teorik kavramlar ile tanımlanmaya çalışılan gerçek şeyler arasında birleştirilemez bir mesafe vardır. Bu mesafe Levine’e göre hep bir unutuşu ortaya çıkartır (s.16). Bu yüzden Levine açısından gerçek olarak ifade ettiğimiz şeyleri kuramsal olarak kavramaya çalışmamız yani düşünsel ifadeler olarak somutlaştırmamız, her zaman bir unutuş ile yakın bir ilişki içerisinde. Bu unutuşun Uluslararası İlişkiler kuramları açısından çok açık sonuçları vardır (s.16). Ama böyle bir unutuş her kuramsal yaklaşım için söz konusuysa ve Uluslararası İlişkiler kuramları da bundan kaçamıyorsa, Uluslararası İlişkiler olgusuyla ilgilenen birisi ne yapmalıdır? Aynı sorunun, Levine’nin çalışması incelendiğinde başka bir şekilde sorulduğu görülmektedir. Her kuram bir unutuşsa ve bir kuramsal indirgemenin sonucu olarak, belirli unsurların dikkate alınarak diğer bazı unsurlar unutuluyorsa veyahut görmezden geliniyorsa Uluslararası İlişkiler kuramlarının ve disiplinin işi ne olmalıdır. Tam bu noktada Levine, yazının başında bahsetmiş olduğumuz gibi, Uluslararası İlişkiler disiplininin en temel işlevi olan barışın sağlanması ve savaştan

kaçınmayı hatırlatmaktadır. Bu temel sorun ve görev, uluslararası kuramlar tarafından unutulmamalı ve doğru Uluslararası İlişkiler analizi nasıl olmalıdır sorularının ve arayışının içinde kaybolmamalıdır. Levine'nin kitabını okuduğumuzda, yazarı böyle bir çalışmaya iten en temel duygunun disiplindeki bütün kuramsal unutuşları aşan ve disiplini en temel görevinden uzaklaştıran bir mutlak unutuşun olduğu öngörüsünün olduğunu söyleyebiliriz. Bu unutuş belki de en açık bir şekilde disiplindeki metodolojik tartışmalarda görülebilir.

Yapısalcılık sonrası yaklaşımların disiplinin ortodoks kuramlarına yöneltmiş oldukları eleştirilerin temel dayanak noktalarından biri olan kuram ile kuramın konusu olan şeyler arasındaki ontolojik ayırım, Levine'nin kuramsal yaklaşımının merkezinde yer almasına rağmen, Adorno'dan ödünç aldığı yaklaşım tarzı ile bu mesafenin kaçınılmaz olduğunu dikkate alarak yapısalcılık sonrası yaklaşımlardan bu uzaklığı ele alışı bakımından ayrılmıştır. Levine'nin söz konusu uzaklığı ele alış biçimi en belirgin olarak eleştirinin iki temel unsuru olan, analizi yapan ile analizi yapılan arasındaki ilişkiyi orijinal biçimde değerlendirmesinde yatıyor diyebiliriz. Levine'in orijinal yaklaşımı, Uluslararası İlişkiler analizi yapan kişinin, analizini yaptığı ve somutlaştırmaya çalıştığı şeyin aslında kendisiyle ve kendi içinde sıkışmış olduğu gerçeklikle sıkı sıkıya bağlı olduğu noktasından hareketle ortaya çıkıyor. Bu bağlılık Levine'e göre Uluslararası İlişkiler kuramcısının kendi yapmış olduğu kuramsal yaklaşımın her zaman bütün kuramlar gibi şeyleştirme (reification) içerdiğini ve bazı şeyleri eksik bıraktığının farkında olma sorumluluğunu da beraberinde getirmektedir. Bu noktadan hareketle, Levine eleştirinin sadece belli kuramlara ve kuramcılara yönelik olmaması gerektiğini, eleştirinin eleştiriyi yapan kişinin kendisine ve sınırlarına yönelik, devam eden bir eleştirel duruşu sergilemesi gerektiğini düşünmektedir. Başka bir ifadeyle, eleştiri sadece dışarıya yönelik bir tutum değil aynı zamanda içeriye yani eleştiriyi ve analizi yapan kişinin yaşamış olduğu çevre ve gerçeklik tarafından belirlenen düşünsel sınırlarına yönelikte olmalıdır (s.12). Bu yüzden, Levine sürdürülebilir eleştiriyi felsefi ve normatif duyarlılık olarak ifade etmiştir (s. 18).

Levine'in ortaya koyduğu ve güçlü bir normatif ve etik bir duruşu barındıran bu duyarlılık belirgin bir şekilde çoğulcu bir metodolojinin varlığı ile ilintilidir. Daha açık bir ifadeyle belirtmek gerekirse, bu eleştirel duyarlılık, Uluslararası İlişkiler olarak tanımlanan olguyu anlamaya yönelik olarak ortaya konmuş söz konusu yaklaşımın yaşadığı dünyanın maddi şartlarına güçlü bir şekilde bağlantılı bir algılamadan başka bir şey olmamasından dolayı başka algılamaların varlığını yani çoğulcu bir metodolojiyi kabul etmeyi gerektirir. Levine Adorno'nun takımyıldızı (constellation) kavramının Uluslararası İlişkiler alanında daha çoğulcu bir metodolojinin varlığının gerekliliği konusunda kavramsal bir altyapı sunmaktadır (s. 102). Disiplindeki çoğulcu yaklaşım, Uluslararası İlişkilerde ortaya çıkan bir olayı farklı bakış açılarıyla diğerinin görmediği ayrıntıların bir başkası tarafından fark edildiği daha kapsayıcı bir resim sunar. Çoğulcu bir literatürde farklı dünya görüşlerinin varlığı, bir kuramın hem sınırlarını hatırlamasına hem de bu sınırları başka dünya görüşleriyle aşmasına yardımcı olur. Levine'in bu yaklaşımı bize şunu hatırlatır: aslında her unutuş

belki bir başkası için bir hatırlayıştır. Bu yüzden sürdürülebilir eleştiri, eleştirinin gerçekleştiği anda hem kendi eleştirisinin sınırlarını hem de diğer bakış açılarının potansiyellerini fark etmeyi gerektirir.

Levine İsrail-Filistin sorununu “sürdürebilir eleştiri” temelinde yeniden ele almaya çalışmasına ve söz konusu kuramsal yaklaşımın uygulanabilirliğini ortaya koymasına rağmen, Levine’in geliştirmiş olduğu eleştiri modelin uygulanabilirliğinin daha geniş bir perspektifte ve başka sorunlarla ile test edilmesi yerinde olacaktır. Bu bağlamdaki eleştirilere ek olarak, Levine’in eleştirinin ortaya çıktığını anın özne-nesne diyalektiğine yeterli bir alternatif oluşturamadığı konusunda eleştirilebileceği gibi, hatta çalışmasında yeni bir zemine oturtulan ama özneleştirme süreçlerinden kurtulamayan bir öznenin varlığından söz edilebilir. Levine’in çalışmasında yeni bir özne tanımı yapma iddiasında olmamasına rağmen, özne/nesne sorunu çalışmasında çok merkezi bir öneme sahip olmasından dolayı bu soru, Levine’in söz konusu çalışması bağlamında görmezden gelinmemelidir.

Levine’in çalışması yöneltilebilecek söz konusu eleştirilere rağmen, Levine dikkate değer ve başka çalışmalarda ilham olabilecek bir kavramsal çerçeve çizmiştir. Levine, incelediğimiz çalışmasında, analiz ve analizi yapan özne arasındaki ilişkiyi orijinal bir zemine oturtmuştur. Bu zemin, analizin öznesi ve nesnesi üzerine katkı yapmak isteyen araştırmacılara elverişli bir ortam sağlamakta ve gelecek çalışmalara yol açmaktadır. Bu noktadan dolayı da Levine’in çalışması değerli bir yere sahiptir. Levine’in üzerinde durduğu analizin öznesi sorunu hususunda dikkate değer noktalardan birisi de, gündelik hayat ve uluslararası olarak ifade edilen bir mekânda gerçekleşen sorunların arasındaki ilişkinin yeniden düşünülmesi olabilir. Gündelik hayatın Uluslararası İlişkilere nasıl bir ilişkisi vardır sorusuna ek olarak, Uluslararası İlişkiler disiplinde analiz yapan öznenin normatif ve etik sorumluluklarını eleştirinin doğası bağlamında yeniden incelemesinden dolayı, etik ve Uluslararası İlişkiler ilişkisi üzerine alternatif bir pozisyonun ortaya çıkmasına öncülük etmiştir. Bu bağlamda söz konusu çalışma birçok sorunun yeniden ele alınmasına yardımcı olabilecek kavramsal bir zemin hazırlamakta ve yeni çalışmalara yol gösterme potansiyeline sahip olmaktadır.

YAZIM KURALLARI

1. Kapadokya Akademik Bakış Dergisi (KAB), Siyasî Bilimler, İktisat ve İşletme bilimleri alanında ulusal ve uluslararası bilim literatürüne katkıda bulunmayı amaçlayan **ulusal hakemli** bir dergidir. Dergi, Türkiye'deki Siyasal Bilgiler Fakültesi ve İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi bölümleri alanlarında (Siyaset Bilimi, Uluslararası İlişkiler, Kamu Yönetimi, İşletme, İktisat, Maliye ve ilgili sosyal bilim dalları), yer alan konularda yayın yapmayı amaçlar.
2. KAB dergisine gönderilen her makale, Yayın Kurulu tarafından ön değerlendirmeye tabi tutulur. Ön değerlendirme sürecinde uygun görülen her makale, en az iki ayrı hakeme gönderilir. Bilimsel hakem değerlendirmesinden sonra, Yayın Kurulu, hakemlerden gelen raporlara göre makalenin, yayın için kabul edilmesine, reddedilmesine ya da gözden geçirilmek üzere yazara geri gönderilmesine karar verir. Yayın Kurulu, değerlendirme sürecinde, yazarın gözden geçirip geri yolladığı makalenin yayınlanıp yayınlanmayacağı kararını verme hakkına sahiptir. Çalışmanın yayını için red seçeneği uygun görülürse, Makale yazarına, e-posta yoluyla veya Dergipark platform üzerinden bilgi verilecektir.
3. Dergiye gönderilecek makaleler, daha önce yayınlanmamış veya başka herhangi bir yerde yayın sürecine girmemiş olmalıdır. Yayınlanması amaçlanan makalelerin bilimsel araştırma ve yayın kurallarına uygun biçimde hazırlanacağı konusunda yazarlardan hassasiyet beklenmektedir.
4. KAB Dergisine başvuran makaleler, uluslararası yayın etiği kuralları gereği intihal programı ile taranmaktadır.
5. Dergide, ULAKBİM dergipark sistemi ile birlikte yürütülen hakemlik süreçlerinde, kör hakemlik sistemi uygulanmaktadır. Makale yazarları ve hakemleri birbirleri hakkında bilgi sahibi olmamaktadırlar.
6. Makaleyle birlikte yazar veya yazarlar, adını, unvanını, çalıştığı kurumu, açık adresini, kolay ulaşılabilecek iş ve cep telefonlarını, ORCID numaralarını, faks numaralarını ve e-posta adreslerini belirten bir kapak yazısı yollamalıdır.
7. Dergiye, makale gönderimi, hakemlik başvurusu <http://dergipark.gov.tr/car> üzerinden yapılacaktır.
8. KAB Dergisi, Türkçe ve İngilizce makaleleri kabul eder.
9. **Makale metnini içeren dosyada yazar adı ve kurumunu belli edecek herhangi bir ibare bulunmamalıdır.**
10. Dergiye gönderilen makaleler öz ve kaynakça **hariç** asgarî 7500 kelime olmalı ve 30 sayfayı **aşmamalıdır**. Makalelerdeki öz **150** kelimededen **az** ve **250** kelimededen **fazla olmamalıdır**. Öz, Türkçe makaleler için Türkçe ve İngilizce, İngilizce makaleler için İngilizce ve Türkçe şeklinde düzenlenmelidir.
11. **Makalelerde Sayfa yapısı; Kenar Boşlukları;** üst ve alt 4 cm, sağ ve sol 3 cm;
12. **Makale Başlığı;** ortalanmış, büyük harfle, 12 punto, Times New Roman ve Kalın;
13. **Metin;** Times New Roman ve 11 punto, 1,5 satır aralığı ile yazılmalıdır.
14. **Öz ve Abstract, Özet;** 10 Punto, Times New Roman, italik, satır aralığı tek olmalı.
15. **Anahtar Kelime;** başlığı sola yaslanmış 10 Punto, Times New Roman ve Kalın; anahtar kelimeler ise 10 Punto, Times New Roman, Italik ve satır aralığı tek olmalıdır.
16. Makale içinde, Birincil ve İkincil başlıklar için numaralandırma kullanılmalıdır. Üçüncü veya diğer alt başlıklar için Birincil ve İkincil başlığa bağlı numaralandırma veya harf ile italik ve koyu olmayan başlık yapısı kullanılmalıdır. Giriş ve Sonuç için Başlık numarası kullanılmaz. Makale metninde, MS Office Word kullanımında metin içinde önce ve sonra boşlukları için değer kullanılmaz.
17. Makalede dipnot ve kaynakça kullanımı birbiriyle uyumlu olmalıdır. Makale içinde, Publication Manual of American Psychological Association (APA-Metin içi dipnot) sistemini tercih eden yazar, kaynakçayı da yine APA sistemine uygun hazırlamalıdır. Makalede, Chicago of Manual Style (CMS-Metin Altı dipnot) usulünü kullanan yazar, kaynakçayı yine Chicago usulüne uyumlu olarak hazırlamalıdır. **KAB Dergisi, dipnot ve kaynakça kullanımında APA yönteminin öncelikle kullanılmasını tercih eder.**
- Dipnot ve kaynakça kullanımı ile ilgili genel bilgi için bk.: <http://uvt.ulakbim.gov.tr/sbvt/kurultay4/kurbanoglu.pdf>
18. Makale yazım şekil esasları tablo olarak aşağıda belirtilmiştir;

GENEL SAYFA YAPISI ÖZELLİKLERİ

Yazı Tipi	Bütün metinde 11 punto Times New Roman yazı karakteri kullanılır.
Sayfa Yapısı	A4 boyutlarındaki kâğıda; ☞ üst, alt boşluk 4, sağ ve sol boşluk 3 cm ☞ iki yana dayalı ☞ satır sonu tirelemesiz Çalışmalar tek sütun olarak hazırlanmalıdır. Paragraf başlarında girinti konmalıdır.
Paragraf Yapısı	Paragraf sekmesinde girintiler bölümünde; ☞ önce ve sonra alanı 0 pt ☞ satır aralığı 1,5 olmalıdır.
Sayfa Sınırı	Yukarıdaki şablona göre hazırlanmış bir çalışma 30 sayfayı aşmamalıdır.

MAKALE GENEL ŞEKİL ŞARTLARI

Başlık	Makale başlığı bold ve sayfaya ortalı olmalıdır.
Yazar İsimleri	Yazar isimleri Makale başlığının altında sağa dayalı olarak yazılmalı; yazar veya yazarlara gerekli ait bilgiler (*) dipnot ile belirtilmelidir. Makaleler, www.dergipark.gov.tr/car sistemi üzerinden yüklenirken, hakem süreci dikkate alınarak, işlem yapılmalıdır.
Öz	150-200 kelime arasında olmalıdır. Özde atıf kullanılmamalıdır.
Anahtar Kelimeler	5-8 kelime arasında olmalıdır.
Ana Metin	Nicel ve nitel çalışmalar Giriş, Yöntem, Bulgular, Tartışma bölümlerini içermelidir. Yöntem kısmında, eğer özgün bir model kullanılmışsa, model alt bölümü ile mutlaka Örneklem/Çalışma Grubu, Veri Toplama Araçları ve İşlem alt bölümleri bulunmalıdır. Diğer çalışmalar ise problemi ortaya koymalı, ilgili literatürü yetkin bir biçimde analiz etmeli, literatürdeki eksiklikler, boşluklar ve çelişkilerin üzerinde durmalı ve çözüm için atılması gereken adımlardan bahsetmelidir.
Dipnot ve Kaynakça	Dipnot (APA) → Kaynakça (APA) Dipnot (Chicago) → Kaynakça (Chicago) Kaynakça, her iki yana yaslı, 10 Punto, Times New Roman, aralık önce ve sonra 0 nk, satır aralığı tek olmalıdır

Notes for Contributors

1. Cappadocia Academic Review (CAR) aims at contributing to the political sciences. The Journal accepts and publishes both international and interdisciplinary articles on the fields of political sciences, public administration, international relations, business administration and economics.
2. Articles submitted to the Journal are first reviewed by the Editorial Board, and then sent two (or three) different referees. According to the reports of the reviewers the Editorial Board either accepts or rejects an article, or decides to send the article for revision. Articles sent after revision are reviewed again by the Editorial Board.
3. Articles submitted should have been published or submitted to another Journal previously. Articles should have been written in accordance with research and publication ethics.
4. All articles submitted are checked by plagiarism software.
5. Electronic submissions are accepted through <http://dergipark.gov.tr/car> or directly to car@nevsehir.edu.tr mail address.
6. all articles are accepted as Turkish or English.
7. Authors should send their affiliations, ORCID code with the article.
8. Formatting guideline for manuscripts is as follows:

Font

The font used in the entire manuscript should be Times New Roman, font size 11. For tables and figures, see below.

Page Layout

Page margins for bottom, top, right, and left should be pre-set as 4cm. Text should be justified with no hyphenation breaks in words at the end of a line.

Text should be typed as a single-column document.

Paragraphs and headings should not be indented, but aligned with the main text.

Paragraph Format

Paragraph indents should be pre-set in the tabs section as follows:

- before and after: 0 pt
- line spacing: 1,5

Page Limit

Manuscripts prepared in compliance with the guidelines should not exceed 30 pages.

Title

Article titles should be boldfaced and centered.

Author(s)'s Names The main document is used for peer-review, which may include the title, abstract, key words, main body, references, figures and tables and supplementary materials. The names of all authors and their institutions should not be included in the main document.

Abstract

Abstracts should be between 150–200 words.

No citations should appear in the abstract.

Keywords

5–8 words representing the manuscript should be given as keywords.

Main Text

Qualitative and quantitative studies should contain the following sections: Introduction, Method, Findings, and Discussion.

The Methods section must include Sampling/Study Population, Data Collection Tools, and Procedure as sub-sections if an original research method has been used.

Literature reviews should elaborate on the problem, analyze the relevant literature, emphasize the gaps and inconsistencies in the literature, and discuss actions toward solving these problems.

References

Both in-text citations and references should comply with the APA guidelines as provided in the Publication Manual of American Psychological Association (APA) (6th edition).

Tables and Figures

Tables, figures, pictures, graphics, and similar aspects should be embedded in the text, and not provided as appendices.

Under the Paragraph tab, ensure that the indentation is as follows:

- before and after: 0
- spacing: Single

Tables and figures should be left aligned, and the text wrapping feature should be turned off.

Appendices

Each appendix should be displayed on a separate page after the references section.

The heading style consists of five possible formatting arrangements, according to the number of levels of subordination. Each heading level is numbered (see below).

Levels of Heading

Format

- 1 Centered, Boldface, Uppercase and Lowercase Heading
 - 2 Flush Left, Boldface, Uppercase and Lowercase Heading
 - 3 Indented, boldface, lowercase paragraph heading ending with a period. (In a lowercase paragraph heading, the first letter of the first word is uppercase and the remaining words are lowercase.)
 - 4 Indented, boldface, italicized, lowercase paragraph heading ending with a period.
 - 5 Indented, italicized, lowercase paragraph heading ending with a period.
- More than five levels of headings are not advisable.

Table and Figure

Headings

Table and figure numbers should be typed as “Table 1” or “Figure 1”

Table and figure headings should be in italics.

Emphasis

Do not use boldfaced characters in text. Emphasis should be expressed using quotation marks (“”) or italics.

Listing

Lists in text should be horizontal and not vertical. Further, the list should use Roman numeral [(i), (ii), and so on], not Arabic (1, 2).

Direct Quotations

Direct quotes should be left-indented from the main text and typed in 9-point font. They need not be italicized. Please refer to the sample manuscript for examples.