



BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

BALIKESİR UNIVERSITY
THE JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES INSTITUTE

ISSN1301-5265 • CİLT: 16 - SAYI: 30, Aralık 2013

<http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi>



BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

BALIKESİR UNIVERSITY
THE JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES INSTITUTE

ISSN1301-5265

Cilt: 16 - Sayı: 30, Aralık 2013

Volume : 16 - Number : 30, December 2013

EDİTÖRLER

Doç. Dr. Zübeyde GÜNEŞ YAĞCI
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Yard. Doç. Dr. Murat DOĞDUBAY

YARDIMCI EDİTÖRLER

Yard. Doç. Dr. Murat DOĞDUBAY
Yard. Doç.Dr. Halil İbrahim ŞAHİN
Yard.Doç.Dr. Ahmet KÖROĞLU

YAYIN KURULU

Prof.Dr. Mehmet NARLI
Prof.Dr. Cevdet AVCIKURT
Prof.Dr. Edip ÖRÜCÜ
Prof.Dr. Tamer BOLAT
Prof.Dr. Serap PALAZ
Prof.Dr. Abdullah SOYKAN
Prof.Dr. Hakan ÇETİNTAŞ
Prof.Dr. Şenol ÇELİK
Doç.Dr. Zübeyde Güneş YAĞCI
Doç.Dr. Kadir CANATAN
Doç.Dr. Ertan ÖRGEN
Doç.Dr. Şakir SAKARYA
Yard.Doç.Dr. Murat DOĞDUBAY
Yard.Doç.Dr. Halil İbrahim ŞAHİN

Dergimizin ana hedefi; bilimsel normlara ve bilim etiğine uygun, nitelikli ve özgün çalışmaları titizlikle değerlendirerek, düzenli aralıklarla yayımlanan ve sosyal bilimler alanında tercih edilen öncelikli dergiler arasında yer almaktır.

Dergiye gönderilen yazılar, derginin yazım kurallarına uygun biçimde hazırlanmalı ve değerlendirme sürecine girmek üzere <http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi> adresine gönderilmelidir.

İLETİŞİM

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler
Enstitüsü Dergisi Çağış Kampüsü
Balıkesir / TÜRKİYE
<http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi>
sbedergi@balikesir.edu.tr
Tel: 0 266 612 1407 /1401 / 1405

Balıkesir Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi aşağıdaki
veri tabanları tarafından taranmaktadır:

- MLA Modern Language Association
- Ebscohost
- Index Copernicus
- Türk Eğitim İndeksi
- Akademia Sosyal Bilimler İndeksi
(ASOS Index)

© Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından Haziran ve Aralık aylarında olmak üzere yılda iki kez yayımlanan hakemli bir dergidir. Dergide yayımlanan yazılardaki görüş ve düşüncelerden yazarları sorumludur. Derginin her hakkı saklıdır. Dergide yayımlanan yazılar, kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

BU SAYIDA GÖREV ALAN HAKEMLER

Prof.Dr. Cevdet AVCIKURT	Balıkesir Üniversitesi
Prof.Dr. Orhan BATMAN	Sakarya Üniversitesi
Prof.Dr. Celil ÇAKICI	Mersin Üniversitesi
Prof.Dr. İsmet DOĞAN	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof.Dr. Ahmet Şinasi İŞLER	Uludağ Üniversitesi
Prof.Dr. Nilüfer KOÇAK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Abdullah KÖSE	Balıkesir Üniversitesi
Prof.Dr. Nesrin ÖZSOY	Adnan Menderes Üniversitesi
Prof.Dr. Enis ŞAHİN	Sakarya Üniversitesi
Prof.Dr. Mustafa TEPECİ	Celal Bayar Üniversitesi
Prof. Dr. Tansel TÜRKDOĞAN	Gazi Üniversitesi
Doç.Dr. Alpaslan ALIAĞAOĞLU	Balıkesir Üniversitesi
Doç.Dr. Yusuf CERİT	Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Doç.Dr. Erhan DEMİRELİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç.Dr. Murat DOĞDUBAY	Balıkesir Üniversitesi
Doç.Dr. Önder DUMAN	Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Doç.Dr. Mehmet Oğuzhan İLBAN	Balıkesir Üniversitesi
Doç.Dr. Şakir SAKARYA	Balıkesir Üniversitesi
Yrd.Doç.Dr. Kemal Oğuz ER	Balıkesir Üniversitesi
Yrd.Doç.Dr. Barış ERDEM	Balıkesir Üniversitesi
Yrd.Doç.Dr. Ahmet KÖROĞLU	Balıkesir Üniversitesi
Yrd.Doç.Dr. Emrah ÖZKUL	Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Yrd.Doç.Dr. Gülfen TUNA	Sakarya Üniversitesi
Yrd.Doç.Dr. Bilal YILDIRIM	Balıkesir Üniversitesi



İÇİNDEKİLER

- > **Editörlerden**..... IX
- > **Madra Dağı ve Çevresinin Arazi Örtüsü/Kullanımındaki Zamansal Değişimin Uzaktan Algılama Yöntemi İle Değerlendirilmesi** 1
Alper UZUN
Mehmet SOMUNCU
- > **Okul ve Eğitim Yöneticilerinin Kurmuş Olduğu Sivil Toplum Kuruluşlarının Mesleki Etkililiklerinin Araştırılması: Nitel Bir Analiz**23
İbrahim Hakan KARATAŞ
Zehra ŞAŞMAZ
- > **Çağdaş Türk Resminden Bir Örneğin İkonolojik Çözümlemesi**.....55
Elif ÇİMEN
- > **İlköğretim Düzeyinde Matematik Yeterliliği İçin Gerekli Dört Temel Prensipten Birisi “Tersine Çevirme Prensibi” Nedir? Neden Önemlidir? Stratejileri Nelerdir?**65
Esin ACAR
- > **Kredi Tahsisinde Rating Yönteminin Sorunlu Krediyeye Etkisi**89
Metin ATALAR
Nisa Kıymet ŞAHİN

CONTENTS

- > **From Editors** IX
- > **Using Remote Sensing Method To Evaluate The Change Of The Land Cover/Land Use In Time In Madra Mountain**..... 1
Alper UZUN
Mehmet SOMUNCU
- > **The Examination Of Professional Effectiveness Of Non-Governmental Organizations Established By School Principals And Educational Administrators: A Qualitative Analysis**.....23
İbrahim Hakan KARATAŞ
Zehra ŞAŞMAZ
- > **An Essay Of Iconological Analysis On A Contemporary Turkish Painting**.....55
Elif ÇİMEN
- > **What Is “Inversion Principle”, Which Is One Of Four Basic Principles Of Mathematical Proficiency In Elementary School Level? Why Is It Important? What Are The Strategies In Relation To The Principle?**65
Esin ACAR
- > **The Effect Of Rating Method To Problematic Loans At Loan Allocation**89
Metin ATALAR
Nisa Kıymet ŞAHİN

- **Muhasebe Meslek Mensupları Arasında Yaşanan Haksız Rekabet Üzerine Bir Araştırma** 115
Vesile ÖMÜRBEK
Tarık TÜRKOĞLU
- **Çalışanların Örgütsel Adalet Algularında Yöneticilerinin Etik Liderlik Davranışlarının Rolü** 151
Avşar KURGUN
Erdem AKTAŞ
Ediz GÜRİPEK
- **Mütareke Meclisinde Ermeni Meselesi Tartışmaları** 167
Bünyamin KOCAOĞLU
- **Termal Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteri Sadakatine Etkisi** 185
Oktay EMİR
Didem PAŞAOĞLU
- **Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme** 203
Turgay BUCAK
Ülker Erdoğan ARACI
- **Turistlerin Marka Algularının Konaklama Tercihleri Üzerindeki Etkisi: Antalya’daki Zincir Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama** 217
S.Banu YILDIZ
- **Kalite Yönetim Sistemleri ve Tüketicinin Korunması Duyarlılığı: İstanbul’daki 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama** 259
Göksel Kemal GİRGIN

KİTAP TANIMLARI

**Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Hakemli Bir Dergidir.**

- **A Study On Unfair Competition Among Accounting Professionals**115
Vesile ÖMÜRBEK
Tarkan TÜRKOĞLU
- **The Role Of Managers' Ethical Leadership Behaviours On Organizational Justice Perception Of Workers**151
Avşar KURGUN
Erdem AKTAŞ
Ediz GÜRİPEK
- **Discussions Of The Armenian Issue In The Armistice Assembly**165
Bünyamin KOCAOĞLU
- **Impact Of The Service Quality Of Turkish Thermal Hotel Enterprises On Customer Loyalty**183
Oktay EMİR
Didem PAŞAOĞLU
- **An Overall Assessment On The Gastronomic Tourism In Turkey**201
Turgay BUCAK
Ülker Erdoğan ARACI
- **Brand Perception Of Tourists Their Effect On Accommodation Preferences: An Implementation On Accommodation Chain Enterprises In Antalya**.....215
S.Banu YILDIZ
- **Quality Management Systems And Sensivity Of Consumer Protection: An Application At Five-Star Hotels In Istanbul**257
Göksel Kemal GİRGIN

BOOK REVIEWS

The Journal Of Social Sciences Institute Is A Peer Reviewed Journal

30. Sayı için Editörlerden,

Sürekli gelişen, kendine has yapısı olan sosyal bilimlerde, yenilik ve değişimlerin takibi, disiplinlerarası etkileşimlerin işbirliğine dönüştürülmesi ve böylece sosyal bilimlere yeni katkılar sağlanması hedefleyen Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi'ni her yeni sayıda bir adım daha ileriye taşıma amacı içerisinde, Aralık 2013 tarihli 30. sayısı ile tekrar sizlerle buluşmanın haklı onurunu ve mutluluğunu paylaşmak isteriz.

Sosyal bilimler alanında ulusal ve uluslararası platformda çıkan yayınların bilim dünyasına kazandırmış olduğu katkıyı arttırmayı hedefleyen dergimizin bu sayısında, toplamda on iki adet makale yer almaktadır. Çalışmaların genel olarak; “Bilime Yenilik Getirme, Yeni Bir Yöntem Geliştirme, Bilinen Bir Yöntemi Geliştirme ve/veya Yeni Bir Alana Uygulama ve Bir Konu / Kavram Üzerinde Yazarın İnceleme ve Değerlendirme” katkı türlerinden hepsini veren geniş bir perspektife sahip olduğu görülmektedir.

Bu sayımızda, Balıkesir Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü Araştırma Görevlisi Alper UZUN ve Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Coğrafya Bölümü Öğretim Üyesi, Prof. Dr. Mehmet SOMUNCU'nun birlikte hazırlamış oldukları “*Madra Dağı ve Çevresinin Arazi Örtüsü/Kullanımındaki Zamansal Değişimin Uzaktan Algılama Yöntemi İle Değerlendirilmesi*” adlı çalışmalarında, farklı tarihlere ait uydu görüntülerini kullanarak Madra Dağı ve çevresinin arazi örtüsündeki/kullanımındaki zamansal değişimin tespit edilip değerlendirilmesi amaçlamışlardır. Çalışma; değerlendiren hakemler tarafından “Bilinen bir yöntemi geliştirme ve/veya yeni bir alana uygulama” şeklinde katkıda bulunabilecek bir çalışma olarak değerlendirilmiştir.

Okul ve eğitim yöneticilerinin kurmuş olduğu STK'ların mesleki etkinliklerinin ve etkililik düzeylerinin araştırılması amaçlandığı ve “Bilime yenilik getirme” ile “Bilinen bir yöntemi geliştirme ve/veya yeni bir alana uygulama” konularında

katkı sağlaması hedeflenen ikinci çalışma; Fatih Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Öğretim Üyesi, Yrd.Doç.Dr. İbrahim Hakan KARATAŞ ile Uzman Zehra ŞAŞMAZ'ın ortak çalışması olan “Okul ve Eğitim Yöneticilerinin Kurmuş Olduğu Sivil Toplum Kuruluşlarının Mesleki Etkililiklerinin Araştırılması: Nitel Bir Analiz” adlı çalışma olmuştur.

Üçüncü Çalışma; Balıkesir Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Resim Bölümü Öğretim Üyesi, Doç. Dr. Elif ÇİMEN'in hazırlamış olduğu “Çağdaş Türk Resminden Bir Örneğin İkonolojik Çözümlemesi” adlı çalışma olmuştur. Çalışmada; 20. yüzyılda Erwin Panofsky tarafından geliştirilmiş olan, üç aşamalı ikonolojik yöntemin yanı sıra görsel göstergebilimsel yöntemlerden de yararlanarak günümüz Türk resim sanatının sağlam desen yapısıyla dikkati çeken Prof. Mahmut Bozkurt'a ait, mitolojik öğeleri çok zaman barok üslubu andıran renk, form ve kompozisyon anlayışıyla güncel yaklaşım ve sorunlara göndermelerle ortaya koyduğu bir dizi eserinden biri olan “Uyku Krallığı” adlı yapıtın şifreleri incelenmiştir. Bunun yanında; sanatçı ve işlediği mitolojik öykü hakkında bir art- alan ve art-zaman araştırması yapılarak resim düz anlamsal açıdan irdelenmiş devamında ise yan anlamsal inceleme yapılarak analiz edilmeye çalışılmış ve nihayet yorum aşamasında da ressamın bu yapıtla insanlara aktardığı önemli bir mesaj olduğu değerlendirilmiştir. Çalışma; “Bir konu / kavram üzerinde yazınsal inceleme ve değerlendirme” şeklinde katkı verebilecek çalışma şeklinde değerlendirilmiştir.

Dördüncü Çalışma; Adnan Menderes Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, İlköğretim Bölümü, Sınıf Öğretmenliği Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, Yrd. Doç. Dr. Esin ACAR'ın hazırlamış olduğu ve “Bir konu / kavram üzerinde yazınsal inceleme ve değerlendirme” şeklinde değerlendirilen “İlköğretim Düzeyinde Matematik Yeterliliği İçin Gerekli Dört Temel Prensipten Birisi “Tersine Çevirme Prensipleri” Nedir? Neden Önemlidir? Stratejileri Nelerdir?” adlı çalışmada; matematiği anlama, işlem pratiğinde kullanma ve günlük hayata uyarlamada oldukça önemli olan matematik yeterliliğinin dört temel prensibinden biri olan “Tersine Çevirme” prensibinin ne olduğu, önemi ve kullanımı ile ilgili durumlara dikkat çekilmiş ve çalışma, bu konuda öne sürülen kuramsal ve deneysel bilgilerin ve yapılan çalışmaların taranması, derlenmesi ve yorumlanmasıyla oluşturulmuştur.

Beşinci Çalışma; Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Muhasebe Finansman Programı mezunu Dr. Metin ATALAR ve Balıkesir Üniversitesi, Bigadiç Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü Öğretim Görevlisi Nisa Kıymet ŞAHİN'in birlikte hazırlamış oldukları “Kredi Tahsisinde Rating Yönteminin Sorunlu Krediyeye Etkisi” adlı çalışmaları;

değerlendirmeyi yapan hakemler tarafından “Bir konu / kavram üzerinde yazınsal inceleme ve değerlendirme” şeklinde değerlendirilmiştir. Çalışmada ise ticari işletmelerin risk derecelerini belirleyen rating kredi değerlendirme yönteminin gelişmesi ve doğru kredi kararlarının verilmesi sağlanarak bankaların sorunlu kredi oranları düşürülerek, finansal risk haritalarındaki olumsuzlukları minimum seviyeye indirilmesine katkı sağlanması yazarlar tarafından amaçlanmıştır. Ayrıca bu amaçla bir kamu bankasında değerlendirme yöntemlerine göre verilen kredilerin ta-kibe düşme oranları karşılaştırmalı olarak verilmiş ve uygun tahsis yöntemiyle kredi risklerinin minimize edilebileceği vurgulanmıştır.

Altıncı Çalışma; değerlendirmeyi yapan hakemler tarafından “Bilime yenilik getirme” ve “Bilinen bir yöntemi geliştirme ve/veya yeni bir alana uygulama” şeklinde değerlendirilmiş olan bir çalışma şeklinde dikkat çekmektedir. Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Öğretim Üyesi Yrd.Doç.Dr.Vesile ÖMÜRBEK ve SMMM Tarık TÜRKÖĞLU’nun birlikte hazırlamış oldukları “*Muhasebe Meslek Mensupları Arasında Yaşanan Haksız Rekabet Üzerine Bir Araştırma*” adlı çalışmalarında; Isparta il merkezinde faaliyetlerini sürdüren muhasebe meslek mensupları arasında ekonomik, sosyolojik, hukuki vb. sorunlardan kaynaklanan haksız rekabetin varlığını ve bu soruna neden olan etmenleri tespit etmek amaçlanmış ve bu soruna neden olan etmenler meslek mensuplarının mesleki deneyim süresine göre ayrıntılı olarak incelenmiştir. Ayrıca mevcut sorunun giderilmesine yönelik ortaya atılan çözüm önerileri ile hazırlanan projeler incelenmiş ve yapılan saha araştırması ile de konu hakkında güncel bilgilere ve görüşlere yer verilmiştir.

“Bilinen bir yöntemi geliştirme ve/veya yeni bir alana uygulama” şeklinde değerlendirilen Yedinci Çalışma ortak bir çalışmadır. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı Öğretim Üyesi, Doç. Dr. Osman Avşar KURGUN, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Araştırma Görevlileri Erdem AKTAŞ ve Ediz GÜRİPEK tarafından kaleme alınan “*Çalışanların Örgütsel Adalet Algılarında Yöneticilerinin Etik Liderlik Davranışlarının Rolü*” isimli çalışmalarında, yöneticilerin etik liderlik davranışları ile çalışanların örgütsel adalet algıları arasındaki ilişkinin incelenmesi ve yöneticilerin etik liderlik davranışlarının çalışanların örgütsel adalet algıları üzerindeki rolünün belirlenmesi amaçlanmıştır.

Sekizinci Çalışma; Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Tarih Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, Doç. Dr. Bünyamin KOCAOĞLU tarafından hazırlanan “*Mütareke Meclisinde Ermeni Meselesi Tartışmaları*” isimli çalışmasında;

Ermeni meselesinin mütareke şartlarında yeniden yapılanan Osmanlı Meclis-i Mebusan'ında nasıl ele alındığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ayrıca çalışmanın değerlendirilmeyi yapan hakemler tarafından “Bilime Yenilik Getirme” şeklinde katkı sağlayacağı öngörülmüştür.

Yazım dili İngilizce olarak tercih edilen ve ortak bir çalışma özelliği taşıyan dokuzuncu çalışma; Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Konaklama İşletmeciliği Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Oktay EMİR ile Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Yönetim ve Organizasyon Bölümü Öğretim Üyesi Yrd.Doç.Dr. Didem PAŞAOĞLU tarafından hazırlanmış olan “*Impact Of The Service Quality Of Turkish Thermal Hotel Enterprises On Customer Loyalty*” orijinal isimli çalışmadır. “Bilinen bir yöntemi geliştirme ve/veya yeni bir alana uygulama” ve “Bir konu / kavram üzerinde yazınsal inceleme ve değerlendirme” öngörülerini ile değerlendirilen çalışmada Türk termal otel işletmelerinde hizmet kalitesinin müşteri bağlılığına olan etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Onuncu çalışma; Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu Öğretim Üyesi Yrd.Doç.Dr. Turgay BUCAK ile İzmir Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı Öğretim Görevlisi Ülker Erdoğan Aracı'nın birlikte hazırlamış oldukları “*Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme*” isimli çalışmalarıdır. “Bir konu / kavram üzerinde yazınsal inceleme ve değerlendirme” şeklinde hakemler tarafından kabul gören çalışmada; gastronomik etkinliklerin tanıtımı noktasında yapılan çalışmaların literatürde pek fazla rastlanamamasının bu araştırmanın gerekliliğini ortaya koymuş olduğu savunulmaktadır.

On birinci çalışma; turistlerin markayı nasıl algıladığı ve konaklama tercihinde markanın etkisini belirlemek amacıyla ve sonuçlar ışığında ilgili literatüre ve konaklama işletmelerine katkı sağlaması hedefini taşımaktadır. Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğretim Görevlisi Dr. S. Banu YILDIZ tarafından hazırlanmış olan “*Turistlerin Marka Algularının Konaklama Tercihleri Üzerindeki Etkisi: Antalya’daki Zincir Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama*” isimli çalışma; değerlendirmeyi yapan hakemler tarafından “Bilinen bir yöntemi geliştirme ve/veya yeni bir alana uygulama” şeklinde değerlendirilmiştir.

On ikinci çalışma; Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Araştırma Görevlisi Dr. Göksel Kemal GİRGIN'in kaleme aldığı “*Kalite Yönetim Sistemleri ve Tüketicinin Korunması Duyarlılığı: İstanbul’daki 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama*” isimli çalışmada; otel işletmelerinde uygulanan kalite yönetim sistemlerinin tüketicilerin korunması üzerindeki etkilerinin ortaya konulmasından hareketle

tüketicinin korunması açısından yapılması gerekenlerin öneriler şeklinde ortaya konulması amaçlanmış ve değerlendirmeyi yapan hakemler tarafından “Bilinen bir yöntemi geliştirme ve/veya yeni bir alana uygulama” şeklinde bir çalışma olarak değerlendirilmiştir.

Önceki sayılarımızdaki çalışmalara bakıldığında; dergimizin yazar, konu ve disiplin bakımından çeşit zenginliğine sahip olduğu gözlemlenebilmektedir. Bu çok disiplinli yapının getirdiği çeşitlilik ve akademik duruş nedeniyle; dergimiz ulusal ve uluslararası dizinler tarafından taranmaya devam etmektedir. Dergimizin bundan sonraki sayılarına kendi çalışmalarını göndermek isteyen sosyal bilimcilerin, dergimizin web sayfası yoluyla çalışmalarını tarafımıza ulaştırabileceklerini hatırlatmak isteriz.

Dergimizin, her sayısında üzerine yenilikler katma gayesi içerisinde kendisini sürekli yenileyip bugünlere gelmesinde ve bu sayının ortaya çıkarılmasında bizlere yardımcı olan sayın hakemlerimizin işbirlikleri ve desteklerini önemle belirtmek gereklidir. Yoğun çalışma tempolarına rağmen kendilerine gönderilen çalışmaları büyük bir titizlik ve gayret içerisinde değerlendirme, öneri ve uyarılarının, derginin geliştirilmesinde faydalı olacağını biliyor ve bu sayımızın çıkarılmasındaki katkıları övgüye değer niteliktedir. Kendilerine sizlerin huzurunda teşekkürlerimizi sunuyoruz.

Sonuç olarak; öncelikle dergimizin bugünkü halini almasında emeği geçen ve önceki sayılarımızın yayımlanmasından elde ettikleri bilgi ve deneyimlerini bizlerle paylaşan öğretim üyesi arkadaşlarımıza ve hocalarımıza tekrar tekrar teşekkürü borç biliriz. Dergimizin bu sayısının da sosyal bilimlere pozitif katkı ve yeni bakış açılarını kazandırmasını ümit eder, nice yeni sayılarda buluşmak dileğiyle saygılarımızı sunarız.

Doç.Dr. Zübeyde Güneş YAĞCI

Prof.Dr. Cevdet AVCIKURT

Dergi Editörleri

MADRA DAĞI VE ÇEVRESİNİN ARAZİ ÖRTÜSÜ/ KULLANIMINDAKİ ZAMANSAL DEĞİŞİMİN UZAKTAN ALGILAMA YÖNTEMİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Alper UZUN ^[*]

Mehmet SOMUNCU ^[**]

ÖZ

Problem Durumu: Arazi örtüsündeki değişiklikler doğal nedenlerle gelişen bir süreç olduğu gibi insanoğlunun ihtiyaçları doğrultusunda da önemli ölçüde meydana gelmektedir. İnsanoğlu farklı ihtiyaçları nedeniyle arazi örtüsünde kalıcı değişikliklere neden olmaktadır.

Dağlık alanlar, diğer jeomorfolojik birimler kadar olmasa da arazi kullanımı değişiminden etkilenen önemli birimlerdendir. Türkiye’deki şehir yerleşmeleri genellikle düz ve ovalık alanlarda karşımıza çıkmaktadır. Buna karşılık dağlık alanlar ise kırsal yerleşmelere daha fazla ev sahipliği yapmaktadır. Dağlık peyzajlar, daha çok tarım ve ormancılık faaliyetleri şeklinde insanlar tarafından kullanılan mekanlardır. Bu arazi kullanım faaliyetleri farklı düzeylerde çevre sorunlarına (erozyon, biyoçeşitliliğin azalması, su kaynaklarının azalması vb.) neden olmaktadır. Bu bağlamda, dağlık alanlardaki arazi örtüsü/kullanımındaki zamansal değişimi tespit etmek, değerlendirmek ve çözüm önerileri sunmak önem arz etmektedir.

Araştırmanın Amacı: Farklı tarihlere ait uydu görüntülerini kullanarak Madra Dağı ve çevresinin arazi örtüsündeki/kullanımındaki zamansal değişimin tespit edilip değerlendirilmesi bu araştırmanın temel amacıdır. Arazi örtüsündeki/kullanımındaki değişimin uydu görüntülerinden elde edilen haritalar aracılığı ile tespit edildiği bu çalışmada, hazırlanan haritalar ve tablolar kullanılarak; alandaki değişimin türü, yönü ve miktarı belirlenmiş ve bu değişimler nedenleri ile açıklanmıştır.

Yöntem: 1987–2000 yılları arasında arazi örtüsünde meydana gelen değişimi saptamak için 05.05.1987 tarihli Landsat TM ve 07.06.2000 tarihli Landsat ETM

* Balıkesir Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Araştırma Görevlisi

** Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Coğrafya Bölümü Öğretim Üyesi, Prof. Dr.

uydu görüntüleri kullanılmıştır. İki farklı zamana ait Landsat uydu görüntüleri kontrolsüz ve kontrollü sınıflandırma teknikleri kullanılarak sınıflandırılmış ve alandaki arazi örtüsü/kullanımı değişimleri tespit edilmiştir. Ayrıca Madra Dağı ve çevresine ait 24 paftadan oluşan 1/25 binlik topografya ve arazi kullanım haritaları da araştırmada kullanılan temel veriler arasındadır.

Bulgular ve Sonuçlar: Uydu görüntüleri kullanılarak Madra Dağı ve çevresindeki arazi örtüsü ve kullanımındaki değişim, 1987 – 2000 yıllarını kapsayan 13 yıllık bir süreç zarfında ortaya koyulmuştur. Elde edilen bulgular sonucunda araştırma alanının %35'lik bir kısmında değişimin olduğu sonucuna varılmıştır. Madra Dağı ve yakın çevresinde orman tahribatından dolayı ormanlık alanların azaldığı; buna karşılık yerleşme, tarım ve meyvelik–zeytinlik alanlarının arttığı hipotezi doğrulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Madra Dağı, arazi örtüsü/kullanımı, uzaktan algılama.

Using Remote Sensing Method to Evaluate the Change of the Land Cover/Land Use In Time In Madra Mountain

ABSTRACT

Problem Statement: The changes in the land cover can occur both in the natural process and significantly through the needs of human beings. Human beings cause permanent changes in the land cover because of their different needs.

Mountain areas, although not as much affected as other geomorphologic units, are important units which are affected by land use. City settlements in Turkey are generally in plain and lowland areas. Contrary to this, mountain areas host more rural areas. Mountain landscapes are areas which are used for agriculture and lumbering activities by people. These kind of activities related with land use cause some environmental problems (erosion, reduction in biodiversity and fresh water resources) on different levels. In this respect, it is important to identify and evaluate the change in the land cover use in time and provide solutions.

Purpose of the Study: The main purpose of this study is to identify and evaluate the change in the land cover of Madra Mountain and its environment in time by using satellite images of different dates. In this work, in which the change in the land cover is identified by maps, the type, direction and amount of the change are explained with its causes by maps.

Methodology: To determine the change in the land cover between 1987 and 2000, the images of Landsat TM and Landsat ETM satellites are used; dated 05.05.1987 and 07.06.2000 respectively. The Landsat images of different times are classified by using controlled and uncontrolled classifying techniques and the change in land cover / use have been identified. Also topography maps, which are scaled as 1/25000 covering 24 sections on Madra Mountain and its environment, are among the main data used in this study.

Results and Conclusions: The changes in the land cover and its use in Madra Mountain and its environment between 1987 and 2000 have been identified by using satellite images. As a result of the findings, change has been identified in an area covering 35% of the research area. The hypothesis about the reduction in the forest area of Madra Mountain and its environment because of the devastation of forests; and the expansion of settlement, agriculture, olive and fruit areas, has been proved.

Key Words: Madra Mountain, land cover/land use, remote sensing.

1. GİRİŞ

Bu araştırmanın konusu Madra Dağı ve çevresinin arazi örtüsündeki/kullanımındaki zamansal değişimin uzaktan algılama yöntemi ile tespit edilip değerlendirilmesidir. Arazi kullanım kararları alınırken arazi örtüsündeki değişimin tespit edilmesi önem arz etmektedir. Çünkü gelişen teknoloji ile birlikte insanın çevreye olan müdahalesi her geçen gün artmakta, arazi örtülerindeki değişim hızlı ve plansız bir şekilde gerçekleşmektedir. Bu bağlamda sınırlı olan doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı için arazilerin yanlış-bilinçsiz kullanımını önlemek ve değişimleri izlemek amacıyla arazi örtüsü/kullanımındaki zamansal değişimler tespit edilmelidir. Arazi kullanım planlarının sürdürülebilir nitelikte olması için arazi örtüsündeki değişimin tespit edilmesi ve planların bu doğrultuda yapılması gereklidir. Söz konusu çalışmalarda istenilen sonuçlara daha başarılı bir şekilde ve daha kısa sürede ulaşmak analiz ve sorgulamanın sayısal temele dayalı olduğu uzaktan algılama tekniklerini kullanmakla mümkündür (Gülersoy, 2013: 1917).

Düşük-mekânsal çözünürlüklü meteorolojik uydu verileri 1960'lardan beri mevcut olmasına rağmen; dünya yüzeyinin uzaydan orta-mekânsal çözünürlükte (örneğin 250 m.) uzaktan algılanmaya başlanması, 1972 yılında uzaya gönderilen Landsat uydusuyla olmuştur (Rogan ve Chen, 2004: 304). Landsat uydu görüntüleri, Landsat programının başlatıldığı bu yıldan itibaren tarım ve orman alanları

başta olmak üzere arazi örtüsü belirleme çalışmalarında yaygın bir biçimde kullanılmaktadır. Landsat uydu sistemlerinin yaygın olarak kullanılmasının nedeni, Landsat uydu görüntülerinin geniş bir arşive sahip olması, konumsal ve özellikle spektral çözünürlüklerinin yüksek olmasıdır (Kara ve Karatepe, 2012: 380).

Mekanın incelenmesi ve analizinde öncelikle ihtiyaç duyulan güncel ve doğru coğrafi veri probleminin çözüm aşamasında önemli rol oynayan uydu fotoğrafları, son dönemlerde fiyatlarının ucuzlaması, konumsal ve spektral çözünürlüklerinin artmasıyla daha etkin bir şekilde kullanılmaya başlamıştır. Uydu görüntülerinin tercih edilmesinin sebeplerini genel olarak ifade edecek olursak; uzaktan algılanan görüntülerin farklı uygulama alanlarında (haritacılık, arazi örtüsü ve arazi kullanımı, jeoloji, hidroloji, ziraat vb.) kullanılabilirliği, zaman-maliyet tasarrufu ve güncel-doğru veri imkanıdır. Uzaktan algılanan görüntüler kullanılarak gerçekleştirilen arazi örtüsü/kullanımı uygulamaları kapsamında; doğal kaynakların yönetimi, kentsel genişlemenin ortaya koyulması, afet hasarlarının tespiti, coğrafi bilgi sistemleri çalışmalarına altlık harita üretimi vb. konular yer almaktadır.

Arazi örtüsü/kullanımı çalışmaları dünyada ve Türkiye’de iki farklı şekilde uygulanmaktadır. Bunlardan birincisi mevcut arazi durumunun belirlenmesi, ikincisi ise farklı en az iki tarihli görüntü kullanılarak meydana gelen değişimlerin tespiti yönündedir. Arazi örtüsü/kullanımı sınıflandırma çalışmalarının düzenli ve belirli periyotlarla tekrarlanması, hızla gelişen ve sürekli değişen yeryüzünde meydana gelen değişimleri incelemek, analiz etmek ve geleceğe yönelik planlar hazırlamak açısından yaşamsal önemdedir (Güre ve diğer., 2009: 38).

Sürekli artış gösteren nüfus, paralelinde doğal kaynaklara olan baskıyı da arttırmaktadır. Tüketimin kontrol altına alınması, öncesinde tüketimin alan ve miktar olarak tespitini gerektirmektedir. Arazi örtüsü ve arazi kullanımı tanımsal olarak birbirlerinden ayrılırsa da, her ikisi de yeryüzünü bir sistem olarak anlama ve modelleme süreçlerinde vazgeçilmez bir unsurdur. Arazi örtüsü, arazinin yüzeyini kaplayan doğal bitki örtüsünü de içeren toprak tabakasını ve biyoması, tarım ürünlerini ve insan yapılarını ifade ederken; arazi kullanımı sözü edilen bu kavramın tersine insanlığın arazi örtüsünden yararlanması demektir ve arazi yönetim uygulamalarını da içerir (Somuncu ve diğer., 2010; 108). Arazi kullanımı ve arazi örtüsü değişiminin ortak potada toplandıkları konu ise insanoğlunun binlerce yıldır süregelen kullanımı sonucu ortaya çıkan arazi değişimlerinin alansal tespiti ve bozulmanın veya değişimin miktarıdır.

Değişimin zamanında ve doğru bir şekilde tespit edilmesi, insan ve doğal olaylar arasındaki ilişkinin ve etkileşimin anlaşılması, çözüme yönelik daha sağlıklı

kararlar alınabilmesi bakımından önemlidir (Lu et al., 2004). Son dönemlerde sıkça kullanılan uzaktan algılama görüntüleri bu yöndeki çalışmalar için önemli veri kaynaklarıdır (Lillesand ve Kiefer, 2000). Örneğin, Tağıl (2007), Uluabat Gölü su seviyesinde meydana gelen değişimi ortaya koyduğu çalışmasında, 1975, 1987 ve 2000 yıllarına ait 79 metre çözünürlüğe sahip Landsat MSS ve 30 metre çözünürlüğe sahip Landsat TM ve Landsat ETM görüntülerini kullanmıştır. Tağıl bu çalışmasında, 1975–2000 yılları arasında yaklaşık %17 oranında Uluabat Gölü alanında daralma tespit etmiştir. İkiel ve diğerleri tarafından, 2012 yılında, Adapazarı Ovası ve yakın çevresinin 2010 yılına ait ve 10 metre çözünürlüğe sahip SPOT–5 uydu görüntüsü kullanılarak arazi kullanımı ve arazi örtüsü özellikleri ortaya konulmuştur. Çalışma sonuçlarına bakıldığında, Adapazarı Ovası ve çevresinde artan endüstriyel baskıya rağmen bölgedeki hakim arazi türünün tarım alanları olduğu görülmektedir. Reis (2008), 1976 ve 2000 yıllarına ait Landsat MSS ve ETM+ görüntülerini kullanarak Rize ilinin arazi kullanımında ve arazi örtüsünde meydana gelen değişiklikleri ele almış ve yerleşme ve tarım alanlarının arttığını, orman ve otlak alanlarının ise azaldığını ortaya koymuştur. Bu çalışmaların yanı sıra, uzaktan algılanan görüntülerin kullanıldığı, arazi kullanımı haritaları oluşturulan ve farklı dönemlere ait haritaların karşılaştırıldığı ulusal ve uluslararası çalışmalar literatürde yer almaktadır (Masek et al., 2000; Mertens ve Lambin, 2000; Lu et al., 2004; Yang ve Lo 2004; Özdemir ve Bahadır 2008; Yılmaz ve Erdem 2011; Kara ve Karatepe 2012).

Bu araştırmada; Madra Dağı ve yakın çevresine ait uydu görüntüleri kullanılarak arazi örtüsü/kullanımı değişimi “Madra Dağı ve yakın çevresinde orman tahribatından dolayı ormanlık alanların azaldığı ve yerleşme ile tarım alanlarının arttığı” hipotezi ile sınanmıştır. İnsanın doğaya olan müdahalesinin kısa zaman zarfında da (13 yıl) olabileceği varsayımı bu araştırmanın temel güdüsü olmuştur. Hipotezin sınanması sürecinde cevabı aranan araştırma soruları ise şunlardır: Artan nüfus ve ihtiyaçlara paralel olarak Madra Dağı ve yakın çevresinde 1987–2000 yılları arasında arazi örtüsü/kullanımı dağılımında değişim söz konusu mudur? Değişim varsa; ne yönde ve ne miktarda olmuştur? Bu arazi örtüsü/kullanımı değişiminin arka planında hangi aktörler yer almaktadır?

2. ARAŞTIRMA ALANI

Araştırma alanı coğrafi konum bakımından Ege Bölgesi'nin asıl Ege Bölümü ile Marmara Bölgesi'nin Güney Marmara Bölümü'nün sınırlarında yer alır. Madra Dağı, Balıkesir ilinin İvrindi, Havran, Burhaniye ve Ayvalık ilçeleri ile İzmir ilinin Bergama ilçesi topraklarında yer almaktadır (Şekil 1). Araştırma alanı, yüksek, arızalı dağlık alanlar, bunların çevresinde yükseltisi fazla olmayan tepelik alanlardan oluşmaktadır. Alan kapsamında kalan başlıca jeomorfolojik unsurlar; Madra Dağı (Maya Tepe 1341 m.), Yaylacık Dağı (Yaylacıkdede Tepe 1220 m.), Kuzuluk Dağı (Geyikli Tepe 1062 m.) ile bu dağları çevreleyen tepelik alanlardır. (Sütgibi, 2003: 1).

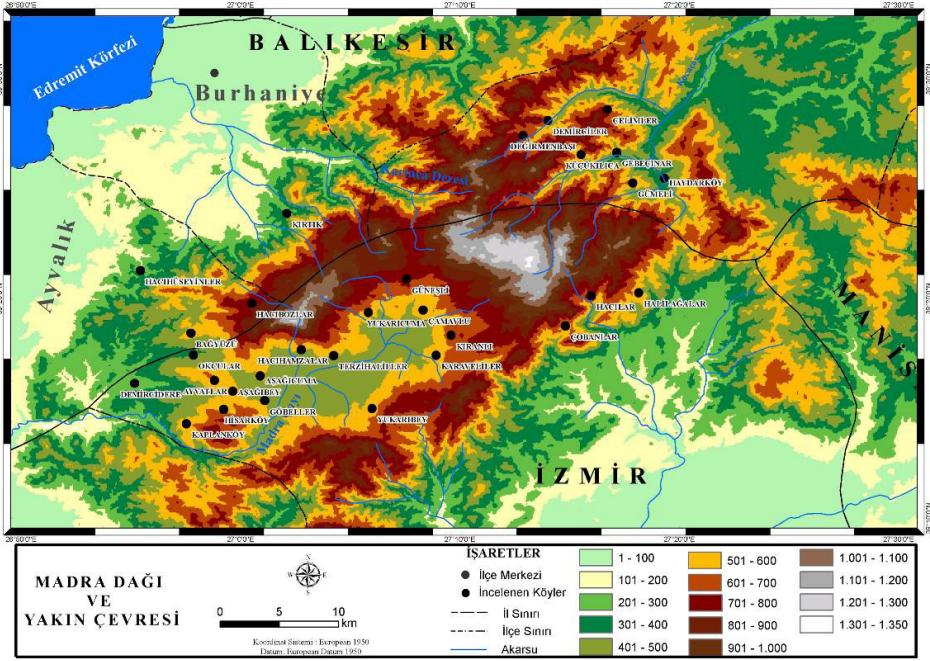
3. MATERYAL VE YÖNTEM

Zamansal değişimin belirlenmesinde kullanılan uydu görüntüleri, konumdan, spektral yansımadan ve zamandan etkilenmektedir. Bu nedenle, araştırma alanına uygun görüntünün seçilmesi önemlidir (Muttitanon ve Tripathi, 2005). Bu araştırmada Amerikan Jeolojik Araştırmalar Dairesi'nden temin edilen Landsat Thematic Mapper (TM) ve Landsat Enhanced Thematic Mapper (ETM) görüntüleri kullanılmıştır. Karşılaştırılacak iki görüntünün çekildiği tarihlerin birbirlerine yakın olması, yansıma değerlerinin benzer olması ve dolayısıyla görüntüler üzerinde gerçekleştirilecek sınıflandırmaların tutarlılığı bakımından önemlidir. 16 günlük zamansal ve 30 m. mekânsal ölçeğe sahip olan Landsat TM ve ETM görüntülerinin çekildiği tarihler 5 Mayıs 1987 ve 7 Haziran 2000'dir.

Arazi kullanımı ve arazi örtüsü özelliklerinin belirlenmesi işlemi farklı yöntemler ile (bitki indeksi-ndvi, görüntü oranlama, ana bileşenler dönüşümü vb.) gerçekleştirilebilmektedir. Bu araştırmada, öncelikle atmosferik olarak düzeltilmiş görüntüleri ISODATA (Iterative Self Organizing Data Analyses Tecnique- Tekrarlı Veri Analizi Yöntemi) yöntemi ile kontrolsüz sınıflandırma işlemi uygulanmıştır (Girdi değerleri; tekrarlama 25, yakınsama eşik değeri 0.980, sınıf sayısı 250). Kontrolsüz sınıflandırma otomatik bir sınıflandırma biçimidir ve yansıma değerlerinin oluşturduğu modellerin sahip olduğu istatistiksel gruplara dayanılarak yapılmaktadır. Bu yöntemin çalışma esası ise minimum uzaklık prensibidir. Görüntüdeki pikseller, sol üst köşeden başlayıp soldan sağa doğru ve satır satır analiz edilir. Aday piksel ile her bir küme ortalaması arasında spektral uzaklık hesaplanır ve bu piksel en yakın kümeyle atanır (Uslu, 2007: 35)

Kontrolsüz sınıflandırma işlemi sonucunda elde edilen yansıma değerleri belirli kategorilere ayrılmıştır. Bu kategoriler ise şunlardır: 1-Orman, 2- Meyvelik-zeytinlik

alanlar, 3- Beşeri yapılar, 4- Tarım, 5- Deniz-Göl, 6- Açık-çılak alanlar, 7- Çalılık-mera.



Şekil 1. Araştırma alanı

Kontrollü sınıflandırma yine kontrolsüz sınıflandırma da olduğu gibi belirli yansıma değerlerini istatistiksel olarak kategorilendirme sürecini ifade etmektedir. Ancak bu işlemde yansıma değerleri belirli algoritmalarla göre değil kullanıcının belirlediği sınıflara göre gruplandırılmaktadır. Kontrolsüz sınıflandırma sonucu elde edilen kategorilendirilmiş yansıma değerleri kontrollü sınıflandırma da kontrol seti olarak kullanılmıştır. Kontrollü sınıflandırmanın başarılı olmasını etkileyen faktör kontrol setinin kalitesidir. Maksimum benzerlik yöntemine göre gerçekleştirilen sınıflandırma işleminin ardından belirlenen sınıflar içerisinde yansıma yansımalarından kaynaklanan piksellerin temizlenmesi amacıyla clump ve elimination (4x4 piksel ya da 120 m²) algoritmaları kullanılmıştır (Tağıl, 2007).

Çok bantlı uydu görüntüleri kullanılarak gerçekleştirilen kontrollü ve kontrolsüz sınıflandırma süreçlerinin ardından yapılan işlemlerin doğruluğunun sınanması gerekmektedir (Hudson ve Ramm, 1987). Sadece kullanıcının belirlediği kontrol seti kullanılarak gerçekleştirilen sınıflandırma işlemi kişiye bağlı olduğundan, teknik olarak kabul edilebilmesi için doğruluğunun test edilmesi zorunludur.

Bu araştırmada oluşturulan sınıfların doğruluğunun sınanması işlemi, rasgele (Story ve Congalton, 1986) oluşturulan 371 referans noktası kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Referans noktaları 1/25.000 ölçekli topografya haritalarından, arazi kullanımı haritalarından ve arazi bilgilerinden elde edilmiştir. Referans noktaları, gerçekleştirilen sınıflandırma verileri ile karşılaştırılmış ve yine her bir yıl için Kappa katsayısı (Cohen, 1960) elde edilmiştir. Kappa katsayısı çok değişkenli bir yöntem olup uydu görüntüleri kullanılarak oluşturulan arazi kullanımı ve arazi örtüsü haritalarının doğruluğunun sınanması için kullanılmakta (Congalton ve Mead 1983; Rosenfield ve Fitzpatrick-Lins, 1986; Gong ve Howarth, 1990) ve KHAT istatistik yöntemi ile elde edilmektedir. KHAT yöntemi ile elde edilen Kappa değeri 0.79'ten büyük ise güçlü, 0.40 ve 0.79 arasında ise orta, 0.40 değerinin altında ise düşük doğruluk söz konusudur (Maingi et al., 2002). Araştırmanın uydu görüntülerine ilişkin kappa katsayıları 1987 görüntüsü için 0.81 ve 2000 görüntüsü için 0.83'tür.

4. BULGULAR

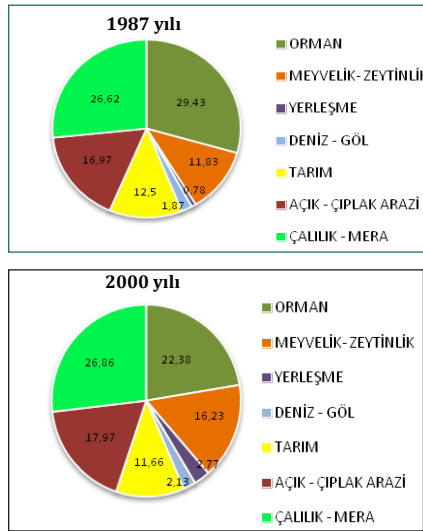
Doğal ve kültürel kaynak değerleri açısından oldukça zengin bir potansiyele sahip olan Madra Dağı; tarihsel, kültürel ve ekolojik olarak zengin bir dağ peyzajına sahiptir. Araştırma alanı, köy ve köy altı yerleşmelerinde yaşayan nüfus tarafından çok sık kullanılan bir sahadır. Bu dağlık alan, birçok yerinde insan tarafından işlenmiş ve günümüzde farklı arazi örtüsü formlarına sahip olmuştur. Örneğin kıyı alanlarından başlayarak 800 metrelere kadar çıkan meyve ve zeytincilik faaliyetleri, aynı şekilde alanda sıkça rastlanılan tarım faaliyetleri, bölgenin sahip olduğu doğal ormanlık alanlar, Kozak Yaylası ve burada fıstık çamlarından toplanan kozalak faaliyetleri, beşeri yapılaşmalar (yerleşme, baraj vb.) bu çeşitliliğin göstergesi ve sonucudur.

Geniş bir arazi kaplayan Madra Dağı'nda mevcut farklı yaşam ortamları, beşeri faaliyetlerin farklılığına da yansımıştır. Dağdaki beşeri faaliyetler, dağın farklı bölümlerinde farklı problemleri beraberinde getirmiştir. Bu problemlerin başında ormansızlaşma ve bunun sonucunda ortaya çıkan erozyon gelmektedir. Örneğin, ormanlık alanların açılarak küçük otlak alanlarının oluşturulduğu bazı sahalarda yaylacılık faaliyetleri yapılmaktadır (Köse, 1997: 227). Yine Madra Dağı ve çevresinde yanlış arazi kullanımı, özellikle aşırı otlatma ve bilinçsiz bitki toplama gibi antropojen faaliyetler nedeniyle alandaki bitki örtüsü hızla yok olmaktadır (Satıl ve diğer., 2008). Dağlık bölgedeki diğer önemli bir problem ise granit taşı işletmeciliğidir. Bölgede granit taşlarının yaygın olarak bulunması ve granit taşı kullanımının

giderek yaygınlaşması yöredeki granit taşı işletmeciliğini hızlandırmıştır. Maddi olarak önemli getirisi olmasına rağmen bölgede bazı yerlerde granit taşı çıkarılırken doğal çevreye zarar verilmektedir (Çetin, 2003: 38). Fıstık çamlarının üzerinde geliştiği granit ana kayasının işletildiği alanlarda doğal çevre ile birlikte fıstık çamları da zarar görmektedir. Taş ocakları topografyanın yüzey dengesini bozarken, taş kırma atölyeleri havadaki toz oranının artmasına neden olmaktadır. Üretici firmalar ve halk maliyeti düşürmek için doğal ortamı tahrip ederek taşları yeryüzüne çıkarmaktadırlar. Topografya yüzeyinin bozulması toprak erozyonuna ve zaman zaman sel taşkınlarına yol açmaktadır (Sütgibi, 2003: 135; Çetin, 2003: 37).

Yukarıda açıklamalar dikkate alındığında Madra Dağı'ndaki arazi örtüsü/kullanımının zamansal değişiminin tespitinin ve değerlendirilmesinin önemi aşikardır. Bu bağlamda, dağlık alanda iki farklı zamanda çekilmiş olan uydu görüntülerine ait bulgular şu şekildedir:

Uygulanan kontrollü sınıflandırma tekniği ile elde edilen bulgulara göre; 1987 yılında bölgenin hakim arazi örtüsü ormanlar (%29,43) iken, 2000 yılında hakim arazi örtüsü çalılık-mera (% 26,86) alanları olmuştur (Grafik 1). Açık-çiplak arazi ve tarım arazilerinin miktarında önemli bir değişiklik olmamıştır.



Grafik 1. 1987–2000 yılları arazi örtüsü sınıflarının toplam alana oranı

Araştırma alanında dikkati çeken değişimler, beşeri yapılar ve meyvelik-zeytinlik alanlarında olmuştur. Beşeri yapı alanları 1987 yılına göre yaklaşık dört kat genişlemiş ve 2000 yılı itibarı ile toplam alanın % 2,77'lik kısmını kapsar duruma gelmiştir. Beşeri yapı alanlarında değişimin fazla gerçekleştiği yerler Burhaniye ve Gömeç ilçeleri civarında, özellikle bu ilçelerin kıyı şeridindedir. Ayrıca Kozak havzası içerisinde yer alan kırsal yerleşmelerdeki beşeri yapı alanlarında da önemli değişiklikler mevcuttur. Ancak ifade edilen beşeri yapılar, bu kırsal yerleşme birimlerinin sayısının veya konut alanının genişlemesi anlamına gelmemektedir. Adı geçen havzada özellikle son yıllarda gelişme gösteren granit taşı işletmeciliğinin yaygınlaşması sonucu bu işletmelerin mekanları ve taş ocakları 2000 yılı görüntüsüne yeni bir arazi kullanım şekli olarak eklenmiştir. Kozak havzasında granit işletmeciliğinin yaygın olarak yapıldığı köyler Terzihaliller, Okçular, Aşağıcuma ve Hacıhamzalar köyleridir (Foto 1,2 ve 3). Şekil 1'de yer alan bu köylerin konumları Şekil 2 ile karşılaştırıldığında bahsedilen granit ocaklarının yerleri daha anlaşılır olmaktadır.

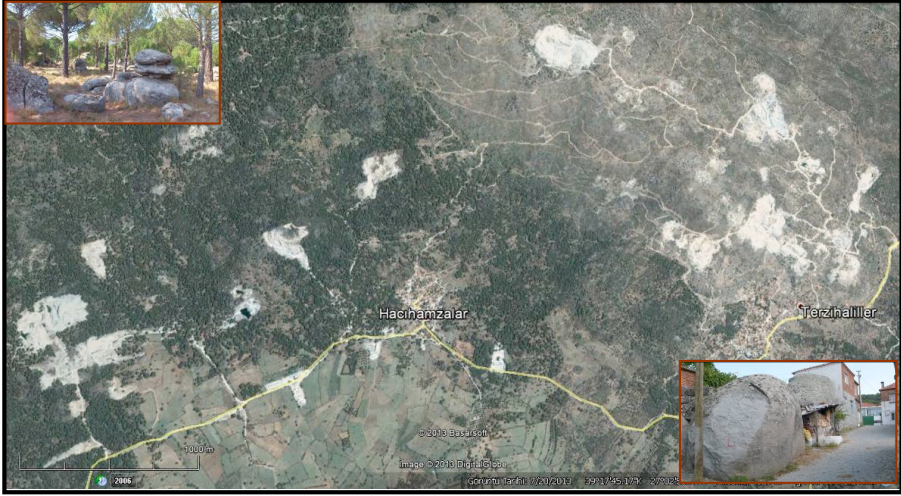


Foto 1. Hacıhamzalar ve Terzihaliller köylerindeki granit ocakları



Foto 2. Madra Dağı'nda bulunan granit ocağı
(Hacıhamzalar Köyü)



Foto 3. Madra Dağı'nda bulunan granit işletmesi
(Okçular Köyü)

Benzer şekilde meyvelik ve zeytinlik alanların yayıldığı alanlarda da önemli oranda artış tespit edilmiştir. 1987 yılında % 11,83'lük orana sahip olan meyvelik-zeytinlikler; 2000 yılına gelindiğinde % 16,23 değerine yükselmiştir (Grafik 1 ve Şekil 2). Meyvelik-zeytinlik alanlarının genişlediği bölgeler daha çok dağın kuzeybatısına denk gelmektedir (Foto 4 ve 5). Bilindiği üzere burada yer alan ve Balıkesir iline bağlı olan Ayvalık, Gömeç ve Burhaniye ilçeleri zeytin tarımı konusunda Türkiye'de ön planda olan ilçelerdir. Fiziki ortam şartlarının zeytin bitkisine uygun olduğu bu ilçelerde zeytinlik alanlar 13 yıllık süre zarfında önemli ölçüde gelişme göstermiştir.



Foto 4. Madra Dağı'nda bulunan zeytinlikler
(Hacıhüseyinler Köyü)



Foto 5. Madra Dağı'nda bulunan zeytinlikler
(Bağyüzü Köyü yolu)

Araştırma alanında dikkati çeken önemli hususlardan birisi de hidrografya alanlarındaki değişikliklerdir. 1987 ve 2000 yılları karşılaştırıldığında göl alanlarında artış olduğu görülmektedir (Şekil 2). Söz konusu artışın sebebi Devlet Su İşleri tarafından araştırma alanında gerçekleştirilen faaliyetler, 1987 yılında bölgede farklı türde tespit edilen arazi örtüsü özelliklerinin 2000 yılında gölalanı olarak

değişmesine neden olmuştur. Yapılan sorgulamalarda 1987 yılında orman olan alanların 174,69 ha'lık kısmı ile tarım, açık-çıplak arazi yüzeyi, meyvelik-zeytinlik ve çalılık-mera alanlarının da toplam 400 ha'lık yüzeyinin bu faaliyet sonucunda gölalanı olduğu tespit edilmiştir (Tablo 1). Buradaki göl alanlarını ise Madra Barajı ve Kestel Barajı oluşturmaktadır. Yapımına 1991 yılında başlanan ve inşaatı 1998 yılında tamamlanan Madra Barajı, Ayvalık ilçesine bağlı olan Altınova Belediyesi'nin kuzeydoğusunda yer almaktadır. Diğer göl alanı olan Kestel Barajı ise sulama ve taşkın amaçlı inşa edilmiş olup, baraj 1990 yılında yapımı tamamlanarak hizmete açılmıştır.

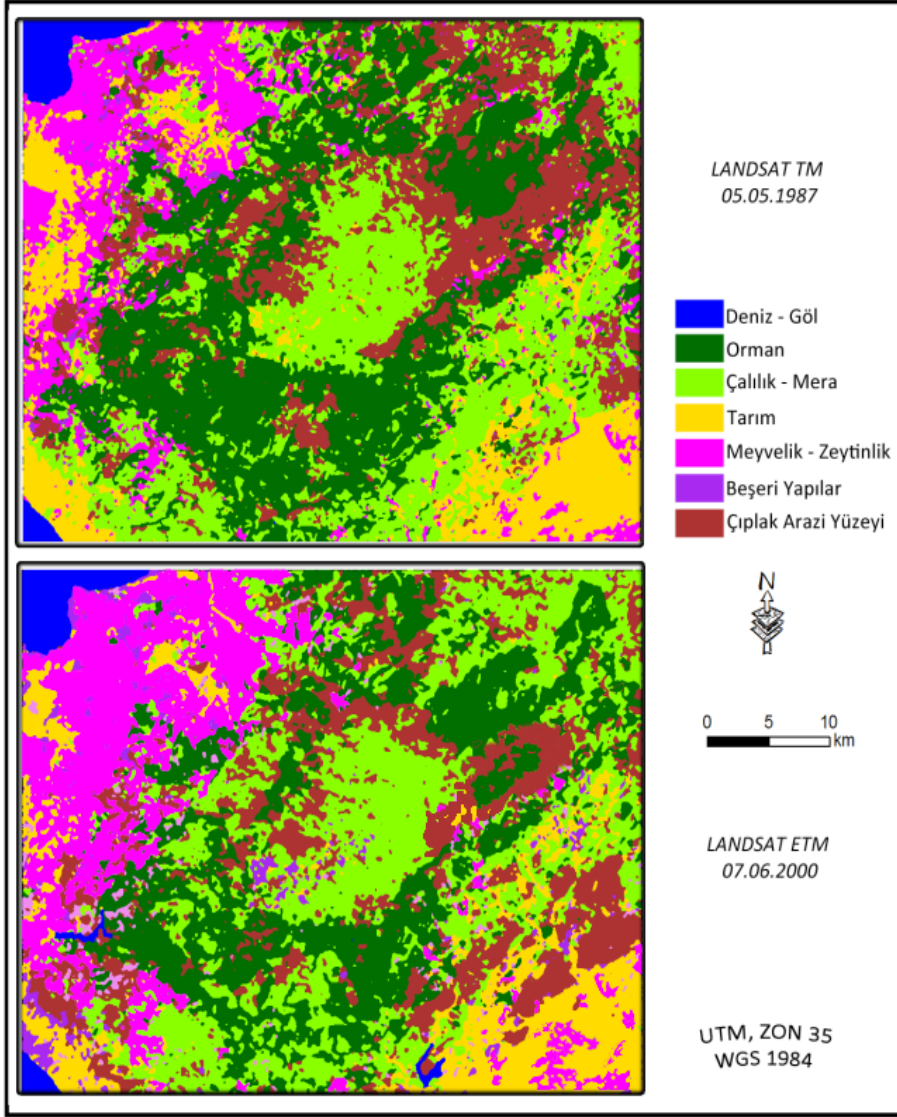
Araştırma alanının yaklaşık 1/6'sını açık/çıplak araziler oluşturmaktadır. Bu araziler her iki görüntüde de yoğun olarak dağlık alanın yüksek kesimlerinde karşımıza çıkmaktadır (Foto 6 ve 7). Gerçekte, Türkiye'nin orman üst sınırının oldukça altında bir yüksekliğe sahip olan Madra Dağı'nda (en yüksek noktası Maya Tepe 1343 metre yüksekliğindedir) açık-çıplak arazi yüzeylerinin varlığı; sahanın uzun yıllar süresince insanoğlu tarafından nasıl kullanıldığı gösteren bir işarettir. Foto 7'ye dikkatli bakıldığında Maya Tepe'de 2013 yılı içerisinde gerçekleştirilmiş olan ağaçlandırma çalışması görülmektedir.



Foto 6. Sinekli Yaylası yolu



Foto 7. Maya Tepe



Şekil 2. 1987–2000 yılları arazi örtüsü sınıfları

Araştırma sahasına ait görüntülerde değişim miktarının çok az gerçekleştiği arazi örtüsü çalılık-mera arazi örtüsüdür. 13 yıllık süre zarfında bu sınıfa giren arazilerde fazla bir değişim görülmemektedir. Ancak adı geçen sınıfın araştırma alanında kapladığı saha dikkate değerdir. Hem 1987 hem de 2000 yıllarında araştırma alanının $\frac{1}{4}$ 'ünden fazlasını çalılık-mera arazi örtüsü oluşturmaktadır. Madra Dağı'na ilişkin topografya haritaları incelendiğinde sayısı oldukça fazla olan yayla

yerleşmelerine rastlanılması; sahanın uzun yıllardan beri hayvancılık faaliyeti kapsamında kullanıldığını göstermekte; bu da bölgedeki çalılık-mera alanlarının kapladığı geniş alan hakkında açıklayıcı olmaktadır.

1987–2000 yılları arasında arazi de meydana gelen değişim toplamda yaklaşık 73.000 ha'dır. Bu değişimin sebepleri arasında, orman ve çalılık-mera alanların tahribatı, tarım faaliyetlerinde meydana gelen değişim ve beşeri yapılaşmadaki artış bulunmaktadır. Ancak fıstık çamı yetiştiriciliği ile karşılaştığımız dağlık alanın belirli bölgelerinde, ormanlaştırma faaliyetlerinden dolayı bazı alanların orman formuna dönüştüğünü görmekteyiz. Çünkü Madra Dağı'nın güney yamaçları fıstık çamına uygun ortam şartları sunmaktadır.

Fıstık çamı meyvesinin önemli bir ekonomik getiriye sahip olması, bölgede fıstık çamı ağaçlarının dikimini de beraberinde getirmiştir. Güney yamaçta Kozak havzası adı verilen bölgede yaklaşık 16 bin hektarlık alanda fıstık çamı bulunmaktadır (Sütgibi, 2003: 93). Adı geçen havzada bulunan ve Bergama ilçesine bağlı olan 16 köydeki nüfusun yaklaşık % 80'i fıstık çamı ziraatı ile uğraşmaktadır. Bu köylerin 2012 yılı toplam nüfusları 6969 kişidir.



Foto 8. Bağyüzü Köyü yolu fıstık çamı dikim sahası

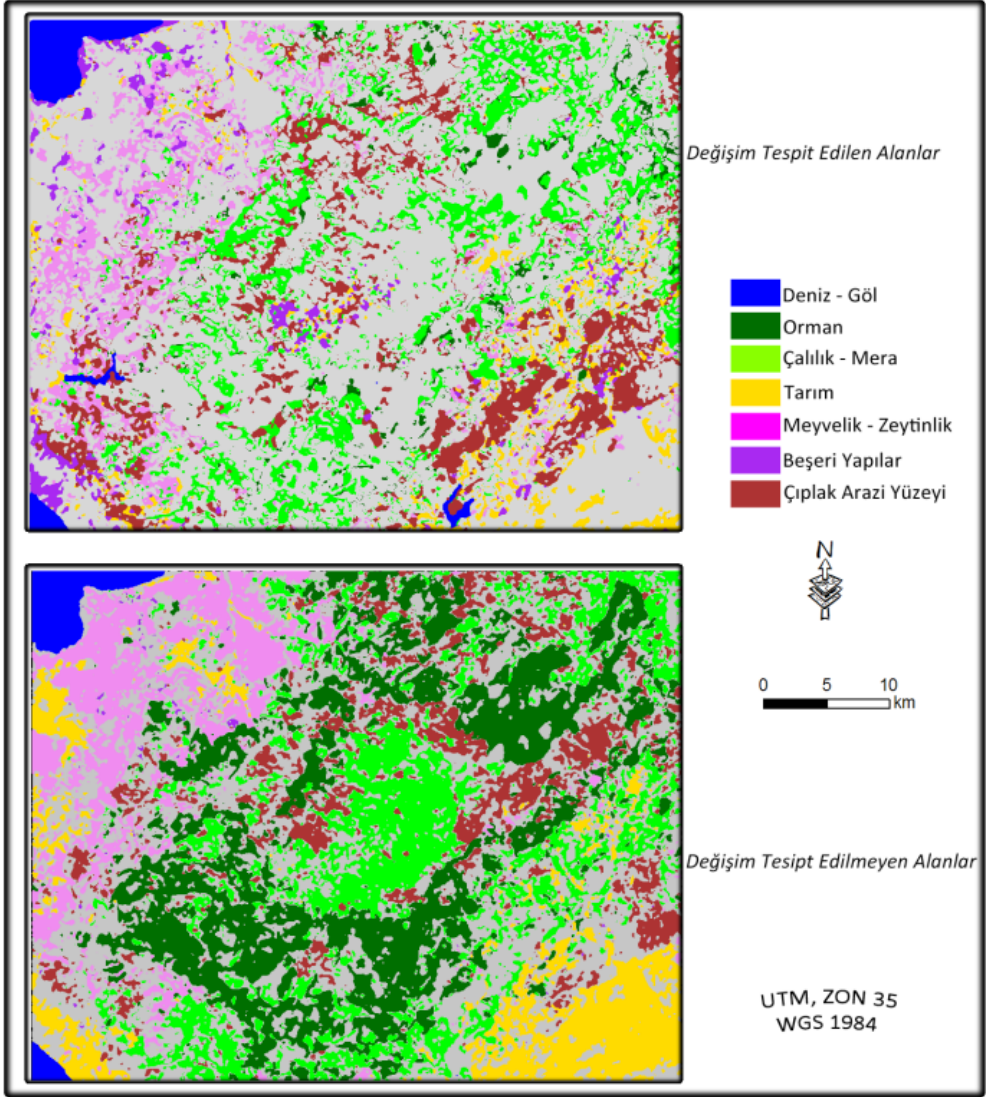


Foto 9. Güneşli Köyü'nden Kozak havzası

Tablo 1. 1987–2000 yılları arası arazi örtüsünde meydana gelen değişimin yönü ve miktarı (ha)

Arazi Örtüsü	Değişimin Yönü	Değişim Miktarı /ha	Arazi Örtüsü	Değişimin Yönü	Değişim Miktarı /ha
	Orman	41531,99		Açık - Çıplak Arazi	16773,10
	Meyvelik	3241,98		Orman	2123,55
	Yerleşme	59,58		Meyvelik	2223,00
Orman	Deniz - Göl	174,69	Açık - Çıplak Arazi	Yerleşme	918,90
	Tarım	105,12		Deniz - Göl	17,91
	Açık - Çıplak Arazi	4930,74		Tarım	670,32
	Çalılık - Mera	9331,47		Çalılık - Mera	11928,06
	Meyvelik	19310,64		Çalılık - Mera	31010,64
	Orman	121,59		Orman	1206,63
	Yerleşme	1010,61		Meyvelik	3263,76
Meyvelik	Deniz - Göl	128,61	Çalılık - Mera	Yerleşme	1300,50
	Tarım	2505,24		Deniz - Göl	174,78
	Açık - Çıplak Arazi	520,47		Tarım	3463,38
	Çalılık - Mera	976,59		Açık - Çıplak Arazi	13352,13
	Tarım	16663,34	Yerleşme	Yerleşme	307,68
	Meyvelik	4799,97	Deniz - Göl	Deniz - Göl	3731,22
Tarım	Yerleşme	1980,27		Yerleşme	15,03
	Deniz - Göl	76,59			
	Açık - Çıplak Arazi	650,61			
	Çalılık - Mera	946,62			

Araştırma alanında incelenen yıllar arasında arazi formu özelliğinde değişimin tespit edilmediği alanlar toplam alanın % 65'ini oluşturmaktadır (Şekil 3). Değişikliğin olmadığı bu alanların geniş bir kısmını tarım ve meyvelik-zeytinlik alanları oluşturmaktadır.



Şekil 3. Araştırma alanında arazi örtüsünde değişimin tespit edildiği ve değişimin olmadığı alanlar

5. SONUÇ

Uydu görüntüleri kullanılarak Madra Dağı ve çevresindeki arazi örtüsü ve kullanımındaki değerişim, 1987–2000 yıllarını kapsayan 13 yıllık bir süreç zarfında ortaya koyulmuştur. Elde edilen bulgular sonucunda araştırma alanının %35'lik bir kısmında değerişimin olduğu sonucuna varılmıştır. Diğer bir ifadeyle araştırma alanında 1987 yılında var olan arazi örtüsü/kullanım özelliklerinin %65'i 2000 yılında aynı özellik göstermektedir. Ancak geriye kalan arazi özellikleri yukarıda değerinilen etmenler nedeniyle değerişime uğramıştır.

Araştırma alanının kuzeybatısında yer alan zeytin ağacı ekim sahası genişlemiş; 1987 yılından sonra yapımı tamamlanan Madra ve Kestel barajlarında su tutulmaya başlanmış; Hacıhamzalar, Okçular, Terzihaliler ve Aşağıcuma köyleri çevresindeki granit ocaklarının faaliyet alanı genişlemiş; özellikle Kozak havzası civarında yer alan köyler tarafından ana geçim kaynağı olarak benimsenen fıstık amının dikimi yaygınlaşmıştır.

Dağlık alanların; çevresel, ekonomik ve kültürel işlevlerinin olduğu; orman sahaları ve ürünleri, su kaynakları, biyolojik çeşitlilik, endemik türler, farklı yaşam ortamları, bitki ve hayvan toplulukları, yeraltı kaynakları ve madenler, tarım ürünleri ve insan yerleşmelerini bünyesinde barındıran kompleks mekanlar olduğu gerçekleri göz önünde bulundurulmalıdır. Bu alanlarda meydana gelen ekolojik bozulmalar hem dağlık alanda hem de bu alana komşu olan bölgelerde ciddi sorunlara neden olacaktır.

Gerçekleştirilen bu çalışma ile alanının barındırdığı farklı ekonomik faaliyetlerin mevcut arazi örtüsü özellikleri üzerinde artan bir baskısı olduğunu göstermiştir. Bölgede karar verici mekanizmalar alacakları kararlarda bu baskıyı göz önünde bulundurması gerekmektedir. Nitekim özellikle granit ocakları işletmelerinin sayılarındaki artışın, turizm faaliyetleri sebebiyle artan beşeri yapılaşmanın oluşturdukları baskı öncelikle önlem alınması gereken sorunlardır. Bu bağlamda ilgili karar verici mekanizmalar tarafından birbirleri ile koordineli bir şekilde mevcut arazi örtüsü durumunu ortaya koyan planlı bir çalışma gerçekleştirilmeli; elde edilecek sonuçlar çerçevesinde arazi kullanım modellerinin oluşturulması gerekmektedir. Bu modeller kapsamında tahrip olan alanlardaki olumsuz beşeri faaliyetlerin önüne geçilerek, mevcut kayıpların düzeltilmesi ve gelecekte meydana gelebilecek olumsuz etkilerin engellenmesi sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Cohen, J. (1960). A Coefficient of Agreement for Nominal Scales. *Educational and Psychological Measurement*, 20, 37–46.
- Congalton, R. G. ve Mead, R. A. (1983). A Quantitative Method to Test for Consistency and Correctness in Photo-interpretation. *Photogrammetric Engineering and Remote Sensing*, 49 (1), 69–74.
- Çetin, T. (2003). Doğal Ortam-Ekonomik Faaliyet İlişkisine Bir Örnek: Kozak Yöresi (Bergama). *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23 (1), 23–46.
- Gong, P. ve Howarth, P. J. (1990). An Assessment of Some Factors Influencing Multispectral Land Cover Classification. *Photogrammetric Engineering and Remote Sensing*, 56 (5), 597–603.
- Gülersoy, A. E. (2013). Farklı Uzaktan Algılama Teknikleri Kullanılarak Arazi Örtüsü/Kullanımında Meydana Gelen Değişimlerin İncelenmesi: Manisa Merkez İlçesi Örneği (1986–2010). *Turkish Studies - International Periodical for The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8 (8), 1915–1934.
- Güre, M., Özel, M. E. ve Özcan, H. (2009). Corine Arazi Kullanımı Sınıflandırma Sistemine Göre Çanakkale İli. *Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 13 (3), 37–48.
- Hudson, W. ve Ramm, C. (1987). Correct Formulation of the Kappa Coefficient of Agreement. *Photogrammetric Engineering and Remote Sensing*, 53 (4), 421–422.
- İkiel, C., Atalay Dutucu, A., Ustaoglu, B. ve Evrim Kılıç, D. (2012). Landuse and Land Cover (LUCL) Classification Using Spot-5 Image in the Adapazarı Plain and Its Surroundings, Turkey. *The Online Journal of Science and Technology*, 2 (2), 37-42.
- Kara, F., ve Karatepe, A. (2012). Uzaktan Algılama Teknolojileri ile Beykoz İlçesi (1986–2011) Arazi Kullanımı Değişimi Analizi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 25, 378–389.
- Köse, A. (1997). Madra Dağı Kuzey Yamaçlarında Yaylacılık. *Doğu coğrafya Dergisi*, 2, 227–250.

- Lillesand, T. M. ve Kiefer R. W. (2000). *Remote Sensing and Image Interpretation Land Use/Land Cover Mapping*. New York: Wiley and Sons. Inc.
- Lu, D., Mausel, P., Brondzio, E. ve Moran, E. (2004). Change Detection Techniques. *International Journal of Remote Sensing*, 25 (12), 2365-2407.
- Maingi, J. K., Marsh, S. E., Kepner, W. G. ve Edmonds, C. M. (2002). An Accuracy Assessment of 1992 Landsat-MSS Derived Land Cover for the Upper San Pedro Watershed (U.S./Mexico) (EPA/600/R-02/040) U.S. Environmental Protection Agency.
- Masek, J. G., Lindsay, F. E. ve Goward, S. N. (2000). Dynamics of Urban Growth in the Washington DC Metropolitan Area, 1973-1996, from Landsat Observations. *International Journal of Remote Sensing*, 21 (18), 3473 -3486.
- Mertens, B., Lambin, E. F. (2000). Land Cover Change Trajectories in Southern Cameroon. *Annals of Association of American Geographers*, 90, 467-494.
- Muttitanon, W. ve Tripathi N. K. (2005). Land Use/Land Cover Changes in the Coastal Zone of Ban Don Bay, Thailand Using Landsat 5 TM Data. *International Journal of Remote Sensing*, 26 (11), 2311-2323.
- Özdemir, M. A. ve Bahadır, M. (2008). Yalova İli'nde Arazi Kullanımının Zamansal Değişimi (1992-2007). *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü Coğrafya Dergisi*, 17, 1-5.
- Reis, S., (2008). Analyzing Land Use/Land Cover Changes Using Remote Sensing and GIS in Rize, Nort East Turkey. *Sensors*, 8 (10), 6188-6202.
- Rogan, J. ve Chen, D. M. (2004), Remote Sensing Technology for Mapping and Monitoring Land-Cover and Land-Use Change. *Progress in Planning*, 61, 301-325.
- Rosenfield, G.H. ve Fitzpatrick-Lins, K. (1986). A Coefficient of Agreement as A Measure of Thematic Accuracy. *Photogrammetric Engineering and Remote Sensing*, 52 (2), 223-227.

- Satıl, F., Akçiçek, E. ve Selvi, S. (2008). Madra Dağı (Balıkesir/İzmir) ve Çevresinde Etnobotanik Bir Çalışma. *Biyoloji Bilimleri Araştırma Dergisi*, 1 (1), 31–36.
- Somuncu, M., Akpınar, N., Kurum, E., Çabuk Kaya, N. ve Özelçi Eceral, T. (2010). Gümüşhane İli Yaylalarındaki Arazi Kullanımı ve İşlev Değişiminin Değerlendirilmesi: Kazıkbeli ve Alistire Yaylaları Örneği. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 2 (2), 107–127.
- Story, M. ve Congalton, R. G. (1986). Accuracy Assessment: A User's Perspective, *Photogrammetric Engineering and Remote Sensing*, 52, 397–399.
- Sütgibi, S. (2003). *Madra Dağı ve Çevresinin Vejetasyon Coğrafyası*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi: İzmir.
- Tağıl, Ş. (2007). Quantifying the Change Detection of the Uluabat Wetland, Turkey, by Use of Landsat Images. *Ekoloji Dergisi*, 16 (64), 9–20.
- Uslu, A. (2007). *Diyarbakır İlinin Kentsel Dönüşüm Analizinin Uzaktan Algılanmış Görüntüler Kullanılarak Yapılması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze İleri teknoloji Enstitüsü: Gebze.
- Yang, X. ve Lo, C. P. (2002). Using a Time Series of Satellite Imagery to Detect Land Use and Land Cover Changes in the Atlanta, Georgia Metropolitan Area. *International Journal of Remote Sensing*, 23 (9), 1775–1798.
- Yılmaz, O., ve Erdem, Ü. (2011). Gediz Deltası'nın Uzaktan Algılama Teknikleri Uygulanarak Alan Kullanım Kararları Üzerine Araştırmalar. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 53–63.

Okul ve Eğitim Yöneticilerinin Kurmuş Olduğu Sivil Toplum Kuruluşlarının Mesleki Etkililiklerinin Araştırılması: Nitel Bir Analiz*^[*]

İbrahim Hakan KARATAŞ ^[**]

Zehra ŞAŞMAZ^[***]

ÖZ

Amaç: Türkiye’de de son yıllarda okul ve eğitim yöneticilerinin kurmuş olduğu sivil toplum kuruluşlarının (STK) sayısı HIZLA artmaktadır. Fakat bu STK’ların hangi amaçlarla kuruldukları, ne tür çalışmalar yaptıkları, üyeleri ve diğer taraflar nezdinde etki düzeylerine ilişkin bir çalışmaya henüz rastlanmamıştır. Bu çalışmada okul ve eğitim yöneticilerinin kurmuş olduğu STK’ların mesleki etkinliklerinin ve etkililik düzeylerinin araştırılması amaçlanmıştır.

Yöntem: Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden belge inceleme ve yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ile elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmanın evrenini Türkiye merkezli ulusal düzeyde faaliyet gösteren 12 STK oluşturmaktadır. Araştırmada bu STK’lardan 8’inin resmi tüzükleri, faaliyet raporları incelenmiş ve üst düzey bir yöneticisinin ve iki üyesinin görüşlerine başvurulmuştur.

Bulgular: Eğitim ve okul yöneticiliği alanında faaliyet gösteren STK’lar, (1) akademisyenler, (2) merkez teşkilatı yöneticileri, (3) il-ilçe müdürleri, şube müdürleri ve (4) okul yöneticileri olmak üzere dört farklı kesim tarafından kurulmaktadır. Bu STK’lar, kurucu profilleri ile irtibatlı olarak (1) bir akademik alan örgütlenmesi, (2) ağırlıklı olarak özlük hakları konusunda politik arenada bir lobi ve çıkar grubu oluşturma, (3) mesleki örgütlenme ve

* Bu makale, 24-26 Mayıs 2012 tarihleri arasında Malatya’da gerçekleştirilen 6. Ulusal Eğitim Yönetimi Kongresi’nde aynı adla sunulan sözlü bildirinin genişletilmiş halidir.

** Fatih Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Öğretim Üyesi, Yrd.Doç.Dr.

*** Bilim Uzmanı

dayanışma, (4) mesleki, sosyal ve kişisel gelişme ve (5) toplumsal hizmet amaçlarına odaklanmışlardır. Sayısal olarak artmakla birlikte alanda faaliyet gösteren STK'ların (1) sivil toplum kültürü ve derinliğini henüz edinemedikleri, (2) kurumsal kapasitelerinin oldukça zayıf olduğu, (3) güçlü bir kitle örgütü olacak kadar taban bulamadıkları, (4) spesifik bir gündem oluşturamadıkları ve (5) faaliyet çeşitliliğinden mahrum oldukları gözlenmektedir.

Sonuçlar: Araştırma sonucunda (1) alanda faaliyet gösteren STK'ların çoğunlukla okul yöneticileri tarafından kurulmuş olmasının okul yöneticiliğinin bir meslek olarak tanınmasına ilişkin bilincin geliştiğini, (2) çoğunlukla Ankara'da kurulmuş olmalarının meslek mensuplarının özlük ve mali haklarını iyileştirme, kendileri ile ilgili düzenlemelerde karar verme mekanizmalarına etki etme amacıyla olduklarını ve bu yüzden bir mesleki örgütlenmeden çok bir sendika gibi işlev görmek istediklerini, (3) bununla beraber son dört yıl içinde sayılarının hızla artmasının ve Anadolu'daki diğer şehirlere de yayılmalarının tabanlarının genişlediğini gösterdiği söylenebilir. Fakat (4) düşük üye sayıları, zayıf gündemleri ve çeşitlilikten yoksun faaliyet türleri, henüz kurumsallaşmadıklarını ve beklenen düzeyde taban bulamadıklarını göstermektedir. Henüz herhangi bir STK'nın (5) mesleki standartlar ve etik ilkeler belirlememiş olması ve mesleki denetim gündemlerinin olmaması göz önünde bulundurulduğunda henüz mesleki bir örgütlenme kültürünün yerleşmediği söylenebilir. Dolayısıyla alanda faaliyet gösteren STK'ların mesleki etkiliklerinin düşük olduğu, bununla beraber gelecek yıllarda oldukça etkili bir potansiyele sahip olabilecekleri sonucuna ulaşılmıştır.

Öneriler: Alanda faaliyet gösteren STK'ların gelişmesine katkı sağlayacak birçok konu araştırmacıların ilgisini beklemektedir. Bunların başında bu STK'ların üye sayılarının neden düşük olduğu konusu gelmektedir. Ayrıca mesleki bir örgütlenme olarak karşı karşıya kaldıkları sorunlar, diğer alanlarda faaliyet gösteren STK'lar ile karşılaştırılmalı olarak analiz edilmelidir. Gelişmiş ülkelerdeki benzer STK'ların konumları, işlevleri ve deneyimleri de yerli literatüre kazandırılmalıdır. Ayrıca alanda faaliyet gösteren STK'ların dünden bugüne karar mekanizmalarına etki düzeylerini saptayacak çalışmalar geleceğe yönelik ipuçlarının ortaya çıkarılması açısından yararlı bulgular sunacaktır.

Anahtar Sözcükler: okul yöneticileri, eğitim yöneticileri, mesleki kuruluşlar, sivil toplum kuruluşları

The Examination of Professional Effectiveness of Non-Governmental Organizations Established by School Principals and Educational Administrators: A Qualitative Analysis

ABSTRACT

Aim: In Turkey the number of non-governmental organizations (NGO) established by school principals and educational administrators has been rapidly increasing in recent years. However, it has not been studied yet about their purposes, activities, effectiveness and impacts on their members and other sides. In this study, the main aim is to examine the professional activities and effectiveness of those NGOs.

Methodology: In this study, the data were obtained through document analysis and semi-structured interview techniques and examined using content analysis method. The research universe was 12 NGOs established in Turkey and operating at national level. In this study, official regulations and annual reports of 8 NGOs were examined and one senior manager and two members of each NGOs were interviewed.

Findings: The NGOs operating in the field of school and educational administration, are established by four different groups: (1) academics, (2) senior educational administrators in central organization of National Ministry of Education, (3) educational directors of provinces and (4) school principals. Those NGOs, in connection with the founders' profiles, primarily aimed and especially focused on (1) organizing and bringing together the members of an academical field, (2) generating a lobby or an interest group particularly striving in order to improve the personal rights, (3) bringing together the professionals in an organization and building solidarity among them, (4) developing the colleagues professionally, socially and personally, and (5) serving the community in which they live. Although the NGOs operating in the field, has increased numerically, it was observed that they (1) had not been acquired enough depth in culture of being a civil society organization yet, (2) had quite weak institutional capacities, (3) had

not had enough strong social base in order to be named as a mass organization, (4) had not generated a specific agenda, and (5) had been deprived of the diversity of activities.

Results: As a result of this research, it can be argued that the fact that the NGOs operating in the area (1) have been often established by school principals demonstrates that the consciousness on the recognition of the school administration as a professional task has been rapidly developed, (2) have been often centered in Ankara demonstrates that they are intended to impact on the decision-making procedures about arrangements related to their professional task in order to improve their personal and financial rights, and therefore they wanted to function like a trade union organizations rather than as a professional organization, (3) however, the rapid increase in the number of such NGOs in last four years and in other cities in Anatolia demonstrates that their social base has been expanding. (4) But the low number of members, the weak agendas and lack of diversity in the types of activities demonstrate that they could not find the social base yet and are not institutionalized in an expected level. (5) Just any of NGOs have not determined any professional standards, conducted any ethical principles, and have any professional supervision agendas demonstrates that they have not been built the culture of a professional organization. Therefore, it is concluded that the effectiveness of the NGOs operating in the area is low; however they are going to have a highly effective potential in coming years.

Suggestions: Many issues that will contribute to the development of NGOs in the field are waiting for the attention of researchers. Foremost among these issues is why the number of members of those NGOs are so low. In addition, the problems they faced as a professional organization, should be analyzed in comparison with the NGOs operating in other areas. Status, functions and experiences of similar NGOs in developed countries should be acquired to literature. Furthermore, the studies which detect the impact of those NGOs on decision-making mechanisms from past to today will provide useful findings which include clues for the future.

Key words: school principals, educational administrators, professional organizations, non-governmental organizations

1. GİRİŞ

Eğitim kurumlarında temel amaç, öğrencilerin öğretim programlarında belirlenen hedeflere ulaşmalarıdır. Son yıllarda yapılan araştırmalar bu hedefin gerçekleştirilmesinde okul yöneticilerinin önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır (Marzano, Waters ve McNulty, 2005). Bu çerçevede okul yöneticilerinin seçimi, yetiştirilmesi, atanması ve mesleki gelişimlerini sağlayacak imkanların artırılması daha fazla gündeme gelmeye başlamıştır. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve İngiltere olmak üzere Kanada, Avustralya, Yeni Zelanda gibi birçok gelişmiş ülkede eğitim ve özellikle okul yöneticilerinin seçimi, yetiştirilmesi, atanması ve mesleki gelişimleri eğitim gündeminin en sıcak konularından biri olarak tartışılmaktadır (Darling-Hammond, LaPointe, Meyerson, Orr., & Cohen, 2007; Sackney & Walker, 2006; Grogan, & Andrews, 2002).

Modern devlette örgün eğitim bir kamu hizmeti olarak kabul edildiğinden okul ve eğitim yöneticilerinin seçimi, yetiştirilmesi ve atanması hemen hemen bütün ülkelerde merkezi ya da bölgesel hükümetlerin inisiyatifleri ile yürütülmektedir. Okul yöneticilerinin hangi niteliklere sahip olması gerektiği, görev tanımları, özlük hakları gibi hemen her konuda tek söz sahibi resmi kurumlar olmuştur. Bunun doğal bir sonucu olarak da okul yöneticilerinin yapıp ettikleri ile ilgili olarak sorumlu oldukları makamlar da resmi makamlar olmuştur.

Bununla beraber İngiltere ve ABD gibi Anglosakson geleneğini temsil eden ülkelerde sivil inisiyatifin daha etkin olduğu görülmektedir. Eğitim sisteminin merkezi yönetiminin de etkin olduğu ve fakat ağırlıklı olarak yerel yönetimlere bıraktığı ve hatta okul merkezli yönetimin yaygın olduğu görülmektedir. Okul yöneticilerinin meslek tanımları, seçimleri ve atanmaları okul ya da bölge düzeyinde oluşturulan kurullar tarafından yapılmaktadır (Spring, 1993).

Diğer taraftan bu ülkelerde demokrasinin en önemli araçlarından biri olan sivil mesleki oluşumların da oldukça etkili olduğu görülmektedir. Başta ABD olmak üzere birçok gelişmiş ülkede diğer birçok alanda olduğu gibi eğitim ve okul yöneticiliği alanlarında da ulusal ve yerel mesleki organizasyonlar, gönüllü kuruluşlar gibi hükümet dışı kuruluşlar belirleyici bir etkiye sahiptir (Crisan, 2008). Bu kuruluşlar, mesleki standartların, mesleki etik ilkelerin belirlenmesi, üyelerin yetiştirilmesi, seçimi, mesleki gelişimleri, yasal haklarının savunulması ve geliştirilmesi, mesleki denetimleri, mesleğe hazırlayıcı eğitim kurumlarında uygulanacak

hizmet öncesi ve hizmetiçi eğitim içeriklerinin hazırlanması ve denetlenmesi gibi birçok alanda söz sahibidirler^{****}.

Alanda hizmet veren hükümet dışı kuruluşlar, tüm bu görev alanlarıyla okul ve eğitim yöneticiliği mesleğinin hem resmi olarak hem de kamuoyu nezdinde profesyonel bir meslek olarak tanınmasını ve kabul edilmesini sağlamaktadır. Böylece okul ve eğitim yöneticiliği mesleğini icra edenler eğitim sektöründe yöneticilik mesleği olarak özetlenebilecek hem yönetici hem de eğitimci niteliklerine sahip olması gereken dolayısıyla yöneticilikten ve öğretmenlikten farklı mesleğe sahip olduklarının bilincini kazanmaktadırlar.

Bir etkinlik alanının sivil ve mesleki örgütlenmesini sağlamış olmasının alana birçok katkısı olacaktır. (1) *Bu katkılardan birincisi o etkinlik alanının akademik anlamda bir disiplin olarak kabul edilmesidir.* Nitekim bir etkinlik alanının bilimsel bir disiplin olarak kabul edilmesinin ön koşullarından biri de o alanda çalışanların mesleki örgütlenmelerini sağlamış olmalarıdır. Diğer taraftan mesleki örgütlenme o mesleğin tanımına, standartlarına ve etik ilkelerine ilişkin ortak kabullerin oluşmasını, benzer ve ilişkili alanlardan ve mesleklerden ayrışmasını ve kendine özgü kavramların olgunlaşmasını kolaylaştıracaktır (Balcı, 2008). Türkiye’de okul ve eğitim yönetimi alanının bilimsel bir disiplin olarak kabul edilmesi ve alana ilişkin bilimsel araştırmaların geçmişi 1960’lara kadar uzansa da, alanın kuramsal temellerinin tam olarak oluşmamış olmasının sebeplerinden birinin de akademisyen ve uygulamacılar tarafından yeterli düzeyde mesleki örgütlenmelere gidilmemesi sayılabilir.

(2) *Mesleki örgütlenmenin diğer bir katkı alanı da politika boyutudur. Mesleki örgütler, mesleğe ilişkin düzenlemelerde söz sahibi olmaktadır.* Böylece o

**** ABD’de 1916’da kurulan Ulusal Ortaöğretim Okul Müdürleri Derneği (National Association of Secondary School Principals [NASSP]) kurumsal web sayfasında misyonunu şöyle ifade etmektedir:

NASSP olarak üyelerimize, vizyoner okul liderleri olarak ihtiyaç duydukları bilimsel kaynaklar ve uygulamaya yönelik araçlar ve materyaller sağlarız.

- Yüksek mesleki standartları yaygınlaştırmak,
- Okul liderlerinin karşılaştığı tehditlere dikkat çekmek,
- Okul liderlerinin ulusal düzeyde temsilcileri olmak,
- Eğitimde toplumsal güveni tesis etmek,
- Okul müdürlerinin eğitim liderliği rollerini güçlendirmek,
- Medyada üyelerimizin çıkarlarını ve sorunlarını dile getirmek suretiyle

hazırladığımız kaliteli yayınlar, mesleki gelişim fırsatları, meslekle ilgili bilimsel araştırmaları ulaşıma hazır hale getirme ve okul liderlerinin hakkını savunma kararlılığımız ile orta okul ve lise müdürlerine yardımcı oluruz (<http://www.nassp.org/about-us>, 10 Aralık 2012).

mesleğe mensup bireylerin görüşlerini karar mekanizmalarına taşıyabilmekte, tartışmalar başlatabilmekte, gündeme gelen tartışmalara katkı sağlayabilmektedirler. Haddi zatında mesleki örgütlenmelerin önemli gerekçelerinden biri de budur (Şirin, 2008). Türkiye’de politik karar mekanizmalarına sivil katılım geleneği oldukça yenidir. Nitekim OECD’nin raporunda bu eksiklik açıkça dile getirilmiş ve karar mekanizmalarında sivil temsilcilerin katılımın teşvik edilmesi salık verilmiştir (OECD, 2003). Ayrıca AB’ye adaylık sürecinde sivil toplum örgütlerinin ve mesleki örgütlenmelerin karar mekanizmalarına dahil edilmesi, üzerinde ısrarla durulan hususlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Avrupa Komisyonu, 2011; Selamoğlu, 2008: 63).

(3) *Mesleki örgütlenmelerin diğer önemli katkı alanı da ilgili mesleğe mensup profesyonellerin mesleki gelişimlerini sağlamak üzere etkinlikte bulunmalarıdır.* Mesleki standartların belirlenmesinde rol alan mesleki örgütler bu standartlara haiz profesyonellerin yetiştirilmesi ve mesleki bilgi, beceri ve uygulamalara ilişkin değişim ve yeniliklere uyum sağlamaları amacıyla üyelerinin gelişmesine katkı sağlayacak faaliyette bulunurlar (Darling-Hammond, LaPointe, Meyerson, Orr., & Cohen, 2007; Sackney & Walker, 2006; Grogan, & Andrews, 2002). Okul ve eğitim yöneticiliği gibi kuram ve uygulama birlikteliğinin çok daha gerekli olduğu alanlarda (Şişman ve Turan, 2002) mesleki gelişim ile ilgili etkinliklerin, eğitim içeriklerinin sadece kuramcılar tarafından yürütülmesi, meslek mensuplarının değişime ayak uydurmalarını güçleştirmektedir (Şimşek, 2003). Nitekim Türkiye’de eğitim yönetimi ve denetimi alanındaki hizmet öncesi ve hizmetiçi eğitim programlarının ihtiyacı karşılamadığı birçok çalışmada ortaya konulmuştur (Balcı, 2002; Işık, 2002). Haddi zatında ABD ve İngiltere gibi eğitim ve okul yöneticiliği mesleğinin çok daha erken dönemlerde tanımlandığı ve eğitim içerik ve yöntemlerine ilişkin nispeten zengin bir bilimsel literatür ve deneyime sahip olan ülkelerde dahi okul ve eğitim yöneticilerinin yetiştirilmesi için üniversitelerden bağımsız mesleki eğitim kurumlarının oluşturulmuş olması ve kar amacı gütmeyen birçok kuruluşun bu alana yönelik araştırma ve eğitim hizmeti sunmasının gerekçelerinden biri de budur.

(4) *Mesleki örgütlenme sürecini tamamlamış alanlar, kendi izleme, denetim ve değerlendirme mekanizmalarını da geliştirebilmektedirler.* Meslek mensupları, mesleğin belirlenen standartlara ve etik ilkelere uygun olarak icra edilip edilmediğini izlemek ve gerektiğinde otokontrol mekanizmaları geliştirmek yoluyla mesleki saydamlığı ve hesapverebilirliği sağlamaktadırlar (Karataş, 2008). Böylece temsil ettikleri mesleğin kamuoyu nezdindeki itibarını korumakta ve geliştirebilmektedirler. Sıkı merkezîyetçi bir yönetim tarzını benimsemiş olan Türkiye’de

yasal olarak tanımlanmış ve mesleki örgütlenmelerini tamamlamış bazı alanlarda bu denetim ve kontrol mekanizmalarının iyi örneklerine sahip olduğumuzu söyleyebiliriz^{****}. Bununla beraber okul ve eğitim yöneticiliği Türkiye’de yasal olarak tanımlanmış bir meslek olmadığı için izleme, denetim ve değerlendirme süreçleri de meslekte aslanan öğretmenlik mesleğinin sınırları içine sıkışmış görünmektedir. Okul yöneticilerinin denetim ve rehberlik işlemleri de Bakanlığa bağlı denetmenler ya da illerde görev yapan temel eğitim denetmenleri tarafından yürütülmektedir (Başbakanlık, 2011).

(5) *Meslek örgütleri medya ve kamuoyu nezdinde mesleki kimliği temsil yetkisi ve görevini de uhdelerine alabilmektedirler.* Böylece kamuoyu nezdinde mesleğe ilişkin algıları yönetebilme imkanı elde etmektedirler. Haksız uygulamalara yönelik eleştiri ve itirazlarını dile getirebilmekte, kamuoyunda oluşabilecek olumsuz kanaatlerin önüne geçebilmek amacıyla faaliyetler geliştirebilmektedir (Cılızoğlu ve Karagöz, 2007). Nitekim özellikle son yıllarda okul ve eğitim yöneticiliğine ilişkin gerek devlet kurumlarının bazı uygulamalarına gerekse de medyada ve kamuoyunda yer alan haber, kanaat ve yorumlara yönelik bir savunma mekanizmasının eksikliği gözlenmiştir.

1.1. Tarihsel Süreç

Türkiye’de modern sivil toplum kavramının gelişimi oldukça yenidir. Modern sivil toplum, devletle birey arasında bir köprü işlevi görür ve temsil ettiği kitlenin haklarını ve çıkarlarını savunur ve geliştirmeye odaklanır. Türkiye’de sivil toplum kavramının bu anlamda tartışılmaya başlamasının üzerinden yüz yılı aşkın bir süre geçmiş olmasına rağmen devlet yapılanması, toplumun devlet algısı ve sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi gibi nedenlerle sivil toplumun gelişimi çok yavaş olmuştur. Cumhuriyet’in kuruluşuyla ekonomik ve kültürel yeni bir forma kavuşmayı planlayan Türkiye, mesleki örgütlenmeleri de yarı resmi kuruluşlar olarak düzenlemiştir. Bu yönüyle Türkiye’deki hükümet dışı mesleki kuruluşların tam bir özerkliğe sahip olduğunu söylemek oldukça güçtür (Bayhan, 2002).

1961 Anayasası ile kısmen gelişme fırsatı bulan sivil örgütlenme hakkı 1982 Anayasası ile sekteye uğramış ve 90’lardan itibaren yeniden gelişme trendi göstermiştir. Avrupa Birliği’ne (AB) aday ülke statüsünün kazanılması ile demokratikleşme

**** Bayhan’a (2002) göre “sivil toplumun etkin olabilmesi için aydın, mühendis, işadami gibi mesleki kimliklerin devletin ve siyasi partilerin tabiyetinden kurtulması, onlardan ayrışması önemlidir fakat Türkiye’de Ortadoğu ülkelerinin ortak özelliği olarak, bu mesleki örgütler de henüz tam bağımsız bir yapıya kavuşmamışlardır.

çabaları artmış (Selamoğlu, 2008), bu çabalar neticesinde mevzuatta yapılan değişikliklerle özgürlük alanları genişlemiş ve sivil örgütlenmede gözle görülür bir artış olmuştur (Uzun, 2004: 70-71). Dernekler Dairesi Başkanlığının verilerine göre son on yılda aktif dernek sayısı yaklaşık % 80, üye sayısı ise %110 artmıştır (Dernekler Dairesi Başkanlığı [DDB], 2012).

Türkiye’de sivil örgütlenmenin en yoğun yaşandığı alan eğitimidir (Gönel, 1998). Gelişmenin en hızlı yaşandığı alanın eğitim olmasının beş önemli gerekçesi olduğu söylenebilir:

(1) *Bunların başında eğitimde fırsat eşitliğini ve sosyal adaleti sağlama konusunda devletin yetersiz kalması gelmektedir.* Nitekim Cumhuriyet’in kuruluşu ile birlikte eğitim sorunlarının daha hızlı çözülebilmesi amacıyla bizzat Atatürk tarafından eğitim odaklı dernekler ve birlikler kurulmuştur (Karataş, 2008; Tezcan, 2003). Eğitim alanında yardımlaşma ve dayanışmayı önceleyen gönüllü kuruluşların sayısının fazla olmasında ve hatta neredeyse bütün derneklerin bir şekilde eğitim alanına yönelik çalışma konuları da belirlemiş olmasında eğitim alanındaki eksikliklerimizi gidermek olduğu düşünülebilir.

(2) *İkinci sırada eğitim sektöründe çalışanların niceliksel açıdan daha avantajlı durumda olması gelir.* Bugün gerek özel gerekse de resmi eğitim kurumlarında çalışan eğitimciler Türkiye’deki en büyük sektörü oluşturmaktadır. Nitekim kamu sendikalarının üye profiline bakıldığında bu niceliksel güç hemen farkedilmektedir (Eraslan, 2011).

(3) *Üçüncü gerekçe ise eğitim sektöründe çalışanların toplumun ortalama eğitim düzeyinde daha yüksek olması ve demokratik haklar ve ödevler konusunda daha bilinçli olmalarıdır.* Toplumun ortalama eğitim yılı yaklaşık yedi iken (OECD, 2011) öğretmen olan birinin eğitim yılı en az on yıldır. Bu durum demokratik hak taleplerinde daha bilinçli bir kitle olan eğitimcilerin örgütlenme bilincini de artırmaktadır (Bayhan, 2002).

(4) *Diğer taraftan Cumhuriyet’in kurulmasıyla birlikte eğitimciler buldukları çevrelerde önderlik rolü üstlenen bir meslek grubu olarak kabul edilmiştir.* Bu rolleri gereği eğitimciler sadece mesleki örgütlenmelerle sınırlı olmaksızın birçok örgütlenmenin içinde aktif olarak görev yapan bir toplumsal kesim olmuştur (Tezcan, 2003).

Türkiye’de sendikalar hakların ve sivil örgütlenmenin Cumhuriyet öncesine uzanan ilk örnekleridir. Eğitimciler tarafından ortaya konulmuş ve eğitimcilerin

sendikal örgütlenme geleneği yüzyılı aşan bir geçmiş deneyimine sahip olmuştur (Akyüz, 2008).

(5) Son olarak özellikle AB projelerinin gençleri ve eğitim sektörünü öncelenmesi son yıllarda kurulan derneklerin büyük çoğunluğunun eğitim, gençlik, çocuk, çevre eğitimi, insan hakları ve demokrasi eğitimi gibi alanlarda yoğunlaşmasına sebep olmuştur (DDB, 2012).

Bu gelişme trendi okul/eğitim yöneticiliği alanında da görülmektedir. On yıl öncesine kadar sadece iki derneğin olduğu okul/eğitim yöneticiliği alanında bu araştırmanın yürütüldüğü 2012 yılı Eylül ayı itibariyle faaliyette olan 13 dernek tespit edilmiştir. Eğitim işkolunda faaliyet gösteren sendikaların sayısında da benzer bir artış gözlenmektedir. 2002 yılında toplam dört eğitim sendikası faaliyeteyken 2012 yılında bu sayı 27'ye yükselmiştir (Eraslan, 2012). Bu gelişme oldukça hızlı bir artışı ifade eder. Bununla birlikte kurulan okul ve eğitim yöneticisi derneklerinin okul yöneticiliği mesleğine, eğitim hizmetlerine, eğitim politikalarına ve üyelerinin mesleki gelişimlerine ve kimliklerine ne düzeyde katkı sağladıkları henüz bilimsel olarak araştırılmış değildir. Bu araştırma, okul ve eğitim yöneticiliği alanında faaliyet göstermek üzere kurulmuş sivil toplum kuruluşlarının mesleki etkililiğini araştırmayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Okul/eğitim yönetimi alanında faaliyet gösteren STK'lar nasıl bir kurumsal yapıya sahiptir?
2. Okul/eğitim yönetimi alanında faaliyet gösteren STK'ların kurumsal belgelerinde ilan ettikleri vizyon, misyon, ilkeler, çalışma konuları, stratejik hedefleri ve faaliyetleri nelerdir?
3. Okul/eğitim yöneticiliği alanında faaliyet gösteren STK'lar, yöneticileri ve üyelerin görüşlerine göre ne düzeyde bir kurumsal etki gücüne sahiptirler?

2. YÖNTEM

2.1. Araştırma Yöntemi ve Çalışma Grubu

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması tercih edilmiştir. Çünkü bu araştırmada eğitim ve okul yöneticilerinin kurmuş olduğu sivil toplum kuruluşlarının durumlarının doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konması amaçlanmıştır. Araştırmaya dahil edilen sivil toplum kuruluşlarının kurumsal web sayfalarında yayınlanan resmi tüzükleri ve faaliyet raporları belge inceleme yoluyla analiz edilmiş, ayrıca her STK'nın üst düzey bir yöneticisi

ve iki üyesi ile yarı yapılandırılmış sorularla görüşmeler yapılmıştır. Belge inceleme ve yarı yapılandırılmış mülakatlarla elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Araştırmanın evreni Türkiye merkezli ulusal ve yerel düzeyde okul ve eğitim yöneticiliği alanlarında faaliyet gösteren STK'lerden oluşmaktadır. Bu kategoriye giren STK'ların belirlenmesi amacıyla Dernekler Dairesi Başkanlığı'ndan, adında “okul yöneticileri”, “eğitim yöneticileri”, “okul müdürleri”, “eğitim denetçileri” ya da “eğitim müfettişleri” ibareleri yer alan kayıtlı STK listesi talep edilmiştir. Ayrıca İnternet arama motorlarından aynı anahtar sözcüklerle tarama yapılmıştır. Bu tarama sonucunda 13 dernek ve iki sendika olduğu tespit edilmiştir. Ardından listede yer alan sivil toplum kuruluşlarının kurucuları ve faaliyet alanlarına ilişkin ön değerlendirme sonucunda iki dernek ve bir sendikanın sadece müfettişlerle (eğitim denetçileriyle) ilgili olduğu belirlenmiş ve araştırmadan çıkarılmıştır. Ayrıca eğitim yöneticiliği alanında faaliyet gösteren bir sendika araştırmaya dahil edilmiştir. Böylece Tablo 2’de görüldüğü üzere bir yerel, sekiz ulusal, iki uluslararası dernek ile bir ulusal sendika olmak üzere toplam 12 STK araştırmanın evrenini oluşturmuştur.

2.2. Verilerin Toplanması ve Analizi

İkinci aşamada araştırmaya dahil edilen STK'ların kurumsal web sayfaları araştırılmış ve dört STK'nın web sayfasına ulaşılamamıştır. Web sayfaları aktif olmayan STK'lar ile iletişime geçebilmek için diğer iletişim imkanları devreye sokulmuştur. Tüm bunlara rağmen resmi tüzüğüne ve faaliyet bilgilerine ulaşılamayan dört STK araştırmadan çıkarılmıştır. Sekiz STK'nın resmi tüzükleri, faaliyet raporları ya da etkinlik haberleri ve planları kurumsal web sayfalarından derlendikten sonra ön inceleme sonucunda *tematik belge inceleme formu* hazırlanmıştır. Formun hazırlanmasında Karataş (2008), Eraslan (2008) ve Şirin (2008)'in eğitim alanındaki STK'lar ile ilgili yapmış oldukları araştırmalardan yararlanılmıştır. İki bölümden oluşan bu formun birinci bölümünde STK'ya ilişkin demografik bilgilere [(1) resmi ve kısa adı, (2) merkezi ve kuruluş yılı, (3) kurucu ve üye profili, (4) üye sayısı, (5) faaliyet bölgesi ve şube/temsيلية sayısı] yer verilmiş ikinci bölümünde ise derneğin kurumsal yapısı, kimliği ve işleyişine ilişkin temalar [(1) vizyon, misyon, ilkeler, (2) çalışma konuları ve stratejik hedefleri (3) gerçekleşen ve planlanan faaliyetleri] yer almıştır.

STK'ların kurumsal web sayfalarından elde edilen veriler ışığında her STK için ayrı bir form doldurulmuş ve ardından, STK yöneticileri ile iletişime geçilerek

her STK'ya ait form, eksiklerin giderilmesi ve varsa yanlış bilgilerin düzeltilmesi talebiyle kendilerine gönderilmiştir. Ayrıca bir yönetici ve iki üye ile görüşme yapmak üzere randevu talep edilmiştir.

Belge inceleme amacıyla hazırlanan formlarını gözden geçirerek geri gönderen ve görüşmeyi kabul eden STK'ların yöneticileri ve üyeleri ile ortalama 30'ar dakikalık yarı yapılandırılmış mülakatlar yapılmıştır. Bir STK yetkilisi diğer STK'lara ait formları kendisiyle paylaşmamız durumunda kendilerine ait formu doldurup geri göndermeyi kabul etmiş, aksi halde araştırmaya destek sağlamayacaklarını belirtmiştir. Bunun üzerine bilimsel etik gereği diğer STK'lara ait verileri kendisiyle paylaşamayacağımızı belirtince formu göndermeyi ve görüşme talebini reddetmiştir. Görüşme yapmak üzere belirlenen üyelerden biri üyesi olduğu derneğe ilişkin her hangi bir malumatı olmadığını belirterek görüşmenin de yararlı olmayacağını belirterek soruları yanıtlamayacağını ifade etmiştir.

Sonuçta araştırmaya dahil edilen sekiz STK'dan dördünün birer yöneticisi ve ikisinin üyesiyle altı tema ile ilgili sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış mülakat formu (1) *STK'nin kuruluş gerekçesi*, (2) *STK'nin yönetim yapılanması ve karar alma süreci*, (3) *STK'nun temel inisiyatif alanları*, (4) *işbirliği ve açılım potansiyeli*, (5) *üye ve toplum algısı* ve (6) *gelecek perspektifi* temalarından oluşmaktadır. Yöneticilik görevinde olan beş katılımcıdan biri başkan, ikisi başkan yardımcısı, biri genel sekreter, biri de yönetim kurulu üyesidir. Katılımcılara ilişkin detaylı demografik bilgiler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1.

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı Kodu	Görevi	Cinsiyeti	Mesleği
Y1	Yönetim kurulu üyesi	E	Akademisyen
Y2	Genel başkan	K	Okul müdürü
Y3	Genel başkan yardımcısı	E	Okul müdürü
Y4	Genel başkan yardımcısı	E	Şube müdürü
Y5	Genel sekreter	E	Okul müdürü
Ü1	Üye	E	Akademisyen
Ü2	Üye	K	Öğretmen
Ü3	Üye	E	Akademisyen
Ü4	Üye	E	Okul müdürü
Ü5	Üye	E	Okul müdürü
Ü6	Üye	K	Öğretmen
Ü7	Üye	E	Okul müdürü
Ü8	Üye	E	Okul müdürü

Görüşmeler mekan uzaklığı nedeni ile Internet aracılığıyla sesli ve görüntülü görüşme yoluyla ya da cevapların yazılı olarak alınması suretiyle gerçekleştirilmiştir. İçerik analizinde her bir katılımcının vermiş olduğu cevaplar, daha önce belirlenen altı tema altında tasnif edilmiştir. Ardından iki araştırmacı her tema için verilen cevapları kendi içinde alt temalara ayırmıştır. Alt temaların geçerliliğini kontrol etmek amacıyla iki araştırmacının belirlemiş olduğu alt temalar arasında uyumsuzluk olan bölümler üçüncü bir araştırmacı tarafından kontrol edilmiş ve alt temalara son hali verilmiştir.

3. BULGULAR

Belge inceleme ve görüşme yoluyla elde edilen bulgular (1) kurumsal kimlik, (2) yapı ve işleyiş ve (3) meslek örgütü algısı başlıkları altında sunulmuştur. “Kurumsal kimlik” başlığı altında araştırmacının birinci sorusu olan “Okul/eğitim yönetimi alanında faaliyet gösteren STK’lar nasıl bir kurumsal yapıya sahiptir?” sorusunun cevabı aranmıştır. “Yapı ve işleyiş” başlığı altında araştırmacının ikinci sorusu olan “Okul/eğitim yönetimi alanında faaliyet gösteren STK’ların kurumsal belgelerinde ilan ettikleri vizyon, misyon, ilkeler, çalışma konuları, stratejik hedefleri ve faaliyetleri nelerdir?” sorusunun cevabı aranmıştır. “Meslek örgütü algısı” başlığı altında ise araştırmacının üçüncü sorusu olan “Okul/eğitim yöneticiliği alanında faaliyet gösteren STK’lar, yöneticileri ve üyelerin görüşlerine göre ne düzeyde bir kurumsal etki gücüne sahiptirler?” sorusunun cevabı aranmıştır.

3.1. Kurumsal Kimlik

Araştırmaya dahil edilen STK’ların demografik özellikleri Tablo 2’de sunulmuştur. STK’ların demografik özellikleri kurumsal web sayfalarından derlenmiş, yöneticilerin onayının ardından analiz edilmiştir. 12 STK’nın dördünün kurumsal web sayfasına ulaşamadığı ve herhangi bir yöneticisi ile iletişime geçilemediği için bu derneklere ait bilgiler kuruluşları ve ya etkinliklerine ilişkin haber ve yorumlardan yararlanılarak elde edilmiştir. Bu yüzden dört derneğin bazı verileri eksiktir.

Tablo 2.
Araştırmaya Dahil Edilen STK'ların Demografik Özellikleri

(1) STK Türü	(2) Merkezi ve Kuruluş Tarihi	(3) Kurucu Profili	(4) Üye Profili	(5) Üye Sayısı	(6) Faaliyet Bölgesi Şube (Ş) / Temsilcilik (T) Sayısı
Dernek	Ankara, 1999	Akademisyenler	Eğitim mesleğine mensup tüm eğitimciler (akademisyenler, okul müdürleri, müdür yardımcıları, öğretmenler, yüksek lisans ve doktora öğrencileri, eğitim fakültesi öğrencileri)	307	Ulusal Ş/T Yok
Dernek	Ankara, 2009	Okul yöneticileri ve akademisyenler	Öğretmenler, müdürler, müdür yardımcıları, şube müdürleri, il/ilçe milli eğitim müdürleri, grup başkanları, bakan danışmanları,	-	Ulusal Ş/T Yok
Dernek	Ankara, 2010	İl ve ilçe milli eğitim ve şube müdürleri	MEB merkez teşkilatında görev yapan şube müdürleri, il ve ilçe milli eğitim müdürleri, il ve ilçe milli eğitim şube müdürleri	804	Ulusal 75 ilde temsilcilik
Sendika	Ankara, 2010	Okul yöneticileri	Sendikanın hizmet koluna (eğitim) dahil olan kamu görevlileri	171	Ulusal 16 ilde temsilcilik
Dernek	Afyonkarahisar, 2012	Okul yöneticileri	MEB'in taşra teşkilatına bağlı olarak faaliyet gösteren okullarda görev yapan okul müdürleri	-	Ulusal Ş/T Yok
Dernek	Konya, 2011	Okul yöneticileri ve akademisyenler	MEB'de okul yöneticisi ve eğitim bilimleri alanında akademisyen olarak çalışanlar	-	Uluslararası Ş/T Yok
Dernek	Gaziantep, 2012	Eğitim ve okul yöneticileri	MEB'e bağlı örgün ve yaygın eğitim okullarının müdür ve müder yardımcıları	-	Yerel Ş/T Yok
Dernek	Çorum, 2012	Eğitim ve okul yöneticileri	Fiil ehliyetine sahip bulunan ve derneğin amaç ve ilkelerini benimseyerek bu doğrultuda çalışmayı kabul eden ve mevzuatın öngördüğü koşullarını taşıyan her gerçek ve tüzel kişi	80	Uluslararası Ş/T Yok
Dernek	Ankara, 2011	Merkez teşkilatı Eğitim yöneticileri	MEB Müsteşarları, Talim Terbiye Kurulu Başkanı, Müsteşar Yard., Genel Müdürler, Bakanlık Müşavirleri, Şube Müdürleri, İl ve İlçe Milli Eğitim Müdürleri, Okul Müdürleri ve Müdür Yard.	-	Ulusal Ş/T Yok
Dernek	Elazığ, 2012			-	Ulusal Ş/T Yok
Dernek	Karadeniz Ereğlisi, 2012			-	Ulusal Ş/T Yok
Dernek	Gümüşhane, 2012	Okul müdürleri ve müdür yardımcıları		-	Ulusal Ş/T Yok

Araştırmaya dahil edilen 12 STK'nın altısının *eğitim yöneticileri*, üçünün *okul yöneticileri*, birinin *eğitim yöneticileri ve denetçileri*, birinin *eğitim yöneticileri ve uzmanları*, birinin *kamu ve eğitim yöneticileri* isimlerini tercih ettikleri görülmektedir. STK merkezlerinin ağırlıklı olarak *Ankara* (5) olduğu görülmektedir. Diğer STK'lar ise Anadolu'nun çeşitli illerinde kurulmuş fakat İstanbul merkezli bir STK'nın olmaması dikkat çekmektedir. Ayrıca İzmir, Adana, Bursa gibi büyük şehirlerde de benzer STK'ların olmadığı görülmektedir. STK'lardan biri 1999'da, biri 2009'da, ikisi 2010'da, ikisi 2011'de, altısı 2012'de kurulmuştur. Alandaki STK'lardan son dört yılda yaygınlaştığı ve son yılda patlama yaşandığı açıkça görülmektedir. STK'lardan biri *akademisyenlerden*, biri ağırlıklı olarak *merkez teşkilatında görev yapan eğitim ve kamu yöneticilerinden*, biri *taşra teşkilatında görev yapan eğitim yöneticilerinden*, ikisi *akademisyen ve okul yöneticilerinin işbirliği ile*, diğerlerinin ise ağırlıklı olarak *okul yöneticileri* tarafından kurulduğu görülmektedir.

Kurucu profili incelendiğinde STK'ların akademisyen, merkez teşkilatı yöneticileri, il ve ilçe millî eğitim ve şube müdürleri ile okul yöneticileri olmak üzere dört farklı profilden oluştuğu görülmektedir. STK'ların üye profili de kurucu profili ile benzeşen bir yapı göstermektedir. Hemen her dernek, üyelerinin eğitimci olma özelliklerine vurgu yaparken üye profillerine bakıldığında kurucu profili ile uyumlu bir biçimde akademisyenlerin, merkez teşkilatı yöneticilerinin, taşra teşkilatı yöneticilerinin ve okul yöneticilerinin ağırlıklı olduğu dernekler olduğu görülmektedir.

STK'ların tamamının üye sayılarına ilişkin sağlıklı bilgiye ulaşmak mümkün olmamıştır. Ulaşılan veriler ışığında üye sayılarının 804 ile 80 arasında değişmekle birlikte büyük çoğunluğunun toplam üye sayısının 100'ün altında olduğu tahmin edilmektedir. STK'lardan sadece biri faaliyet alanını yerel, ikisi uluslar arası diğerleri ise ulusal olarak belirlemiştir. Bir STK ise tüzüğünde faaliyet alanını uluslararası olarak belirtmediği halde resmi adına "uluslararası" ifadesini eklemiştir. STK'lardan ikisi şubeler ve temsilciliklere sahiptir. STK'lardan sadece üçü kurumsal web sayfalarını aktif olarak kullanmakta ve hemen her hafta güncellemektedir. Diğer STK'ların kurumsal web sayfaları statik görünmektedir.

3.2. Yapı ve İşleyiş

Bu bölümde, kurumsal web sayfaları aracılığıyla kurumsal belgelerine ulaşılan sekiz STK'ya ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Eğitim ve okul yöneticilerinin kurmuş olduğu STK'ların kurumsal kimliklerine ilişkin bulgular (1) vizyon, misyon, ilkeler, (2) çalışma konuları ve stratejik hedefler ve (3) gerçekleşen ve planlanan faaliyetler olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

3.2.1. Vizyon, Misyon ve İlkeler

Kurumsal dökümanlarına ulaşılan sekiz STK'dan dördü kurumsal bir vizyon ve misyon belirlemiştir. STK'lardan sadece biri belirlediği vizyonda eğitim yöneticiliği mesleğini ön plana çıkaran bir vurguyu tercih ederken iki STK vizyonlarında genel olarak eğitim alanına odaklanmış, biri ise sivil toplum kuruluşu olma özelliğini ön plana çıkarmış görünmektedir. Vizyon ifadesine ulaşılan dört STK'nın vizyonları aşağıda görülmektedir:

- *Eğitim yöneticiliğini, standartları olan nitelikli bir kariyer mesleği haline getirmek.*
- *Eğitim alanında sivil toplumun sesi olmak amacıyla harekete geçen bir STK olmak.*
- *Ülkemizde eğitim alanındaki sorunlara ilkesel çözümler üreten en büyük sivil toplum örgütü olmak.*
- *Öncü ve lider bir sivil toplum kuruluşu olmak.*

STK'ların misyon ifadeleri analiz edildiğinde kendilerine görev alanı olarak belirledikleri hususlar daha net belirlenebilmektedir. Misyon ifadesi olan dört STK'nın misyonlarında, (1) politikalara yön vermek, (2) mesleğin gelişimini ve saygınlığı artırmak, (3) mesleki standartları geliştirmek, (4) mesleki sosyal ve kültürel dayanışmayı sağlamak, (5) meslektaşların özlük haklarını korumak ve (5) eğitim ve yönetim sorunlarının çözümlerini araştırmak olarak belirlendiği görülmektedir. Mizyon ifadesine ulaşılan dört STK'nın misyonları aşağıda görülmektedir:

- *Öğretmen, yönetici, akademisyen ve eğitimde söz sahibi olan üyeleriyle birlikte eğitim alanında düzenlediği faaliyet-projelerle, belirlediği strateji ve politikalarla, karar vericilerin politikalarına yön veren bir STK olmak.*
- *Eğitim yöneticilerine vereceğimiz destek ve danışma hizmetleriyle; niteliklerini artırmak, ufuklarını açmak, eğitim çalışanlarının toplum içinde yeterli saygıyı görmelerini sağlamak, yurt dışındaki eğitim yönetimi ile ilgili standartları, gelişmeleri ve eğitim yöneticisi belirleme kriterlerini takip etmek.*
- *Eğitim yöneticilerinin, eğitim, sosyal ve kültürel gereksinimlerini, kişisel gelişimini ve mesleki dayanışmalarını sağlamaktır.*

- *Eğitim bilimlerinin ilkeleri kapsamında okul yöneticilerin özlük haklarını koruyarak, okuldaki eğitim ve yönetim problemlerinin çözümü ile ilgili araştırmalar yaparak, bunlarla ilgili gündem oluşturup, ülkemizin geleceği olan çocuklarımızın daha iyi eğitildiği ortamlar oluşturmasında katkı sağlamak.*

STK'lardan sadece ikisi kurumsal ilkeler belirlemişlerdir. Bir STK ise kurumsal web sayfasında ilkeler bölümüne yer vermiş olmasına karşın sayfa henüz hazırlanmamıştır. Kurumsal ilkelerini belirleyen STK'lardan birincisi ilkelerini cümleler şeklinde ifade etmiş ve *Anayasaya ve Atatürk ilkelerine bağlı kalmayı, siyasi faaliyet yapmamayı, kariyer ve liyakate öncelik vermeyi, açık ve şeffaf bir yönetim sergilemeyi, katılımcı bir karar süreci kurmayı, kişisel gelişmeyi, ulaşılabilir ve işbirliğine açık olmayı, eğitimde fırsat ve imkan eşitliğini incelemeyi ve bilimselliği* temel ilkeler olarak belirlemişlerdir. Kurumsal ilkelere sahip diğer STK ise kelimeler halinde belirlediği ilkelerini şöyle sıralanmıştır: *bilimsellik, insana saygı, hoşgörü, objektiflik, sorumluluk, çağdaşlık, yardımseverlik, dürüstlük, evrensellik, ilkesellik ve tarafsızlık.*

STK'lar vizyon, misyon ve ilkeler açısından genel olarak değerlendirildiğinde STK'ların yarısının vizyon, misyon ve ilke belirlememiş olduğu görülmektedir. Belirleyen STK'ların vizyonlarının spesifik bir alana odaklanmadığı genel olarak eğitim merkezli olduğu, dolayısıyla sınırları çizilmiş bir mesleki örgüt olma vizyonundan uzak oldukları, misyonları açısından mesleki örgütlenmeye ilişkin daha net bir kimlik arz ettikleri, fakat misyonlarının sendikalara özgü görevlere odaklandığı, ilkeler açısından ise genel ifadelerin tercih edildiği görülmektedir.

3.2.2. Çalışma Konuları ve Stratejik Hedefler

Araştırmaya dahil edilen *STK'ların çalışma alanlarına* ilişkin veriler, ilgili STK'ların resmi olarak onaylanmış tüzüklerinde yer alan amaçlar bölümünden alınmıştır. Çünkü sadece bir STK çalışma alanlarını açıklayan özel bir metin paylaşmıştır.

Kurucu profili akademisyenlerden oluşan ya da akademisyenlerin de yer aldığı üç STK *bilimsel araştırmalar yapmaya ve yaptırmaya* odaklanan bir faaliyet alanı belirlemiştir. Bu STK'lar *ihtisas komisyonları oluşturmayı, üniversitelerle işbirliği yapmayı, okul yöneticilerinin katıldığı eğitim faaliyetlerine öğretim elemanı desteği vermeyi, kamu ve özel kurum ve kuruluşlara yönelik kurs, seminer vb. düzenlemeyi, eğitim ve öğretime ilişkin tüm konularda konferanslar, seminerler, sempozyumlar, paneller düzenlemeyi, eğitim-öğretim konularında ulusal ve*

uluslararası boyutlarda araştırma ve geliştirme çalışmaları yapmayı ağırlıklı faaliyet alanı olarak belirlemişlerdir.

Kurucu profili eğitim yöneticilerinden yani uygulamacılardan oluşan ve biri de sendika olan STK'lar ise ağırlıklı faaliyet alanı olarak *üyelerinin özlük haklarını savunmayı ve geliştirmeyi ve uygulamada karşılaştıkları sorunların çözümüne yönelik etkinlikleri tercih etmişlerdir*. Bu bağlamda *atanma, yer değiştirme ve meslekte ilerlemelerine ilişkin iş ve işlemlerin, sağlıklı ve adil bir yapı içerisinde yürütülmesi, üyelerinin, günün koşullarına uygun ücret almaları ve daha iyi çalışma koşullarına kavuşması, üyeleri adına kamu işvereni ile her düzeyde görüşmede ve pazarlıkta bulunmak, üyelerin ortak ekonomik ve sosyal hak ve menfaatleri, ödevleri ve yükümlülükleri ile personel mevzuatını ilgilendiren konularda; ilgili ve yetkili kurumlara sunulmak üzere çalışmalar yapmak, yaptırmak ve öneriler sunmak* öncelikli faaliyet alanları olarak ortaya çıkmaktadır.

Bunlara ek olarak iki STK diğer STK'lardan farklı olarak *değer dejenerasyonunu ve sosyal erozyonu önleyici ve gençliğin korunmasına yönelik faaliyet alanlarını* da ağırlık olarak dile getirdikleri görülmüştür. Bu bağlamda adeta bir gençlik derneği ya da bir sosyal dayanışma derneğinin görev alanlarını andıran, *uyuşturucu ve kötü alışkanlıklarla mücadele, sokak çocuklarının sosyal gelişimine katkıda bulunacak etkinlikler ve mekanlar üretmeye, hatta bu konularda sorun yaşayan çocuk ve gençler için sağlık hizmetlerini kolaylaştıracak çalışmalara varıncaya kadar birçok etkinliği* faaliyet planları içine almış görünmektedir.

Kurumsal stratejik hedeflerini belirleyen sadece bir STK bu hedeflerini web sayfası aracılığıyla kamuoyu ile paylaşmıştır. Bu STK belirli bir zaman içinde ulaşılabilecek sayısal hedefleri açıkça ifade etmiştir. Bu hedefler içinde *üye sayısı, gerçekleştirilecek etkinlik sayısı ve büyüklüğü, meslektaşlara yönelik planlanacak eğitimler, yapılacak araştırmalar, hazırlanacak raporlar, oluşturulacak veritabanı ve yapılacak yayınların sayısı, zamanı ve büyüklüğü* belirtilmiştir.

STK'ların tüzüklerine bakıldığında hepsinin ortak kuruluş amacının *(1) eğitim yönetimi alanında yaşanan sorunları tespit ederek çözüm önerileri geliştirmek, (2) mesleğin ve meslektaşların gelişmesi için gerekli yönetsel düzenlemelerin yapılmasını sağlamak, (3) istihdam, çalışma koşullarının iyileştirilmesi ile ilgili kurum ve kuruluşlar nezdinde girişimlerde bulunmak, (4) meslektaşlarının mesleki gelişimlerine katkıda bulunacak faaliyetler gerçekleştirmek ve (5) topluma destek faaliyetleri gerçekleştirmek* olduğu görülmüştür. Ancak bu amacı gerçekleştirme sürecinde izlenen yöntemler farklılık göstermektedir.

3.2.3. Gerçekleştirilen Faaliyetler (1 Temmuz 2011-30 Haziran 2012) ve Planlanan Faaliyetler (1 Temmuz 2012-30 Haziran 2013)

Araştırmaya dahil edilen STK'lerden biri 1999, biri 2009, üçü 2010, biri 2011, kalan ikisi de 2012 yılında kurulmuştur. Özellikle 2012 yılında kurulan STK'ların kurumsal web sayfalarında herhangi bir faaliyete rastlanamamıştır. Bu süre içinde yapılan etkinlikler, *olağan genel kurullar* ve *birkaç kurumsal ziyaretten* ibarettir. Genel olarak bakıldığında STK'ların en yaygın faaliyetlerinden biri olarak çeşitli *ziyaretler* dikkat çekmektedir. Araştırmaya dahil edilen bütün STK'ların periyodik olarak çeşitli ziyaretler gerçekleştirdikleri görülmüştür. STK'ların ziyaret listelerinde (1) *bakanlık yetkilileri* (2) *yerel mülki ve idari amirler/makamlar*, (3) *üniversiteler* ve (4) *diğer STK'lar* bulunmaktadır.

STK'ların diğer yaygın etkinliklerinden biri de *meslektaşlarla buluşma ve tanışma toplantılarıdır*. Araştırmaya dahil edilen STK'lardan üçü buldukları ile bağlı ilçelerde okul yöneticileri ile tanışma/buluşma toplantıları düzenlemişlerdir. Bu toplantıların iki önemli amacı bulunmaktadır: tanışma ve gündem oluşturma. STK'lar bu toplantılarda bir taraftan STK'nın geniş kitlelere yayılmasını sağlamaya çalışırken diğer taraftan da sorun alanlarını tespit etme ve meslektaşlarından gelecek çözüm önerilerini derleme amacını gütmektedirler.

Araştırmaya dahil edilen STK'ların kurumsal web sayfalarında ilan ettikleri faaliyet raporlarına bakıldığında sekiz STK'dan dördünün faaliyet raporlarına yer verdikleri görülmektedir. Bu faaliyetler incelendiğinde kongre, forum, sempozyum, çalıştay, panel gibi (1) *bilimsel etkinlikler*, konferans, seminer gibi (2) *popüler bilimsel etkinlikler*, (3) *sınavlara hazırlık kursları*, (4) *raporlar* ve (5) *projelerin* yer aldığı görülmektedir. Bir STK her yıl *ulusal kongre* düzenlemekte, bir STK, her yıl düzenlediği *ulusal foruma* ek olarak çeşitli konularda *çalıştaylar*, *paneller* ve *kurslar* düzenlemekte, bir STK sadece *konferans* düzenlemekte, bir STK ise gündemdeki konulara ilişkin bir *rapor* hazırladığını ve *projeler* yürüttüğünü belirtmektedir.

Araştırmaya dahil edilen STK'ların gelecek bir yıl içinde gerçekleştirecekleri faaliyetlere ilişkin sağlıklı bir dökümana ulaşamamıştır. Bu anlamda yalnız bir STK kuruluşta belirlemiş olduğu stratejik hedefleri çerçevesinde faaliyet göstereceğini belirtmiştir. Bir STK her yıl düzenlediği *ulusal kongreyi* gerçekleştireceğini, bir STK ise hazırlıklarını bir önceki sezon başlattıkları geleneksel forumu gerçekleştireceklerini belirtmiştir. Diğer altı STK'nın planlanmış bir faaliyetine rastlanmamıştır. Yöneticilerle yapılan mülakatlarda da bu soruya net bir cevap alınamamıştır. STK yöneticileri ve üyelerinin doldurduğu görüşme formunda verdikleri bilgiler doğrultusunda, geçen çalışma döneminde yaptıkları faaliyetlerin bu çalışma

döneminde de devam edeceği, uygulamadaki sorunların çözümüne yönelik araştırmalar yapılacağı ve bu araştırmaların kapsamının genişletilerek devam edeceği, aynı amaç doğrultusunda kurulan diğer dernek ve sendikalar ile ortak çalışmalar yapılabileceği belirtilmiştir.

STK'ların gerçekleştirdikleri ve planladıkları faaliyetler genel olarak değerlendirildiğinde, net bir gündemlerinin olmadığı, faaliyetlerinin çeşitlilikten ve planlıktan mahrum olduğu görülmektedir.

3.3. Meslek Örgütü Algısı

Bu bölümde eğitim ve okul yöneticileri tarafından kurulan STK'ların yönetici ve üyelerinin görüşlerine göre (1) kuruluş gerekçeleri, (2) yönetim yapılanmaları ve karar alma süreçleri, (3) temel insiyatif alanları, (4) işbirliği ve açılım potansiyelleri, (5) üye ve toplum algıları ve (6) gelecek perspektiflerine yönelik bulgulara yer verilmiştir.

3.3.1. Kuruluş ve Üyelik Gerekçesi

Okul ve eğitim yöneticileri tarafından kurulan STK'ların kuruluş gerekçelerine ve üyelerin katılım gerekçelerine bakıldığında akademisyenlerin ağırlıklı olduğu STK'ların alanda çalışma yapan akademisyenleri bir çatı altında toplamaya odaklandıkları, uygulamacıların daha çok mesleki ihtiyaçlar ve özlük haklarına vurgu yaptıkları görülmektedir. Hemen bütün STK'lar meslekle ilgili politika süreçlerine müdahale edebilmek noktasında birleşmektedir.

STK'ların genellikle bir grup meslektaşın bir araya gelmesi sonucu (f: 6) ya da bir önderin çevresindeki dostlarını ikna etmesi (f: 1) yoluyla kurulduğu görülüyor. Kuruluş gerekçelerine gelince üç farklı gerekçenin olduğu görülüyor: Birincisi akademisyenlerle uygulamacıları bir araya getirmek (f: 3), üyelerin yasal temsilciliğini yapmak (f: 4) ve üyelerin bir çatı altında toplanmasını sağlamak (f: 6). Üyelik ise genellikle arkadaş tavsiyesi ile (f: 4), bir etkinliğe katılmak suretiyle (f: 2) bazen de Internet ya da başka yollarla (f: 2) haberdar olunduğunda gerçekleşiyor.

Akademisyenlerin ağırlıkta olduğu bir STK üyesi üyelik gerekçesini şöyle açıklamaktadır:

"..., eğitim yönetimi ve denetimi alanında çalışan akademisyenlerin kurduğu bir dernek. Ben de alanda doktoralı bir hocayım. Başka bir üniversiteden hocamın tavsiyesi üzerine üye oldum. Temel amacım alandaki akademisyenlerle, özellikle

de hocalarla tanışmaktı. Bir de kongreleri oluyor. Kongre 'ye katılmak için üye olmanın bazı avantajları vardı sanırım. O da etkili oldu” (U1).

Uygulamacı ağırlıklı bir STK kurucusu ise dernek kurma fikrinin ortaya çıkışını şöyle özetlemektedir: *“2010 yılında ... 'da yapılan hizmet içi kursta şube müdürlerinin azalan mali ve özlük haklarının iyileştirilmesi, çalışma alanları ile ilgili bilgi paylaşımında bulunmak için dernek kuruldu. Kursa katılanların ortak fikri idi. Sendikaların şube müdürlerinin sorunlarını yeterince gündeme getirmemesi de Derneğin kurulmasında etkili olmuştur” (Y4).*

Uygulamacılar tarafından kurulan diğer bir STK yöneticisi ise kuruluş gerekçelerini şöyle açıklamaktadır:

“Sendikayı kurma fikri bizlerden çıktı ve ben üye olarak katıldım. Yaşadığımız bir hukuk mücadelesinde eski sendika bizimle hiçbir şekilde ilgilenmedi ve eğitim yöneticilerinin sorunlarıyla ilgilenecek hiçbir sendika olmadığı için bu sendikayı kurma fikri ortaya çıktı” (U5).

3.3.2. Yönetim Yapısı ve Karar Alma Süresi

STK'ların karar alma süreçlerinin yasalar çerçevesinde oluşturulan genel kurul, yönetim kurulu, komسیونlar aracılığıyla yürütüldüğü görülüyor. Katılımcıların çoğu (f: 10), kararlara katılımın genellikle demokratik olduğunu, karar alma sürecinde *bizzat, mail yoluyla, telefon yoluyla, anket yoluyla* ya da *temsilcilerden alınan görüşlerle* belirlendiğini belirtiyor.

Kararlara katılımın demokratik olmadığını düşünen üç katılımcı ise *karar süreçlerinden haberdar olmadıklarını, genellikle sadece etkinlik haberlerini kendilerine ulaştığını ancak bunun dışında yönetimin kendilerine herhangi bir karar konusunda görüş sormadığını, hangi kararları neden aldığını açıklamadığını* belirtmektedirler.

Katılımcıların büyük çoğunluğu mensubu oldukları STK'da kararların demokratik usullerle alındığını belirtmektedirler. On üç katılımcıdan yedisi bu yönde görüş dile getirmiştir.

“Dernek üyelerinin farklı illerde görev yapması sebebiyle iletişimi daha çok İnternet üzerinden, kurduğumuz web sitesi aracılığı ile gerçekleştirmekteyiz. Üyelerimizin e-mailler ile gönderdikleri taleplerini gündeme getirmekteyiz. Problem oluşturan konularda anket düzenlemekteyiz. Anket sonuçlarına göre Dernek o husustaki görüşünü kamuoyu ve ilgililer ile paylaşmaktadır. Karar alma sürecine

üyelerimiz telefon ile katılabilmektedirler. Özellikle il temsilcilerimiz ildeki üyelerimizin sorunlarını bize iletmektedirler” (Y4).

Kararların katılımı alınmadığını düşünen bir üye düşüncelerini şöyle ifade etmektedir:

“Yönetim Kurulu kendi arasında gerekli kararları alıyor sanırım. Denetleme Kurulu da denetliyor. Biz üyelere bu konularda bilgilendirme yapılmıyor. Sadece bir sonraki yıl düzenlenecek olan ulusal kongrenin bilgileri ulaşıyor” (U2).

3.3.3. Mesleki STK Perspektifi

Katılımcıların alanda faaliyet gösteren STK’ların rol ve işlevlerine yönelik görüşlerinde altı alanın ön plana çıktığı görülmektedir. Her katılımcıdan en önemli üç etkinlik alanını belirtmesinin istendiği bu soruda, *meslek mensuplarının örgütlenmesi, dayanışması ve iletişim halinde olması* (f: 9) en önemli beklenti olduğu görülmektedir. Ardından *üyelerin mesleki gelişimlerine katkı sağlamak* (f: 7) ve *eğitime ve meslek grubunun sorunlarına ilişkin politika ve çözüm önermek* (f: 7) gelmektedir. Katılımcılara göre alandaki STK’ların üçüncü önceliği *üyelerinin özlük ve mali haklarının iyileştirilmesini sağlamak* (f: 5), dördüncü öncelik olarak ise *eğitim yöneticiliğinin meslekleşmesini sağlamak* (f: 3) ve *toplumsal fayda sağlamak* (f: 3) gelmektedir.

Uygulamacılar tarafından kurulan bir STK üyesi alanda faaliyet gösteren STK’ların temel işlevini şöyle özetlemektedir:

“Derneğimiz varoluş amacını, öğretmen, yönetici, akademisyen ve eğitimde söz sahibi olan üyeleriyle birlikte eğitim alanında düzenlediği faaliyet-projelerle, belirlediği strateji ve politikalarla, karar vericilerin politikalarına yön veren bir STK olmak, olarak belirlemiş ve bu misyon doğrultusunda çalışmalarını sürdürmektedir” (U6).

Bir STK yöneticisine göre ise alanda faaliyet gösteren bir STK’nın en önemli üç misyonu şunlardır:

- *Üyeleri başta olmak üzere hitap ettiği kesimi alanında en iyisi yapmak.*
- *Bilgilerini ve deneyimlerini diğer kurum ve kuruluşlarla paylaşmak.*
- *Ayırım yapmadan herkesi kucaklamak, sadece kuruluş amacı üzerinde yoğunlaşmak.*

3.3.4. Açılım ve Kurumsal İşbirliği

Katılımcıların çoğu (f: 9) üyesi oldukları STK'ların etki alanlarını geliştirmek amacıyla üye olmayan kişilerle ve diğer kurum ve kuruluşlarla işbirliği ve paylaşım imkanlarını değerlendirdiklerini belirtmektedir. İki katılımcı, böyle bir açılım, paylaşım ve işbirliğinin kesinlikle olmadığını, iki katılımcı ise kısmen olduğunu belirtmiştir. Açılım, işbirliği ve paylaşımların daha çok *ortak projelerle* (f: 3), *ziyaretlerle* (f: 3), *genele açık toplantılarla* (f: 2), *mail yoluyla* (f: 2), *kurumsal yazışmalarla* (f: 1), *ve uluslararası çatı örgütlere üyelik yoluyla* (f: 1), gerçekleştirmektedirler. İşbirliği ve paylaşım yapılan kurumların başında MEB ve diğer STK'lar gelmektedir. Ayrıca üye olmayan meslektaşlarla da paylaşımlar gerçekleşmektedir.

Bir STK yöneticisi kurumsal işbirliği örneği olarak resmi kurumlarla birlikte yürüttükleri projeleri ifade etmektedir:

“Sendikalar ile görüşmelerde bulunuyoruz. Gençlik ve Spor Bakanlığına üç proje sunduk. Projelerden bir tanesi birinci aşamayı geçti. MEB'in çeşitli kurumları ile ortak bir proje yaptık. Gerçekleştiği takdirde farklı ülkelerdeki eğitim sistemlerini inceleme fırsatı bulacağız” (Y4).

Bazı katılımcılar ise gerektiğinde işbirliği yaptıklarını şöyle ifade etmişlerdir:

“Her şekilde gerekli görüldüğü zaman ilişki sağlanmakta, kurumlara yazı yazılmakta, bilgi sorulmaktadır.”

Bir STK yöneticisi ise işbirliği ve açılım girişimlerinin gerekçelerini karar mekanizmalarına etki ve kurumsal tanıtım olduğunu belirtmiştir:

“... yönetici rotasyon uygulamasının uygun ve demokratik kariyer ve liyakata bakılarak yapılması için Bakanlığın ilgili birimleri ile görüşmeler yapmak, özlük hakları için çalışmak, Derneğin tanıtımını yapmak amacıyla...” (Y3).

3.3.5. Üye ve Toplum Algısı

Katılımcıların görüşlerine göre STK'lar üye olmayan meslektaşları ve toplum tarafından genellikle olumsuz algılanıyor. Katılımcılardan beşi olumsuz algılandığını ifade ederken sadece bir katılımcı olumlu bir toplumsal geribildirim aldıklarını, iki katılımcı ise hem olumlu hem de olumsuz bakanlar olduğunu belirtmiştir. Olumsuz bakanların daha çok STK'ları siyasi görüşlerine göre değerlendirdiklerini (f: 3), bir kısmının ise bu tip örgütlenmelerin mesleğe ve sorunların çözümüne bir faydası olmayacağı kanaatine sahip olduklarını (f: 3) belirtmişlerdir. Fakat birçok katılımcı (f: 4) katılımcılar, STK ile ilişkiye geçenlerin kanaatlerinin genellikle olumluya evrildiğini ve desteklerini belirtmişlerdir.

Yönetici statüsündeki katılımcılardan biri üyelerinin ağırlıklı olarak özlük haklarını savunan bir STK beklentisi olduğunu gözlemlediklerini belirterek kuruluş sürecinde yaşadıkları algı sorununu şöyle ifade etmiştir:

“Bu dernek kurulduğu zaman ilk dönemlerinde çok sıkıntılar yaşadı. Birleriyle ilişkilendirilmek istenip üye olunmaması için sözler bile söylendi. Bazı arkadaşlarımız üye olmak istediği halde sergilenen bu tutum nedeniyle üye olamadılar. Bunlar ülkemizde olabilecek normal durumlardan biriydi. Çünkü bizler sivil toplum örgütü olmanın bilincine henüz ulaşamamıştık. Bizler yılmadık. Çünkü kuruluşumuzda herkesi kucaklayacak bir yönetim oluşturmuştuk. Uzun uğraşlar sonucunda; yaptığımız seminer ve konferanslarla, tek tek ilgili birimleri gezerek kendimizi anlattık. Şimdi bu derneğe üye olmak isteyenler biliyorlar ki burada sadece mesleki anlamda kendini geliştirmek isteyenlere yönelik çalışmalar yapılmaktadır. Bu nedenle bizim hakkımızda artık üye olmayanların da iyi şeyler düşündüğünü zannediyorum” (Y5).

Üye statüsündeki katılımcıların bir kısmı (f: 3) mensubu buldukları STK'nın çok da etkili bir kimliğinin olmadığını, yönetim kadrosunun beklentileri ve düşünceleri doğrultusunda hareket eden bir kurum olduğu kanaatini dile getirmektedir:

“Bence genellikle, dernekte belli bir grup bir araya gelmiş ve ‘kendileri çalıyor kendileri oynuyor’ diye düşünüyorlar” (U3).

“Bir grup akademisyenin kendi aralarında oluşturdukları bir platform gibi görünüyordur büyük olasılıkla. Çünkü ben üye olmadan önce öyle düşünüyordum. Çok etkili bir STK olduğu kanaatini taşıyorlardır sanırım” (U1).

3.3.6. Gelecek Öngörüsü

Katılımcılar mensubu buldukları STK'ların önümüzdeki beş yıl içinde nasıl bir gelişme göstereceğine dair soruya net bir cevap vermemişlerdir. Katılımcıların büyük çoğunluğu (f: 10) üyesi oldukları STK'nın gelecek beş yıl içinde daha iyi konumda olacağını bazı katılımcılar (f: 3) ise bugünkü durumdan çok da iyi bir yerde olmayacaklarını düşünmektedirler. STK'nın daha iyi bir yerde olacağını düşünen katılımcılar, *üye sayısının artışına paralel olarak etkiliklerini artacağına* inanmaktadırlar. Önümüzdeki beş yıl içinde alanda faaliyet gösteren STK'ların üyelerinin *özlük haklarının savunulmasında, eğitim sorunlarının çözülmesinde daha güçlü ve etkili olacağını, Bakanlık tarafından dikkate alınacaklarını* belirtirken, bir katılımcı *ulusal ve uluslararası politik manevralar için bir kullanım aygıtı* olacaklarını, bir katılımcı ise *eğitim alanında toplumun sesi olacaklarını* düşünmektedir.

Bir katılımcı ise okul ve eğitim yöneticilerine sendikal haklar verilmedikçe dernek çatısı altında haklarını savunmaya devam edeceklerini belirterek asıl amaçlarının sendikalaşmak olduğunu belirtmiştir.

Uygulamacılar tarafından kurulan bir STK üyesi “*Üye profilinin geniş tutulduğu, daha etkili, hukuki sınırlar içerisinde her türlü mücadeleyi yapabilecek bir sivil toplum örgütü*” (U7) olacaklarını öngörürken, akademisyenler tarafından kurulan bir STK üyesi gelecekteki etkililiğin planlı ve stratejik çalışmalarla gerçekleştirilebileceğini belirtmiştir:

“Doğrusu genel bir gelişme teamülü gösterecektir. Bir de alanın ilk ve en güçlü STK’sı olarak özel bir konumu var. Ama benim hayalimdeki yere ulaşabileceğinden emin değilim. 5 yıl sonra kongrelerin düzenleniyor olmaya devam etmesi görmek güzel olacak. Ve fakat daha geniş kitlelere yayıldığını görebileceğimi sanmıyorum. Çünkü biraz daha planlı, stratejik ve belki biraz da agresif hareket etmesi gerekebilir” (U1).

4. TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Türkiye’de STK’ların niceliksel gelişme ivmesi hızla devam ederken bu gelişme belli alanlarda uzmanlaşmış STK’ların ortaya çıkmasıyla derinlik kazanıyor. En eskisi 1999’da kurulmuş olan bir STK dışında, alanda faaliyet gösteren STK’ların tamamı son dört yıl içerisinde kurulmuşlardır. Bu gelişme üç boyutlu bir doğumun açık işaretidir. İlki daha genel anlamda Türkiye’de demokratikleşmenin derinleşme işaretleri görüldükçe toplumda sivil inisiyatiflere olan güven artmakta ve bu sivil inisiyatifler bir demokratik aygıt olarak daha çok benimsenmektedirler (Bikmen ve Meydanoğlu, 2006; Mütevellioğlu (Schulze) ve Köksal, 2002). Ayrıca gerek AB üyelik süreci gerekse de son yıllarda hükümetlerin STK’ları karar süreçlerine katma talebi bu hareketliliğin sebepleri arasında sayılabilir (Selamoğlu, 2008). İkinci önemli boyut ise okul ve eğitim yöneticiliği mesleğinin kimlik kazanmaya başlamış olmasıdır. Son yıllarda okul ve eğitim yöneticiliği konusunda gerek MEB tarafından yapılan düzenlemelerin^[*] gerekse akademisyenler tarafından

* MEB’in yönetici atamalarında eğitim yönetimi ve denetimi alanında lisansüstü eğitim almış olanlara öncelik veren yönetmelik değişiklikleri (Başbakanlık, 2012) ve eğitim yöneticilerinin mesleki yeterliliklerini artırmak amacıyla üniversitelerle işbirliği yapmalarını istemesi bu girişimlere örnek verilebilir.

dile getirilen görüşlerin bunda etkili olduğu söylenebilir^[**]. Üçüncü olarak mesleği icra eden uygulamacılar ile alanda çalışma yapan akademisyenlerin okul ve eğitim yöneticiliğinin bilimsel veriler ışığında mesleki açıdan gelişmesine daha fazla odaklandıklarını göstermektedir. Nitekim alanda faaliyet gösteren STK'lar aracılığıyla uygulamacılar ve kuramcılar hiç olmadığı kadar sık bir araya gelme fırsatı bulabilmektedirler. Okul ve eğitim yöneticiliğinin gerektirdiği mesleki bilgi, beceri ve değerlerin belirlenmemiş olması, dolayısıyla bu ihtiyaca yönelik bir eğitim içeriğinin oluşturulmamış olması da hem akademisyenleri hem de okul yöneticilerini bu arayışa yöneltmiş olduğunu düşündürmektedir.

Eğitim ve okul yöneticiliği alanında faaliyet gösteren STK'lar, (1) akademisyenler, (2) merkez teşkilatı yöneticileri, (3) il-ilçe müdürleri, şube müdürleri ve (4) okul yöneticileri olmak üzere dört farklı kesim tarafından kurulmaktadır. Özellikle son yıllarda kurulan STK'ların ağırlıklı olarak okul yöneticileri tarafından kuruluyor olması, demokratik ve mesleki bilincin tabana yayıldığına göstergesi olarak kabul edilebilir. Nitekim akademisyenler tarafından kurulan STK'ların alanın bilimleşme düzeyine katkı sağlayacağı (Balcı, 2008), uygulamacılar tarafından kurulan STK'ların ise alanın bir meslek olarak tanınması, mesleki standartların ve etik kodların oluşması ve mesleki denetim mekanizmalarının kurulmasını hızlandıracaktır.

Eğitim ve okul yöneticiliği alanında faaliyet gösteren STK'lar, kurucu profilleri ile irtibatlı olarak (1) bir akademik alan örgütlenmesi, (2) ağırlıklı olarak özlük hakları konusunda politik arenada bir lobi ve çıkar grubu oluşturma, (3) mesleki örgütlenme ve dayanışma, (4) mesleki, sosyal ve kişisel gelişme ve (5) toplumsal hizmet amaçlarına odaklanmışlardır. Bu STK'lar literatürde dile getirilen ve gelişmiş ülkelerdeki örneklerde görülen mesleki örgütlenmelerin gerektirdiği bütün işlevleri (NASSP, 2012) yerine getirmeye niyet etmiş olsalar da şimdilik odak noktalarının özlük hakları olduğu söylenebilir. STK'ların ağırlıklı olarak Ankara merkezli olması da bu iddiayı güçlendirmektedir. Alandaki örgütlenmelerin özlük haklarını bu kadar ön plana çıkarması okul ve eğitim yöneticiliği görevinin geniş sorumluluk alanları, yorucu mesaisi, disiplinler arası yeterlilikler gerektirmesine rağmen maddi getirisinin aynı kalmasıyla ilişkili olduğu söylenebilir. Nitekim

** Özellikle son 10 yılda eğitim yöneticiliğinin bir meslek olarak kabul edilmesinin ifade edildiği birçok bilimsel toplantı düzenlenmiştir. Bu toplantılardan bazıları akademik çevrelerin inisiyatifleriyle, bazıları MEB ve üniversite işbirliği ile bazıları ise OECD ve MEB'in inisiyatifleriyle, akademisyenlerin katıldığı toplantılardır.

OECD tarafından yapılan araştırmada da okul yöneticilerinin görevlerinin zorluk düzeyiyle uyumlu bir ücret elde edemedikleri belirlenmiştir (Pont, Nusche and Moorman, 2008).

Sayısal olarak artmakla birlikte alanda faaliyet gösteren STK'ların (1) sivil toplum kültürü ve derinliğini henüz edinemedikleri, (2) kurumsal kapasitelerinin oldukça zayıf olduğu, (3) güçlü bir kitle örgütü olacak kadar taban bulamadıkları, (4) spesifik bir gündem oluşturamadıkları ve (5) faaliyet çeşitliliğinden mahrum oldukları gözlenmektedir. Bu durum Türkiye'de batılı anlamda sivil örgütlenme geleneğinin yeni yeni oluşmaya başlamasıyla ilişkilendirilebilir (Bayhan, 2002; (Bikmen ve Meydanoğlu, 2006). Ayrıca özellikle eğitim sektörünün büyük oranda bir kamu hizmeti olarak yürütülüyor olmasının, okul ve eğitim yöneticilerinin devlet memuru olmasının bunda etkili olduğu düşünülebilir. Başta AB olmak üzere birçok uluslararası ve ulusal kurum tarafından fonlanan projelerde STK ortaklığının şart olması sebebiyle proje STK'sı olarak nitelendirilecek oluşumların kısa sürede hızla artmasının (Selamoğlu, 2008) eğitim ve okul yöneticiliği alanındaki STK'ların da yeteri kadar olgunlaşmadan çoğalmasının bir gerekçesi olup olmadığı araştırılmalıdır. Nitekim katılımcıların çoğunluğu ulusal ve uluslararası işbirliği süreçlerini hazırlamış oldukları projelerle ilişkilendirmiş olmaları düşündürücüdür.

Diğer taraftan alanda faaliyet gösteren STK'lar henüz mesleki denetim konusuna eğilmemiş görünmektedirler. Oysaki mesleki örgütlenmelerin en önemli işlevlerinden biri de meslek mensuplarının mesleki denetimlerini sağlayacak mekanizmalar oluşturmak suretiyle mesleğin kalitesini korumaktır (Karataş, 2008). Ayrıca alanda faaliyet gösteren STK'lar henüz mesleki standartlar ve mesleki etik ilkeler belirlememişlerdir. Bu durum STK'ların mesleki denetim mekanizmaları oluşturmamış olmalarının bir gerekçesi olduğunu düşünülebilir. STK'ların kurumsal yapılanmalarını tam olarak gerçekleştirememiş olmalarında üye sayılarının düşüklüğü ile ilişkili olarak maddi açıdan yeterli güce sahip olmamaları (Eraslan, 2011) ve dolayısıyla profesyonel ve tam zamanlı çalışan istihdam edememelerinin de etkili olduğu söylenebilir.

Sonuç olarak alanda faaliyet gösteren STK'lar tam anlamıyla emekleme döneminindedirler. Sadece kurumsal kapasite ve mali kaynak açısından değil vizyon, faaliyet zenginliği anlamında da oldukça kısır durumda oldukları aşikardır. Bununla beraber alanda faaliyet gösteren STK'ların söylemlerinin satır araları okunduğunda gündeme getirdikleri tartışma konuları, alanla ilgili literatürde dile getirilen birçok kuramsal yaklaşımla örtüşmektedir. Bu

noktada kesin olan husus, alanda faaliyet gösteren STK'ların sayısal artışlarına paralel olarak nitelik açısından da gelişme halinde olduklarıdır. Çünkü onlar ilkler olarak birçok hata yapacak ve görünürde bir kazanım elde edememiş olsalar da açtıkları yolda yürüyecek yeni örnekler gelişmeyi sürdürecektir. Böylece 5-10 yıllık bir vadede eğitim ve okul yöneticiliği mesleği kurumsallaşmasını tamamlayacak konuma ulaşacaktır. Bu gelişme ise Cumhuriyetin 100. yılına eğitimcilerin verebileceği en büyük hediye olacaktır.

Alanda faaliyet gösteren STK'ların gelişmesine katkı sağlayacak birçok konu araştırmacıların ilgisini beklemektedir. Bunların başında bu STK'ların üye sayılarının neden düşük olduğu konusu gelmektedir. Ayrıca mesleki bir örgütlenme olarak karşı karşıya kaldıkları sorunlar, diğer alanlarda faaliyet gösteren STK'lar ile karşılaştırmalı olarak analiz edilmelidir. Gelişmiş ülkelerdeki benzer STK'ların konumları, işlevleri ve deneyimleri de yerli literatüre kazandırılmalıdır. Ayrıca alanda faaliyet gösteren STK'ların dünden bugüne karar mekanizmalarına etki düzeylerini saptayacak çalışmalar geleceğe yönelik ipuçlarının ortaya çıkarılması açısından yararlı bulgular sunacaktır.

5. KAYNAKÇA

Akyüz, Y. (2008). Türk eğitim tarihi: M.Ö. 1000-M.S. 2008 (Gözden geçirilmiş 12. baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Avrupa Komisyonu (2011). Türkiye 2011 yılı ilerleme raporu. http://www.ab.gov.tr/files/ardb/evt/3_ab_bakanligi_yayinlari/2011_ilerleme_raporu_tr.pdf, 16 Ekim 2012.

Balcı, A. (2008). Türkiye’de eğitim yönetiminin bilimleşme düzeyi, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, (54), 181-209.

Balcı, A. ve Çınkır, Ş. (2002). Türkiye’de eğitim yöneticilerinin yetiştirilmesi. C. Elma & Ş. Çınkır (Eds.), 21.yüzyıl eğitim yöneticilerinin yetiştirilmesi sempozyumu, 16–17 Mayıs 2002 (syf. 211-236). Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.

Başbakanlık (2011). Millî eğitim bakanlığının teşkilat ve görevleri hakkında kanun hükmünde kararname. Resmi Gazete, 14.09.2011/28054.

Başbakanlık (2012). Millî Eğitim Bakanlığı Eğitim kurumları yöneticilerinin atama ve yer değiştirmelerine ilişkin yönetmelik. Resmi Gazete, 13.8.2009/27318.

Bayhan, V. (2002). Demokrasi ve sivil toplum örgütlerinin engelleri: patronaj ve nepotizm. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 26(1), 1-13.

Bikmen, F. ve Meydanoglu, Z. (2006). Türkiye’de sivil toplum: bir değişim süreci-Uluslararası sivil toplum endeksi projesi Türkiye ülke raporu. İstanbul: TU-SEV yayınları.

Cılızoğlu, G. Y. & Karagöz, E. Ö. (2007). Sivil toplum örgütlerinin kamuoyu oluşturma süreci: Petrol-iş sendikası kampanya analizi. İstanbul: Ful Ajans.

Crisan, A. (2008). Eğitimde toplumsal sorumluluk ve sivil toplum örgütlerinin rolü. 80. yıl uluslararası eğitim forumu: Eğitim hakkı ve gelecek perspektifleri içinde (ss. 231-241). Ankara: Türk Eğitim Derneği.

Darling-Hammond, L., LaPointe, M., Meyerson, D., Orr, M. T., & Cohen, C. (2007). Preparing school leaders for a changing world: Lessons from exemplary leadership development programs. Stanford, CA: Stanford University, Stanford Educational Leadership Institute. <http://seli.stanford.edu>, Erişim Tarihi: 10 Ağustos 2012.

Dernekler Dairesi Başkanlığı [DDB], (2012). Dernek istatistikleri. http://www.dernekler.gov.tr/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=51&Itemid=66&lang=tr, 23 Temmuz, 2012.

Eraslan, L. (2011). Türkiye’de eğitim derneklerinin sorun alanlarının değerlendirilmesi, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(3), 1161-1181.

Eraslan, L. (2012). Günümüz öğretmen sendikacılığın değerlendirilmesi. 21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum, 1(1), 59-72.

Gönel, A. (1998). Araştırma raporu: Önde gelen STK’lar. İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları.

Grogan, M. & Andrews, R. (2002). Defining preparation and professional development for the future. *Educational Administration Quarterly*, 38(2), 233-256.

Işık, H. (2002). Okul müdürlüğü formasyon programları ve okul müdürlerinin yetiştirilmesi. C. Elma & Ş. Çınkır (Eds.), 21.Yüzyıl Eğitim Yöneticilerinin Yetiştirilmesi Sempozyumu, 16–17 Mayıs 2002 (syf. 25-36). Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.

Karataş, I. H. (2008). Türk eğitim sisteminde sivil toplum kuruluşları: konumları ve işlevleri. (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.

Karataş, İ. H. (2008). Türk eğitim sisteminde sivil toplum kuruluşları: konumları ve işlevleri. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Mütevellioglu (Schulze), N. ve Köksal, C. D. (2002). Sivil toplum kuruluşlarında üyelerin örgütsel etkinliklere katılma düzeyini farklılaştıran etkenler. TUBITAK araştırma projesi raporu proje no: sbb-3007. Antalya.

NASSP (2012). About us. <http://www.nassp.org/about-us>, 10 Aralık 2012.

OECD (2011). Education at a glance 2011: OECD indicators. Paris: OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/eag-2011-en>, 10 Ağustos 2012.

Pont, B., Nusche, D. and Moorman, H. (2008). Improving school leadership, volume 1: policy and practice. Paris: OECD.

Sackney, L., Walker, K. (2006). Canadian perspectives on beginning principals: their role in building capacity for learning communities. *Journal of Educational Administration*, 44(4), 341-358.

Selamoğlu, P. (2008). Avrupa Birliğine giriş sürecinde Türkiye’de sivil toplum örgütleri. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale, Türkiye.

Şimşek, H. (2003). Eğitim yöneticilerinin yetiştirilmesi: karşılaştırmalı örnekler ve Türkiye için çıkarsamalar. *Çağdaş Eğitim Sistemlerinde Öğretmen Yetiştirme Ulusal Sempozyumu Eğitimde Yansımalar: VII*, (syf. 130-138). Ankara: Tekışık Yayıncılık. <http://hasansimsek.net/pdf%20makale%20metinleri.html>, 10/12/2011 tarihinde alındı.

Şirin H. (2009). Sivil toplum örgütlerinin eğitime ilişkin karar alma süreçlerine katılımları üzerine bir araştırma. *Eğitim ve Bilim*, 34(153), 169-182.

Şişman, M. ve Turan, S. (2002). Dünyada eğitim yöneticilerinin yetiştirilmesine ilişkin başlıca yönelimler ve Türkiye için çıkarılabilecek bazı sonuçlar. C. Elma & Ş. Çınkır (Eds.), 21. Yüzyıl Eğitim Yöneticilerinin Yetiştirilmesi Sempozyumu, 16-17 Mayıs 2002 (syf. 239-253). Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi,nd

Spring, J. (1993). *Conflict of interest: the politics of American education 2* ed. White Plains, NY: Longman Publishing.

Tezcan, M. (2003, Güz). Cumhuriyetimizin 80. yılında ülkemizde “eğitim sosyolojisi” alanının durumu ve sivil toplum örgütleri. *Milli Eğitim Dergisi*, 160.

Uzun, Ş. (2004). Uyum sürecine bağlı olarak mevzuat değişikliği ve STK'ların bu sürece katılma biçimleri. *AB Uyum Süreci ve STK'lar iç. (s. 70-71)*. İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı.

ÇAĞDAŞ TÜRK RESMİNDEN BİR ÖRNEĞİN İKONOLOJİK ÇÖZÜMLEMESİ

Elif ÇİMEN[*]

ÖZ

20. Yüzyılda Erwin Panofsky tarafından geliştirilmiş olan, üç aşamalı ikonolojik yöntemin yanı sıra görsel göstergebilimsel yöntemlerden de yararlanarak Günümüz Türk resim sanatının sağlam desen yapısıyla dikkati çeken Prof. Mahmut Bozkurt'a ait, mitolojik öğeleri çok zaman barok üslubu andıran renk, form ve kompozisyon anlayışıyla güncel yaklaşım ve sorunlara göndermelerle ortaya koyduğu bir dizi eserden biri olan “Uyku Krallığı” adlı yapıtın şifreleri incelenmiştir. Bu bağlamda sanatçımız ve işlediği mitolojik öykü hakkında bir art- alan ve art-zaman araştırması yapılarak resim düz anlamsal açıdan irdelenmiş devamında ise yan anlamsal inceleme yapılarak analiz edilmeye çalışılmış, Yorum aşamasında da ressamın bu yapıtla insanlara aktardığı önemli bir mesaj olduğu değerlendirilmesi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İkonolojik yorum, görsel göstergebilim, mitoloji, sanat eseri çözümleme

* Balıkesir Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Resim Bölümü Öğretim Üyesi, Doç. Dr.

An Essay of Iconological Analysis on a Contemporary Turkish Painting

ABSTRACT

This paper involves the three level method of iconology developed by Erwin Panofsky and methods of visual semiotics being used in order to analyse a work of art, A painting by Prof. Mahmut Bozkurt, who is renowned in contemporary Turkish art with his notable drawing skills, has been studied. This work is part of a series of paintings which the artist reveals mythological elements with an artistic perception that resembles one of baroque style, yet addresses contemporary issues. While the work is being decyphered, a background of the artist and the represented mythological story are studied, and the painting is analysed in a denotational manner followed by a connotational manner. The paper is finalised with evaluations of the artist's philosophy, social stance, and the messages he has passed to the next generations with this painting.

Key Words: Iconological interpretation, visual semiologie, mythology , art work analysis

GİRİŞ

“ ...

Günlerim bir düş

Sayarken yanılmıyorsun;

Ama Umut gitmişse uzaklara

Bir gece ya da bir gün

Bir görüntüde ya da bir şeyde olmaksızın

Fark eder mi bu yüzden?

Bütün gördüğümüz ve göründüğümüz

Yalnızca bir düşün içinde bir düş.”

Edgar Allan Poe(2003)

Günümüz Türk resim sanatının popüler anlamda ön planda görmeye alışık olmadığımız sanatçılarından biri olan Mahmut Bozkurt'un sağlam bir desen alt-yapısı ile ürettiği çalışmalarına kaynak oluşturan en önemli unsurlardan biri mitolojik öykü ve karakterlerdir. Bu öykü ve karakterler Bozkurt'un resimleri içinde çağımıza dair izleri bazen gizlice bazen de çok açık bir ironiyle barındırır. Sanatçı, mitolojik öğeleri çok zaman barok üslubu andıran renk, form ve kompozisyon anlayışıyla güncel yaklaşım ve sorunlara göndermelerle ortaya koyarken, belki de çağımızda üretilmiş eserler içinden “zamansız” olmaya aday çalışmalar yapmaktadır.

2000 ila 2003 yılları arasında ortaya çıkan “Uyku Krallığı” ve bu resim etrafında kümelenen diğer üretimler yukarıda bahsedilen nitelikleri taşımaktadır. Resim tarihinde pek çok kez ele alınan bir temanın yeniden yorumudur “Uyku Krallığı”. Sanat tarihine bakmak adına farklı bir pencere açmış olan E. Panofsky'nin “İkonoloji” adı altında geliştirdiği yöntemi(Tükel;2005) kullanarak ve sanat yapıtlarının anlamlandırma çalışmaları için ilk kez Ferdinand de Saussure tarafından isimlendirilen Göstergibilimin, Görsel sanatlar için geliştirilen Görsel Göstergibilim kavram ve yönteminden de yararlanarak, bilimsel bir anlamlandırma süreci izleyerek yapıtın bildirisini bir üst dile dönüştürme adına, bu özgün ve çağdaş Türk resmini okumaya gayret edeceğim.

ÖN İKONOĞRAFİK BETİMLEME

Ön ikonografik inceleme safhasında ve düz anlamsal göstergeler bağlamında, resimde, ana izlek olarak, birisi siyah tenli iki bebeği kucaklamış bir anne, aydınlık bir boşlukta durağan göstergeler olarak gözlenmektedir. Alışılmadık figürler, kanatlar, giysiler ile bulutlardan oluşan mekandan meydana gelen dizim bize onların mitolojik karakterler olduğu izlenimini vermektedir. Yapıtın dilsel göstergesi olan adı de bu izlenimi güçlendirmektedir. Mekan, günbatımı alacakaranlığını andıran bulutsu bir atmosfer üzerinde olduğu duygusu uyandıran biçimde betimlenmiştir.

İKONOĞRAFİK ÇÖZÜMLEME

Eserin İkonografik çözümlemesi için yapılan artalan çalışmasına göre; İzleklerin, gece tanrıçası Nyks ve ikiz oğulları Hypnos (uyku) ve Thanatos (ölüm) un alegorik bir tasviri olduğunu bilmekteyiz.[**] Birçok kaynakta, gece tanrıçası Nyks'in göksel tanrılar arasında en eskisi olduğu, mitolojide ilk anne olarak kabul edildiği yazmaktadır. “Bu kara kadın, tek başına gün ışığı tanrıçası Hemera ile mavi göğün tanrısı Aither'i doğurdu. Öteki çocuklarının sayısı da yüksektir ve isimleri hayli karanlık anlamlar taşır: Thanatos(ölüm), Hypnos(uyku), Momos (Küçümseme, alay), Oizis(sızlanma), ve (Oneiros) düşler. Nyks bunlardan başka tanrıça Nemesis(öç), Geras(yaşlılık), Eris(uyuşmazlık), Moros (öldüren yazgı), ve sonra cinayet, sefalet, öfke ve acımayı doğurdu.” (Agizza,2001a)

** Mahmut Bozkurt ile yapılan görüşmeden.



Resim1: Uyku Krallığı, Mahmut Bozkurt (Sergi davetiyesinden)

Resimde Gece tanrıçası Nyks tüm heybetiyle yeryüzüne hakim bir duruş sergilemektedir. Arkasına aldığı güneşin sarı sıcaklığı ortama hakimdir, ama bu hakimiyet hafifçe baş gösteren kızılıkların verdiği ipucuna göre fazla sürmeyecektir. İhtişamlı kara kanatlarıyla Nyks çocukları Hypnos ve Thanatos'u hayatı ve günü temsil eden güneşten adeta sakınarak kucaklamıştır. Belli ki ikizler gecede (yani annelerinin koruması altında) barınabilirler ancak. Ana izlek olan annenin sırtındaki kanatların kendilerine ait başları ve gözler vardır. Bunlar anneleri adına ikizleri gözetmektedirler.

Sıra dışı bir gösterge de ikizlerden birinin beyaz tenli diğ erinin ise siyah tenli olmasıdır. Beyaz tenli bebeğ i Hypnos, siyah tenli olanı ise Thanatos'u simgelemektedir. Hypnos'un gözleri net değildir, adeta bir gözlük ya da kuşakla görüşü engellenmiştir, uyku halindedir. Thanatos ise her haliyle aykırıdır. Ten rengi baş ta olmak üzere saçları ve bakışları bu aykırılığı destekler. Ayrıca Nyks'in elleri de biri beyaz biri siyah olarak betimlenmiştir. R.Agizza şöyle anlatmaktadır; "Nyks görkemli bir yer altı sarayında oturur, her akşam siyah giysilerine bürünüp kız ı g ünışığı tantıçası Hemera'ya giderdi ancak hiçbir zaman birbirlerini görememişlerdir. Nyks'in kocaman kara kanatları vardı ve yeryüzü üzerinde uçarak insanlara karanlıkları getirir ve sıkıntılara, dertlere ara verdirirdi... İkiz oğulları Hypnos ve Thanatos da kanatlıydılar., Birincisi yakışıklı bir delikanlıydı, beyaz kanatlarıyla zarif ve dingin bir karakteri vardı. İnsanlarla buluşan iyi varlık denirdi ona. İkincisi kocaman kara kanatları olan bir şeytandı. Ölülerini kapıp kaçırdı." (Agizza,2001b)

Bazı mitolojik kaynaklarda Nyks (gece) için, kozmik prensiplerin primordial ilk annesi, bütün kozmik başlangıçların kaynağı denmektedir. Gece günü takip eder ve onun ardından gelir. Gündüzün tezahürünü hazırlar. Hemera ile Aither adlı ikizlerin, Erobos'la birleşmesinden doğmuş olduğu, diğ er bütün çocuklarını kendisinin ürettiğ i söylenir Gece'nin. Bu anlamda yaratıcı gücün de sembolü sayılmaktadır. Gece'nin diğ er sembolleri Baykuş ve Ay'dır. Baykuş aynı zamanda güzel sanatların da simgesidir. Ay tanrıçası Hekate de Nyks'in kızlarından biridir. (Battisini, 2005)

Orifichins'e göre de; Gece rüzgarla birleşti ve gümüşü bir yumurta yumurtladı, o da "ay" dı. "Evrensel Rahim" olarak Gece, tohumların filiz verdiği yerdir ve 5 elementten ikisi olan su ve toprakla da ilişkilendirilir. Yer altı nehirlerinden bazılarının da anası olduğu belirtilir. Belleğ i uyuşturan Lathe, gözyaşı nehri Costos gibi...(Erhat,1978) Bu özelliklerinden dolayı da Gece olasılıkların kaynağıdır. Olasılıklar gün ışığında fark edilir. Rüya ların (Oneiros) da anasıdır. Bu boyutuyla Eros'u da simgeler, böylece gizem ve fantezi dünyasına açılan bir kapı haklini alır.

Ölüm(Thanatos) ise hayat gücünün bitişini, insan kaderinin kaçınılmazlığını simgeler. Yeniden doğma gücü taşır. Ölüm tanrı tarafından sevilme, sonsuz güzellikte ona katılma anlamına da gelir. Uyku(Hypnos) ya gelince; İki yönlü, belirsiz, muğlak bir tanrıdır. Birbiriyle çelişen hediyeler sunar. Birisi gece dinlenmesi ki günlük işlerin yorgunluğundan arınır kişi, diğeri korkunç kabuslardır; Genelde ölümlerin ruhları vasıtasıyla, önsezi ve kehanetlerle gelecek hakkında bilgiler verir. Bir başka hediyesi de rüyadır. Çünkü oğlu rüya tanrısı Morpheus'tur.(Necatigil,2003) Rüya, irade dışında işler yapılan, başkalarınca yönetilen bir yolculuktur. Gerçeğe paralel bir boyutu da vardır elbette. Bilinçaltı ile birlikte ayrıcalıklı, yüce bir ilişki olarak karakterize edilir. Gece rüyası, gaipten haber almayı, insan ve manevi-yatın bütünleşmesini simgeler. Gündüz rüyası ise ince zeka, hayal gücü ve yaratıcılıkla bağdaştırılır. (Battisini, 2005)

Dizimin sonuncu elemanı olan ve mekan olarak seçilen “alacakaranlık” hakkında ise bazı kaynaklarda, yaşam enerjisinin biterek ölüme geçişi simgelediği söylenmektedir. Gün ışığından gece karanlığına geçişteki kısa bir süreyi tanımlar. Zamanın hızla geçtiğini, ihtiyarlığı, yaratıcılığın verdiği yorgunluğu, çok yoğun duyguları ve nostaljiyi de temsil eder. Genelde Tanrıların ölümsüzlük bahşedip fakat gençlik bahşetmediği yaşlı bir adam olarak simgelenir. (Battisini, 2005)

İKONOLOJİK YORUM VE SONUÇ

Panofsky tarafından oluşturulmuş yöntemin, eserin “asıl anlam ve içeriği”nin yorumlanacağı bu son aşama için Bedrettin Cömert(2006) şöyle diyor: “ *Bir eserin içeriği, başka bir deyişle asıl anlamı, bir ulusun, bir dönemin, bir sınıfın, bir dinsel veya felsefi anlayışın, bir sanatçı kişiliği tarafından nitelenmiş ve bir eserde yoğunlaşmış temel davranışını belirten temel değerlendirmesi, insanlığın ulaştığı düşünce ve beğeni aşamasındaki yerinin belirlenmesi yani gerçek anlamda algılanıp estetik bir bütünlük içinde yaşanılması, insanın öteki*

etkinlikleriyle uyum içinde bir ilişkiye sokulmasının sağlanması için uygulanan işleme ikonolojik yorum adı verilir.”(Cömert,2006)

Bu açıklamanın ışığında eserimize yan anlamsal düzlemde bakmaya başlamadan önce, ressamın kültürel kotlarıyla ilgili bilgilenmemiz gerekmektedir; Sanatçımız, Prof. Mahmut Bozkurt, İstanbul’da doğmuş ve büyümüş Güzel Sanatlarda Akademisinde resim eğitimi almış, akademik kariyer yapmış, ilgi alanında mitoloji ve sanat tarihi olan bir kişidir.

Ressamın kullandığı mimesis, simgesel öğeler taşımaktadır ve eserindeki alegorik anlatım güçlüdür. Öncelikle boşluk duygusu yaratan mekan bulutsu görüntüler de dahil olmak üzere bir “Vanitas”tır ve her şeyin geçici olduğunu bildirir. Kadın figürü mitolojide yer aldığına çok benzer bir şekilde güçlü bir anneyi temsil eder. Kanatlarındaki kuş başları onun çocuklarını onun yerine gözetlemektedir, böylece dikkatini dış dünyaya yöneltebilmektedir. Bağımsız bir kadını, tüm çocuklarını kendi yaratan ve büyüten bir anneyi simgelemektedir. Onları koruyup kollamakta ve yönlendirmektedir. Ayrıca kadın, yeryüzüdür, toprak anadır ve kozmik sistemdir. Bereketin, doğurganlığın, yoksulluğun, savaşların, ölümün, bütün iyiliklerin ve kötülüklerin anasıdır. Kucağında büyüttüğü bebelere gelince; Onlar yani ölüm ve uyku henüz büyümemiş, etkileri başlamamış ancak dünyayı tehdit etmektedirler. Büyüyecek ve Habil ile Kabil misali bir kavga mı başlatacaklardır?

Uyku figürü, sistemin, insanları uyutmasına, olan biteni görmelerini engellemesine metaforik bir göndermedir. İnsanlığa korkunç kabuslar hediye ederek korkudan sinmemizi, uykuda gezmemiz bir türlü uyanmamamız için bilgi kirliliği bombardımanına tutulmamızı da anlatıyor olamaz mı?

Ölüm ise; saldığı korku ile insanların kolayca manipüle edilebilecek hale gelmesinin bir metaforu olarak yorumlanabilir. Yine çağımızda bitip tükenmeyen savaşları ve toplu katliamları, açlık ve salgın hastalıklarda ölenleri simgelediğini de düşündürmektedir. Annenin bir elinin siyah diğerinin beyaz renkli olması dünyada yeniden tırmanan ırkçılık, cinsiyet ayrımcılığı gibi insanlığı karşı karşıya getiren konuları eğretiliyor olsa gerektir. Zıtların birliğine de bir gönderme olan bu bebeklerin anneleri, Toprak ana veya Gece, nasıl adlandırıldığının bir önemi olmaksızın, doğası gereği onları iyilik yapmak üzere büyütecek ve çok zor görünse de insanlığın iyi günler görmesini isteyecektir. Eserin bir başka bildirisini de; Gece'nin çocuklarını kucakladığı gibi, çevre katliamları ve küresel ısınma sonucunda tıpkı bir çöle dönecek olan bu dünyadan, ölümden, kabustan bile daha kötü, daha acımasız bir gelecekte korumak için kaçırma alegorisi olarak yorumlamak da mümkündür.

“Boş yere bir Ethiopialıyı neden yıkayıp durursun?”

Ah, vazgeç: kara gecenin gölgesini kimse ışığa çeviremez.” (Alciatus,2005)

KAYNAKÇA:

AGIZZA, R. (2001) *Antik Yunan'da Mitoloji*, İstanbul, Arkeoloji ve Sanat Y.

ALCİATUS, A. (2005) *Simgeler Kitabı Emblemata*, İstanbul, Kabcacı

BARTES, R. (1996) *Göstergebilimsel Serüven*, İstanbul, YKY

BATTİSİNİ, M. (2005) *Symbols and Allegories in Art*, Los Angeles, J.Paul Getty Museum

CÖMERT, B. (2006) *Mitoloji ve İkonografi*. Ankara, De-Ki Yayınlar

ERHAT, A. (1978) *Mitoloji Sözlüğü*, İstanbul, Remzi

ERKMAN AKERSON F. (2005) *Göstergebilime Giriş*, İstanbul, Multilingual

NECATİGİL, B. (2003) *100 Soruda Mitologya*, İstanbul, Koç Kültür Sanat

POE, E.A. (2003) *Bütün Şiirleri*, İstanbul, İthaki

TÜKEL, U. (2005) *Resmin Dili İkonografiden Göstergebilime*, İstanbul, Homer

İLKÖĞRETİM DÜZEYİNDE MATEMATİK YETERLİLİĞİ İÇİN GEREKLİ DÖRT TEMEL PRENSİPTEN BİRİSİ “TERSİNE ÇEVİRME PRENSİBİ” NEDİR? NEDEN ÖNEMLİDİR? STRATEJİLERİ NELERDİR?

Esin ACAR [*]

ÖZ

Bu makalede matematiği anlama, işlem pratiğinde kullanma ve günlük hayata uyarlamada oldukça önemli olan matematik yeterliliğinin dört temel prensibinden biri olan “Tersine Çevirme” prensibinin ne olduğu, önemi ve kullanımı ile ilgili durumlara dikkat çekilmiştir. Çalışma, bu konuda öne sürülen kuramsal bilgilerin ve bu konuda yapılan deneysel çalışmaların taranması, derlenmesi ve yorumlanmasıyla oluşturulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Tersine çevirme prensibi, tersine çevirme stratejisi, aritmetik, ilköğretim matematik

YAPILANDIRILMIŞ ÖZET

Araştırmanın Temelleri ve Amacı: Bu çalışmada, Türkiye’deki aritmetik öğretiminde çok da ön planda olmayan bir konuyu günyüzüne çıkarmaktadır. Matematiksel düşünmesinin temel bilişsel aktivitelerinden biri de “Tersine Çevirme Stratejisinin” kullanılmasıdır. Tersine çevirme prensibi, çocukların farklı bilgi türlerini ve olaylar arasındaki ilişkileri anlamaları için oldukça önemli bir araçtır. Sayıların dört işlem içinde birbirlerini tamamlayıcı özelliklerinin ve aritmetiğin mantığında yer alan parça-bütün ilişkisinin tamamıyla anlaşılması için tersine çevirme prensibinin anlaşılması gerekir. “Tersine Çevirme Prensibinin” anlaşılması, çocuklar, öğretmenler, aday öğretmenler ve veliler için oldukça önemlidir. Bu çalışma, aynı zamanda ilköğretim matematik düzeyinde tersine çevirme ile ilgili yapılacak çalışmalar için de bir kaynak olarak kullanılacaktır.

* Adnan Menderes Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, İlköğretim Bölümü, Sınıf Öğretmenliği Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, Yrd. Doç. Dr.

Metot: Bu derleme çalışması, tersine çevirme ilişkilerini ortaya çıkarmak amacıyla bu prensiple ilgili temel bilgi ve aritmetik problemlerinde kullanılan stratejisinden bahseder. İlgili literatürün taranması, okunması, keşfedilmesi ve yazarların fikirlerinin tartışılması bu makalenin derleme yöntemleridir.

Tartışma: Tersine çevirme prensibinin anlaşılması ve stratejisinin kullanılmasıyla birlikte bu prensibin kullanıldığı problemlerin kolaylıkla çözülebilmesi ve analitik düşünmenin olumlu yönde gelişmesi beklenir. Aynı zamanda, daha fazla çocuğun tersine çevirme ile ilgili bilgisi aritmetikle birlikte gelişmeli ve ilkökul matematik dersindeki akademik başarısı yükselmelidir.

Sonuç: Bu çalışmada, tersine çevirme prensibinin özellikle ilköğretim aritmetik öğretiminde ve okul öncesinden 8 inci sınıfa kadar yer alan farklı sınıf düzeylerindeki aritmetik öğreniminde dikkate alınması önerilmektedir. Aynı zamanda, alandaki araştırmacıların bu prensibin deneysel çalışmalarda uygulanmasını gözlemlemeleri ve değerlendirmeler yapmaları da önerilir.

What Is “Inversion Principle”, Which Is One Of Four Basic Principles Of Mathematical Proficiency In Elementary School Level? Why Is It Important? What Are The Strategies In Relation To The Principle?

ABSTRACT

This article points out that understanding of “inversion principle”- one of four principles of mathematical proficiency-is important for comprehending math, using it in procedure, adapting it to daily life, and understanding the significance of principle. The study includes some theoretical information and empirical researches about the topic acquired by scanning, compiling and discussing the related studies.

Key Words: Inversion principle, inversion strategy, arithmetic, elementary school math

STRUCTURED SUMMARY

Purpose and significance: In this paper, the author brings to light an ignored subject in elementary school arithmetic teaching in Turkey. One of the cognitive activities in mathematical thinking is use of “Inversion Strategy”. Inversion principle is a very important tool from the viewpoint of children about the

relationships between different kinds of information and events as well. Seeing the numbers' supplementary qualification in four operations and constitution of knowledge about that arithmetic reasoning is wholly related to the principle in part-all relation are required for understanding "inversion principle". Understanding of inversion principle is very important for children, teachers, prospective teachers and even parents. This paper would be used as a resource for the future studies related to "Inversion Principle" in elementary school math.

Methods: This review paper presents the basic knowledge and the popular studies about inversion principle and its strategy for revealing the inverse relations in arithmetical problems. Scanning, reading and exploring the associated literature and discussing the authors' ideas about the topic are the reviewing methods of this composed paper.

Results: Through understanding the principle of inversion, and use the strategy, the problems related to this principle are expected to be solved easily and to affect the development of analytical thinking positively. Also, it is expected that the more children's knowledge of inversion is improved in arithmetic, the better their academic achievement occurs in elementary school math.

Discussion and Conclusions: It is suggested that this principle should be considered in especially elementary arithmetic teaching as a basic for rapidity in problem solving. Also it should be taught in different grade levels from even kindergarten to grade 8th. It is also recommended that the researchers in the field should observe and evaluate the application of inversion principle on the classroom based research studies.

1. GİRİŞ

Matematiksel yeterlilik, günlük hayatta, okulda ya da matematik dersinde karşılaşılan problemleri matematiksel mantık yürüterek çözebilme olarak tanımlanabilir. Matematiksel yeterliliğin oluşabilmesi için matematiksel düşünmenin öğrenilmesi ve bu düşüncenin uygulanabilmesi gereklidir. Amerikan Ulusal Araştırma Kurulunun da tanımladığı gibi matematiksel yeterlilik beş çeşit matematiksel beceriye ya da başarısızlığa sahip olmayla ilişkilidir. Bu yeterlilikler; "matematiksel kavramların, işlemlerin ve ilişkilerin kavramsal olarak anlaşılması; doğru, etkili ve uygun işlemlerin yapılabilmesini içeren işlemlerde akıcılık; matematiksel problemlerin formüle edilmesi, ifade edilmesi ve çözülmesini içeren stratejik beceri; mantıksal

olarak düşünme, yorumda bulunma, açıklama ve kanıtlamayı içeren bildiklerini uygulayabilme becerisi ve matematiği akla uygun, kullanışlı ve değerli görmeyi içeren ve kişinin çabasına dönük inancı ve kişisel yeterlilikleriyle birleştirilebilecek alışlagelmiş bir eğilime karşılık gelen matematiğin yaratıcı ve üretkenliğine dönük eğilim” dir (National Research Council, 2001, p.116; Akt: Lester, 2007).

Matematsel düşünmenin işleme geçirilmesinde ise bilişsel strateji kullanmak oldukça önemlidir. Tersine çevirme (Inversion) stratejisi de bu stratejiler arasında oldukça önemli bir yer tutar, çünkü tersine çevirme stratejisi mantıksal düşünmenin gerçekleştirildiğinin bir göstergesi olduğu gibi aynı zamanda aritmetiksel işlemlerin yapılmasında çocuklar tarafından türetilmiş diğer birçok stratejiden daha zordur ve 5 ile 9 yaş arasındaki çocuklar tarafından nadiren kullanılır (Dowker, 2005). Matematsel düşüncenin gelişmesinde karşılaşılabilecek en önemli sorun, çocukların temel matematik kavramlarını anlamaları ve bu kavramları kullanmaları konusunda karşılaştıkları zorluklar arasında yer almaktadır. Genel anlamda zihinsel işlem, problem çözme davranışının basamaklarıyla paralel olarak işleme konur. Bu basamaklar problemi anlamayı, niteliklerini belirlemeyi, açıklamayı, çözmeyi, sonucu yansıtmayı ve iletişim kurmayı içermektedir. Çocuklar okula başlamadan önce bazı temel matematsel esasları kavramaya ve genel olarak çoğunlukla objeleri içeren aritmetik problemlerini çözmek için akla uygun problem çözme basamakları oluşturmaya başlarlar (Ginsburg, Klein ve Starkey, 1998; Klein, Bisanz, 2000; Nunes ve Bryant, 1995; Siegler ve Shrager, 1984; Akt: Rasmussen, Ho ve Bisanz, 2003). Bu durum çocukların okula başlamalarına kadar devam eder fakat bu çocukların okuldaki eğitim süreci içerisinde yer alan matematik dersindeki odaklanmaları daha sembolik ve zamanla daha soyut matematsel işlemlere doğru kayar.

Okula başlama ve devam etme sürecinde, dört işlem olarak da bilinen “toplamsal ifadeler”, yani toplama-çıkarma ile ilgili problemlerin sonucunu doğru olarak bulabilmek her zaman için bu ifadelerin mantığının anlaşılması olduğunun göstergesi olmayabilir. Piaget’ nin (1952) de desteklediği gibi, toplama ve çıkarmayı doğru olarak yapabilmek, toplama ve çıkarmanın gerçekten anlaşıldığını

göstermemektedir. Bu yüzden toplama ve çıkarma işlemlerinin öğretimi, bu işlemlerin mantığının gerçekten benimsetilmesi üzerine kurulmalıdır. Bryant (1999) küçük çocukların aritmetik anlamda toplama ve çıkarmayı kullanmalarından önce toplama ve çıkarma işlemlerinin birbirinin tersi işlemler olduğunu iyi biliyor olmaları gerektiğini belirtmiştir. Bu işlemlerin kullanılmasından önce de mantıksal olarak birbirlerinin tersi işlemler olduklarının bilinip bilinmediği kontrol edilmelidir. Eğitim sistemimiz içinde aritmetiksel işlemlerin birbirlerinin tersi olma durumları mantıksal olmaktan ziyade işlemsel olarak öğrencilere öğretilmektedir; örneğin, toplama işleminin tersi çıkarma, çarpma işleminin tersi bölmedir.

Piaget ve Moreau'ya göre çocuklar somut işlemler dönemi öncesinde toplama ve çıkarmanın ters işlemler olduğunu farkında değildirler (Piaget ve Moreau, 1977). Bunun yanı sıra Piaget çocukların bir nesnenin yerinin değiştirilmesi sonucu oluşan tersine çevrilebilirliği 18 aylıktan itibaren anlayabildiklerini fakat sayısal işlemlerdeki tersine çevrilebilirliği 6-7 yaştan önce anlayamadıklarını belirtmiştir (Piaget, 1952). Matematikte tersine çevirme üzerine yapılan araştırmalar okul çağı çocuklarının ve yetişkinlerin toplama ve çıkarmanın tersine çevrilebilir işlemler olduğunu yaygın bir biçimde anladıklarını göstermektedir (Bisanz ve Lefevre, 1990; Stern, 1992). Bisanz'a göre ise tersine çevirme prensibini uygulayabilen çocukların oranı yaşlarıyla birlikte artmaktadır.

Daha yeni araştırmalar ise okul öncesi çocukların bile tersine çevirme ilkesini algılayabildiklerini göstermiştir (Bryant, 1999; Klein ve Bisanz, 2000; Rasmussen, 2003; Vilette, 2002). Örneğin; Bryant (1999) tersine çevirme ilkesinin nitel mi nicel mi olduğunu incelemiş, yaptığı çalışmada tersine çevirmenin okul çağı ve okul öncesi çocuklarda kullanılması için bir metot geliştirmiş, sayı yerine bloklar kullanmıştır. Kullanılan problemler de çocukların düzeyine uygun zorlukta hazırlanmıştır. Bu çalışmada 5-8 yaş arası çocuklar tersine çevirme problemlerine standart problemlere nazaran daha doğru cevaplar vermişlerdir. En küçük okul çağı çocuğunun bile çok yoğun toplama çıkarma işlemlerinden ziyade tersine çevirme kısa yollarını kullandıkları görülmüştür. Bryant'ın blokları kullanmasındaki amaç benzer olan ve benzer olmayan koşulları katarak nicel ve nitel tersine çevirme

arasındaki farkı gözlemleyebilmektir. Tersine çevirmenin nitel mi nicel mi olduğunu anlamak amacıyla baştaki bloklara ilk olarak aynı bloklar eklenmiş ve çıkarılmış, ikinci olarak ise farklı bloklar eklenip çıkarılmıştır ve çocuklar bu ekleme çıkarma olayını izlemişlerdir. İlk verilen bloklara farklı blokların eklenmesi, çıkarılması sonucu bir şey değişmediğini fark eden çocukların nicel yani rakamları kullanarak işlem yapma şeklinde tersine çevirme ilkesini kullandıkları, aynı bloklarla yapılan ekleme çıkarma sonucunda ise çocukların nitel yani rakamları kullanmadan başlangıç noktasına tekrar geri dönmenin mantığıyla tersine çevirme ilkesini kullandıkları belirlenmiştir.

Klein ve Bisanz yaptıkları çalışmada 4 yaşındaki çocuklara sözsüz olarak standart problemler ve tersine çevirme problemleri sormuşlar, sonuçların doğruluğunu, çözümlerini ve çözüm sürelerini kaydetmişlerdir. Kaydedilen verilere süre ve doğruluk-yanlışlık açısından bakıldığında çocukların kısa yollar kullanmasalar da aynı sonuca ulaştıkları görülmüştür. Fakat bu genellenmenin yanlış bir genelleme olduğu ortaya çıkmıştır, çünkü bu problemlerde çocuklar cevapların doğruluğu ve çözüm süreleri açısından birbirleriyle büyük ölçüde farklı olan çeşitli çözüm yolları üretmişlerdir. Rasmussen, Ho ve Bisanz'a (2003) göre, yapılan analizler açıkça kıyaslanabilen çözüm yollarıyla kısıtlandırıldığında tersine çevirme problemleri standart problemlerden daha hızlı çözülmüştür.

2. İLKÖĞRETİM MATEMATİK DERSİ ÖĞRETİM PROGRAMINDA TERSİNE ÇEVİRME PRENSİBİ

Çocukların okula başladıkları zaman hâlihazırda sahip oldukları bilgi düzeylerini ve ne tür bilgiye sahip olduklarını anlamak hem öğrenme ihtiyaçlarını tanımlayabilmek hem de kendilerine yapılacak öğretimde nelerin vurgulanması gerektiğini belirlemek açısından önemlidir. Programda yer alan bu kazanımlar Siegler'in (2003) belirttiği gibi evrensel iken çocuğun yaşadığı çevre ile ilgili olan öğrenmeler ise sosyal ve kültürelidir.

Türkiye’de değişen matematik programı ile birlikte ilköğretim matematik eğitiminin genel amaçları da bazı değişikliklere uğramıştır. Bu amaçlardan iki tanesi “Tersine Çevirme Prensi” ile uyum içindedir. Bu amaçlardan ilki; *öğrencilerin tahmin etme ve zihinden işlem yapma becerilerini etkin kullanabilmeleri*, diğeri de *problem çözme stratejileri geliştirebilmeleri ve bunları günlük hayattaki problemlerin çözümünde kullanabilmeleridir (MEB, 2005)*.

İlköğretim matematik programında matematik yeterlilikleri konusunda gerekli olan prensiplere ayrı ayrı doğrudan yer verilmemiş ancak dolaylı yoldan bu prensibin gerekliliği ve öğretilmesi gerektiği vurgulanmıştır. *Matematiksel kavramlar ve sistemlerin anlaşılması ve arasında ilişkiler kurulabilmesi; problem çözümlerinin probleme uygunluğunu ve akla yakınlığını kontrol etme ve yorumlama ve değişik problemleri çözmek için farklı problem çözme stratejileri kullanabilme; matematiksel örüntü ve ilişkileri analiz edebilme; mantığa dayalı çıkarımlarda bulunabilme ve bir matematiksel durumu analiz ederken örüntü ve ilişkileri kullanabilme* gibi ayrıntılı tanımlamalar içeren akıl yürütme becerisinin geliştirilmesi gibi genel ve alt konu alanı ile ilgili amaçlar araştırmacı tarafından fark edilmiş ve bu durum konuya ilgi çekilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

3. “TERSİNE ÇEVİRME PRENSİBİ” NEDİR?

Tersine çevirme işleminin kökeni ve başlangıcı tam olarak bilinmemesine rağmen, bu prensip (Inversion Principle) iki olasılık altında incelenebilir. Bu olasılıklardan bir tanesi nitel düşünmeden hareketle genellemenin nasıl yapıldığıdır. Öğrencinin bir nesnenin aynı miktarda eklenip aynı miktarda çıkarılmasının mevcut durumu değiştirmede günlük deneyimleri sayesinde anlayabilmesi, öğrencide genel anlamda tersine çevirme işlemi ile ilgili ilk düşüncelerin oluşmasını sağlamaktadır (Sherman ve Bisanz, 2007). Bu da öğrenci tarafından genellemenin nasıl yapıldığını ve bu genellemenin çıkış noktasını göstermektedir. Bu durum aslında bu prensibin anlaşılması için çocuklarda gerekli donanımın var olduğunu göstermektedir. Her ne kadar kavramsal anlamda bu donanıma sahip olursa da, matematik

öğretiminde kullanılan yanlış yöntemler ve öğrencilerin başarılarının, aritmetiksel işlem ve problem sonuçlarını bulmaya hapsedilmesi bu donanımı köreltmektedir. Edindikleri bu ilk nitel ya da anlamsal izlenimlerin nicel olarak işlemlere dökülmesi esnasında, daha hızlı ve daha doğru şekilde hesap yapabilmek için öğrenciler bir takım kısa yollara başvururlar. Bisanz ve LeFevre' nin (1990) belirttiği gibi hesaplanması zor problemlerin kolayca çözülebilmesini sağlayan kısa yollar oluşturabilmek için ve sayıları toplamının anlaşılabilmesi için de tersine çevirme bilincinin oluşması önemlidir. Toplama ve çıkarma arasındaki ilişkinin bir yönü “Tersine Çevirme Prensi”ni tanımlar, yani “ $a + b - b, a$ ” ya eşit olmak zorundadır; hesaplama gerekmez (Sherman ve Bisanz, 2007).

Tersine çevirme prensibi ile ilgili bilgiler, günlük yaşam deneyimlerini, verilen problemde hangi sayı değerlerinin ya da ipuçlarının diğerlerinden daha önemli olduğunu, sayısal işlemleri ve matematiksel prensipleri içerir. Bu prensip, nesnelere, nesnelere resimleri, somut sayılar ve cebirsel değişimler kullanılarak ifade edilebilir (Schneider & Stern, 2009).

3.1. “Tersine Çevirme Prensi” Neden Önemlidir?

Matematik dersinde anlamlı öğrenmenin öğretmen tarafından gerçekleştirilmesi oldukça önemli ancak bir o kadar da zor gerçekleştirilebilen bir amaçtır. Öğretmenlerin öğrenmeyi anlamlı kılabilmek için, öğrencilerin derslerdeki uygulamalar sırasında kullandıkları öğrenme stratejilerini ve neden bu stratejileri kullandıklarını bilmeleri gerekir. Bu stratejilerden bir tanesi de Piaget'e (1952) göre somut işlemler (7-11 yaş) döneminde kazanılması gereken tersine çevirme stratejisidir. O halde tersine çevirme prensibini anlayabilmek anlamlı öğrenme için gerekli bir yeterliliklerdir. (Baroody, Torbeyns ve Verschaffel (2009) tersine çevirme prensibinin tanımlanmasında yaşanan karışıklığı, $a+b = c$ ise $c-b = a$ ilişkisinin $a + b - b = a$ ilişkisiyle bağlantılı olduğunu ancak aynı olmadıklarını, matematiksel ve psikolojik açıdan fark bulunduğunu ileri sürmüşlerdir. Onların tanımları, $a+b=c$ ise $c-b=a$ ilişkisini deneysel ya da deneysel (ampirik) tersine çevirme, $a+b-b=a$ ilişkisinin ise tersine çevirme prensibini ifade ettiğini ileri sürmüştür.

Tabii ki tersine çevirme stratejisini aritmetik problemlerin çözümünde kullanmadan önce bu kavramın idrak edilmesi gerekir. Sherman ve Bisanz (2007) verdikleri temiz elbisenin kirletilmesi ve sonra tekrar temizlenerek ilk alındığı yere yerleştirilmesi örneğiyle, niteliksel olarak bu kavramı anlamının niceliksel yani sayısal olarak tersine çevirme stratejisini kullanmanın temelini oluşturduğundan bahsetmişlerdir. Bununla bağlantılı olarak stratejinin niceliksel olarak kullanımı, daha üst düzeyde kullanımlara ve işlemleri kolaylaştırmaya da temel oluşturmaktadır. Bu stratejinin somut nesnelere boyutunda anlaşılması (yani herhangi bir nesnenin sayısı), bu nesnelere sembolik aritmetik düzeyde (örneğin, $5+3-3=5$) kullanılmasına, daha sonra da sayısal değerlerin bağımsız bir şekilde geçerli olduğu (örneğin, $a + b - b = a$; Bisanz, Watchorn, Piatt and Sherman, 2009) cebirsel içgörünün kazanılmasına yardımcı olabilir. Tersine çevirme prensibi aynı zamanda çıkarmada hükümsüzlük prensibi ($a - a = 0$), çıkarmada özdeşlik prensibi ($a - 0 = a$) ve bütünlük ya da tamamlama prensibi ($a + b = c$ işlemi eşittir $a=c-b$ işlemine) gibi kendisiyle ilişkili prensiplerin anlaşılmasına yardımcı olur (Baroody, Lai, Li and Baroody, 2009). Aslında bütün bu prensiplerin daha net anlaşılması genel aritmetik bilgisine ve aritmetik problemlerinin çözülmesinde gerekli yeteneklerin gelişmesinde de önemli katkı sağlayabilir (Schneider and Stern, 2009).

Tersine çevirme prensibi, matematiksel yeterliliğin oluşmasında gerekli olan dört temel prensipten bir tanesidir. *Olumsuzlama* (eksiklik), *özdeşlik*, *tersine çevirme* ve *tümleme* prensiplerinin bilinmesi matematiksel yeterliliğin kilit noktalarını geliştirebilir. Bunlar, kavramsal anlama, uyarlanabilir akıl yürütme, hesaplama hızı ve stratejik yeterliliklerdir (Matematiksel yeterlilik, Ulusal Araştırma Kurumu'na "National Research Council" göre K-8 öğretiminin genel amacıdır) (Kilpatrick, Swafford ve Findell, 2001; Akt: Baroody, Torbeyns ve Verschaffel, 2009).

Zihinsel işlem yapma, herhangi bir araca başvurmadan yapılan hesaplamalardır (Pesen, 2003). Günlük hayatta olmazsa olmaz gerekliliklerden birisi olan zihinden işlem yapma becerisinin en önemli faydası, Pesen (2003), Olkun ve Toluk'a (2007) göre bir kavramın farklı durumlarda algılanabilmesini, mantıklı analiz

yapabilmeyi, farklı teknikler kullanabilmeyi ve günlük hayatta pratik karar verebilmeyi sağlamaktadır.

Matematiksel düşünme sürecinde yer alan önemli zihinsel etkinliklerden birisi “Tersine Çevirme” stratejisinin kullanımınıdır. Tersine çevirme stratejisinin ne ölçüde kullanıldığının araştırmacılar tarafından keşfedilmesi iki nedenden dolayı önemlidir (Bisanz ve diğerleri, 2009). Bu nedenlerden ilki, Bisanz ve diğerlerinin (2009) da üzerinde durduğu, *farklı türlerdeki bilgiler arasındaki ilişkilerin kurulabilmesi açısından çocuklarda öncelikle tersine çevirme prensibinin geliştirilmesi* gerektirir. Tersine çevirme mantığının anlaşılması, temelde olaylar arasında neden sonuç ilişkisi kurulması ile yakından ilişkilidir. Piaget ve Moreau (2001) da işlemsel ya da doğru bir şekilde yapılan mantıksal düşünme için tersine çevirme prensibinin anlaşılması gerektiğini ifade etmiştir (Akt: Baroody, Torbeyns ve Verschaffel, 2009).

İkinci neden olarak ise tersine çevirme prensibinin anlaşılmasının matematik pedagojisi açısından önemli olarak kabul edilen sorunların anlaşılmasına potansiyel oluşturması söylenebilir. Dört işlemde sayıların tamamlayıcı niteliğinin anlaşılması ve parça-bütün ilişkisinin içinde aritmetik akıl yürütmenin tamamıyla birbirleriyle ilişkili olduğu bilgisinin oluşması, “tersine çevirme” kavramının anlaşılması için gereklidir (Bryant, 1992; Christie ve Rendu, 1999; Piaget, 1965; Inhelder ve Piaget, 1958; Rasmussen, Ho, ve Bisanz, 2003; Vilette, 2002; Akt: Baroody ve diğerleri, 2009). Tersine çevirme prensibi ile ilgili bilgilerin bir kısmına bile sahip olmak matematiğin değişkenler arasında var olan soyut bir ilişki sistemi olarak algılanması konusunda çocuklara yardımcı olarak (Baroody ve diğerleri, 2009; Nunes, Bryant, Hallett, Bell and Evans, 2009) ve aynı zamanda öğrencilerin kullandıkları problem çözme stratejilerini uygulamalarında onlara kolaylık sağlayabilir (Torbeyns, De Stassens, Chesquiere, & Verschaffel, 2009; Akt: Schneider, M. & Stern, E., 2009). Daha genel açıdan bakıldığında ise çocukların sahip oldukları tersine çevirme soyut kavramının, ki çok erken yaşlarda sahip oldukları bir bilgidir aslında, bu çocukların matematik öğrenmelerini ve işlem yapmalarını etkilediği söylenebilir (Siegler, 2003). Gelman ve Gallistel’in (1978) uzun yıllar önce net bir şekilde tanımladığı ve çocukların hesap yapmalarındaki çabuklukla ilgili

olarak hızlı öğrenmenin de temelini oluşturan temel hesaplama prensipleri de aslında öncelikle soyut anlama ile ilgilidir. Aynı zamanda bu prensipler okul öncesi dönemde bulunan çocukların sahip oldukları prensiplerdir. Bir nesneye sadece o nesneyi ifade eden bir sayının ismiyle değer verme anlamına gelen "*Değer Verme Prensi*"; sayılara her zaman aynı düzende ya da sırada değer vermeye karşılık gelen "*Sabit Düzen Prensi*"; bir dizide yer alan nesnelerin sayısının en son söylenen sayı değerine karşılık geldiğini belirten "*Nicelik Prensi*"; sayılan nesnelerin sıralarının önemli olmadığını içeren "*Düzen Dışı Olma Prensi*" ve belirtilen dört prensibinde herhangi bir nesne dizisine uygulanabileceğini savunan "*Soyutlama Prensi*" (Siegler, 2003) bakıldığında tersine çevirme prensibinin anlaşılmasını destekler nitelikte paralellik olduğu görülmektedir. Özellikle değer verme ve düzen dışı olma prensiplerinin iyi bir şekilde anlaşılması, tersine çevirme stratejisinin uygulanmasında oldukça önemlidir, çünkü yerleri sabit ve değişmez gibi görünen sayılar aslında tersine çevirme stratejisi ile düzen dışı pratik bir düşünme işlemi ile çok kısa sürede hesaplanabilmektedir. Tersine çevirme stratejisinde hangi sayının hangi sayıyı ortadan kaldıracağını belirli bir sırası yoktur.

3.2. Aritmetiksel Uygulamalarda Tersine Çevirme (Inversion) Prensi ve Stratejisi

Dört işlem kavramı içinde yer alan toplamsal ifadeleri içeren "toplama ve çıkarma", çocuklara öğretilecek olan en temel matematiksel akıl yürütme şeklidir. Tersine çevirme prensibi (Inversion Principle), temel matematiksel akıl yürütme işlemine oldukça katkıda bulunabilecek bir düşünme temelidir ve stratejik olarak kullanılabilen bir düşünme şekli olduğu için matematiksel düşünme ve matematik yeterliliğinin olmazsa olmazıdır. Bu yüzden bu prensibin anlaşılmasının ve strateji olarak kullanılmasının, toplamsal ifadeler içeren problemlerin çözülmesinde üstünlük sağlayacağı düşünülmektedir.

İlginç bir şekilde 6 ve 9 yaşlarındaki çocukların ($a + b - b$) türü problemlerin çözümündeki performansları daha küçük yaşlardaki çocuklara göre daha hızlıdır ve standart bir işlemin yapılmasına (b 'nin sayı değerinin büyük olmadığı işlem durumu) dönük performans hızlarında bu iki yaş arasında bir farklılık yoktur. Ancak 9 yaşındaki çocuklar da " b " nin sayı değeri büyüdüğünde 6 yaşındakiler gibi problemin çözümüne yönelik daha fazla zaman harcarlar (Bisanz & LeFevre, 1990; Stern, 1992). Aynı miktarda sayının eklenmesi ve çıkarılmasının orijinal sayı miktarını değiştirmedigini içeren "tersine çevirme prensibinin" daha ilkokulun ilk yıllarında keşfedildiğine dair bir anlayış vardır. Bu prensibin anlaşılıp anlaşılmadığı " $a + b - b = ?$ " (örneğin, $25 + 8 - 8 = ?$) formatındaki bir problemle ilgili performansın incelenmesiyle değerlendirilebilir. Bu tür problemleri tersine çevirme prensibini uygulayarak çözen çocuklar soruyla karşılaştıkları anda ikinci " b " yi dikkate almadan cevap verirler çünkü toplama ve çıkarma yapma gerekliliği duymazlar. Tam tersine " b " yi ekleyerek ve çıkararak problemi çözen yani aritmetik işlem yapan çocuklar, " b " sayısının değeri büyük olduğunda soru çözümünde daha fazla zaman harcarlar (Siegler, 2003). Çünkü sayı değeri büyüdüğünde işlem için harcanan zaman küçük değerdeki sayılarla yapılan işlemlere göre daha uzun zaman alır.

Piaget ve Moreau (2001) yaptıkları bir araştırmada çocuklara sayılarını bilmedikleri tuğlalar vererek bir deney düzenlemişlerdir. Çocuklara önce önlerindeki tuğlalara 3 adet tuğla eklemeleri komutu verilmiş ve toplamda kaç tuğlaları olduğu sorusu yöneltilmiştir. Daha sonra ise 3 adet tuğla çıkartmaları istenmiş ve ekleme çıkarma yapmadan önce kaç tuğlaları olduğu sorulmuştur. Bu deneyde çocuklara verilen ve işlem yapmaları istenen tuğlalar rakam olarak değil, adet olarak ifade edilmiştir. Çocuklara 'nasıl bildiniz?' sorusu sorulduğunda çocukların bir kısmı bunu nasıl bildiklerini açıklayamazken, 10 yaş ve üstü çocukların açıklayabildikleri görülmüştür. Yaptıkları bu çalışma sonrasında Piaget tersine çevirme prensibini bilişsel gelişim dönemlerinden birisi olan somut işlemler (7-11 yaş) dönemi içinde incelemiştir. Piaget tarafından sıkça belirtilmiş olan fakat başka hiç kimse tarafından ciddi şekilde ele alınmamış bir nokta da şudur ki; bir kişi toplama ve çıkarma işlemleri arasındaki ters ilişkiyi anlamadığı sürece bu iki işlemin doğasını

algılayamaz. Bunun yanı sıra bir çocuğun sayının doğasını anlayabilmesi için, bir sayıya diğer bir sayıyı ekleme ve eklenen sayıyı çıkarma işleminin bu sayıyı aynı oranda arttırıp aynı oranda azalttığını fark edebilmesi gerekir. Örneğin, sayı doğrusu üzerinde düşünecek olursak 7 sayısını 9 yapan 2 birimlik bir artıştır ve 9 sayısında geriye doğru aynı birim oranında eksilme bizi yine 7 sayısının bulunduğu noktaya götürür; yani işlemi gerçekleştiren sadece iki birimin pozitif ve negatif yönlerdeki hareketleridir. Piaget, somut işlemlerin altında yatan gruplamanın tersine çevirme mantığının kullanılmasının çok önemli bir parçası olduğunu belirtmiştir (Bryant, Christie ve Rendu, 1999).

Gilmore ve Spelke'nin (2008) çocukların toplama ve çıkarma işlemleri arasındaki ilişkileri anlamaları konusunda yaptıkları bir araştırmada, çocukların tersine çevirmeyi büyük sayılarla yapılan işlemlerde başarılı bir şekilde tanımları ve kullanmalarının yine bu çocukların büyük sayıları içeren özdeş problemlerde tersine çevirmeyi kullanmalarındaki başarısızlıklarıyla çeliştiğini ortaya çıkardıkları görülmektedir. Çocukların aritmetiğin mantıksal yapısı üzerindeki hâkimiyetleri öncelikle yaklaşık durumları ifade eden sayıları (sembolik ya da sembolik olmayan) içeren durumlarda ifade edilebilir ve daha sonra bu ifadeler okulda karşılaşılan özdeş aritmetik işlemlerinde kendini göstermektedir.

$(a+b-b)$ şeklindeki bir tersine çevirme probleminde herhangi bir hesaplama ihtiyacı duymadan sonucun (a) olduğunu bilmek kişinin toplama ve çıkarmanın tersine çevrilebilir işlemler olduğunu anladığını gösterir ve çözümü oldukça zor olacak bir problemin çabuk ve kolayca çözülmesini sağlar (Rasmussen, Ho, Bisanz, 2003). Rasmussen, Ho ve Bisanz'a göre $7+5-5$ gibi tersine çevirmenin kullanılabilceği bir problemde hesap yapmaya gerek kalmaz ve $6+5-3$ gibi bir işlemden daha hızlı ve daha doğru bir şekilde çözülebilir. $6+5-3$ gibi bir problem daha yüklü bir toplama ve çıkarma yapmayı gerektirir ve $7+5-5$ tipinde bir problemden daha uzun sürede çözülmesi ve hatalı olma olasılığı yüksektir (Rasmussen, Ho, Bisanz, 2003). Bu nedenle tersine çevirme matematiksel bilişin gelişmesinde önemli bir yer tutmaktadır. Tersine çevirmeyi ya da işlemlerin tersine çevrilebilirliğini anlamak

sayıların doğasını anlamak açısından gereklidir (Piaget, 1952; Akt: Bryant, Christie, Rendu, 1999).

Piaget'in belirttiği gibi, toplama ve çıkarmayı doğru olarak yapabilmek, toplama ve çıkarmayı gerçekten anlamış olmayı göstermemektedir. Bu yüzden toplama ve çıkarma işlemlerinin öğretiminin gerçekten benimsetmek üzere koordine edilmesi gerekmektedir. Bryant (1999), küçük çocukların aritmetik anlamda toplama ve çıkarmayı kullanmalarından önce toplama ve çıkarma işlemlerinin birbirinin tersi işlemler olduğunu iyi biliyor olmaları gerektiğini belirtmiştir. Bu işlemlerin kullanılmasından önce de birbirlerinin tersi işlemler olduklarının bilinip bilinmediği kontrol edilmelidir. Bryant, Christie ve Rendu (1999), çocukların tersine çevirme prensibini problemlerde kullanmalarındaki başarısızlığın iki olağan sebebi olduğundan bahsetmişlerdir. Bu sebeplerden bir tanesi bu prensibi anlamamış olmaları, bir diğeri de prensibi anlamış olmalarına rağmen bir ya da başka bir sebepten dolayı onu kullanma kararı vermiş olmalarıdır. Eğer bu sebeplerden ikincisi doğru olan ise bu prensibi bazı durumlarda kullanmaları diğerlerinden daha fazla olabilir.

Yapılan araştırmalar incelendiğinde çocukların toplama çıkarmanın birbirinden bağımsız işlemler değil de birbirinin tersi işlemler olduklarını anladıklarında işlemler üzerinde daha kolay mantık yürütebildikleri görülmüştür. Vilette'ye (2002) göre, çocuklara toplama ve çıkarmanın birbirine bağlı işlemler olarak verilmesi, onların parça-bütün arasındaki ilişkileri fark etmelerini ve bu ilişkiyi kullanarak doğru aritmetik mantık yürütmelerini sağlamaktadır. Bu iki işlemin birlikte verilmemesi durumunda çocukların $a+b-b$ tipinde sunulmuş bir problemin çözümünde doğru bir mantık yürütüp tersine çevirmeyi kullanabilmeleri pek mümkün olamaz. PISA'nın değerlendirmesine göre bir çözüm oluştururken, problemi çözen kişi değişkenler arasındaki ilişkiyi tanımlamalıdır. Stratejinin seçiminde, problem çözen kişi problemin sebebini ve etkisini dikkate almalıdır. Bu aktiviteler sıklıkla analitik düşünme, sayısal mantık yürütme, analogik ve bir araya getirici düşünme yetenekleri gerektirir (PISA, 2003). PISA'nın değerlendirmeleri dikkate alındığında, problemde yer alan değişkenlerin arasındaki ilişkinin anlaşılıp tanımlanabilmesi,

“Inversion” yani “tersine çevirme” prensibinin varlığının bir göstergesi olabileceği gibi, aynı zamanda bu stratejinin kullanılabilmesi için bir önkoşul olarak da kabul edilebilir.

Nunes, Schliemann ve Carraher (1993) tersine çevirme prensibini kullanmanın ayrıştırma işlemlerinde de kolaylık sağlayacağını belirtmişlerdir. Örneğin $52+28-27$ gibi bir problemde bir kişinin $28'i 27+1$ şeklinde ayrıştırabilmesi ve buradan da $52+1$ sonucuna kolayca ulaşması da tersine çevirme kısa yollarını kullandığını göstermektedir. Ayrıştırma işlemlerinin yapıldığı zihinden işlem yapma stratejileri, Öztürk ve arkadaşlarının (2009) matematik dersinde yapılan alıştırma ve uygulamaların ilköğretim 2. ve 5. sınıf öğrencilerinin zihinden işlem yapmalarına etkisi üzerine yaptıkları çalışmada zihinden işlem yapma becerilerinin anlaşılması için incelenmiştir. Bu çalışmada zihinden işlem yapmada strateji kullanan öğrencilerin, işlem sürelerinde zihinden işlem stratejisi yerine parmakla sayma ya da biçimsel yöntemleri kullanan öğrencilere göre bir kısalma gözlenmiştir. Aynı zamanda bazı öğrencilerin zihinden toplama stratejilerini geliştirebildikleri ya da verilen etkinliklerde bazı yöntemleri fark edebildikleri belirlenmiştir. Bu iki çalışma göz önüne alınırsa, tersine çevirme stratejisini kullanan ve bu stratejiyi kullanırken doğal olarak zihinden işlem yapan öğrencilerin kesinlikle zamandan kazandıkları ve kolaylıkla sonuca ulaşabildikleri söylenebilir.

Robinson ve Ninowski (2003), $a + b - b$ tipindeki probleme ek olarak $d \times e / e$ şeklindeki yeni bir tersine çevirme problem tipini vererek yetişkinlerin her iki tip tersine çevirme problemindeki performanslarını incelemişlerdir. Yapılan incelemeler sonucu yetişkinlerin her iki tip tersine çevirme probleminde de kısa yollar kullandıkları fakat $a+b-b$ tipindeki problemlerde daha çok kullandıkları görülmüştür. Yapılan çalışmada bu iki tip problemde ($a + b - b$; $d \times e / e$) hangisinin önce çözülmüş olduğu, kullanılan kısa yolların hızını ve sıklığını etkilememiştir. Genel olarak yetişkinlerin çarpma bölme arasındaki ters ilişkiyi anlamalarının, toplama çıkarma arasındaki ilişkiyi anlamalarından daha zayıf olduğu görülmüştür. Ve bu çalışma ile tersine çevirme kavramını bir problem tipi üzerinde kullanmanın, bir diğerine transfer edebilmek anlamına gelmediği belirlenmiştir.

Robinson, Ninowski ve Gray (2006) tarafından 47 adet 6. sınıf ve 43 adet 8. sınıf öğrencilerinin katılımlarıyla gerçekleştirdikleri “Çocukların tersine çevirmeyle ilgili aritmetik kavramları ve ilişkileri anlamaları” konusundaki çalışmalarında, aritmetik problemlerinin çözülmesi için öğrenciler tarafından beş strateji kullanıldığı anlaşılmıştır. Bu stratejiler *Tersine çevirme*, *Olumsuzlama* ya da yok sayma, *Soldan-sağa işlem*, *Sağdan-sola işlem* ve *Reddetme* ya da görmezden gelme stratejileri olarak belirlenmiştir. Bu çalışmanın sonuçları, her iki sınıf düzeyindeki öğrencilerin tersine çevirme üzerine oluşturulan kestirme yolların çalışmada öğrencilere sorulan tersine çevirme problemlerinin çözümünde kullanıldığı ve yaşı daha büyük olan öğrencilerin kestirme yol çözümlerini yaşı küçük olan öğrencilerden daha sık kullandıkları belirtilmektedir.

Çocuklar tarafından basit toplama ve çıkarma problemlerini çözmek için kullanılan kendine özgü stratejiler bir kültürden diğerine az çok farklılık gösterebilir, fakat hesaplama işlemine yardımcı olmak için genellikle somut nesnelerin kullanılmasını içerir (Geary, 2006). Birleşik Devletlerde (Amerika) yaşı küçük çocuklar “3+4 kaç eder?” gibi sözel problemlerle karşılaştıklarında topladıkları her bir rakamı genellikle nesnelere sayısıyla ilişkilendirerek ifade edecekler ve daha sonra bütün nesnelere “bir” den başlayarak sayacaklardır; üç parçayı ve sonra dört parçayı birer birer sayacaktır. Eğer ortamda nesnelere mevcut değilse onların yerine çoğu kez parmaklar kullanılacaktır (Siegler ve Shrager, 1984; Akt: Geary, 2006). Koreli ve Japon çocuklar da görünürde benzer bir strateji kullanırlar (Hatano, 1982; Song ve Ginsburg, 1987; Akt: Geary, 2006). Bir şekilde olan Papua Yeni Gine’nin Telefomin bölgesinde yaşayan ve Oksapmin dilini konuşan eski insanlar, vücutlarındaki kısımları sayma temeline dayanan benzer bir stratejiyi kullanırlar (Saxe, 1982; Akt: Geary, 2006). Her ne kadar farklı ülke ve kültürlerde bulunsalar da küçük yastaki çocukların basit toplama ve çıkarma işlemlerinin yapılmasında kullandıkları stratejiler benzerlik göstermektedir. Bu durum, bu çocukların “tersine çevirme” stratejisini kullanma şekillerinin de farklı ülke ve kültürler arasında benzerlik gösterebileceğini göstermektedir.

4. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Temel bir akıl yürütme yolu olan bir miktara yenisini ekleme ve çıkarma, tersine çevirme mantığıyla birlikte öğretildiğinde çok daha kalıcı olabilir, çünkü aritmetiğin temelini oluşturan toplama ve çıkarma işlemlerini gerçekleştirebilen matematiksel akıl yürütme işlemine katkıda bulunabilir. Okul öncesi dönemde kavram olarak anlaşılabilen tersine çevirme stratejisini ilkökul dönemine geldiğinde kullanamayan çocuklar, belirli bir süre sonra matematiğin ya da aritmetik problemi çözmenin sadece işlemlerden ibaret olduğunu algılayabilir. Bu durum, sayı sembolleri ve işlemler arasındaki ilişkileri kurmada yeterli olmadığı zaman çocuğun matematik dersinden uzaklaşması ve kendini başarısız görmesine kadar gidebilir. Peki ne yapılabilir? Bu prensibin anlaşılması için problem çözümü esnasında tersine çevirme stratejinin öğretmen tarafından kullanılması ve ne yaptıklarını ve neden yaptıklarını bilmeden öğretmenleriyle aynı yolu kullanan öğrencilerin, diğer arkadaşlarına göre aritmetik problemlerini daha hızlı çözmeleri yeterli midir? Bu öğrencilerin diğerlerine göre problem çözme hızında üstünlük sağlamaları ve ilerleyen zamanlarda daha karmaşık işlemlerle karşılaştıklarında bu eksikliğin artarak devam etmesi olağan mıdır? Tabii ki bu soruların cevapları tartışmalı olabilir. Ancak şu bir gerçektir ki “Tersine Çevirme” kavramının anlaşılması, içinde tersine çevirme mantığı olan problemlerin çözümünde çocukların izledikleri zihinsel süreçlerin keşfedilmesi ve kullandıkları stratejilerin belirlenmesi çocukların aritmetikteki başarılarını değerlendirebilmek ve daha iyiye götürmek için önemlidir.

Çocuk eğitimiyle uğraşanların oldukça iyi bir şekilde bildiği ve bu makalede açıklanan *tersine çevirme prensibinin* anlaşılması için bir ön koşul olabilecek “*Korunum prensibi*” bize miktarların yerlerinin veya şekillerinin değişmesinin, sonuçtaki miktarı ya da toplamın sonucunu değiştirmede söyledi. Carey’in (1987) bu fenomenini tekrar analiz etmesiyle *korunumun* aslında, Piaget’in de daha önceden ileri sürdüğü gibi, mantıksal gerekliliğin bir sonucu olmadığı, bu yüzden korunumu mantıksal analiz ile öğrenemeyeceğimiz sonucu belki de birçok kişinin tahmin edebileceği bir durumdu. Ancak, “korunum prensibinin” yaşadığımız dünya ile ilgili deneysel bir gerçeği içerdiği ve eğer miktarın içinde bulunduğu şekilde ve durumda bir değişiklik varsa, bu değişimin anlamlı ve miktar ile ilişkili olması fikri

dikkate değer bir ilgi uyandırdı (Gordon, 2008). Peki, bu prensibin tersine çevirme prensibi ile ilişkisi nedir? Daha önceki bölümlerde de belirtildiği gibi, korunum prensibini anlayamayan bir çocuğun tersine çevirme prensibini anlamasının da hemen hemen mümkün olmadığı söylenebilir. Bu yeterliliğin okul öncesi dönemdeki çocuklarda var olduğu bilgisini hatırladığımızda tersine çevirme prensibinin, korunum prensibini kazanmış bir çocukta oluşma olasılığının paralellliğini görebiliriz.

İlkokul matematik öğretiminde, “Toplamsal” ifadelerin çözümünde tersine çevirme prensibi konusundaki yeterliliklerin değerlendirilmesi, bütün ilkökul öğren-cilerini kapsayan genel bir mantık yürütme sürecinin öğretilmesine ve dolaylı yoldan günlük hayatta düz mantıktan uzak analitik düşünme yeteneği kazandırılmış bireylerin yetiştirilmesine katkıda bulunabilir. Bu yordama ile doğru orantılı olarak ilköğretim düzeyinde tersine çevirme prensibinin mantıklı düşünme sürecine katkısı konusunda bilinçlenmiş öğretmenlere ihtiyaç vardır. Bu ihtiyaç, öğretmenlerin matematik yeterliliğinin prensipleri konusunda yeteri kadar bilinçli olmaları için bilgilendirilmeleri gereğini doğurur. Matematiksel yeterliliğin var olduğunun kabul edilmesi için çocukların kavramsal olarak matematiksel işlemleri anlayabilmeleri, işlemleri akıcı bir şekilde yapabilmeleri, işlemleri yaparken strateji kullanabilme yeterliliklerinin bulunması, işlemlere uyarlayabilecekleri bir mantık yürütülebilmeleri ve yeni fikirler ya da çözüm yolları üretme eğilimlerinin bulunması gerekir. Bu durumda “tersine çevirme” prensibini anlamış olan bir öğrenci, aritmetik ya da cebirsel işlemleri kavramsal olarak anlamış, mantık yürüterek strateji kullanabilen ve kullandığı bu strateji sayesinde matematiksel problemlere çok kısa sürede farklı çözümler getirebilecek durumda olan bir öğrencidir. Örneğin; Çocukların araştırma stratejilerini kullanmaları için “tersine çevirme prensibini” net olarak anlamaya ihtiyaçları vardır (Bryant, Christie, ve Rendu, 1999; Akt: Carr ve Hettinger, 2003).

Bu prensibin okul öncesi ve ilköğretim dönemindeki çocukta geliştirilmesi görevi okul içinde öğretmenlere okul dışında da ailelere düşmektedir. Bunun yapılabilmesi için öncelikle aritmetiğin mantığının ve sayıların bu mantığın üzerine oturtuluş şeklinin öğretmenler tarafından öğretilmesi önerilebilir. Çocukların büyük bir kısmının bu stratejiyi bilmeden parmakları ile sayma yoluna gitmeleri ya

da işlemi uzun uzun yapması durumu, bu stratejiyi kullanan öğrencilerle kullanmayan öğrenciler arasında işlemin sonucuna ulaşma zamanı arasında önemli bir fark yaratmaktadır. Ki bu fark matematik üzerine yapılan genel sınavlardan tutun da günlük hayatta karşılaşılan problemlerin çözümüne kadar birçok alanda stratejiyi kullananlara avantaj sağlayacaktır. Bu prensibin anlaşılması ve stratejisinin öğretilmesi nitel olarak ve oyunlarla yapılabileceği gibi sayıların kullanıldığı aritmetiksel işlem problemlerinin çözümünde de anlatılarak pratik yapılabilir. Fakat bütün bunlardan önce araştırmacıların ve öğretmenlerin, bir çocuğun tersine çevirme problemlerini nitelik mi yoksa nicelik temelinde mi çözdüğünü anlamaya ihtiyaçları vardır. Öğretimi her ne şekilde yapılırsa yapılsın, çocuklara mantıksal olarak öğretildiğinde sadece aritmetik problemlerde değil, günlük hayatta karşılaşılan benzeri durumlarda da çocuklar bu prensibin mantığı uygulayabilecekler ve bir takım şeyleri değiştirebileceklerinin farkına varabileceklerdir.

Bu makaledeki bilgiler, öğretmenlere ve öğretmen adaylarına bilgi verme amacını da gütmektedir. Öğretmenlerin aritmetiği öğretme yöntemlerindeki farklılıklar ya da eksikliklerin giderilmesi ve matematiği öğretmesinde, “tersine çevirme” ye (inversion principle) yeteri kadar önem verilmesinin öğrencilerin aritmetik başarısını arttıracak hipotez edilmektedir. Ayrıca, “aritmetikte uzman olan kişiler analitik düşünmeye eğilimlidirler ve tersine çevirme ilişkisinin anlaşılması da aritmetikteki uzmanlık için gereklidir” ilişkisinin toplumda analitik düşünen bireylerin sayılarının artması ve toplum için üretebilen, var olan kaynakları en iyi şekilde değerlendirebilen, problem üreten değil problem çözen bireyler yetiştirilmesi konusunda yararlar sağlayabileceği düşünülmektedir.

“Aritmetikte Tersine Çevirme Prensipleri ve Stratejisi” konusunda kuramsal anlamda genel bir temel oluşturulduğu düşünülen bu makale, konu ile ilgili yapılacak deneysel çalışmaları içtenlikle teşvik etmeyi de amaçlamaktadır.

KAYNAKÇA

Baroody, A. J., Torbeyns, J. & Verschaffel, L. (2009). Young children's understanding and application of subtraction-related principles. *Mathematical Thinking and Learning*, 11, 2-9.

Baroody, A. J., Lai, M., Li, X & Baroody, E. (2009). Preschoolers' understanding of subtraction-related principles. *Mathematical Thinking and Learning*, 11, 41-60.

Bisanz, J., ve LeFevre, J. (1990). Strategic and nonstrategic processing in the development of mathematical cognition. In D. F. Bjorklund (Eds.), *Children's strategies: Contemporary views of cognitive development*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 213-244.

Bisanz, J., Watchorn, R. P. D., Piatt, C. (2009). On 'understanding' children's developing use of inversion. *Mathematical Thinking and Learning*, 11, 10-24.

Bryant, P., Christie, C., Rendu, A. (1999). Children's understanding of the relation between addition and subtraction: Inversion, identity, and decomposition. *Journal of Experimental Child Psychology*, 74, 194-212.

Carr, M. ve Hettinger, H. (2003). Perspectives on mathematics strategy development. In J. M. Royer (Eds.), *Mathematical cognition* (pp.33-69). USA: Information Age Publishing Inc.

Dowker, A. (2005). *Individual differences in arithmetic: Implications for psychology, neuroscience and education* (pp. 123-148). New York: Psychology Press.

Geary, D. C. (2006). Development of mathematical understanding. In D. Kuhl

& R. S. Siegler (Eds.) *Cognition, perception, and language, Vol. 2* (pp. 777–810). W. Damon (Gen. Ed.), *Handbook of child psychology* (sixth edition). New York: John Wiley & Sons,

Gilmore, C. K. & Spelke, E. S. (2008). Children's understanding of the relationship between addition and subtraction. *Cognition, 107*, 932-945.

Gordon, P. (2008). Look ma, no fingers! Are children numerical solipsists? *Behavioral and Brain Sciences, 31*, 654-655. Doi: 10.1017/S0140525X08005712.

Klein, J. S. & Bisanz, J. (2000). Preschoolers doing arithmetic: The concepts are willing but the working memory is weak. *Canadian Journal Experimental Psychology, 54*, 105-114.

Lester, F.K. (2007). *Second handbook of research on mathematics teaching and learning: A project of the national council of teachers of mathematics*. National Council of Teachers of Mathematics (NCTM). USA: Information Age Publishing Inc.

MEB (2005), *İlköğretim Matematik Programı 1-5. Sınıflar*. Ankara: MEB Yayınları.

Nunes, T., Bryant, P., Hallett, D., Bell, D. & Evans, D. (2009). Teaching children about the inverse relation between addition and subtraction. *Mathematical Thinking And Learning, 11*, 61-78.

Nunes, T., Schliemann, A. L. & Carraher, D. (1993). *Street mathematics and school mathematics*. New York: Cambridge Univ. Press.

Olkun S., Toluk Z. (2007). *İlköğretimde etkinlik temelli matematik öğretimi* (Genişletilmiş 3. baskı).Ankara: Maya Akademi Yayıncılık.

Piaget, J. & Moreau, A. (2001). *The inversion of arithmetic operations*. In J. Piaget (Ed.), *Studies in reflecting abstraction* (R.L. Campbell, Trans., pp.69-86). Hove, UK: Psychology Press (Original work published 1977).

Piaget, J. (1952). *The child's conception of number*. London: Routledge ve Kegan Paul.

Rasmussen, C., Ho, E. & Bisanz, J. (2003). Use of the mathematical principle of inversion in young children. *Journal of Experimental Child Psychology*, 85, 89-102.

Robinson, K. M., Arbuthnott, K. D., Rose, D. McCarron, M.C., Globa, C. A. & Phonexay, S. D. (2006). Stability and change in children's division strategies. *Journal of Experimental Child Psychology*, 93, 224-238.

Robinson, K. M., Ninowski, E.J. & Gray L.M. (2006). Children's understanding of the arithmetic concepts of inversion and associativity. *Journal of Experimental Child Psychology*, 94, 346-362.

Royer, J. M. Sherman, J., Bisanz, J. (2007). Evidence for Use of Mathematical Inversion By Three-Year-Old Children. *Journal of Cognition and Development*, 8, 3, 333-344.

Schneider, M. & Stern, E. (2009). The inverse relation of addition and subtraction: A knowledge integration perspective. *Mathematical Thinking and Learning*, 11, 92-101.

Sherman, J., & Bisanz, J. (2007). Evidence for use of mathematical inversion by three-year-old children. *Journal of Cognition and Development, 8*, 333-344.

Stern, E. (1992). Spontaneous use of conceptual mathematical knowledge in elementary school children. *Contemporary Educational Psychology, 17*, 266-277.

Vilette, B. (2002). Do young children grasp the inverse relationship between addition and subtraction? Evidence against early arithmetic. *Cognitive Development, 1*, 365-383.

KREDİ TAHSİSİNDE RATING YÖNTEMİNİN SORUNLU KREDİYE ETKİSİ

Metin ATALAR[*]
Nisa Kıymet ŞAHİN[]**

ÖZ

Bankalar teknolojik yenilik ve rekabete paralel olarak her geçen gün gelişmekle birlikte, özünde mevduat toplama ve kredi pazarlama ana işlevi içinde faaliyet gösteren kurumlardır. Bankaların asli işlevi güven esaslı doğrultusunda piyasadan belli bir maliyetle fon toplamak ve belirli kar marjıyla yine piyasaya aktarmaktır. Ancak piyasadan toplanan fonların kredi olarak pazarlanması, banka politikası, piyasaların durumu ve hedef müşterilerin kredibilitesi kısıtları çerçevesinde gerçekleştirilebilmektedir. Özellikle ticari işletmelerin kredi taleplerinde mali tablolar analizi sonuçlarına göre verilen kredi kararı, bankaların sorunlu kredi oranını doğrudan etkilemektedir. Bankalar sorunlu kredilerinin oluşumunda önceden gerekli önlemleri alabilmek amacıyla, özellikle ticari işletmelerin finansal bilgilerini, aktarma ve arındırma işlemlerinden geçirerek yorumlanabilir seviyeye getirmektedirler. İşletmelerin finansal bilgilerinin bankalar tarafından yeniden gözden geçirilmesi ve düzeltme kayıtları yapılarak manipülatif raporlamaların tespiti ile bankalarda sorunlu kredi oranı düşerek, kredi kalitesinde artış yaşanabilecektir.

Çalışmanın amacı, ticari işletmelerin risk derecelerini belirleyen rating kredi değerlendirme yönteminin gelişmesi ve doğru kredi kararlarının verilmesi sağlanarak bankaların sorunlu kredi oranları düşürülerek, finansal risk haritalarındaki olumsuzlukları minimum seviyeye indirilmesine katkı sağlamaktır. Bu amaçla bir kamu bankasında değerlendirme yöntemlerine göre verilen kredilerin

* Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Muhasebe Finansman Programı

** Öğr.Gör. Balıkesir Üniversitesi, Bigadiç Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü

takibe düşme oranları karşılaştırmalı olarak verilmiş ve uygun tahsis yöntemiyle kredi risklerinin minimize edilebileceği vurgulanmıştır.

Bu çalışmayla, kredi tahsisinde işletmelerin finansal analizlerinin değerlendirilerek rating yöntemiyle verilen kredilerin diğer kredi değerlendirme yöntemlerine kıyasla sorunlu kredi oranını düşürdüğü ve banka mali bünyesinin bozulmasını önleyerek sermaye yeterliliğini arttırdığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kavramlar; Rating Yöntemi, Finansal Tablolar, Sorunlu Kredi.

The Effect Of Rating Method To Problematic Loans At Loan Allocation

ABSTRACT

With the improvement of banks each passing day, in paralel with technological innovation and competition, in essence, the banks are some institutions which operate in their main function of collecting deposits and loan marketing. The primary functions of the banks are to collect. Funds from the market with a certain cost in the direction of the confidence subject and to transfer them to the market again with a certain profit margain. However, the marketing of the funds collected from the market as loans, can be carried out within the constraints of the banking policy, the situation of the market and the credibility of the target markets. Particularly, in the loan requests of the trade associations, the loan decision made according to the analysis results of the financial situations affects the critical rate of the banks loans directly. With the aim of taking some necessary precautions in advance for the performing of the critical loans, the banks bring the financial information of the trade associations to a level at which it can be interpreted passing it through the transfer and purification proseduros. By reviewing of the financial information of the trade associations once more and preparing their correcting reports, with the determination of the manipulative reports and by reducing the critical rates of the loans at the bank an increase can occur in the loan quality.

The aim of this study is to develop rating loan assesment method which determines the risk ratings of commercial establishments, to ensure giving the proper loan decisions and to make contributions for the decreasing of problematic

loans of the banks and to reduce the problems to the minimum level in financial risk maps. To this end, to prosecution rates of the loans given with rating methods by a public bank has been given comperatively and it has been emphasised that the loan risks can be minimized with the proper allotment method.

In this study, it has been ascertained that in loan allotment, the loans which were given with rating methods have reduced the rate of problematic loans compared with the other loan rating methods and prevented the unstability of financial condition of the bank and enhanced capital adequacy.

Key Words; Rating Method, Financial Statements, Problematic Loan

1. GİRİŞ

Risklerin dağılımında ve yönetiminde en önemli rolü oynayan kurumların başında kuşkusuz bankalar gelmektedir. Bankalar, faaliyet gösterdikleri para ve sermaye piyasalarında çok çeşitli risklere maruz kalmakta, özellikle asimetrik bilginin olumsuz etkisi de dikkate alındığında, maruz kalınan risklerle mücadelede daha etkin yol ve yöntemler geliştirmek zorundadırlar. Bankacılık sektörü ve bankalar, ekonomik yapı ve ilişkiler sistemi içinde finansal aracılık fonksiyonu gören en önemli kurumlardır. Diğer bir ifadeyle (Ekren, 2008); bankalar fon fazlası olan birimlerden fonları toplayıp bunları fon ihtiyacı olan birimlere etkinlik, verimlilik ve alternatif maliyet prensipleri çerçevesinde aktarma görevi, yetkisi ve sorumluluğu olan ekonominin en kritik kurumlarıdır. Küresel ekonomi 1980’li yıllarda de-regülasyon sürecine, 1990’lı yıllarda ise makro ölçekli birçok finansal krize maruz kalmıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen olağanüstü hızlı yenilikler, küresel sermayenin bir ülkeden diğerine kolayca akmasını sağlamış ve bunun sonucunda sermaye getirinin en yüksek olduğu piyasalara doğru yönelmiştir. Ancak, yüksek getiri aynı zamanda yüksek risk anlamına gelebildiğinden, yaşanan finansal krizlerle ortaya çıkan büyük tutarlı kayıplar, zaman zaman sermayenin getiriyle orantılı olmayan riskli alanlara kaydığına dair bir gösterge olarak değerlendirilmektedir (Yayla ve Kaya, 2005). 2008 yılında ABD’de başlayan mortgage krizi sonrasında ABD’nin en büyük mevduat bankaları ve finansal kuruluşlarına

(Örneğin, Merrill Lynch, Lehman Brothers, Fannie Mae ve Freddie Mac, Washington Mutual) ABD hükümeti tarafından el konulmak zorunda kalınmış veya diğer banka ya da finansal kuruluşlara değerlerinin çok altında satılmışlardır. Bu durum başta yatırımcıları ve ABD ekonomisini daha sonra da tüm dünyayı olumsuz yönde etkilemiş, ayrıca finansal bilgiye olan güvenin bir kez daha zedelenmesine neden olmuştur (Çıtak, 2009).

Son yıllarda yaşanan krizler bankacılık sektörünün devamlı olarak denetim ve gözetim altında tutulmasının zorunlu olduğunu göstermektedir. Kredilerin geri dönmemesi veya mali plasmanlarından verim elde edilememesi ya da bunların büyük ölçüde değerini yitirmesi sonucunda bir bankanın yükümlülüklerini yerine getirmesindeki sorunlar, sistemdeki diğer bankaları ve kurumları da etkilediğinden kamu otoriteleri banka batıklarına meydan vermemek için bankaların finansal durumlarını sürekli gözetim altında tutmaktadırlar (Talu, 2001).

Bankacılık sektörünün ve dolayısıyla da küresel ekonomilerin muhtemel krizlerle daha sağlam finansal yapı ile mücadelesinde bankaların gerek iç yönetim mekanizması tarafından, gerekse de banka dışından yetkili otoritelerin gözetim ve denetimi altında bulundurulmaları gerekmektedir. Banka müşterilerinin kredibilite analizinde kendi iç sistemlerince hazırlanan kredi tahsis prosedürleri önemli olmakla birlikte, banka dışından gerek 5411 sayılı Bankacılık Kanunu gerekse de bu kanun doğrultusunda yetkili otoritelerce düzenlenen mevzuat ve yönetmelikler sektördeki en önemli yasal altyapıyı oluşturmaktadır. İlgili kanun doğrultusunda yayımlanan yönetmeliklerde bankaların kullandıracakları kredilerin nitelikleri ve sınırlılıkları belirtilmiştir. Belirtilen sınırlamalardan; özellikle Hesap Durum Belgesi'nin 250 Bin TL'nin üzerindeki kredi taleplerinde temin edilmesi, bu tutarın altındaki kredi taleplerinde alınmasının zorunlu olmaması bankaların sorunlu kredi oranlarında artışa yol açmaktadır.

2. BANKALARDA TİCARİ KREDİ TAHSİS YÖNTEMLERİ

Bankalarca tahsis edilerek kullanılan birçok kredi türü olmakla birlikte, bankaların risk yapısını en fazla etkileyebilecek kredi türü ticari ve kurumsal kredilerdir. Diğer kredi türlerine kıyasla toplam kredi hacmi ve maruz kalınan risk çeşitleri içinde ticari ve kurumsal kredilerin payı daha fazladır. Kredi riskinin oluşmasındaki en önemli nedenlerden biri kredilendirme öncesi yapılan yetersiz çalışmalardır.

Özellikle kredilendirme öncesinde (T.C.Ziraat Bankası, Risk İzleme Eğitim Notu, 2005);

- Firmalar hakkında yeterli düzeyde bilgi toplanmaması dolayısıyla, firmaların yeterince tanınmaması,
- Eksik evrak ve firmanın mali bünyesine ait bilgi noksanlığı,
- Yanlış teminatlandırma,
- Kredi tür ve tutarının yanlış belirlenmesi,

gibi unsurlar, kredinin daha başlangıçta sorunlu doğmasına yol açabilmektedir. Sorunlu kredi verilerek, bankaların kredi ve diğer risklerinin artışının engellenebilmesi için kredilendirme öncesi, firmaların faaliyetleriyle finansal tablolarının uygunluğu tespit edilmeli, finansal raporlarındaki bilgiler ışığında kredi ihtiyacı doğru belirlenerek ihtiyacının üzerinde kredi verilmemeli ve kredilerin verilmiş amacı dışında kullanılıp kullanılmadığı takip edilmelidir.

Çoğu risk yöneticisi gibi, banka kuruluşlarına inanan düzenleyiciler bu kuruluşların risklerini anlama yeteneğine sahip olmalıdırlar. Fakat kredi portföyündeki doğal risklerin tamamıyla ilgili tam bilgi sahibi olmak için, bankalar öncelikle onları ölçebilecek kapasiteye sahip olmalıdır (Henkel, 2011).

Bankalarca ticari ve kurumsal kredilerin tahsis sürecinin yukarıda belirtilen önemi nedeniyle, kredi tahsis yöntemleri de aşağıdaki gibi sınıflara ayrılmıştır:

- Rating Yöntemi
- Scoring Yöntemi
- Hesap Durum Belgesi Alınmaksızın Kredi Yöntemi-(HDA)
- Diğer Yöntemler

2.1. Rating Yöntemi

Rating yöntemi, işletmenin finansal ve finansal olmayan tüm bilgilerinin, konusunda uzman personel tarafından, daha geniş bir istihbarat çalışmasıyla hazırlanan ve analiz raporları doğrultusunda yapılan değerlendirme yöntemidir. Rating yönteminin altyapısını oluşturan mali tablolar analizi, bir firmanın mali durumunu, faaliyet sonuçlarını ve finansal yönden gelişmesini değerlendirebilmek, gelişme yönlerini saptayabilmek ve firma ile ilgili geleceğe dönük tahminlerde bulunabilmek için, mali tablolarda yer alan kalemler arasındaki ilişkilerin ve bunların zaman içinde göstermiş oldukları eğilimlerin incelenmesi (Akgüç, 2006) süreci olarak tanımlanmaktadır. Bu süreçte bankalar tarafından, güvenilir ve değişik kaynaklardan faydalanarak yürütülen istihbarat çalışmaları ile kredi müşterilerinin hukuki yapıları, ticari ahlaki ve girişimciliği tespit edilirken; mali durumlarını yansıtan belgeler üzerinden yapılan mali analiz çalışmalarıyla da, işletmelerin finansal yapılarının, gelişmelerinin, faaliyetlerinin ve faaliyet sonuçlarının, sektörün ve ekonominin genel durumu çerçevesinde incelenmesi, yorumlanması ve raporlanması çalışmaları yapılmaktadır. Firmaların finansal tabloları ve finansal olmayan analizleri sonucunda belirlenen rasyolar yardımıyla hesaplanan rating puanı kredi değerlendirmesinde esas alınmakta ve kredi şartları bu puan doğrultusunda belirlenmektedir.

2.2. Scoring Yöntemi

Scoring yöntemi, işletmenin piyasa istihbaratı, ticari moralitesi ile birlikte finansal verileri dikkate alınarak belirlenen skor puanının, alınacak teminatının ve kredi şartlarının sistem tarafından belirlenmesi yoluyla yapılan kredi tahsis yöntemidir. Kredi müşterilerinin ölçeği, moralitesi, mali ve mali olmayan verileri ile bilanço dışı varlık ve borçları değerlendirilerek müşterinin skor puanı ve teminatı belirlenir. Bu sistemde müşterinin faaliyet gösterdiği sektör tipine göre geliştirilen formüllerle kredi miktarı hesaplanır. Kredi açılması için gerekli tüm belgeler temin edilip, gerekli istihbarat, çek, senet, icra, iflas kayıtları gibi tüm sorgular yapılarak, müşteri ile kredi ilişkisine girilebileceğine dair olumlu kanaatin oluşması halinde, kredi tutarı, teminat ve ödeme koşulları belirlenerek bu değerlendirme yöntemi uygulanmaktadır.

Risk ölçüm modelleri ve scorecardlar, artık karmaşık ve gelişmiş kurumlar ile sınırlı değildir. Bu araçlar, yeteneklerini geliştirmek ve borçlunun kredi borcunu etkin bir şekilde yönetmek için bankalar tarafından artan bir şekilde benimsenmektedir. Borçlular arasındaki riski ayırt edebilme, özellikle finansal kriz sonrası sadece düzenleyici bir görev değil, aynı zamanda ayrı bir rekabet avantajı haline gelmiştir (Henkel, 2011). Derecelendirme ölçeğine göre iyi bir şekilde tasarlanmış ve ayarlanmış scorecardlar yoluyla risk ölçümünde bankalarca başarılı sonuçlar alındığı takdirde, bankalar gelecekteki risk ölçümündeki zorluklar için konum ve yeteneklerini arttırabilecektir. (Henkel, 2011).

2.3. Hesap Durum Belgesi^{***} Alınmaksızın Kredi Yöntemi-(HDA)

HDA kredi değerlendirme yöntemi, işletmelerin finansal bilgileri dikkate alınmadan, piyasadaki itibarı ve ticari moralitesine göre yapılan değerlendirme yöntemidir. Bankalar finansal verileri yetersiz olan, ancak çeşitli nedenlerle kredi kullanırmak istedikleri firmalara HDA kredi değerlendirme usulüyle kredi kullanırmakta, bunun sonucunda sorunlu duruma düşmesi muhtemel bir kredi işlemi yapılmış olmaktadır. Bazı bankalar yukarıda belirtilen nedenlerle 250 Bin TL'ye kadar olan ticari kredi taleplerinde genellikle bu tür kredi değerlendirme yöntemiyle daha hızlı ve daha az prosedürle kredi kullanırmaktadır. Belirtilen nedenlerle kullanılan krediler sonucunda da bankaların sorunlu kredi oranları yükselmektedir. HDA kredi değerlendirme yöntemiyle tahsis

*** 1 Kasım 2006 tarih ve 26333 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Bankaların Kredi İşlemlerine İlişkin Yönetmelik'le Hesap Durum Belgesi'nin tanımı aşağıda belirtilmiştir;

- a) Banka ve finansal kuruluş ile kamu kuruluşlarının tabi oldukları özel mevzuat veya muhasebe sistemleri uyarınca düzenleyecekleri dipnotlarını da içeren bilanço ile kâr ve zarar cetvelleri ile bunlara ek mali tabloları,
- b) Menkul kıymetleri halka arz olunmuş ortaklıklar ile sermaye piyasası aracı kurumlarının sermaye piyasası mevzuatı uyarınca düzenleyecekleri dipnotlarını da içeren bilanço ile kâr ve zarar cetvelleri ile bunlara ek mali tabloları,
- c) (a) ve (b) bentleri dışında kalanlardan Türkiye'de yerleşik kişilerin Maliye Bakanlığının 4/1/1961 tarihli ve 213 sayılı Vergi Usul Kanununa istinaden çıkardığı Muhasebe Sistemi Uygulama Tebliği uyarınca, yurtdışında yerleşik kişilerin ise tabi oldukları yabancı mevzuat uyarınca düzenleyecekleri uluslararası standartlara uygun dipnotlarını da içeren bilanço ile kâr ve zarar cetvelleri ile bunlara ek mali tabloları, ilgili yönetmelikte özelliği belirtilen tanıtıcı bilgiler formu ile birlikte hesap durum belgesi olarak kabul edilir.

edilen krediler, firmaların finansal verilerini ön plana çıkarmadan tek yönlü değerlendirilmeler yapılarak verilen kredi türüdür. Bu kredi değerlendirme yönteminde, müşterinin ortaklık yapısı, borç ödeme kabiliyeti, borçlanabilirlik kapasitesi, ticari faaliyetinin uygunluğu, üretim yerinin konumu, kuruluş yılı, firma ortaklarının sektördeki deneyimleri gibi bilgiler araştırılmakta, bu bilgiler doğrultusunda kredi tahsisi yapılabilmektedir. Bu yöntemle kredi tahsisi işletmelerin finansal yönünü dikkate almadığından, tek yönlü değerlendirme nedeniyle çoğunlukla sorunlu kredilerin artışını hızlandırmaktadır. Scoring ya da Rating yöntemlerine kıyasla HDA kredi değerlendirme yöntemi, bankaların kredi portföylerinin bozulmalarına ve kredi zararlarının artışına yol açmaktadır. Bu yöntemde, kredi kullanımını onaylanıp onaylanmama konusunda karar verme aşamasında, firmanın endüstrideki ekonomik döngünün altında veya zirvesinde bulunup bulunmadığı sorusu, değerlendirmeyi direkt olarak etkileyecek cevapları vermektedir (Serov, 2011).

2.4. Diğer Yöntemler

Yukarıda belirtilen tahsis yöntemleri dışında, ticari müşterilerin kredinin teminatını oluşturan değerlerin likiditesine göre tahsis yöntemi çeşitlilik göstermektedir. Ticari müşterilerin kullanacakları kredileri için TL ya da YP mevduat, fon, tahvil, hazine bonosu gibi likiditesi yüksek ve riski nispeten düşük teminatları sağlamaları durumunda, kredi için daha basit çalışma ile kredi tahsisi yapılabilmektedir.

Kredi verenler, müşteri riskini doğru ve tutarlı bir şekilde değerlendirmede, ekonomik çevrede ne olup bittiğini saptayan ve kredi değerlendirmesi için kredi puanı ortalaması kullanma ihtiyacını ortadan kaldıran bir kredi puanı ararlar (Dymi, 2010).

3. HESAP DURUM BELGESİNİN (HDB) BANKALAR AÇISINDAN ÖNEMİ

Bankalar ticari kredi tahsisinde firmaların finansal ve finansal olmayan bilgilerine özellikle ulaşmak isterler. Firmanın ticari faaliyetinin uygunluğu, mali yapısı, borç-alacak ve vade dengesi, özkaynak yeterliliği, faaliyet gösterilen alanın uygunluğu, devletle ilişkileri, ortaklık yapısı, ortakların ticari itibarları ve deneyimleri gibi birçok bilginin

yeterliliğini inceleyerek bu bilgilerin doğruluğunu araştırmak bankalar açısından kredinin sorunlu duruma gelip gelmemesi açısından son derece önemlidir.

Firmaların kredi kullanım yükümlülüklerini yerine getirmeye ilgili sıkıntılarının çeşitli nedenleri vardır. Ancak, en önemli neden, finansal tabloların düşük kaliteli olmasıdır (Serov, 2011). Bu nedenle, bankaların bu istihbari çalışmalarında firmaların finansal tablolarından gelir tablosu, bilanço, nakit akım tablosu, özkaynak değişim tablosu gibi finansal tabloları son derece önem taşımaktadır. Bankaların özellikle rating değerlendirme yöntemleriyle verilen kredilerindeki finansal analizler çok ayrıntılı çalışmaları içerdiğinden firmaların bankalara sunduğu bilanço, gelir tablosu, nakit akım tablosu, özkaynak değişim tablosu ve bunların dipnotları firmaların gerçek ticari faaliyetinin finansal çerçevesinin tespitini ve bankaların finansal bilgiler yardımıyla firmalar hakkında kredi kararını etkileyecek çok çeşitli bilgiye ulaşmasını sağlamaktadır. Bankalar ayrıntılı bilgilerle yaptıkları çalışmalarla firmaların ticari faaliyetlerinin tüm ayrıntılarına ulaşmakta, firmaların hangi şartlarda faaliyetlerine devam ettiklerini, risk seviyelerini, kullanılacak kredinin amacını, kredinin verimli kullanılma durumunu ve geri dönme ihtimalini ortaya koyabilmektedirler. Böylelikle bankalar kredi kararlarında rasyonel kararlar vererek, doğru müşteriye doğru krediyi kullanarak verilen kredilerden gelir elde etmekte, karlılığına olumlu katkı yapmakta, özkaynak gelişimini devam ettirmekte ve böylece piyasadaki güvenilirliğini arttırabilmektedir. Ayrıca bankalar sorunlu kredi oranını düşürerek, sorunlu kredi nedeniyle oluşması muhtemel zararları önleyebilmekte, oluşacak risk yoğunluğunu azaltabilmektedirler.

Değerleme yöntemleri bankaların kredi kalitesini de belirleyen etmenlerdir. Bu amaçla, Türkiye’de faaliyet gösteren bir kamu bankasının verileri örnek olarak kullanılmıştır. Kredi değerlendirme yöntemlerine göre 30.06.2012 tarihi itibarıyla verdiği kredilerin adet ve tutar olarak dağılımı Tablo 1’de, verilen kredilerin değerlendirme yöntemlerine göre takip tutar ve oranları ise Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 1’de kredi tahsisinde, rating ve scoring yöntemlerinin HDA yöntemine kıyasla çok daha düşük seviyede uygulandığı görülmektedir.

Tablo 1: Kredi Değerlendirme Yöntemlerine Göre Tahsis Edilen Krediler

TAHSİS YÖNTEMİ	ADET	TUTAR (TL)	KREDİ ORANI (%)
HDA	129.022	5.271.117.481	50,7
SCORING	21.959	2.458.769.221	23,7
RATING	3.117	2.223.550.246	21,4
DİĞER(NAKİT VB.KARŞILIĞI)	2.557	427.371.494	4,2
TOPLAM	156,655	10.380.808.442	100,00

4. HDA YÖNTEMİYLE VERİLEN KREDİLERİN SORUNLU KREDİ İÇİNDEKİ DURUMU

HDA kredi değerlendirme yöntemi, bankaların faaliyetleri yeterli ancak bunu belirli nedenlerle finansal tablolarına yansıtamayan, ticari itibarlarının yüksek olduğuna ve ticari faaliyetlerinde olumsuzluk bulunmadığına inanılan ticari müşterilerine, kredi tahsisinde olanak vermektedir. İlgili yönetmelikle^{****} bu tür kredilerin yasal tutarı en son 250 Bin TL olarak belirlenmiştir^{*****}. Yine ilgili yönetmelikte HDB alınması zorunlu tutulmayan banka müşterilerinin ayrıntıları belirtilmekle birlikte yoğunlukla ticari firmalar ve şahıs firmalarına kullandırılan bu kredilerin bankalar açısından sorunlu duruma gelme ihtimali, HDB alınarak verilen kredilere oranla daha yüksek tutarlarda olduğu tespit edilmiştir.

**** Bankacılık dilinde “Hesap Durum Belgesi” olarak adlandırılan bu tabloların alınmasının zorunlu tutulduğu kredilerin özellikleri, hesap durumu olarak kabul edilecek belgeleri ve bu tabloların denetimi ile ilgili kurallar, Bankaların Kredi İşlemlerine İlişkin Yönetmelik’le Resmi Gazetenin 1 Kasım 2006 tarih ve 26333 sayılı nüshasında yayımlanmıştır.

***** Hesap Durum Belgesi (HDB) alınması zorunlu olmayan kredi işlemleriyle ilgili tutarı, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu muhtelif dönemlerde güncellemektedir. HDB alınmasının zorunlu tutulmadığı kredi tahsis tutarı, ilgili kurum tarafından en son 12.11.2009 tarihinde güncellenerek 250 Bin TL olarak belirlenmiştir.

Tablo1’de verileri alınan kamu bankasının kredi yapısı incelenirken, Tablo 2’de ise, bankanın değerlendirme yöntemlerine göre tahsis ettiği ve kullandığı ticari ve kurumsal kredilerinin takibe düşme oran ve tutarları yer almaktadır.

Tablo 2: Kredi Değerlendirme Yöntemine Göre Kullanılan Kredilerin Takibe Düşme Oranları

TAHSİS YÖNTEMİ	TAKİP TUTARI (TL)	TAKİP ORANI (%)
HDA	255.643.752	91,6
SCORING	6.724.749	2,4
RATING	15.672.191	5,7
DİĞER(NAKİT VB.KARŞILIĞI)	798.614	0,3
TOPLAM	278.839.306	100,00%

Tablo 2 incelendiğinde HDA değerlendirme yöntemiyle verilen kredilerdeki takibe düşme oranının, firmanın finansal verileri dikkate alınarak scoring ve rating yöntemleriyle verilen kredilerdeki takibe düşme oranından çok daha yüksek olduğu görülmektedir. HDA kredi değerlendirme yöntemiyle verilen kredilerdeki sorunlu kredi oranının % 91,6 gibi çok yüksek seviyelerde olmasının nedenleri incelendiğinde; bu kredi yöntemi dar kapsamlı bilgi ve belgelere dayalı olarak uygulanmakta, finansal veriler hiç dikkate alınmamakta ya da çok az dikkate alınmakta, firmalara faaliyet hacmiyle orantısız kredi tahsisi yapılmakta, firmanın faaliyet hacmi doğrultusunda teminat alınmamakta, objektif değerlendirme ölçütleri yerine subjektif değerlendirmelerle kredi tahsisi yapılmaktadır.

Ticari ve kurumsal işletmeler için belirlenen kredi tahsis yöntemlerinin uygulanmasına yönelik yasal yetkiler ve limitler bulunmakla birlikte, ticari kredi tahsisinin özünde işletmelerin finansal bilgilerinin, gerçek ticari faaliyetiyle karşılaştırılarak analiz edilmesi ve bu analizler sonucunda firmaların risk notları olarak

değerlendirilen rating notlarına göre kredi tutarı, teminatı ve fiyatı belirlenmelidir. Bankaların, kredi tahsisinde sorunlu kredi oranını düşürebilecek en önemli bilgi kaynağı olan firmaların finansal bilgilerinden daha fazla yararlanmaları gerekmektedir.

5. SORUNLU KREDİLERİN BANKA RİSK HARİTASINA ETKİSİ

Finansal sistem tasarruf birikimi, servet oluşumu, likidite, kredilendirme, ödeme, piyasa risklerinden korunma ve makro ekonomik politikalara aracılık gibi temel fonksiyonlara sahiptir. Temel görevi; ödünç verilebilir fonları mal ve hizmet satın alanlara, yeni araç ve tesislere yatırım yapan kişilere ve firmalara aktarmaktır. Bu çerçevede sistem görevini yaparken iki temel unsuru gözetmektedir (Rose, 2003).

- Bilgi üretmek ve sermaye dağıtmak,
- Risklerin optimal dağılımını sağlamak.

Bankalar fon transferi sürecinde müşterilerinin istihbaratı ve mali verileri hakkında kapsamlı araştırmalar yapmaktadır. Bu araştırmalar sonucu elde edilen bilgiler doğrultusunda tahsis edilen kredilerin geri dönüşleri risklerin optimal dağılımını da beraberinde getirmektedir. Finansal bilginin hiç kullanılmadığı ya da dar kapsamda değerlendirildiği bir kredi tahsisi ile birlikte bankaların sorunlu kredilerinde artış görülebilmektedir. Sorunlu kredi, banka ile borçlu arasındaki geri ödeme anlaşmasının önemli şekilde bozularak tahsilatın gecikmesi ve zarar olasılığının ortaya çıkması olarak tanımlanabilir (Belkıs, 1990).

Hesap durum belgesi alınmadan verilen kredilerin yol açtığı sorunlu kredi oranı öncelikle bankalarda kredi riskine yol açmaktadır. Kredi riski ile birlikte likidite riski kaçınılmaz risk unsuru oluşturmaktadır. Çünkü geri dönmeyen kredi anapara ve faizleri bankaların beklediği fonun planlanan zamanda ve hacimde dönüşünü önleyerek, bankanın taahhütlerini yerine getirmesini engelleyecektir. Bu şekilde likidite riski ile birlikte taahhüt riski de kaçınılmaz risk unsurlarından olacaktır. Kısaca sorunlu kredilerin sayı ve hacmindeki artışla birlikte banka mali yapısını ve mali dengesini bozabilecek tüm risk unsurları devreye girebilmektedir.

Bankaların maruz kaldıkları riskler 8 Şubat 2001 tarih 23412 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan “Bankaların İç Denetim ve Risk Yönetimi Sistemleri Hakkında

Yönetmelik” le tanımlanmış olup, yönetmelik doğrultusunda aşağıda belirtilen riskler aynı zamanda sorunlu krediler sonucu bankaları olumsuz olarak etkileyen risklerin de tanımını vermektedir.

Bu riskler kısaca aşağıda açıklanmaktadır:

• **Kredi riski:** Banka müşterisinin yapılan sözleşme gereklerine uymayarak yükümlülüğünü kısmen veya tamamen zamanında yerine getirememesinden dolayı bankanın karşılaştığı durumu ifade eder.

• **İşlemin sonuçlandırılmaması riski:** Bankanın karşı taraftan, umulan sürede işleme konu finansal aracı ya da fonu (nakdi) teslim alamaması, elde edememesi durumunu ifade eder.

• **İşlemin sonuçlandırılma öncesi oluşan risk:** İşlemi yapan taraflardan birinin, işlemin süresi içinde, sözleşmedeki yükümlülüğünü yerine getiremeyeceğinin anlaşıldığı durumu ifade eder.

• **Ülke riski:** Uluslararası kredi işlemlerinde, krediyi alan kişi ya da kuruluşun faaliyette bulunduğu ülkenin ekonomik, sosyal ve politik yapısı nedeniyle yükümlülüğün kısmen veya tamamen zamanında yerine getirilememesi ihtimalidir.

• **Transfer riski:** Krediyi alan kişi ya da kuruluşun bulunduğu ülkenin ekonomik durumu ve mevzuatı nedeniyle döviz borcunun aynı türde veya konvertibl diğer bir döviz ile geri ödenememe ihtimalidir.

• **Likidite riski:** Bankanın nakit akışındaki dengesizlik sonucunda nakit çıkışlarını tam olarak ve zamanında karşılayacak düzeyde ve nitelikte nakit mevcuduna veya nakit girişine sahip bulunmaması riskini ifade eder.

• **Piyasaya ilişkin likidite riski:** Bankanın piyasaya gerektiği gibi girememesi, bazı ürünlerdeki sığ piyasa yapısı ve piyasalarda oluşan engeller ve bölünmeler nedeniyle pozisyonlarını uygun bir fiyatta, yeterli tutarlarda ve hızlı olarak kapatamaması veya pozisyonlardan çıkamaması durumunda ortaya çıkan zarar ihtimalini ifade eder.

- **Fonlamaya ilişkin likidite riski:** Nakit giriş ve çıkışlarındaki düzensizlikler ve vadeye bağlı nakit akımı uyumsuzlukları nedeniyle fonlama yükümlülüğünü makul bir maliyet ile potansiyel olarak yerine getirememe ihtimalini ifade eder.

- **Piyasa riski:** Bilânço içi ve bilânço dışı hesaplarda bankalarca tutulan pozisyonlarda finansal piyasadaki dalgalanmalardan kaynaklanan faiz, kur ve hisse senedi fiyat değişmelerine bağlı olarak ortaya çıkan faiz oranı riski, hisse senedi pozisyon riski ve kur riski gibi riskler nedeniyle zarar etme ihtimalini ifade eder.

- **Faiz oranı riski:** Faiz oranlarındaki hareketler nedeniyle bankanın pozisyon durumuna bağlı olarak maruz kalabileceği zarar ihtimalini ifade eder.

- **Operasyonel risk:** Banka içi kontrollerdeki aksamalar sonucu hata ve usulsüzlüklerin gözden kaçmasından, banka yönetimi ve personeli tarafından zaman ve koşullara uygun hareket edilememesinden, banka yönetimindeki hatalardan, bilgi teknolojisi sistemlerindeki hata ve aksamalar ile deprem, yangın, sel gibi felaketlerden kaynaklanabilecek kayıpları ya da zarara uğrama ihtimalini ifade eder.

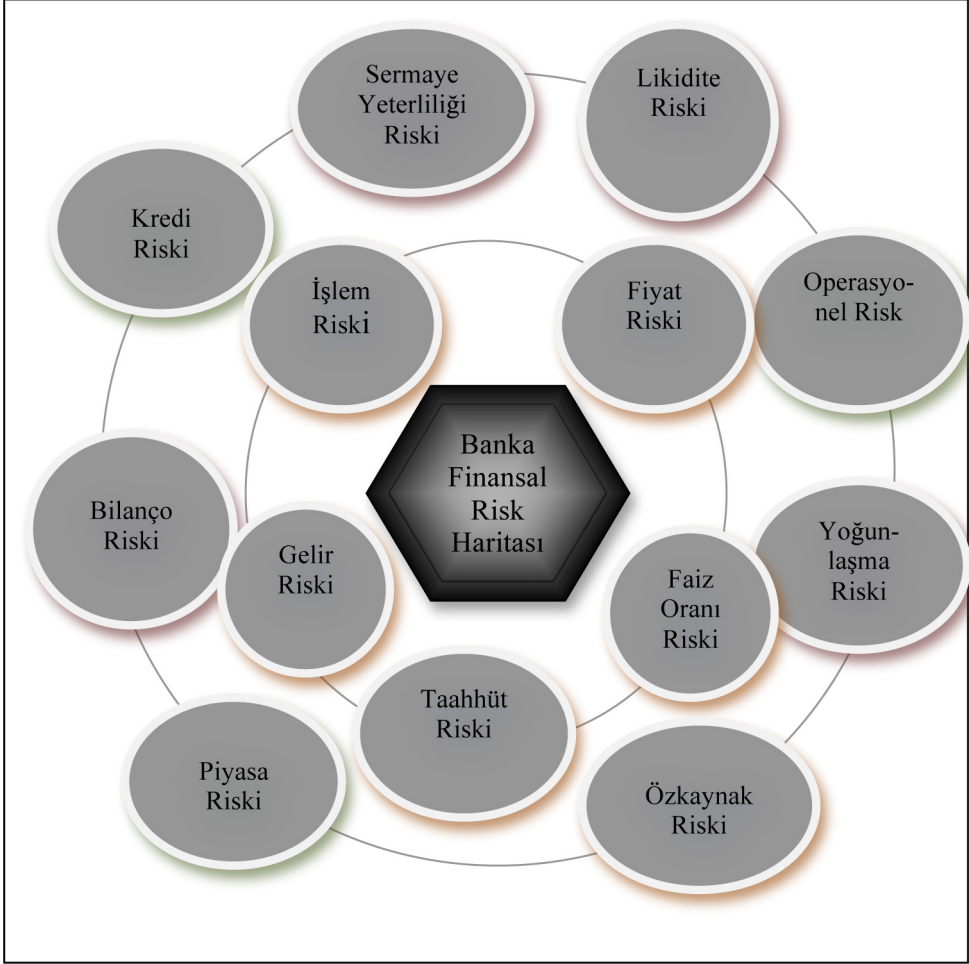
- **Mevzuata ilişkin yetersiz bilgi riski:** Banka tarafından yetersiz ya da yanlış yasal bilgi ve belgeye dayanarak yapılabilecek işlemler neticesinde hakların beklenenden düşük, yükümlülüklerin ise beklenenin üzerinde gerçekleşme ihtimalini ifade eder.

- **İtibar riski:** Faaliyetlerindeki başarısızlıklar ya da mevcut yasal düzenlemelere uygun davranılmaması neticesinde bankaya duyulan güvenin azalması veya itibarının zedelenmesi ile ortaya çıkabilecek kaybı ifade eder.

- **Düzenlemelere uyulmama riski:** Mevzuat hükümlerine ve yasal yükümlülüklerle uyulmaması sonucu ortaya çıkabilecek kaybı ifade eder.

Belirtilen riskler bankaların risk haritalarını da olumsuz olarak etkilemektedir. Kredi risk haritasında en önemli risk çeşidi kredi riski olmakla birlikte sorunlu krediler birçok risk unsurunu tetiklemektedir. Bunlar likidite, taahhüt, operasyonel, piyasa, işlemin sonuçlandırılmama ve ülke riskidir. Belirtilen riskler çarpan etkisiyle birbirlerini tetikleyerek banka mali yapısını olumsuz olarak etkileyebilecek boyutlara ulaşabilmektedir. Mali yapısı bozulan bankalar planlanan kârı elde

edemeyerek kar kaybı hatta zararlar sonuçlanan ve sermaye yetersizliğine kadar varan problemlerle karşılaşabilmektedirler. Belirtilen problemlere yol açan ve banka risk haritasını olumsuz olarak etkileyen riskler aşağıdaki Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1: Banka Finansal Risk Haritasına Etki Eden Riskler

6. SORUNLU KREDİLERİN BANKA FİNANSAL YAPISINA ETKİLERİ

Özellikle gelişmiş ülkelerdeki bankalar ve diğer kredi kuruluşları ağırlıklı olarak, asimetrik bilgi maliyetlerini ve bunun yanında sektördeki sorunlu kredi riskini azaltmaya çalışmaktadırlar (Serov, 2011). Bankaların faaliyetlerini olumsuz olarak etkileyen, finansal yapısını tahribata uğratan ve Şekil 1’de belirtilen kredi, özkaynak, faiz, likidite ve sermaye yeterliliği gibi çok sayıda risk çeşidi bankaların bilanço ve gelir tablosunu olumsuz olarak etkilemektedir. Banka bilançosuna etki eden ve finansal yapısını bozan risk çeşitleri, banka faaliyetleri ile birebir eşleştirilerek aşağıda incelenmektedir.

6.1. Sorunlu Kredilerin Banka Bilançosuna Etkileri

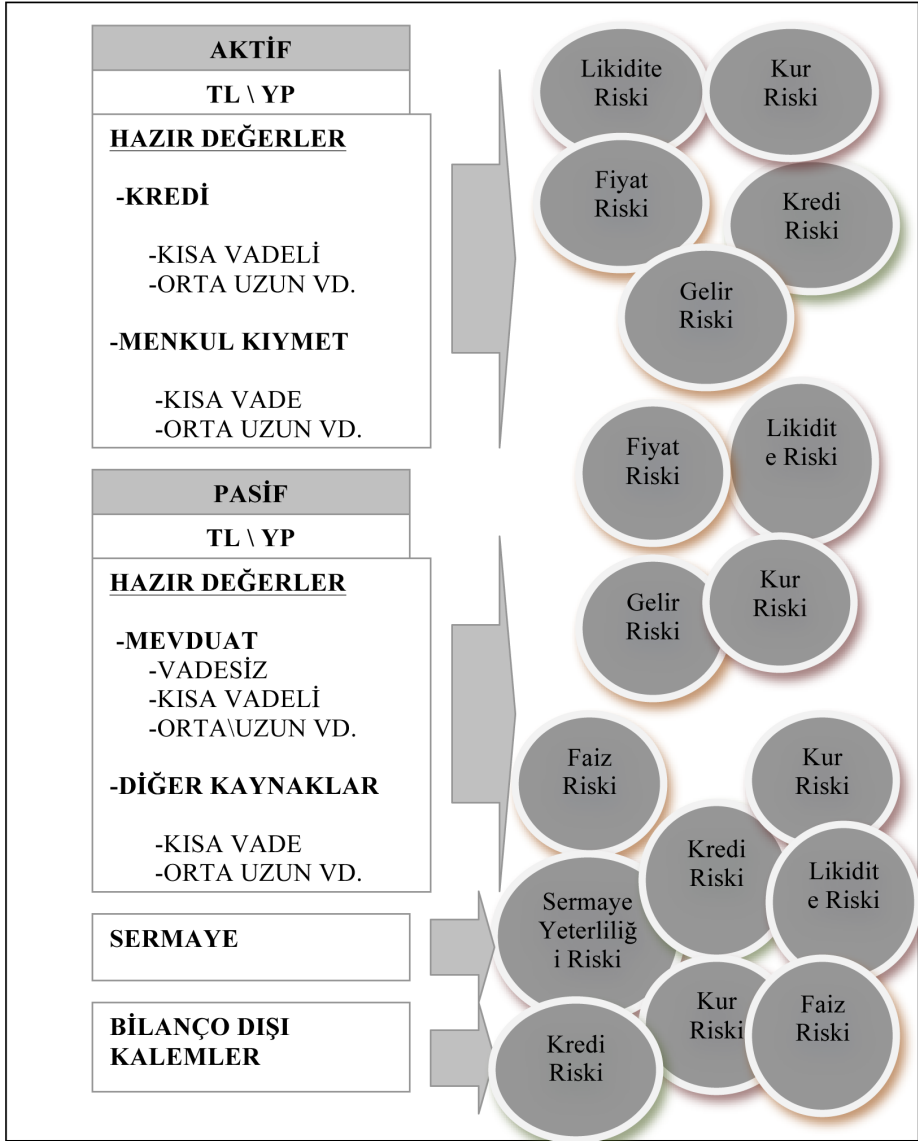
Banka bilançosundaki aktif ve pasif hesapları TL ve YP olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Aktif tarafında bulunan hazır değerler likidite ihtiyacının temin edilebilmesi amacıyla bankalar tarafından kasalarında ya da merkez bankası nezdinde tutulan nakit ve nakit benzeri varlıklardan oluşmaktadır. Bu varlıkların likidite ihtiyacını karşılamaması durumunda bankalar bir likidite problemi ile karşı karşıya kalabilecek ve devlet tahvili gibi kolayca nakde dönüştürülebilir diğer varlıklarını likidite ihtiyacı için satmak zorunda kalabileceklerdir. Böyle bir zorunlu satış durumunda bankalar ciddi zararlarla karşılaşabilmektedirler. Likidite riskinin iyi yönetilmesinin önemi burada yatmaktadır (Eken, 2006).

Aktiflerde yer alan krediler grubu tüketici kredileri, ticari krediler, ihracat kredileri, ithalat kredileri vs. kalemlerden oluşmaktadır. Bu kredilerin tamamının az ya da çok geri ödenmeme riski bulunmaktadır. Bu nedenle bu bilanço grubu kredi riskine maruz kalmaktadır. Kredi riskinin yanı sıra, kısa vadeli krediler faiz oranı riskinin gelir riski kısmından etkilenirken, orta-uzun vadeli krediler ise faiz oranı riskinin fiyat riski kısmından da etkilenmektedirler. Menkul kıymetler grubu bankaların portföylerinde bulunan devlet tahvili, hazine bonoları, özel sektör tahvil ve bonoları ile diğer menkul kıymetlerden oluşmaktadır. Kredi riskine maruz

olan bu grup aynı zamanda faiz oranı riskine de ciddi bir şekilde maruz kalmaktadırlar. Faiz oranlarında meydana gelen dalgalanmalar bu kalemlerin piyasa değerlerinde önemli oynamalara neden olmaktadır. Aktiflerde yer alan yabancı para kalemler, yukarıda sıralanan risklerin yanı sıra ayrıca kur riskine de maruzdurlar. Paritelerde meydana gelen oynamalar bu kalemlerin piyasa değerlerinde ve gelirlerinde büyük oynamalara neden olmakta ve sonuçta bankanın net karını etkilemektedir (Eken, 2006).

Bilançonun pasif tarafında yer alan, şahıslar, firmalar ve devlet tarafından açılan mevduat hesaplarının tamamı vadesinden önce çekilme riskine maruzdurlar. Yani bu kalemler likidite riskine maruzdurlar. Likidite riskinin yanı sıra kısa vadeli mevduat faiz oranı riskinin gelir riski unsuruna ve orta-uzun vadeli mevduat ise fiyat riski unsuruna maruzdurlar. Mevduat sertifikaları, bankalar arası piyasadan temin edilen fonlar, merkez bankasından alınan krediler vs. gibi değerlerden oluşan satın alınan fonlar da yine faiz oranı riskinin gelir riski unsuruna maruzdur. Döviz bazlı kalemler ise bu risklere ilave olarak ayrıca döviz kuru riskine maruzdurlar. Pasif tarafta yer alan sermaye kalemi ise sermaye yeterliliği riskine maruzdur. Diğer risklerden kaynaklanan zararlar sermayeden düşüldüğü için sermaye dolaylı olarak yukarıda sıralanan bütün risklere de maruz kalmaktadır. Bu nedenle yukarıda sıralanan risklerin kötü yönetilmesi bankaların sermayelerinin azalmasına ve belki de tükenmesine neden olabilecektir. Bilanço dışı kalemler; garantiler, kefaletler, swaplar, türev enstrümanlar, akreditifler, kabuller vs. kalemlerden oluşmaktadır. Bilanço dışı kalemler de özelliklerine göre yukarıda sıralanan risklerden bir ya da birkaçına maruz kalmaktadır (Eken, 2006).

Şekil 2’de, yukarıda da açıklanan bankaların faaliyetleri itibariyle maruz kaldığı risklerin, banka bilançosuna eşleştirilmesiyle bankalarda bilanço risk haritası oluşturulmuştur.



Şekil 2: Bankalarda Bilanço Risk Haritası

6.2. Sorunlu Kredilerin Banka Gelir Tablosuna Etkileri

Net faiz geliri bankaların temel gelir kaynağıdır. Batık krediler için ayrılan karşılıklar düşüldükten sonra net faiz gelirine ulaşılmaktadır. Kredi riskinin net faiz gelirini etkilemesi iki şekilde olabilmektedir. İlk olarak banka verdiği bir krediyi zamanında faiziyle beraber tahsil edemediğinde bir faiz geliri kaybına uğramaktadır. Bu kayıp bankanın Şekil 3’de belirtilen “Gelir Tablosu Risk Haritası”nın net faiz geliri kısmını etkilemektedir. Ancak kayıp bununla sınırlı olmamaktadır. Zira banka ikinci olarak anapara kaybına uğradığı için karşılık^[*] ayırmak zorunda kalmakta ve bu kayıp da Şekil 3’teki karşılıklar sonrası net faiz geliri kısmını azaltmaktadır (Eken, 2006).

Şekil 3’te bankaların gelir yaratan işlemlerindeki faaliyetleri ile maruz kalınan risklerinin eşleştirilmesi ile gelir tablosu kaynaklı risk haritası oluşturulmuştur.

* Bankaların kredileri ve diğer alacaklarının niteliklerine göre sınıflandırılması ve bunlar için ayrılacak karşılıklara ilişkin usul ve esasları düzenlemek amacı ile kısaca Karşılıklar Yönetmeliği olarak bilinen “Bankalarca Kredilerin ve Diğer Alacakların Niteliklerinin Belirlenmesi ve Bunlar İçin Ayrılacak Karşılıklara İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik” 1 Kasım 2006 tarih ve 26333 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmıştır. Karşılıklar Yönetmeliğinin en önemli maddelerinden biri, kredilerin sınıflandırılması ile ilgili olan maddesidir. Söz konusu yönetmeliğe göre bankalar kredilerini 5 grupta sınıflandırmalı ve izlemelidir. Ayrıntılı bilgi için bkz: <http://www.bddk.org.tr>

Faiz Geliri	Faiz Riski
_ Faiz Gideri	
Net Faiz Geliri	Gelir Riski
_ Batık Krediler İçin Ayrılan Karşılıklar	
Karşılıklar Sonrası Net Faiz Geliri	Kredi Riski
Faiz Dışı Gelirler	
_ Faiz Dışı Giderler	
Net Faiz Dışı Gelir	İşlem Riski
Karşılıklar Sonrası Net Faiz Geliri	
+ Net Faiz Dışı Gelir	Bilanço Riski
Vergi Öncesi Gelir	
_ Vergi	
Net Faaliyet Karı	Sermaye Yeterliliği Riski
+ - Menkul Kıymet Kar\Zararı	
Net Kar (Özsermayeye Yapılan Eklenti)	

Şekil 3: Banka Gelir Tablosu Risk Haritası

Gelir tablosu risk haritasına olumsuz etkileri bulunan risk çeşitleri ve neden olduğu etkiler aşağıda ayrıntılı olarak açıklanmaktadır:

- **Kredi Riski:** Kredi riskinin neden olabileceği faiz geliri ve anapara kaybının önlenmesi etkin bir kredi riski yönetimi ile mümkün olabilecektir. Bir finansal risk olarak kredi riski, yeterli bir istihbarat ve finansal analiz yapılmadan kredi kullandırımı durumunda sorunlu kredi sonucunu meydana getireceğinden, sonucunda finansal yönüyle bankalara zarar verebilecektir.

- **Operasyonel Risk:** Yeterli bir istihbarat ve finansal analiz neticesinde belirlenen kredi kullandırım şartlarına, bankaların ilgili birimleri tarafından uyulmadığı durumlarda oluşan risk, operasyonel yönüyle bankalara zarar verebilecektir. Bu nedenle, kredi riskinin hem finansal yönüyle ve hem de operasyonel boyutuyla yönetilmesi bankalar için hayati bir önem taşımakla birlikte gelir tablosu risk haritasını etkileyen en önemli faktör olmaktadır.

- **Likidite Riski:** Karşılıklar sonrası net faiz geliri kalemini etkileyen ikinci finansal risk likidite riskidir. Likidite riski bir bankanın mevduat çekilişlerine ve kredi taleplerine zamanında ve tam olarak kaynak yetiştirememesi durumunda ortaya çıkmaktadır (Eken, 2006).

- **Faiz Oranı Riski:** Gelir tablosu risk haritasında olumsuz etkisiyle dikkat çeken ve bankaların kar marjını etkileyen önemli risk çeşitlerinden biridir. Faiz oranı riski faize hassas aktiflerin gelirleri ile faize hassas pasiflerin maliyetlerinin değişmesine neden olmaktadır.

7. SONUÇ

Bankaların ana faaliyetini oluşturan kredi tahsisi, bankalar açısından karlı, bir o kadar da riskli ana işlevlerinden birini oluşturmaktadır. Kredi tahsisi ile birlikte bankalar fon kullanımını sağlamakta, gelecekte belirlenen vadeler için kullanılan fonların anapara, faiz ve masrafları ile geri dönüşünü beklemektedir. Bu beklenti, bankalar açısından fırsat maliyeti riskinin bir sonucu olarak gelecekte getiri elde edememe riskini de beraberinde getirmektedir. Bu nedenledir ki bankalar bu faaliyetlerini yerine getirirken tahsis edilen kredilerin ödenmemesinden kaynaklı zararlarını minimum düzeyde tutacak şekilde hareket etmek zorundadırlar.

Kredi riski değerlendirmesinin temel amacı, kredi kalitesinin veya ilk önlem olarak borçlunun finansal sağlığının bozulmasını önlemek ya da zararlarını kontrol etmeye zorlama noktasındadır (Serov, 2011). Özkaynakları ile birlikte üçüncü kişilere ait kaynakları da kullanan ticari bankalarda kredilerin geri ödenmemesi, banka faaliyetlerinde olumsuzluklara yol açmakta hatta varlıklarını sürdürmemesi sonucunu doğurabilmektedir. Türkiye bankacılık sektöründe, gerek kriz öncesinde, gerekse kriz sürecinde yaşanan gelişmeler, Mishkin'in krize gidilen süreç tanımlamasıyla uyumludur. Adı geçen ekonomist, krize gidilen süreci, ters seçim ve ahlaki risk sorunları bağlamında açıklamaktadır. Mishkin'e göre, bu iki sorunun bulunduğu bir finansal sistemde, belirsizliğin artması, faiz oranlarının yükselmesi, finansal ve finansal olmayan sektörlerde bilançoların bozulması gelecekte bir kriz çıkması ihtimalini artırmaktadır (Mishkin, 2001).

Banka kredi risk haritasındaki bozulmaların en önemli nedenlerinden birini oluşturan, kredi dönüşleri ile ilgili problemi yaratan sürece bakıldığında, bu kredilerin oluşumunda içsel ve dışsal birçok etmenin rol aldığı görülecektir. Firma iç yapısından kaynaklı güçlüklerden dolayı krediler problemli hale gelebileceği gibi, banka açısından kredinin tahsis aşamasındaki yanlış kredi değerlendirme yöntemi, yetersiz istihbarat çalışmaları, hatalı teminatlandırma ve risk yönetimindeki hatalar nedeniyle de kredilerde yapısal problemler yaşanabilmektedir. Kredilerin problemli

hale dönüşme riski bankaların taşıdığı en büyük risklerden biri olması nedeniyle, kredi yönetiminden sorumlu olan yöneticiler bu problemlili kredileri makul bir seviyede tutabilmeli ve kredi kalitesinin bozulması halinde oluşabilecek zarardan bankayı koruyabilmelidirler. Ancak bankaların verdikleri kredilerden kaynaklı risklerden korunabilmek için, firmaların finansal verilerini çok iyi analiz etmeleri ve bu finansal verileri yardımıyla kredi kararını almalıdırlar. Firmaların finansal verileri baz alınmadan verilecek kredi kararı kredi kalitesinde bozulmalara yol açarak sorunlu kredi oranını arttıracaktır. Bankaların subjektif değerlendirme yerine objektif değerlendirme yöntemlerini geliştirebilmeleri için özellikle rating yöntemiyle kredi tahsisine ağırlık vermeleri önem arz etmektedir. Bu değerlendirme yöntemiyle verilen kredilerde çok daha geniş kapsamlı finansal ve finansal olmayan analiz yapılarak her analiz kalemi için verilen puanların toplamı ile firmaların risk puanları oluşturulmaktadır. Her firma için oluşturulan rating puanı, kredinin tahsis kararında, kredi türünde, tutarında, teminatında, fiyatlamasında ve kredi ile ilgili diğer koşullarda en önemli belirleyici etken olmaktadır. Bu nedenle bankalar kredi değerlemesinde rating yöntemlerini daha da geliştirerek özellikle ticari ve kurumsal tüm müşterilerine uygulamalıdırlar.

Rating kredi değerlendirme yöntemiyle kredi tahsisi sonucunda, batık kredi oranında düşüşler yaşanabilmekte ve banka risk haritasına olumlu etki yapabilmektedir. Kredi batıkları nedeniyle banka risk haritasını olumsuz olarak etkileyen riskler başta, kredi, sermaye yeterliliği, likidite riski olmak üzere, faiz, kur, gelir, taahhüt riski gibi birçok risk çeşidinden oluşmaktadır. Ticari firmaların risk derecelerini belirleyen kredi değerlendirme yöntemlerinin gelişmesi ve doğru kredi kararlarının verilmesi sağlanarak bankaların sorunlu kredi oranları düşürülerek finansal risk haritalarındaki olumsuzluklar minimum seviyeye indirilebilecektir.

KAYNAKÇA

Akgüç, Ö. (2006). Mali Tablolar Analizi. (12.Basım). İstanbul: Arayış Basım ve Yayıncılık.

Ekren, N. (Haziran 2008). TBB 51. Olağan Genel Kurulu, Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcısı, Prof. Dr. Nazım EKREN'in Açılış Konuşması. Bankacılar Dergisi, Sayı:65, S.4.

Belkıs, S. (1990). Kredilendirme Süreci ve Kredi Yönetimi, Muhasebe Enstitüsü Eğitim ve Araştırma Vakfı, Yayın No:11, S.251.

Çıtak, N. (2009). Yaratıcı Muhasebe Hileli Finansal Raporlamamıdır?. Mali Çözüm Dergisi, Sayı: 91, S.83.

Dymi, A. (Dec. 2010). Customer Behavior Coerces Update of Risk Scoring Tool. Mortgage Servicing News , 14 (12), 14-16.

Eken, M. H. (Nisan 2006). Türk Bankacılık Sektörü Yapılanma Sürecinde Bankalarda Finansal Risk Yönetimi-I, Analiz. Marmara Üniv. Muhasebe-Finansman Araştırma ve Uygulama Dergisi (MUFAD), 6 (15), 79-81.

Henkel, C. (Oct. 2011). Mastering Your Rating Scale. The RMA Journal 94 (2), 48-51.

Mishkin, S. F. (2001). Financial Policies and the Prevention of Financial Crises in Emerging Market Countries, NBER Working Paper Series, No: 8087, 3-13.

Resmi Gazete. (2001). Bankaların İç Denetim ve Risk Yönetim Sistemleri Hakkında Yönetmelik, Tarih: 08.02.2001, Sayı: 24312.

Rose, P. And Marquis, M. (2003). Money and Capital Markets. (5. Edition). USA: Mc Graw Hill.

Serov, V. (1 April 2011). Credit Risk Measurement of SMEs. <<http://ssrn.com/abstract=2018110>> (2012, March 8).

Talu, H. (2-6 Mayıs 2001). Muhasebe Mesleğinin Para ve Sermaye Piyasalarındaki Yeri ve Önemi, İSMMMMO Sempozyumu. Sayı 7, S.2.

[http://www.istanbulsmmmmodasi.org.tr/sempozyumkonu.asp?id=1125&did=1&dad=5.%20MUHASEBE%20DENETİMİ%20SEMPOZYUMU%20\(2-6%20Mayıs%202001\)10.12.2008](http://www.istanbulsmmmmodasi.org.tr/sempozyumkonu.asp?id=1125&did=1&dad=5.%20MUHASEBE%20DENETİMİ%20SEMPOZYUMU%20(2-6%20Mayıs%202001)10.12.2008).

Yayla, M. Ve Kaya, Y.T. (Mayıs 2005). Basel II'nin Ekonomik Yansımaları ve Geçiş Süreci, BDDK Araştırma Dairesi Çalışma Raporları, Sayı:3. S.1.

T.C. Ziraat Bankası. (2005). Risk İzleme Eğitim Notu, Ankara.

http://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Mevzuat/Bankacilik_Kanununa_Iliskin_Duzenlemeler. 17.12.2011

<http://www.tbb.org.tr/Dosyalar/Dergiler/Dokumanlar/sayi71.pdf> 22.01.2012

<http://www.resmigazete.gov.tr>

<http://www.tcmb.gov.tr>

MUHASEBE MESLEK MENSUPLARI ARASINDA YAŞANAN HAKSIZ REKABET ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Yrd.Doç.Dr.Vesile ÖMÜRBEK[*]
Tark TÜRKÖĞLU[**]

ÖZ

Günümüzde yaşanan gelişmeler neticesinde muhasebecilik anlayışında farklılık ve meslek mensupları arasında ekonomik ve sosyal dengesizlikler oluşmaktadır. Muhasebe mesleği de haksız rekabet olmak üzere birçok mesleki sorun ile karşı karşıya kalmaktadır.

Araştırmanın Amacı : Araştırmanın amacı; Isparta il merkezinde faaliyetlerini sürdüren muhasebe meslek mensupları arasında ekonomik, sosyolojik, hukuki vb. sorunlardan kaynaklanan haksız rekabetin varlığını ve bu soruna neden olan etmenleri tespit etmektir. Bu soruna neden olan etmenler meslek mensuplarının mesleki deneyim süresine göre ayrıntılı olarak incelenmektedir. Ayrıca mevcut sorunun giderilmesine yönelik ortaya atılan çözüm önerileri ile hazırlanan projeler incelenmiş ve yapılan saha araştırması ile de konu hakkında güncel bilgilere ve görüşlere yer verilmiştir.

Araştırmanın Yöntemi : Araştırmada; literatür incelemesi, araştırmaya dahil edilen meslek mensuplarının belirlenmesi, araştırmanın amaç ve hipotezlerinin belirlenmesi, anket sorularının hazırlanması, anket formlarının uygulanması, verilerin kodlanması ve düzenlenmesi, istatistiksel analizlerin yapılması ve sonuçların değerlendirilmesinden şeklinde bir yöntem izlenmiştir. Hazırlanan anketler Isparta il merkezinde faaliyette bulunan toplam 152 meslek mensubuna yüzyüze görüşme yöntemi ile yapılmıştır. Bu yöntemle değerlendirmeye uygun 70 anket formu elde edilmiştir. Araştırmada kullanılan anket, meslek

* Süleyman Demirel Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Öğretim Üyesi, vesileomurbek@sdu.edu.tr

** SMMM, tariktt84@hotmail.com

mensuplarının demografik özelliklerinin ve haksız rekabet sorunu hakkındaki düşüncelerinin tespiti için iki bölüm ve 31 sorudan oluşmaktadır.

Bulgular ve Sonuç

Muhasebe meslek mensupları arasında başta tahsilat sorunu olmak üzere ücret üzerinden yaşanan haksız rekabetin olduğu ve meslek mensuplarının meslekleri dışındaki işlerle uğraşmalarının haksız rekabetin etkisini daha da arttırdığı belirlenmiştir. Meslek mensupları, mevcut sorunların tespiti ve çözümünde güncel mevzuatları yetersiz görmektedirler. Haksız rekabetin meslek mensuplarının toplumdaki mesleki itibarlarına gölge düşürdüğü ve muhasebe mesleğinin hak ettiği saygınlığa ulaşmasını engellediği sonucuna varılmıştır. Yapılan araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde ise mesleki haksız rekabetin varlığının büyük oranda kabul gördüğü ortaya çıkmaktadır. Ayrıca bu sorunun meslek mensuplarına ekonomik ve sosyolojik açıdan önemli zararlar verdiği de tespit edilmiştir.

Anahtar Kelime : Haksız Rekabet, Muhasebe Meslek Mensubu

A Study on Unfair Competition Among Accounting Professionals

ABSTRACT

Recent developments result changes in the concept of accounting and cause economical and social inequalities among the accounting professionals. Like many other professions, accounting face several occupational problems, including unfair competition.

Aim of the Study: Aim of the study is to determine the drivers of unfair competition, which occurs due to economical, sociological, legal etc. reasons between the accounting professionals that work in Isparta city center. The drivers of the unfair competition have been investigated in details by the experience of the accounting professionals. The projects, suggesting solutions to the problem have been also investigated and recent information and opinions have been obtained by conducting an empirical study.

Method of the Study: The method of this research consists of literature research, determining the sample, defining the aim and hypothesis of the study,

preparing the questionnaire, coding and arranging the data, running the statistical analyzes and discussing the results. The questionnaire has been distributed to total 152 accounting professionals in Isparta city center by carrying out a face-to-face survey. A total of 70 valid responses have been collected. The questionnaire consists of 31 questions in two sections about demographic details and the opinions regarding unfair competition.

Findings and Results: It was found that payment and collection problems mainly cause the unfair competition among the accounting professionals while any other business that they also work increases its effects. Accounting professionals find the present legislation insufficient in terms of determining and solving the existing problems. It was understood that unfair competition negatively affects the prestige of the accounting professionals in the society and blocks their efforts to reach the level of prestige that they deserve. The overall finding of the research suggests that occupational unfair competition has been widely accepted. Furthermore, it was discovered that this problem causes economical and sociological damages to the accounting professionals.

Keywords : Unfair Competition, Accounting Professionals

GİRİŞ

İşletmeler hangi ekonomik dönemde olursa olsun faaliyetlerini ve yaşamlarını sürdürme amacını taşımakta ve bu çerçevede faaliyetlerini sürdürmektedirler. Ancak günümüzdeki küresel ekonomik şartlar göz önüne alındığında işletmelerin birçok ekonomik sorunla karşı karşıya kaldıkları görülmektedir. İşletmelerin bu ekonomik sorunları aşması ve amaçları doğrultusunda çalışmalarına devam edebilmesi için işletme yöneticilerinin belirlenen amaçlar doğrultusunda çalışmalar yapması ve kendilerine gerçek ve kesintisiz bir bilgi akışının olması gerekmektedir. Bu konudaki bilgi akışını sağlayan birim de muhasebe birimidir. Çünkü muhasebe birimi işletme yöneticilerinin ihtiyaç duyduğu tüm mali bilgilerin saklandığı yerdir.

Teknoloji ve ekonomide yaşanan küresel gelişmeler her sektörde olduğu gibi muhasebecilik sektöründe de etkili olmuş, muhasebe mesleği uygulamalarında ve meslek mensuplarının çalışma koşul ve şekilleri üzerinde köklü değişikliklere

neden olmuştur. Bunun yanı sıra gelişen teknoloji sayesinde meslek mensupları meslek icralarını daha kolay ve daha kısa sürede yerine getirmeye başlamışlardır.

1. HAKSIZ REKABET

Türk Hukuku'nda haksız rekabete ilişkin düzenlemeler, temel olarak Türk Ticaret Kanunu'nun 56. ve 57. maddelerinde yer almasının yanı sıra Borçlar Kanunu, Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu ve İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Kanun gibi birçok kanunda haksız rekabeti düzenleyen hükümler bulunmaktadır (Akın, 2010:82). Ayrıca Haksız Rekabet Hükümleri 3568 sayılı Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu'nda yer almıştır.

En yaygın olarak kullanılan ve bilinen haksız rekabet tanımı TTK'nun 56. maddesinde "aldatıcı hareket ve hüsnüniyet kaidelerine sair suretlerle iktisadi rekabetin her türlü suistimali" olarak belirtilmiştir (Onat, Doğrusöz ve Töralp, 2011:113).

Türk Ticaret Kanunu'nda öngörülen düzenlemelerdeki amaç, ticari hayatın gerektirdiği dürüstlüğün ve ticari ahlakın korunmasını sağlamak ve rekabet özgürlüğünü bu yönde sınırlamaktır. Bu bağlamda haksız rekabet hükümlerinin bazı unsurları ve haksız rekabetin oluşmaması için gerekli hususları içermesi gerekmektedir (Oruç, 2009:5-6).

Haksız rekabetin unsurları dört farklı etmeden oluşmaktadır. Bunlar; *İktisadi Rekabet, Rekabet Hakkının Kötüye Kullanılması, Zarar veya Zarara Sebep Olma Tehlikesi* ve *İllyet Bağı* şeklinde tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle bu unsurlara göre haksız rekabetten söz edebilmek için, ekonomik bir etkinlikten yani kazancın varlığından, dürüstlük kurallarına aykırı hareketlerden, maddi ve manevi oluşan ya da oluşabilecek zararlardan bahsetmek ve bu üç unsurun birbirleriyle aynı zamanda meydana geldiğinden emin olmak gereklidir (Akın, 2010:87-88).

Haksız rekabet halleri ise TTK'nun 57. Maddesinde tek tek belirtilmiştir. Bunlar (Onat, Doğrusöz ve Töralp, 2011:113-117);

- Kötülemek,
- Başkasının ahlaki ve mali iktidarı hakkında gerçeğe aykırı bilgi vermek,
- Bir kişinin kendisi ile ilgili olarak yanlış veya yanıltıcı bilgi vermesi,
- Yanlış unvanla, mesleki adlar ve işaretler kullanma,

- Karışıklığa (iltisaba) yol açmak,
- Üçüncü kişilerin vekil ya da yardımcılarının görevlerini ihlale sevk etmek,
- Üçüncü kişileri aldatarak işletmenin sırlarını ele geçirmek,
- Üçüncü kişilerin, iyi niyet kurallarına aykırı bir biçimde ele geçirilen ticaret ve imalat sırlarından faydalanma ve onları başkasına yaymak,
- Üçüncü kişileri aldatıcı iktisadi belgeleri sunmak ve
- İş hayatı şartlarına kasten uymamak şeklinde sıralanabilir.

Görüldüğü gibi rekabet ve haksız rekabet unsurları, meydana gelme şekilleri, içerikleri ve hükümleri açısından birbirine son derece yakın olgular olup günümüz ekonomik koşulları göz önüne alındığında başta TTK olmak üzere diğer kanunlarda önemle üzerinde durulmaktadır.

1.1. Muhasebe Mesleğinde Yaşanan Haksız Rekabeti Oluşturan

Etmenler

Rekabet, toplumda yaşayan insanlar arasında bilimsel, politik, sportif, ekonomik ve diğer birçok alanda ortaya çıkan sosyolojik bir olgudur. Haklı rekabette hizmet yarışı, bilgi ve yeterlilik yarışı, teknoloji ve sistem yarışı vardır. Dolayısıyla haklı rekabet muhasebe ve denetim mesleği için değerlendirildiğinde bu mesleklerin kimliğini üst seviyelere çıkarma yarışı olarak görülmelidir. Ancak meslek mensupları arasında yaşanan haksız rekabet ise meslekle bağdaşmayan durumları, haksız kazançları ve üretmeden paylaşmayı içermektedir. Bu durum da meslek mensuplarına maddi ve manevi zarar vermekte, mesleki saygınlığı ortadan kaldırmakta ve ciddi mesleki sorunların oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Arı, 2011:66).

Bu nedenle haksız rekabet sorunu aşağıda “ana etmenler” ve “diğer etmenler” olmak üzere iki gruba ayrılarak maddeler halinde açıklanmaya çalışılmaktadır.

1.1.1. Meslek Mensupları Arasında Haksız Rekabeti Oluşturan Ana

Etmenler

Meslek mensupları arasında yaşanan haksız rekabeti oluşturan ana etmenleri ücret tarifesi üzerinden kaynaklanan haksız rekabet ile reklam ve tanıtım yoluyla yapılan haksız rekabet olarak iki başlık altında toplanabilir.

- Ücret Tarifesinden Kaynaklanan Haksız Rekabet

Ülkemizde muhasebe mesleği her zaman ekonomik gelişmelerden ve krizlerden en çok etkilenen hizmet sektörlerinden biridir. Ülke ekonomimizin uzun yıllar IMF istikrar programlarına bağlı kalması, uluslararası ekonomik gelişmeler, dövizde meydana gelen dalgalanmalar, ülkemizde yıllar boyunca ekonomik krizlere neden olmuş, bu nedenden dolayı da muhasebe-müşavirlik hizmetlerinden doğan bedellerinde zamanında tahsil edilememesi ya da hiç alınmaması sonuçlarını doğurmuştur (Gündüz, 2006:1).

Bu nedenle meslek mensupları arasında yaşanan haksız rekabetin en önemli unsurlarından birinin ücret olduğu anlaşılmaktadır. Ücretin düşük düzeyde oluşması hizmetin kalitesine yansiyarak haksız rekabete neden olmakta, bu durum hem meslek mensubunu hem hizmetten yararlananları hem de toplumu olumsuz etkilemektedir. Ücretin yüksek düzeyde oluşması ise hizmetten yararlananların haksızlığa uğramasına yeni arayışlara yönelmesine neden olmakta, bu da meslek mensuplarını olumsuz etkilemektedir. Bu bağlamda hem meslek mensuplarını hem de hizmetten yararlananları mağdur etmeyecek, meslek mensuplarının arasında haksız rekabete neden olmayacak, mesleğin gelişmesine olanak sağlayacak yeni bir asgari ücret sisteminin oluşturulmasına ihtiyaç duyulmaktadır (Arıkan, :1).

- Reklam ve Tanıtım Yoluyla Yapılan Haksız Rekabet

Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Mesleklerine İlişkin Haksız Rekabet ve Reklam Yasağı Yönetmeliği'ne göre meslek mensuplarının her türlü reklam ve reklam sayılabilecek eylem ve davranışlarda bulunması yasaklanmıştır. Ancak günümüz ekonomik şartları göz önüne alındığında meslek mensuplarının bilerek ya da bilmeyerek bu tür eylemlere girdikleri görülebilmektedir.

Reklam vb. davranışlar da birkaç farklı yöntemle ayrılmış durumdadır. Bu yöntemlerden en yaygını ruhsat kiralama ve tabela standartlarına uygun olmayan tabela ve kartvizitler kullanma olduğu söylenebilmektedir (Topçu, 2010;40).

Ruhsat kiralama yoluyla haksız rekabet son zamanlarda giderek artış göstermektedir. Bu davranışın, geçtiğimiz yıllarda bazı geçici maddeler sayesinde ruhsat sahibi olan ancak mesleği tam olarak icra edemeyecek yaşta ve bir o kadar da deneyim sahibi olmayan kişilerden kaynaklandığı söylenebilmektedir. Bu kişilerin ruhsatlarını mesleki bilgi ve birikime ne düzeyde sahip olduğu bilinmeyen kişilere

kiralaması ve bu sayede haksız kazanç elde etmesi tüm meslek mensuplarına zarar verdiği yadsınamaz bir gerçektir (Topçu, 2010;40).

Bir diğer unsur olan Tabela standartları üzerinden yapılan haksız rekabet ise tabelanın uygulama biçiminden doğmaktadır. Bazı il ve ilçelerde meslek mensuplarının tabela uygulama standartlarındaki boşluklardan faydalanarak gereğinden büyük, dikkat çeken ışık, renk, amblemler içeren tabelalar kullandıkları görülmektedir. Ayrıca bazı meslek mensuplarının kartvizitlerinin arka yüzlerinde birlikişilik, eksperlik, takipçilik, sigortacılık vb. ifadeler yazdırdıkları tespit edilmektedir. Bu durum meslek mensupları içinde haksız fiile ve haksız rekabete neden olan bir unsurdur (Topçu, 2010;40).

Bu bağlamda aşağıda sayılı haller bu hususta özellikle haksız rekabet teşkil etmektedir: (Türkiye Haksız Rekabetle Mücadele Kurulu [TÜRHAİK], 2011: 48-52)

- Meslek mensuplarının dürüstlüğü, güvenilirliği ve tarafsızlığı hakkında yanlış ve asılsız beyanlarda bulunmak,
- Meslek mensuplarının hizmetlerini ve faaliyetlerini yanlış, yanıltıcı veya yersiz açıklamalarla kötülemek,
- Meslek mensupları hakkında asılsız ihbar ve şikâyetle bulunmak,
- Kendisi, hizmetleri ve faaliyetleri hakkında gerçek dışı veya yanıltıcı açıklamalarda bulunmak,
- Sahip olmadığı meslek unvanını kullanmak,
- Mesleki ve akademik unvan dışında sahip olunan başka unvanları kullanmak,
- Başlıklı kağıtların, kartvizit ve tabelaların reklam niteliğinde düzenlenmesini sağlamak ve bu belgelerde mesleki ve akademik unvanlar ile iletişim bilgileri haricinde bilgilerin olmasına göz yummak,
- Serbest muhasebecilik, serbest muhasebeci mali müşavirlik ve yeminli mali müşavirlik hizmeti hiçbir sıfat altında marka olarak tescil ettirilemez,

- Büro açılışlarını basın ve yayın yoluyla duyuramazlar,
- Mesleğin ilke ve kurallarının tümüne uymak koşulu ile meslek mensupları teknolojinin tüm imkanlarından faydalanabilir. İnternet kullanımına giren web sitelerinde “unvanı.tr” uzantılı siteler kullanabilirler ve bu sitelerinde her hangi bir reklam faaliyeti kabul edemez ve reklam alamazlar.

1.1.2. Meslek Mensupları Arasında Haksız Rekabeti Oluşturan Diğer Etmenler

Meslek mensupları arasında haksız rekabeti oluşturan diğer etmenler ise şöyle sıralanmaktadır : (Arıkan, 2000:2, Arıkan, 2002:1, Ataman, 2010:18, Dede, 2007:14, Dede, 2009:31, Dilekyiğit, 2009:22, Doğan, 2010:45, Topçu, 2010:37, Yaşar, 2011:1,)

- Tahsilat sorunundan kaynaklanan haksız rekabet,
- Yıl sonunda talep edilen defter tasdik ücretinden kaynaklanan haksız rekabet,
- Meslek mensuplarının standartlarına uymamaktan kaynaklanan haksız rekabet,
- Kamu denetimindeki yetersizlikten doğan haksız rekabet,
- Meslek mensubu - mükellef çalışma planının olmamasından kaynaklanan haksız rekabet,
- Yeminli mali müşavirlerden ve denetim firmalarından kaynaklanan haksız rekabet,
- Mükelleflerin bilinç düzeyinden kaynaklanan haksız rekabet,
- Meslek mensuplarının gösterdiği fazla hoşgörüden doğan haksız rekabet,
- Mesleki mevzuattan kaynaklanan haksız rekabet,
- Mali idareden ve vergi mevzuatından kaynaklanan haksız rekabet,
- Meslek örgütlerinden ve yöneticilerinden kaynaklanan haksız rekabet ve
- Bağımlı olarak çalışan meslek mensuplarından kaynaklanan haksız rekabettir.

1.2. Türkiye Haksız Rekabetle Mücadele Kurulu'nun (TÜRHAİK) Haksız Rekabete İlişkin Meslek Mensuplarına Getirmiş Yaptırımları Ve Çözüm Önerileri

Türkiye Haksız Rekabetle Mücadele Kurulu'nun (TÜRHAİK) meslek mensuplarına getirmiş olduğu yaptırımlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır: (TÜRMOB/ TESMER, 2007:132, TÜRHAİK, 2011:15,)

- Büro edinme zorunluluğu,
- Ortaklık bürosu veya şirket kurarak faaliyette bulunabilme,
- Kaşe kullanma usulleri ile ilgili mecburi meslek kararı,
- Tabela asma zorunluluğu ve
- Sözleşme ve ücrete ilişkin esaslardır.

TÜRHAİK'in ülke bazında meslek mensupları arasındaki haksız rekabetin ortadan kaldırılması için "Haksız Rekabet ve Reklam Yasağı Yönetmeliği"nin uygulanması konusunda kilit rol oynadığı kesindir. TÜRHAİK'in ilgili yönetmeliğin uygulama birliğinin sağlanması, mevzuat düzenlemeleri ve geliştirilmesi ile idari planlamalar konularında düzenleyici kurul olma özelliği göz önünde bulundurulduğunda, takip eden dönemlerde Kurul'un haksız rekabeti önlemek için üzerinde çalıştığı konular ve çözüm önerileri aşağıda belirtilmiştir: (Arıkan, 2011:12-13)

Mesleki özen kavramının içinin doldurulması ile mesleki vizyon yükseltilmelidir.

- Büro Standartları Yönetmeliği ile Elektronik Sözleşme ve Tahsilat Yönetmeliği'nin çıkarılmasına öncelik verilmelidir.
- Kalite güvence sistemi yasal dayanağa kavuşturulmalıdır.
- Zorunlu eğitim bir an önce yürürlüğe girmelidir.
- Rekabet Hukuku geliştirilmelidir.
- Rekabet Otoritesi oluşturularak etkin kılınmalıdır.

- TÜRHAH'ın yapısal özelliği, Oda Haksız Rekabet Kurulları ile ilişkileri, ayrıca kurulların odalar nezdindeki diğer kurullar ve birimler karşısındaki konumu ve görev alanının oda yönetimleri ve tüm ilgililere hazırlanacak metinler ve düzenlenecek toplantılarla anlatılmalıdır.
- Yönetmelik ihlali konularında saptanan hususlarda göz önünde bulundurularak, meslek mensuplarının bilgilendirilmeleri ve uyarılmaları konusunda resmi tebligatta bulunulacak bir metin hazırlanmalıdır.
- Yönetmelik ihlali ve şikayetler konusunda, en önde yer alan ücret tarifesi sorununun çözümü için, zamana endeksli ücret tarifesi üzerindeki çalışmalar tamamlanmalı, tarife konusunda Maliye Bakanlığı ile ilişkiler yeniden yapılandırılmalıdır.
- Ücret tarifesine uygun olmayan iş kabulü ve sözleşmelerin yapılmasını önlemek amacı ile oda yönetimlerince konunun takibini sağlayacak bir yöntem geliştirilmeli ve bu yönde bir düzenleme yapılmalıdır.
- Haksız rekabetin kaynağını oluşturan, iş olanaklarının yaratılmaması konusu önemsenmelidir. Başta Maliye Bakanlığı olmak üzere diğer kamu kurum ve kuruluşlarıyla yapılacak işbirliği ile yeni iş ve hizmet olanaklarının sağlanması yönünde kapsamlı çalışma yapılmalıdır. Ayrıca haksız rekabetin sonuçlarının meslek mensuplarına yansımaları sağlayan “müteselsil sorumluluk” uygulamalarındaki belirsizlikler giderilmelidir.

Son olarak yaşanacak mesleki süreçte, TÜRMOB Yönetim Kurulu ile Oda Başkan ve Sekreterleri, TÜRHAH ve Oda Haksız Rekabetle Mücadele Kurulu Başkanları, TÜRMOB Disiplin Kurulu ve Oda Disiplin Kurulu Başkanları ile birlikte bir çalıştay düzenlenmelidir. Bu çalıştay, TÜRMOB ve Odalar arasında uyulama birlikteliğinin sağlanması ve haksız rekabeti önleme amacına yönelik önemli yararlar sağlayacaktır.

2. MESLEK MENSUPLARI ARASINDA YAŞANAN HAKSIZ REKABET VE HAKSIZ REKABETİ OLUŞTURAN UNSURLARA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA

Ekonomik gelişmeler nedeniyle muhasebe mesleğine olan ihtiyaç ve önem giderek artmaktadır. Bu nedenle 1989 yılında çıkarılan 3568 sayılı yasa ile muhasebe mesleği hukuki bir yapı içine alınmıştır. Ancak muhasebe mesleğinin sağlıklı bir şekilde uygulanıp anlaşılmasında çıkarılan bu yasa tek başına yeterli olamamış, başta haksız rekabet olmak üzere çok sayıda mesleki sorun ortaya çıkmıştır.

Yapılan araştırmayla da meydana gelen haksız rekabet sorunu ve bu sorunun meydana gelmesinde etkili olan nedenler incelenmeye çalışılmaktadır. Araştırmadaki anket sonuçları ise hem sorunun düzeyini hem de ortadan kaldırılması için yapılan ve yapılacak olanların etkisini ortaya koymak amacıyla analiz edilmiştir.

2.1. Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri

Bu bölümde araştırmanın amacı ve hipotezleri hakkında bilgi verilmektedir.

2.1.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı; Isparta il merkezinde faaliyetlerini sürdüren meslek mensupları (SM, SMMM ve YMM) arasında ekonomik, sosyolojik, hukuki vb. sorunlardan doğan haksız rekabetin varlığını ve bu soruna neden olan etmenleri tespit etmektir. Bu soruna neden olan etmenler meslek mensuplarının mesleki deneyim süresine göre ayrıntılı olarak incelenecektir.

2.1.2. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan alternatif hipotezler aşağıda belirtilmiştir.

H_{A1} : Muhasebe mesleğinde başta ücret olmak üzere birçok ekonomik unsur üzerinden yapılan haksız rekabet vardır.

H_{A2}: Mesleki mevzuatın hazırlanması ve sorunlarının tespit edilip çözümünde mesleki örgüt yöneticileri ile meslek mensupları arasında iletişimsizlikten doğan aksaklıklar vardır.

H_{A3}: Tahsilat sorunu yaşanmaktadır.

H_{A4}: Yılsonunda meslek mensuplarınca alınan defter tasdik ücreti müşteri ilişkilerini zedelemekte ve haksız rekabete neden olmaktadır.

H_{A5}: Kamu denetiminin yapılması meslek mensuplarının ve mükelleflerinin disiplin edilmesini ve muhasebe hizmetlerindeki haksız fiilleri engellemektedir.

H_{A6}: Meslek mensupları ile mükellefler arasında iş yükü, müşteri yapısı ve sayısını eşitleyecek bir çalışma planının olmaması, başta yeni işe başlayan meslek mensupları olmak üzere tüm meslek mensupları arasında haksız rekabete neden olmaktadır.

H_{A7}: Mükellef – meslek mensubu arasındaki iş ilişkisi yapılan işlerin sağlıklı yürütülmesini sağlayabilecek düzeydedir

H_{A8}: Ülkemizde doğru anlaşılan ve uygulanan muhasebe-denetim kültürü bulunmaktadır.

H_{A9}: Mesleki mevzuatın yapısı meslek mensuplarının tüm ihtiyaçlarını karşılamakta ve sorunlarının çözümünde yeterli olmaktadır

H_{A10}: Mükellef portföyüne göre bulunduğunuz ilde meslek mensubu sayısı fazladır.

H_{A11}: Meslek mensuplarının müşterilerine karşı fazla hoşgörülü olmaları haksız kazançlara ve meslek mensuplarının angarya olarak görülen işlerle uğraşmasına neden olmaktadır.

H_{A12}: Türkiye Haksız Rekabetle Mücadele Kurulu'nun haksız rekabetle ilgili sunduğu Büro Standartları Yönetmeliği, e-Sözleşme ve Tahsilat Yönetmeliği gibi yeni çözüm önerileri, haksız rekabeti engelleyecek niteliktedir.

H_{A13}: TÜRMOB tarafından düzenlenen Haksız Rekabet Kongrelerinde belirlenen ücret standartsızlıkları, etik kurallarının çiğnenmesi, kayıt dışı ekonomi gibi hususlar haksız rekabete neden olan öncelikli sorunlardır.

H_{A14}: Yeni Türk Ticaret Kanunu'nun muhasebe ve denetim konularındaki getirdiği yenilikler ve uluslararası uyum çalışmaları, mesleğin saygınlığını arttıracak ve haksız fiile neden olan standartsızlıkları ortadan kaldıracak düzeydedir.

H_{A15}: Kamu gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurulu'nun sağladığı uluslararası uyum, mesleki vizyonu geliştiren önemli gelişmelerden biridir.

H_{A16}: TÜRMOB tarafından kısa vadede yürürlüğe geçirilmesi istenen Zaman Esaslı Ücret Tarifesi Projesinin hazırlanmasında iş yükünün ve harcanan zamanın baz alınması haksız kazançları engelleyecek doğru bir çözüm önerisidir.

H_{A17}: TÜRMOB tarafından meslek mensuplarına yönelik hazırlanan mesleki uzmanlık kursları meslek mensupları arasında bilgi, tecrübe ve eğitim konularından dolayı yaşanan haksız rekabeti engelleyecektir.

H_{A18}: TÜRMOB tarafından orta vadede gerçekleştirilmek istenen mesleki büro yönetimi rehberi, mesleki ekonomik ve sosyal dayanışma kurumu projeleri meslek mensupları ve muhasebe mesleği üzerindeki haksız fiil unsurlarını ortadan kaldıracaktır.

H_{A19}: TÜRMOB Üniversitesinin kurulması mali eğitimin eksikliğinden doğan birçok mesleki sorunun ve haksız rekabet unsurlarının oluşmasını engelleyecektir.

H_{A20}: Disiplin Yönetmeliği'nce uygulanan disiplin cezaları haksız rekabeti engelleyebilecek nitelikte ve caydırıcı düzeydedir.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada uygulanan yöntem literatür incelemesi, araştırmaya dahil edilen meslek mensuplarının belirlenmesi, araştırmanın amaç ve hipotezlerinin belirlenmesi, anket sorularının hazırlanması, anket formlarının uygulanması, verilerin

kodlanması ve düzenlenmesi, istatistiksel analizlerin yapılması ve sonuçların değerlendirilmesinden oluşmaktadır.

Araştırmaya Isparta İl merkezinde faaliyetlerini sürdüren SM, SMMM ve YMM'ler dahil edilmiştir. Isparta il merkezinde YMM olarak faaliyet gösteren sadece bir kişi bulunmaktadır. Araştırmaya katılan diğer YMM ise Burdur il merkezinde faaliyette bulunmaktadır. Araştırmaya bu YMM'nin dahil edilmesinin sebebi mükelleflerinin Isparta ili merkezinde bulunmasıdır.

Isparta il merkezinde faaliyette bulunan toplam 152 (<http://www.isparta.smmmo.org.tr/>) meslek mensubu bulunmaktadır. Böylece örnek büyüklüğü 152 meslek mensubundan oluşmaktadır. Hazırlanan anketler daha sağlıklı ve daha hızlı sonuçlar alınması amacıyla meslek mensuplarına bizzat gidilerek yüzyüze görüşme yöntemi ile yapılmıştır. Bu yöntemle değerlendirmeye uygun 70 anket formu elde edilmiştir. Bu % 46'lık bir dönüş oranıdır. Bu bağlamda, % 46 düzeyindeki bir geri dönüş oranı kabul edilebilir bir oran olarak değerlendirilebilir.

Araştırmada kullanılan anket, meslek mensuplarının demografik özelliklerinin ve haksız rekabet sorunu hakkındaki düşüncelerinin tespiti için iki bölüm ve 31 sorudan oluşmaktadır. Demografik özellikler meslek mensubunun cinsiyeti, eğitim düzeyi, mesleki deneyim süresi ve mesleki unvanından oluşmaktadır. Haksız rekabet sorununa dair sorular ise 5 farklı yargı seçeneğinden meydana gelmektedir

2.3. Araştırmanın Güvenilirlik Testi

Yapılan anket çalışmasının kendi içerisinde güvenilirliğini gösteren Cronbach Alpha değeri 0,738 olarak belirlenmiştir (Tablo 1). Bu değer anketin güvenilir düzeyde bir anket olduğunu göstermektedir.

Tablo 1 : Anketin Güvenilirlik Katsayısı

Anket Sayısı	70
Soru Sayısı	31
Cronbach Alpha (α)	0,738

2.4. Araştırmaya Katılan Meslek Mensuplarının Demografik Özellikleri

Isparta il merkezinde yapılan araştırmaya katılan meslek mensuplarının demografik özellikleri aşağıdaki Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2 : Meslek Mensuplarının Demografik Özellikler

		FREKANS	YÜZDE
CİNSİYET	Kadın	12	17,1
	Erkek	58	82,9
EĞİTİM	İlköğretim	1	1,4
	Lise	7	10
	Ön Lisans	6	8,6
	Lisans	51	72,9
	Yükseklisans/Doktora	5	7,1
DENEYİM	0 -10	30	42,9
	11- 20	22	31,4
	21 ve üstü	18	25,7
UNVAN	SM	2	2,9
	SMMM	66	94,2
	YMM	2	2,9
Toplam		70	100

Tablo 2’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan meslek mensuplarının çoğunluğunun erkek (% 82,9) olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan bayan meslek mensubu oranı ise % 17,1 olarak belirlenmiştir. Meslek mensuplarının eğitim düzeyi ise; % 1,4 İlköğretim, % 10 Lise, % 8,6 Ön Lisans, % 72,9 Lisans ve % 7,1 Yüksek lisans/Doktora olduğu görülmektedir. Meslek mensuplarının eğitim düzeyi son derece yüksek çıkmıştır. Bu oran Isparta ili merkezinde muhasebe ve denetim

mesleğinin bilgi seviyesi bakımından donanımlı kişilerce yapıldığını göstermekte ve bu durum çalışmanın güvenilirliğini arttırmaktadır.

Ayrıca araştırmaya katılan meslek mensuplarının % 42,3'ü 0 ile 10 yıl, % 31,4'ü 11 ile 20 yıl, % 25,7'si ise 21 yıl ve üzeri süreyle mesleki faaliyetlerine devam etmektedirler. Araştırmadaki meslek mensuplarının unvanları % 2,9'u SM, % 94,3'u SMMM, % 2,9'u ise YMM olarak belirlenmiştir.

2.5. Araştırmaya Katılan Meslek Mensuplarının Deneyimlerine Göre Haksız Rekabet Sorunu ile Sorunu Oluşturan Etmenlerin Önem Dereceleri

Yapılan araştırmada meslek mensupları mesleki deneyimlerine göre üç gruba ayrılmıştır. Birinci grupta 30 meslek mensubu bulunmaktadır ve deneyim süresi 10 yıla kadar olanlardan kişilerden oluşmaktadır. İkinci grupta 22 meslek mensubu bulunmakta ve deneyim süresi 11 ile 20 yıl arasında olan kişilerden oluşmaktadır. Üçüncü grupta ise 18 meslek mensubu bulunmakta ve deneyim süresi 21 yıl ve daha fazla olan kişilerden oluşmaktadır.

Grupların haksız rekabet sorununa, haksız rekabetin neden olduğu olumsuzluklara ve sorunu oluşturan etmenlerin önem dereceleri aşağıdaki Tablo 3, 4 ve 5'de görülmektedir.

Tablo 3 : Mesleki Deneyimi 0-10 Yıl Arası Olan Meslek Mensuplarının Haksız Rekabet ve Haksız Rekabetin Neden Olduğu Sorunlara İlişkin Etmenlerin Değerlendirme Sonuçları

Mesleki Deneyim	Haksız Rekabete İlişkin Etmenler	Ort.	St. Sap.
	Tahsilat sorunu yaşanmaktadır	4,46	1,07
	Meslek mensuplarının müşterilerine karşı fazla hoşgörülü olmaları haksız kazançlara ve meslek mensuplarının angarya olarak görülen işlerle uğraşmasına neden olmaktadır.	4,26	0,90

0 -10 YIL	Muhasebe mesleğinde başta ücret olmak üzere birçok ekonomik unsur üzerinden yapılan haksız rekabet vardır	4,13	1,10
	Meslek mensupları ile mükellefler arasında iş yükü, müşteri yapısı ve sayısını eşitleyecek bir çalışma planının olmaması, başta yeni işe başlayan meslek mensupları olmak üzere tüm meslek mensupları arasında haksız rekabete neden olmaktadır.	4,10	0,80
	Meslek mensuplarından meslekleri dışında eksperlik, bilirkişilik, sigortacılık gibi diğer işlerle uğraşmaktadır.	4,10	0,92
	Ruhsat kiralama yoluyla çalışan meslek mensubu olmayan kişiler bulunmakta ve bu kişiler haksız rekabete neden olmaktadır.	4,00	1,05
	Meslek mensuplarının hizmet kalitelerinde oluşabilecek bir standartsızlık ve yapılan işlerde doğan yanlışlıklar mesleki itibara gölge düşürmekte ve haksız fiillere neden olmaktadır	3,90	0,75
	Ülkemizde uygulanan VUK meslek mensuplarına uygulamada ağır sorumluluklar getirmekte bu nedenle alınan KDV ve Stopaj oranları daha makul seviyelere çekilmelidir.	3,90	1,02
	Meslek mensuplarının kayıt dışı ekonomi, vergi reformları, istihdam ve işsizlik gibi önemli toplumsal konularda çalışmalar yapması ve sonuçlarının kamuoyuyla paylaşması meslek itibarın yükseltilmesinde büyük rol oynayacaktır	3,90	0,84
	Mükellef portföyüne göre bulunduğunuz ilde meslek mensubu sayısı fazladır.	3,86	1,00
	TÜRMOB tarafından düzenlenen haksız rekabet kongrelerinde belirlenen ücret standartsızlıkları, etik kuralların çiğnenmesi, kayıt dışı ekonomi gibi hususlar haksız rekabete neden olan öncelikli sorunlardır.	3,86	0,91
	Mesleki mevzuatın hazırlanması ve sorunların tespit edilip çözümünde mesleki örgüt yöneticileri ile meslek mensupları arasında iletişimsizlikten doğan aksaklıklar vardır.	3,76	0,97
Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurulu'nun sağladığı uluslar arası uyum, mesleki vizyonu geliştiren önemli unsurlardan biridir.	3,56	0,81	

0 -10 YIL

Yeni TTK'nun muhasebe ve denetim konularındaki getirdiği yenilikler ve uluslar arası uyum çalışmaları, mesleğin saygınlığını arttıracak ve haksız fiile neden olan standartsızlıkları ortadan kaldıracak düzeydedir.	3,56	0,93
TÜRMOB tarafından kısa vadede yürürlüğe geçirilmesi istenen Zaman Esaslı Ücret Tarifesi Projesinin hazırlanmasında, iş yükünün ve harcanan zamanın baz alınması haksız kazançları engelleyecek doğru bir çözüm önerisidir.	3,40	1,00
Yeminli Mali Müşavirler kanunda belirtilen işleri dışında diğer muhasebe işleri ile (defter tutma gibi) uğraşmaktadırlar.	3,36	1,18
Yılsonunda meslek mensupları tarafından alınan defter tasdik ücreti müşteri ilişkilerini zedelemekte ve haksız rekabete neden olmaktadır.	3,33	1,34
TÜRMOB tarafından meslek mensuplarına yönelik hazırlanan mesleki uzmanlık kursları meslek mensupları arasında bilgi, tecrübe ve eğitim konularından dolayı yaşanan haksız rekabeti engelleyecektir.	3,30	1,02
TÜRMOB Üniversitenin kurulması mali eğitimin eksikliğinden doğan birçok mesleki sorunun ve haksız rekabet unsurlarının oluşmasına engel olacaktır.	3,30	1,23
TÜRMOB tarafından orta vadede gerçekleştirilmek istenen mesleki büro yönetim rehberi, mesleki ekonomik ve sosyal dayanışma kurumu projeleri meslek mensupları ve muhasebe mesleği üzerindeki haksız fiilleri ortadan kaldıracaktır.	3,20	0,84
Kamu denetiminin yapılması meslek mensuplarının ve mükelleflerinin disiplin edilmesini ve muhasebe-mali müşavirlik hizmetlerindeki haksız fiilleri engellemektedir.	3,16	1,05
Meslek mensupları arasında reklam yasağı yönetmeliğine ve tabela standartlarına uymayan kişiler bulunmaktadır.	3,16	1,14
TÜRHAH'nun haksız rekabet ile ilgili sunduğu Büro Standartları Yönetmeliği, E-Sözleşme ve Tahsilat Yönetmeliği gibi yeni çözüm önerileri haksız rekabeti engelleyecek niteliktedir.	3,00	1,03
Mesleki mevzuat içerisinde haksız rekabete neden olabilecek unsurlar bulunmaktadır.	2,93	0,99

0 -10 YIL	Mükellef-Meslek mensubu arasındaki iş ilişkisi yapılan işlerin sağlıklı yürütülmesini sağlayacak niteliktedir.	2,86	0,91
	Disiplin Yönetmeliğince uygulanan disiplin cezaları haksız rekabeti engelleyebilecek nitelikte ve caydırıcı düzeydedir.	2,86	1,16
	Mesleki örgüt ve kuruluşların yaptığı çalışmalar ve denetimler tüm meslek mensuplarını kapsayacak niteliktedir.	2,80	1,09
	Bağımlı çalışan meslek mensupları birden fazla şirkette bordrolu ve sözleşmeli olarak çalışarak haksız kazanç elde etmektedir.	2,76	1,04
	Meslek mensupları mesleki tüm ilke ve standartları taşımakta ve bu çerçevede faaliyet sürdürmektedir	2,66	1,02
	Ülkemizde doğru anlaşılan ve uygulanan muhasebe-denetim kültürü bulunmaktadır.	2,56	1,27
	Mesleki mevzuatın yapısı meslek mensuplarının tüm ihtiyaçlarını karşılamakta ve sorunlarının çözümünde yeterli olmaktadır.	2,43	1,13

Tablo 3’de görüldüğü gibi göre mesleki deneyimi 0 ile 10 yıl arasında olan meslek mensuplarının haksız rekabet sorununa, haksız rekabetin neden olduğu olumsuzluklara ve soruna neden olan etmenlere yönelik dikkate aldığı faktörlerin ekonomik nitelikte olduğu görülmektedir.

Mesleki deneyimi 0 ile 10 yıl arasındaki meslek mensuplarının öncelikli olarak 4,46 oranında bir ortalamayla tahsilat sorunu yaşadığı, bunun yanı sıra yine 4,26 ortalamaıyla hoşgörüden kaynaklanan ekonomik sıkıntılara maruz kaldıkları ve 4,13 ortalamaıyla da ücret üzerinden haksız rekabetin yapıldığını savundukları ortaya çıkmaktadır. Bunun yanı sıra meslek mensupları arasında yaşanan ekonomik dengesizliklere neden olan unsurlara ve genel çalışma ortamındaki olumsuzluklara katılımları da 4,10 ile 4,00 gibi yüksek ortalamalarla gerçekleşmiştir.

Haksız rekabete neden olduğu düşünülen ekonomik etmenler dışında kalan meslek mensuplarının kişisel davranışları ya da hizmet kalitelerindeki standartsızlıklar gibi diğer etmenlere olan katılımlar da orta seviyelerde gerçekleşmiştir. Bu etmenlere katılım ortalamaları 3,90 ile 3,76 arasında değişkenlik göstermiştir.

Araştırmaya göre TÜRMOB ve TÜRHAH gibi mesleki örgütlerin haksız rekabeti engellemek amacıyla ortaya koydukları çözüm önerilerine ve yeni projelerine olan katılımlar da orta seviyelerde gerçekleşmiştir. TÜRMOB yetkililerince haksız rekabeti engellemede önemli bir adım olduğu düşünülen ve bu amaçla geliştirilen Zaman Esaslı Ücret Tarifesi Projesinin 3,40 ortalamada kalması ya da TÜRHAH'ın e-sözleşme ve Tahsilat Yönetmeliği Projesinin 3,00 ortalamada kalması bu duruma örnek gösterilebilmektedir. Bu durumun oluşmasında, meslek mensuplarının ortaya konulan çözüm önerileri ve projeler hakkında yeteri kadar bilgi ve gözleme sahip olamamaları da etkili olmuştur. Çünkü sözü geçen proje ve çözüm önerilerinin büyük bir kısmı halen yürürlükte değildir.

Tablo 3'e göre birinci gruptaki mali müşavirlerin haksız rekabet ile ilgili en az dikkate aldığı faktörler mevcut Disiplin Yönetmeliği hakkındaki yargılar ile muhasebe denetim kültürü üzerine yöneltilen ifadeler olarak belirlenmiştir. Bu ifadelerle olan katılım ortalamaları 2,86 ile 2,43 arasında değişkenlik göstermiştir. Ancak bu yargılara olan katılımların düşük seviyelerde gerçekleşmiş olması, haksız rekabetin varlığının bir diğer ispatı niteliğindedir. Çünkü haksız rekabetin varlığı ve neden olduğu sorunlar meslek mensuplarının bu yargılara olumlu cevaplar vermesine engel olmaktadır.

Tablo 4 : Mesleki Deneyimi 11-20 Yıl Arası Olan Meslek Mensuplarının Haksız Rekabet ve Haksız Rekabetin Neden Olduğu Sorunlara İlişkin Etmenlerin Değerlendirme Sonuçları

Mesleki Deneyim	Haksız Rekabete İlişkin Etmenler	Ort.	St. Sap.
	Tahsilat sorunu yaşanmaktadır	4,31	0,99
	Muhasebe mesleğinde başta ücret olmak üzere birçok ekonomik unsur üzerinden yapılan haksız rekabet vardır	4,18	1,09
	Meslek mensuplarından meslekleri dışında eksperlik, bilirkişilik, sigortacılık gibi diğer işlerle uğraşmaktadır.	3,95	0,89

11-20 YIL	Ülkemizde uygulanan VUK meslek mensuplarına uygulamada ağır sorumluluklar getirmekte bu nedenle alınan KDV ve Stopaj oranları daha makul seviyelere çekilmelidir.	3,95	1,04
	Meslek mensuplarının müşterilerine karşı fazla hoşgörülü olmaları haksız kazançlara ve meslek mensuplarının angarya olarak görülen işlerle uğraşmasına neden olmaktadır	3,90	1,23
	Meslek mensuplarının hizmet kalitelerinde oluşabilecek bir standartsızlık ve yapılan işlerde doğan yanlışlıklar mesleki itibara gölge düşürmekte ve haksız fiillere neden olmaktadır	3,86	0,88
	Ruhsat kiralama yoluyla çalışan meslek mensubu olmayan kişiler bulunmakta ve bu kişiler haksız rekabete neden olmaktadır.	3,86	1,37
	Mükellef portföyüne göre bulunduğunuz ilde meslek mensubu sayısı fazladır.	3,86	1,37
	TÜRMOB tarafından düzenlenen haksız rekabet kongrelerinde belirlenen ücret standartsızlıkları, etik kuralların çiğnenmesi, kayıt dışı ekonomi gibi hususlar haksız rekabete neden olan öncelikli sorunlardır.	3,86	1,37
	Meslek mensuplarının kayıt dışı ekonomi, vergi reformları, istihdam ve işsizlik gibi önemli toplumsal konularda çalışmalar yapması ve sonuçlarının kamuoyuyla paylaşması meslek itibarın yükseltilmesinde büyük rol oynayacaktır.	3,81	1,00
	Mesleki mevzuatın hazırlanması ve sorunların tespit edilip çözümünde mesleki örgüt yöneticileri ile meslek mensupları arasında iletişimsizlikten doğan aksaklıklar vardır.	3,81	1,05
	Meslek mensupları ile mükellefler arasında iş yükü, müşteri yapısı ve sayısını eşitleyecek bir çalışma planının olmaması, başta yeni işe başlayan meslek mensupları olmak üzere tüm meslek mensupları arasında haksız rekabete neden olmaktadır.	3,81	1,09
11-20 YIL	Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurulu'nun sağladığı uluslar arası uyum, mesleki vizyonu geliştiren önemli unsurlardan biridir.	3,68	0,89
	TÜRMOB Üniversitenin kurulması mali eğitimin eksikliğinden doğan birçok mesleki sorunun ve haksız rekabet unsurlarının oluşmasına engel olacaktır.	3,59	1,09
	Kamu denetiminin yapılması meslek mensuplarının ve mükelleflerinin disiplin edilmesini ve muhasebe-mali müşavirlik hizmetlerindeki haksız fiilleri engellemektedir.	3,57	0,87
	Yeni TTK'nun muhasebe ve denetim konularındaki getirdiği yenilikler ve uluslar arası uyum çalışmaları, mesleğin saygınlığını arttıracak ve haksız fiile neden olan standartsızlıkları ortadan kaldıracak düzeydedir.	3,54	1,05

Mesleki mevzuat içerisinde haksız rekabete neden olabilecek unsurlar bulunmaktadır.	3,50	1,10
TÜRMOB tarafından meslek mensuplarına yönelik hazırlanan mesleki uzmanlık kursları meslek mensupları arasında bilgi, tecrübe ve eğitim konularından dolayı yaşanan haksız rekabeti engelleyecektir.	3,40	1,14
Meslek mensupları arasında reklam yasağı yönetmeliğine ve tabela standartlarına uymayan kişiler bulunmaktadır.	3,40	1,18
Yeminli Mali Müşavirler kanunda belirtilen işleri dışında diğer muhasebe işleri ile (defter tutma gibi) uğraşmaktadırlar.	3,27	1,07
TÜRHAİK'nun haksız rekabet ile ilgili sunduğu Büro Standartları Yönetmeliği, E-Sözleşme ve Tahsilat Yönetmeliği gibi yeni çözüm önerileri haksız rekabeti engelleyecek niteliktedir.	3,27	1,12
Meslek mensupları mesleki tüm ilke ve standartları taşımakta ve bu çerçevede faaliyet sürdürmektedir	3,22	0,97
TÜRMOB tarafından orta vadede gerçekleştirilmek istenen mesleki büro yönetim rehberi, mesleki ekonomik ve sosyal dayanışma kurumu projeleri meslek mensupları ve muhasebe mesleği üzerindeki haksız fiilleri ortadan kaldıracaktır.	3,18	1,05
TÜRMOB tarafından kısa vadede yürürlüğe geçirilmesi istenen Zaman Esaslı Ücret Tarifesi Projesinin hazırlanmasında, iş yükünün ve harcanan zamanın baz alınması haksız kazançları engelleyecek doğru bir çözüm önerisidir	3,13	1,08
Yılsonunda meslek mensupları tarafından alınan defter tasdik ücreti müşteri ilişkilerini zedelemekte ve haksız rekabete neden olmaktadır.	3,04	1,29
Mesleki örgüt ve kuruluşların yaptığı çalışmalar ve denetimler tüm meslek mensuplarını kapsayacak niteliktedir.	2,86	0,94
Disiplin Yönetmeliğince uygulanan disiplin cezaları haksız rekabeti engelleyebilecek nitelikte ve caydırıcı düzeydedir.	2,86	1,20
Mükellef-Meslek mensubu arasındaki iş ilişkisi yapılan işlerin sağlıklı yürütülmesini sağlayacak niteliktedir.	2,81	1,00
Bağımlı çalışan meslek mensupları birden fazla şirkette bordrolu ve sözleşmeli olarak çalışarak haksız kazanç elde etmektedir.	2,77	1,30
Ülkemizde doğru anlaşılabilir ve uygulanan muhasebe-denetim kültürü bulunmaktadır.	2,50	0,85
Mesleki mevzuatın yapısı meslek mensuplarının tüm ihtiyaçlarını karşılamakta ve sorunlarının çözümünde yeterli olmaktadır.	2,27	0,93

Tablo 4'e göre mesleki deneyimi 11 ile 20 yıl arasında değişen meslek mensuplarına göre de haksız rekabet sorununa ve neden olduğu olumsuzluklara neden olan etmenlerin başında ekonomik nitelikli faktörler gelmektedir.

İkinci gruba dahil olan meslek mensuplarının tahsilat sorununa 4,31 ortalamayla, haksız rekabetin yapıldığına 4,18 ortalamayla ve meslek mensuplarının muhasebe dışında diğer işlerle uğraşmalarına 3,95 gibi yüksek bir ortalamayla katılım gösterdikleri görülmektedir. Ayrıca haksız rekabete neden olduğu düşünülen mevzuata dayalı etmenlerdeki katılım ortalamaları da yüksek sayılabilecek düzeydedir. Bu yargılara katılım ortalamaları 3,90 ile 3,81 arasında değişkenlik göstermiştir.

Mesleki deneyimi 11 ile 20 yıl arasındaki meslek mensupları mesleki örgütler tarafından haksız rekabeti engellemek adına geliştirilen projelere katılımları orta seviyelerde gerçekleşmiştir. TÜRMOB tarafından gerçekleştirilmek istenen büro yönetim rehberi projesinin 3,18 ortalamaya sahip olması ya da uygulanmak istenen mesleki uzmanlık kursu projesinin 3,40 ortalamada kalması bu durumu özetlemektedir.

İkinci gruba dahil olan meslek mensupları hem projelere katılım ortalamalarında hem de en az katılım gösterdikleri yargılar bakımından birinci gruptaki meslek mensuplarıyla benzerlik göstermektedirler. Tablo 4'e göre 11 ile 20 yıl arasında deneyimli meslek mensuplarının en az katılım gösterdikleri yargılar birinci grupta olduğu gibi mevcut disiplin yönetmeliği, muhasebe–denetim kültürünün anlaşılabilmesi ve mevzuatın meslek mensuplarına tam anlamıyla cevap verememesi olarak tespit edilmiştir. Düşük orandaki katılımın oluşma sebebi de yine aynı olup haksız rekabetin varlığından ileri gelmektedir.

Tablo 5 : Mesleki Deneyimi 21 Yıl ve Üstü Olan Meslek Mensuplarının Haksız Rekabet ve Haksız Rekabetin Neden Olduğu Sorunlara İlişkin Etmenlerin Değerlendirme Sonuçları

Mesleki Deneyim	Haksız Rekabete İlişkin Etmenler	Ort.	St. Sap.
21- + YIL	Tahsilat sorunu yaşanmaktadır	4,83	0,51
	Muhasebe mesleğinde başta ücret olmak üzere birçok ekonomik unsur üzerinden yapılan haksız rekabet vardır	4,44	0,70
	Meslek mensuplarının kayıt dışı ekonomi, vergi reformları, istihdam ve işsizlik gibi önemli toplumsal konularda çalışmalar yapması ve sonuçlarının kamuoyuyla paylaşması meslek itibarın yükseltilmesinde büyük rol oynayacaktır	4,22	0,94
	TÜRMOB tarafından düzenlenen haksız rekabet kongrelerinde belirlenen ücret standartsızlıkları, etik kuralların çiğnenmesi, kayıt dışı ekonomi gibi hususlar haksız rekabete neden olan öncelikli sorunlardır.	4,16	1,15
	Ülkemizde uygulanan VUK meslek mensuplarına uygulamada ağır sorumluluklar getirmekte bu nedenle alınan KDV ve Stopaj oranları daha makul seviyelere çekilmelidir	4,05	0,63
	Meslek mensuplarından meslekleri dışında eksperlik, bilirkişilik, sigortacılık gibi diğer işlerle uğraşmaktadır.	3,88	0,67
	Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurulu'nun sağladığı uluslar arası uyum, mesleki vizyonu geliştiren önemli unsurlardan biridir.	3,88	0,75
	Meslek mensuplarının müşterilerine karşı fazla hoşgörülü olmaları haksız kazançlara ve meslek mensuplarının angarya olarak görülen işlerle uğraşmasına neden olmaktadır	3,88	0,83
	Meslek mensupları ile mükellefler arasında iş yükü, müşteri yapısı ve sayısını eşitleyecek bir çalışma planının olmaması, başta yeni işe başlayan meslek mensupları olmak üzere tüm meslek mensupları arasında haksız rekabete neden olmaktadır	3,66	0,90
	Mesleki mevzuatın hazırlanması ve sorunların tespit edilip çözümünde mesleki örgüt yöneticileri ile meslek mensupları arasında iletişimsizlikten doğan aksaklıklar vardır	3,61	0,60

21- + YIL	Kamu denetiminin yapılması meslek mensuplarının ve mükelleflerinin disiplin edilmesini ve muhasebe-mali müşavirlik hizmetlerindeki haksız fiilleri engellemektedir.	3,61	1,03
	TÜRMOB tarafından meslek mensuplarına yönelik hazırlanan mesleki uzmanlık kursları meslek mensupları arasında bilgi, tecrübe ve eğitim konularından dolayı yaşanan haksız rekabeti engelleyecektir.	3,61	1,03
	Meslek mensuplarının hizmet kalitelerinde oluşabilecek bir standartsızlık ve yapılan işlerde doğan yanlışlıklar mesleki itibara gölge düşürmekte ve haksız fiillere neden olmaktadır	3,50	0,85
	Mükellef portföyüne göre bulunduğunuz ilde meslek mensubu sayısı fazladır.	3,50	0,92
	Meslek mensupları mesleki tüm ilke ve standartları taşımakta ve bu çerçevede faaliyet sürdürmektedir	3,50	0,92
	Mesleki mevzuat içerisinde haksız rekabete neden olabilecek unsurlar bulunmaktadır.	3,44	0,92
	TÜRMOB Üniversitenin kurulması mali eğitimin eksikliğinden doğan birçok mesleki sorunun ve haksız rekabet unsurlarının oluşmasına engel olacaktır.	3,33	1,28
	Yeni TTK'nun muhasebe ve denetim konularındaki getirdiği yenilikler ve uluslar arası uyum çalışmaları, mesleğin saygınlığını artıracak ve haksız fiile neden olan standartsızlıkları ortadan kaldıracak düzeydedir.	3,27	0,75
	TÜRMOB tarafından orta vadede gerçekleştirilmek istenen mesleki büro yönetim rehberi, mesleki ekonomik ve sosyal dayanışma kurumu projeleri meslek mensupları ve muhasebe mesleği üzerindeki haksız fiilleri ortadan kaldıracaktır	3,27	0,95
	TÜRMOB'nun haksız rekabet ile ilgili sunduğu Büro Standartları Yönetmeliği, E-Sözleşme ve Tahsilat Yönetmeliği gibi yeni çözüm önerileri haksız rekabeti engelleyecek niteliktedir.	3,22	0,73
Mesleki örgüt ve kuruluşların yaptığı çalışmalar ve denetimler tüm meslek mensuplarını kapsayacak niteliktedir	3,22	0,80	

21- + YIL

TÜRMOB tarafından kısa vadede yürürlüğe geçirilmesi istenen Zaman Esaslı Ücret Tarifesi Projesinin hazırlanmasında, iş yükünün ve harcanan zamanın baz alınması haksız kazançları engelleyecek doğru bir çözüm önerisidir	3,16	1,20
Yılsonunda meslek mensupları tarafından alınan defter tasdik ücreti müşteri ilişkilerini zedelemekte ve haksız rekabete neden olmaktadır.	3,16	1,24
Mükellef-Meslek mensubu arasındaki iş ilişkisi yapılan işlerin sağlıklı yürütülmesini sağlayacak niteliktedir.	3,11	0,90
Ruhsat kiralama yoluyla çalışan meslek mensubu olmayan kişiler bulunmakta ve bu kişiler haksız rekabete neden olmaktadır.	3,05	0,72
Bağımlı çalışan meslek mensupları birden fazla şirkette bordrolu ve sözleşmeli olarak çalışarak haksız kazanç elde etmektedir.	3,05	1,21
Yeminli Mali Müşavirler kanunda belirtilen işleri dışında diğer muhasebe işleri ile (defter tutma gibi) uğraşmaktadırlar.	3,00	0,97
Meslek mensupları arasında reklam yasağı yönetmeliğine ve tabela standartlarına uymayan kişiler bulunmaktadır.	2,83	0,85
Mesleki mevzuatın yapısı meslek mensuplarının tüm ihtiyaçlarını karşılamakta ve sorunlarının çözümünde yeterli olmaktadır	2,61	1,09
Ülkemizde doğru anlaşılan ve uygulanan muhasebe-denetim kültürü bulunmaktadır.	2,55	0,92
Disiplin Yönetmeliğince uygulanan disiplin cezaları haksız rekabeti engelleyebilecek nitelikte ve caydırıcı düzeydedir.	2,50	1,20

Tablo 5'e göre mesleki deneyimi 21 yıl ve daha fazla olan meslek mensuplarının haksız rekabete dair en çok dikkate aldığı faktörler diğer meslek mensupları gibi ekonomik nitelikli faktörlerdir. Tahsilat sorununa katılımın 4,83 ortalamaya sahip olması ve haksız rekabetin yapıldığına dair katılım 4,44 ortalama olması bu durumun ispatı niteliğindedir. Ayrıca üçüncü gruba dahil olan meslek mensuplarının katılım dağılımlarında diğer meslek mensuplarına göre farklılıklar görülmektedir.

Üçüncü grup meslek mensupları haksız rekabete neden olduğu düşünülen mevzuata ve meslek mensuplarının kişisel davranışlarına dayanan etmenlere de 4,22 ile 3,50 arasında yüksek sayılabilecek ortalamalarla katıldıkları görülmektedir. Ayrıca

mesleki örgütlerce geliştirilen projelere ve çözüm önerilerine katılımları ise diğer meslek mensuplarında olduğu gibi orta seviyelerde gerçekleşmiş ve konu ile ilgili olan yargılara ait ortalamalar 3,40 ile 3,16 düzeyinde değişkenlik göstermiştir.

Mesleki deneyimi 21 yıl ve daha fazla olan meslek mensupları da muhasebe-denetim kültürü, mevcut disiplin yönetmeliği ve mevzuatın meslek mensuplarının ihtiyaçlarını karşılama yönündeki saptamalara en az oranda katılım göstermiştir. Bu yargılara ait ortalamalar 2,61 ile 2,50 arasında belirlenmiştir. Katılımın az olmasının sebebi diğer iki grupta olduğu gibi haksız rekabetin yarattığı olumsuzluklardır.

Yukarıdaki Tablo 3, 4 ve 5’de belirtilen etmenlere genel olarak bakıldığında meslek mensuplarının mesleki deneyim süreleri ne olursa olsun haksız rekabet sorununu, haksız rekabetin neden olduğu olumsuzlukları ve sorunu oluşturan etmenleri büyük oranlarda kabul ettikleri görülmektedir.

Ayrıca her üç tabloda da belirtilen faktörler içinde önem verilen sorunların da aynı olduğu görülmektedir. Bu faktörler öncelikli olarak “Tahsilat Sorunu ve Haksız Rekabetin Varlığı” üzerine ortaya atılan yargılardır. Buna göre meslek mensuplarının mesleki deneyimleri ne olursa olsun haksız rekabetin varlığını ve haksız rekabetin en çok ücretler ve tahsilat üzerinden yaşandığını kabul ettikleri söylenebilmektedir. Çünkü belirtilen etmenlere katılım oranı 4,83 ile 4,13 arasında değişkenlik göstermiştir.

Meslek mensuplarının mesleki örgütler tarafından ortaya atılan projeler ve yeni çözüm önerilerine karşı tutumları da büyük oranda olumludur. Bu durum meslek mensuplarının haksız rekabeti önlemeye yönelik yapılan çalışmalara destek verdiğini göstermektedir. Diğer taraftan araştırmada önem derecesi bakımından en alt sıralarda “mesleki mevzuatın yetersizliği ve ülkemizde doğru anlaşılabilir ve uygulanan muhasebe denetim kültürünün olduğu” yönündeki etmenler görülmektedir. Bu etmenlere verilen olumsuz cevapların haksız rekabetin varlığından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Ayrıca disiplin yönetmeliğine dair geliştirilen yargının en alt sıralarda bulunmasının nedeni de meslek mensuplarının mevcut disiplin

yönetmeliği ile haksız rekabetin engellenemediğini savunmalarından kaynaklanmaktadır. Oluşan bu tablo meslek mensupları arasında haksız rekabetin var olduğunu göstermektedir.

3.4. Araştırmanın Hipotezleri

Haksız rekabetle ilgili olarak oluşturulan hipotezlere ilişkin testler Tablo 6’da görülmektedir. Hipotezleri test etmek amacıyla “**tek örnek t-testi**” kullanılmış olup, $\alpha = 0,05$ ve test değeri olarak orta değer **-3-** alınmıştır.

Tablo 6 : Haksız Rekabetle İlgili Oluşturulan Hipotezler

HİPOTEZLER	N	Ort	St. Sap.	t değeri	p	Sonuç
H_{A1} : Muhasebe mesleğinde başta ücret olmak üzere birçok ekonomik unsur üzerinden yapılan haksız rekabet vardır.	70	4,22	1,00	10,18	0,00	Kabul
H_{A2} : Mesleki mevzuatın hazırlanması ve sorunlarının tespit edilip çözümünde mesleki örgüt yöneticileri ile meslek mensupları arasında iletişimsizlikten doğan aksaklıklar vardır.	70	3,74	0,91	6,81	0,00	Kabul
H_{A3} : Tahsilat sorunu yaşanmaktadır	70	4,51	0,94	13,42	0,00	Kabul
H_{A4} : Yılsonunda meslek mensuplarıncı alınan defter tasdik ücreti müşteri ilişkilerini zedelemekte ve haksız rekabete neden olmaktadır.	70	3,20	1,29	1,29	0,20	Red
H_{A5} : Kamu denetiminin yapılması meslek mensuplarının ve mükelleflerinin disiplin edilmesini ve muhasebe hizmetlerindeki haksız fiilleri engellemektedir.	69	3,40	1,00	3,35	0,00	Kabul
H_{A6} : Meslek mensupları ile mükellefler arasında İş yükü, müşteri yapısı ve sayısını eşitleyecek bir çalışma planının olmaması, başta yeni işe başlayan meslek mensupları olmak üzere tüm meslek mensupları arasında haksız rekabete neden olmaktadır.	70	3,90	0,93	8,05	0,00	Kabul

H_{A7} : Mükellef – meslek mensubu arasındaki iş ilişkisi yapılan işlerin sağlıklı yürütülmesini sağlayabilecek düzeydedir.	69	2,91	0,93	-0,77	0,44	Red
H_{A8} : Ülkemizde doğru anlaşılan ve uygulanan muhasebe-denetim kültürü bulunmaktadır.	70	2,54	1,05	-3,61	0,00	Red
H_{A9} : Mesleki mevzuatın yapısı meslek mensuplarının tüm ihtiyaçlarını karşılamakta ve sorunlarının çözümünde yeterli olmaktadır.	70	2,42	1,05	-4,52	0,00	Red
H_{A10} : Mükellef portföyüne göre bulunduğunuz ilde meslek mensubu sayısı fazladır.	70	3,77	0,99	6,48	0,00	Kabul
H_{A11} : Meslek mensuplarının müşterilerine karşı fazla hoşgörülü olmaları haksız kazançlara ve meslek mensuplarının angarya olarak görülen işlerle uğraşmasına neden olmaktadır.	70	4,05	1,00	8,79	0,00	Kabul
H_{A12} : Türkiye Haksız Rekabetle Mücadele Kurulu'nun haksız rekabetle ilgili sunduğu Büro Standartları Yönetmeliği, E- Sözleşme ve Tahsilat Yönetmeliği gibi yeni çözüm önerileri, haksız rekabeti engelleyecek niteliktedir.	69	3,14	0,98	1,21	0,22	Red
H_{A13} : TÜRMOB tarafından düzenlenen Haksız Rekabet Kongrelerinde belirlenen ücret standartsızlıkları, etik kurallarının çiğnenmesi, kayıt dışı ekonomi gibi hususlar haksız rekabete neden olan öncelikli sorunlardır.	69	3,94	1,01	7,72	0,00	Kabul
H_{A14} : Yeni Türk Ticaret Kanunu'nun muhasebe ve denetim konularındaki getirdiği yenilikler ve uluslararası uyum çalışmaları, mesleğin saygınlığını arttıracak ve haksız fiile neden olan standartsızlıkları ortadan kaldıracak düzeydedir.	70	3,48	0,92	4,37	0,00	Kabul
H_{A15} : Kamu gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurulu'nun sağladığı uluslar arası uyum, mesleki vizyonu geliştiren önemli gelişmelerden biridir.	70	3,68	0,82	6,94	0,00	Kabul

H_{A16} : TÜRMOB tarafından kısa vadede yürürlüğe geçirilmesi istenen Zaman Esaslı Ücret Tarifesi Projesinin hazırlanmasında iş yükünün ve harcanan zamanın baz alınması haksız kazançları engelleyecek doğru bir çözüm önerisidir	70	3,25	0,27	2,49	0,04	Kabul
H_{A17} : TÜRMOB tarafından meslek mensuplarına yönelik hazırlanan mesleki uzmanlık kursları meslek mensupları arasında bilgi, tecrübe ve eğitim konularından dolayı yaşanan haksız rekabeti engelleyecektir.	70	3,41	1,05	3,28	0,00	Kabul
H_{A18} : TÜRMOB tarafından orta vadede gerçekleştirilmek istenen mesleki büro yönetimi rehberi, mesleki ekonomik ve sosyal dayanışma kurumu projeleri meslek mensupları ve muhasebe mesleği üzerindeki haksız fiil unsurlarını ortadan kaldıracaktır.	70	3,21	0,93	1,92	0,05	Red
H_{A19} : TÜRMOB Üniversitesinin kurulması mali eğitimin eksikliğinden doğan birçok mesleki sorunun ve haksız rekabet unsurlarının oluşmasını engelleyecektir.	70	3,40	1,19	2,79	0,00	Kabul
H_{A20} : Disiplin Yönetmeliği'nce uygulanan disiplin cezaları haksız rekabeti engelleyebilecek nitelikte ve caydırıcı düzeydedir.	70	2,77	1,18	-1,61	0,11	Red

Tablo 6'da, araştırmaya katılan meslek mensuplarının verdikleri cevaplar doğrultusunda ortaya konulan yirmi hipotezin on üç tanesinin kabul edildiği yedi tanesinin ise reddedildiği görülmektedir. Kabul edilen hipotezlerin genel yapısı ekonomik nitelikteki sorunlar ile mesleki örgütler tarafından haksız rekabeti engellemek için geliştirilen projelerden meydana geldiği görülmektedir. Reddedilen hipotezler ise iki gruba ayrılabilir.

Birinci grup haksız rekabetin neden olduğu olumsuzluklardan en çok etkilenen unsurlardan oluşmaktadır. Daha öncede belirtildiği gibi özellikle disiplin yönetmeliğinin yeterliliği ve ülkedeki muhasebe-denetim kültür seviyesi konularında ortaya konulan hipotezlerin de reddi haksız rekabetin halen varlığını sürdürmesinden kaynaklanmaktadır.

Reddedilen hipotezlerin oluşturduğu ikinci grup ise nitelik bakımından ortaya atılan proje ve çözüm önerilerinin yürürlükte olmamalarından kaynaklandığı söylenebilmektedir. Çünkü bu proje ve çözüm önerilerinin yürürlükte olmaması, araştırmaya katılan meslek mensuplarının bu konularda yeteri kadar bilgi sahibi olmamalarına neden olmaktadır.

Ayrıca reddedilen hipotezlerin genel katılımlar içerisindeki ortalamalarının 3,21 ile 2,42 gibi düşük seviyelerde olması yukarıda belirtilen nedenlerden kaynaklanmaktadır.

SONUÇ, DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER

Çalışmada muhasebe mesleğindeki rekabet ve haksız rekabet tanımları yapılarak, bu iki kavramın ekonomik, sosyolojik ve hukuki yapılarından söz edilmiştir. Bununla birlikte haksız rekabet olgusunun hukuki yapısı üzerinde durularak Türk Ticaret Kanunu'na göre tanımlaması yapılmış ve haksız rekabetten sayılan davranışlar sıralanmıştır. Aynı zamanda muhasebe mesleğinde ve meslek mensupları arasında yaşanan haksız rekabete neden olan faktörler ile bu faktörlere ilişkin görüş ve düşüncelere yer verilmiştir.

Yaşanan haksız rekabet sorununun, hukuki ve idari boyutunun geliştirilmesi halinde oluşacak yeni ortamın muhasebe mesleğine olumlu katkılarda bulunacak ve çıkarılacak yeni bir kanunun konuyla ilgili çağdaş yaklaşımları beraberinde getirecektir. Dolayısıyla yapılan düzenlemeler haksız rekabeti önlemede önemli roller üstlenecektir.

Ayrıca meslek mensuplarının haksız fiile karışmaları ve bu durumlarının tespit edilmesi halinde Disiplin Yönetmeliği'nce hangi cezalara hangi şartlarda maruz kalacakları belirtilmiştir. Ancak bu konuda elde edilen bulgular da Disiplin Yönetmeliği'nin yetersizliğini göstermektedir.

Yapılan çalışmada meslek mensuplarının haksız rekabetten dolayı yaşadığı ekonomik ve sosyolojik sorunlar genel olarak değerlendirildiğinde başta tahsilat sorunu olmak üzere ücret üzerinden yaşanan haksız rekabetin olduğu ve meslek mensuplarının meslekleri dışındaki işlerle uğraşmalarının haksız rekabetin etkisini daha hissedilir düzeylere çıkardığı belirlenmiştir. Ayrıca meslek mensupları arasında iş yükünü, müşteri yapısını ve sayısını eşitleyecek bir çalışma planının olmamasının yaşanan haksız rekabete zemin hazırladığı meslek mensuplarınca yüksek oranlarda kabul gören diğer bir faktördür.

Araştırmanın yapılma sürecinde edinilen bilgi ve gözlemlere göre, sorunun çözümüne yönelik hazırlanan projeler ve sunulan çözüm önerilerinin yürürlüğe geçirilmesi meslek mensuplarınca talep edildiği tespit edilmektedir. Ayrıca muhasebe mesleğinde yapılacak yeni çalışmalar hakkında meslek mensuplarına yeterli bilgi verilmesinin mevcut sorunların çözümünde etkili olacağı öngörülmektedir. Aksi takdirde ise haksız rekabetin önüne geçilemeyeceği ve bu sorunun gelecekte daha ciddi sorunlara neden olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle yapılan anket çalışmasına katılan meslek mensuplarının projelere ve çözüm önerilerine olan katılım düzeyleri genel olarak orta seviyelerde gerçekleşmiştir.

Araştırma sonuçlarında dikkat edilmesi gereken diğer bir husus ise meslek mensuplarının mevcut sorunlarının tespiti ve çözümünde güncel mevzuatlarını yetersiz gördükleri tespit edilmektedir. Bu yetersizliğin mevcut mevzuatın hazırlanma sürecinde meslek mensuplarının görüş ve düşüncelerinin alınmamasından

kaynaklandığı belirlenmiştir. İletişimdeki bu eksikliğin mesleki sorunların oluşmasında önemli bir faktör olduğu ortaya çıkmaktadır. Meslek mensuplarının haksız fiillere karışmaları halinde tabi oldukları Disiplin Yönetmeliği'ne ve Disiplin Cezaları'na ilişkin tutumlarının olumsuz nitelikte olması da bu konuda önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Araştırma sırasında yapılan çalışmalarla birlikte edinilen izlenimlere göre haksız rekabetin meslek mensuplarının toplumda mesleki itibarlarına gölge düşürdüğü ve muhasebe mesleğinin hak ettiği saygınlığa ulaşmasını engellediği ortaya çıkmaktadır.

Yapılan araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde ise mesleki haksız rekabetin varlığının büyük oranda kabul gördüğü ortaya çıkmaktadır. Ayrıca bu sorunun meslek mensuplarına ekonomik ve sosyolojik açıdan önemli zararlar verdiği de tespit edilmiştir.

Ayrıca yaşanan haksız rekabetin, gelecekte meslek icrası sırasında daha büyük sorunlara neden olacağı ve meslek mensuplarının muhasebe mesleğinin varlığını sürdürmesine yönelik ciddi kaygılar taşıdığı belirlenmiştir.

KAYNAKÇA

Akın, Z., (2010), *Rekabet Hukuku Bağlamında Devlet Yardımları*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Arı, H., (2011), “Kurumsallaşma Sürecinde Haksız Rekabet”, 3. *Türkiye Haksız Rekabet Kongresi*, TÜRMOB Yayınları 412, s. 66-71.

Arıkan, Y., (2000), “Kamuoyunda Mesleki İtibarımızı Yok Eden Haksız Rekabete Gelin Hep Birlikte Son Verelim”, *Mali Çözüm Dergisi*, İstanbul Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası Yayınları, Sayı 52, s. 1-7.

Arıkan, Y., , *Zaman Esaslı Ücret Tarifesi*”, (<http://dosya.malatyasmmmo.org.tr/dosya/ZamanEsasliUcretTarifesi.pdf>), (erişim tarihi: 03.01.2013)

Arıkan, Y., (2002), “Muhasebe Mesleği Olmadan Yeminli Mali Müşavirlik Olabilir mi?”, *Mali Çözüm Dergisi*, İstanbul Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası Yayınları, Sayı 58, s. 1-4.

Arıkan, Y., (2011), “Sürdürülebilir Kurumsal Yapı ve Haksız Rekabet”, *Mali Çözüm Dergisi*, İstanbul Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası Yayınları, Sayı 103, s. 9-15.

Ataman, B., (2010), “Türkiye’de Kamu Denetimi ve Kamu Denetçilerine Genel Bakış”, *Maliye Finans Yazıları*, Yıl 24, Sayı 87, s. 17-26.

Dede, G., (2009), *101 Soruda Haksız Rekabet Olgusu*, Çetin Ofset, Ankara.

Dede, G. (2007), “Mesleki Süreci Yaşamak, Eğitim ve Haksız Rekabet”, *Mali Müşavirler Muhasebeciler Birliği Derneği Ankara Şube Bülteni*, Sayı 59.

Dilekyiğit, Ö., (2009), “Müşterilerden Kaynaklanan Haksız Rekabet”, *Bilanço Dergisi*, BSMMMO Yayınları, Sayı 119, s. 22-23.

Doğan, İ., (2010), “Muhasebe ve Denetim Mesleğinde Haksız Rekabet”, 2. *Türkiye Haksız Rekabet Kongresi*, TÜRMOB Yayınları 379, s. 45-46.

Doğrusöz, B., Onat, Ö. ve Töralp, F., (2011), *Türk Ticaret Kanunu*, İstanbul Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası, İSMMMO Yayınları, Mevzuat Serisi, No 9, İstanbul.

Gündüz, A., (2006), “Haksız Rekabet, Etik Kurallar ve Ücret Paradoksu”, (<http://www.muhasabetr.com/yazarlarimiz/ahmet/002/>), (erişim tarihi: 03.01.2013) (<http://www.isparta.smmmo.org.tr/>), (erişim tarihi: 02.05.2012.)

Oruç, M., (2009), *Haksız Rekabette Maddi Tazminat Davası*, İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.

Topçu, F., (2010), “Muhasebe İşlerinde Haksız Rekabetin Boyutları ve Unsurları”, 2. *Türkiye Haksız Rekabet Kongresi*, TÜRMOB Yayınları 379, s. 35-43..

Türkiye Haksız Rekabetle Mücadele Kurulu (TÜRHAİK), (2011), *Haksız Rekabetle Mücadelede Meslek Mensubunun Pusulası*, Ankara.

Yaşar, R., (2011), “Muhasebe Mesleği ve Çözümlemeyen Tahsilat Sorununa Bir Bakış”, *Muhasebe Güncel Bülten*, 11.01.2011, (http://www.muhasabenet.net/makale_recep%20yasar%20smmm_muhasabe%20meslegi%20ve%20cozumlenemeyen%20tahsilat%20sorunu.html), (erişim tarihi: 03.01.2013)

ÇALIŞANLARIN ÖRGÜTSEL ADALET ALGILARINDA YÖNETİCİLERİNİN ETİK LİDERLİK DAVRANIŞLARININ ROLÜ

Osman Avşar KUGUN[*]

Erdem AKTAŞ[**]

Ediz GÜRİPEK[***]

ÖZ

Araştırmanın amacı, yöneticilerin etik liderlik davranışları ile çalışanların örgütsel adalet algıları arasındaki ilişkiyi incelemek ve yöneticilerin etik liderlik davranışlarının çalışanların örgütsel adalet algıları üzerindeki rolünü belirlemektir. Yöneticilerin etik liderlik davranışları Etik Liderlik Ölçeği (Brown, Trevino & Harrison, 2005), çalışanların örgütsel adalet algıları ise Örgütsel Adalet Ölçeği (Niehoff & Moorman, 1993) ile ölçülmüştür. LISREL 8.8'de gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, örgütsel adaletin üç, etik liderlik davranışının bir boyuttan oluştuğu doğrulanmıştır. Yöneticilerin etik liderlik davranışlarının örgütsel adaletin boyutları üzerinde etkisi olduğuna ilişkin geliştirilen yapısal eşitlik modelinin test edilmesiyle etik liderliğin dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etkileşim adaleti üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Etik Liderlik, Örgütsel Adalet, Dağıtım Adaleti, Prosedür Adaleti, Etkileşim Adaleti

* Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı Öğretim Üyesi, Doç.Dr

** Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Araştırma Görevlisi

*** Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Araştırma Görevlisi

The Role of Managers' Ethical Leadership Behaviours on Organizational Justice Perception of Workers

ABSTRACT

The aim of the research is to investigate the relationship between managers' ethical leadership behaviours and the organizational justice perception of workers and to identify the role of managers' ethical leadership behaviours on organizational justice perception of workers. Managers' ethical leadership behaviours was measured by Ethical Leadership Scale (Brown et al., 2005) and organizational justice perception of workers was measured by Organizational Justice Scale (Niehoff & Moorman, 1993). After the result of confirmatory factor analysis at LISREL 8.8, it is verified that organizational justice is composed with three dimensions and ethical leadership behaviour is composed with one dimension. Testing the structural equation model about managers' ethical behaviours' influence on dimensions of organizational justice, it is realized that ethical leadership influences distributive justice, procedural justice and interactional justice.

Keywords: Ethical Leadership, Organizational Justice, Distributive Justice, Procedural Justice, Interactional Justice.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Etik Liderlik

Etik liderlik konusu, Enron, ImClone ve WorldCom skandalları ile dikkat çeken bir hal almıştır (Schminke, Ambrose & Neubaum, 2005). Etik liderlik; bireysel eylemler ve bireylerarası ilişkiler yolu ile normatif uygun davranışlar gösterilmesi ve bu tür davranışlarla takipçilerin iki yönlü iletişim, güçlendirme ve karar verme ile teşvik edilmesi olarak tanımlanabilir (Brown ve diğer., 2005). Etik liderler, insancıl, dürüst, adil ve dengeli kararlar verme konusunda ilke sahibi bireyler olarak karakterize edilmektedirler (Brown ve Trevino, 2006). Yöneticiler, işletmenin değer sistemi içerisinde etik davranışların açıkça tanımlanması için sorumluluklarını

kabul etmeli (Thomas, Schermerhorn & Dienhart, 2004) ve takipçilerinin ahlaki gelişimini teşvik etmek için uygun örgüt kültürünü oluşturmmalıdır (Zhu, 2008).

Pek çok yönetici etik liderliğin, iyi karaktere sahip olmaktan ibaret basit bir konu olduğuna inansa da (Freeman ve Stewart, 2006) etik liderlik sadece ahlaklı insan olmayı değil aynı zamanda bir ahlak yöneticisi olmayı da ifade etmektedir (Wouters ve Maesschalck, 2011). Etik lidere duyulan saygı, takipçilerini etik boyutlara yönlendiren ahlaki bir yönetici olarak algılanmasına da bağlıdır (Trevino ve Brown, 2004).

Örgütsel Adalet

Etik liderlerin kararlarını adil ve etik değerler temelinde veriyor olması beklenmektedir (Brown ve diğer., 2005). Örgütsel adalet, örgütsel kaynakların dağıtımının, dağıtım kararlarının belirlenmesinde kullanılan prosedürlerin ve prosedürler yürütülürken çalışanlar arası ilişkilerin nasıl olması gerektiğini gösteren kuralları ifade etmektedir (Folger ve Cropanzano, 1998). Örgütsel adalet, çalışanların örgütsel kazanımların adilliği konusundaki algılamaları olarak da ifade edilebilir (Cohen, 1987).

Dağıtım adaleti, örgüte katkıları aynı olan çalışanlara benzer davranılmasını açıklamakta ve kazanımların dağıtımındaki adalet algısını içermektedir (Foley, Kidder & Powell, 2002). Prosedür adaleti, örgütsel kaynakların dağıtımına ilişkin prosedürlerin adil algılanıp algılanmadığını (Folger, 1987) ve örgütsel vatandaşlık gibi çalışanların örgüte yönelik tutum ve davranışlarını açıklamaktadır (Greenberg, 2000). Çalışanların karşılıklı ilişkilerde ortaya çıkan tutum ve davranışlara olan ilgisi ise etkileşim adaleti olarak tanımlanmaktadır (Bies, 2001).

Yöneticilerin adaleti sağlamasından daha önemli olan çalışanların adaleti nasıl algıladıklarıdır (Yavuz, 2010). Adaletin uygulanması, bütün paydaşlarının haklarını adil bir şekilde dengede tutmak için sürekli olarak çabalamayı gerektirmektedir (Mendonca, 2001). Yöneticilerin etik davranışlarının çıktıkları olarak adalet ve bağlılık duyguları, yönetimde önemli bir rehber niteliği taşımaktadır (Uğurlu ve

Üstünel, 2011). Ahlak ve adalet, etik rol belirleme ve gücün paylaşımı, etik liderliğin bileşenleri olarak ele alınmakta (De Hoogh ve Den Dartog, 2008) ve etik liderler prosedür adaletinin gelişimi için çalışanların kararlara katılımını sağlamaktadır (Zhu, May & Avolio, 2004). Bunun yanı sıra, etik liderliğin etkileşimsel açıdan adil olduğunun algılandığı durumlarda, etik iklim algısının etkilenmesi daha muhtemel kabul edilmektedir (Neubert, Carlson, Kacmar, Roberts & Chonko, 2009). Yapılan çeşitli araştırmalarda; yöneticilerin etik davranışları ve örgütsel adalet arasında (Uğurlu ve Üstünel, 2011; Brown ve diğer., 2005), etik karar verme ve örgütsel adalet arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir (Judeh, 2011).

ARAŞTIRMA SORULARI ve YÖNTEMİ

Son 30 yıldır etikle ilgili liderlik araştırmaları artmış olsa da, izleyiciler üzerindeki etkisini test etmeye odaklanma nispeten yetersiz kalmıştır (Zhu, Avolio, Riggio & Sosik, 2011). Benzer olarak Türkiye’de etik liderlik ile örgütsel adalet ilişkisine yönelik çalışma sayısının nispeten az olması araştırma sorunsalının çıkış noktasını oluşturmaktadır. Yöneticilerin etik davranışları ölçmek için Brown, Trevino ve Harrison (2005) tarafından geliştirilen Etik Liderlik Ölçeği ve çalışanların örgütsel adalet algılarını değerlendirmek için Niehoff ve Moorman (1993) tarafından geliştirilen Örgütsel Adalet Ölçeği kullanılmıştır. Literatür incelemesine dayalı olarak yöneticilerin etik liderlik davranışları ile çalışanların örgütsel adalet algılarının pozitif ilişki içinde olduğu varsayılmaktadır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi ve ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmış ve ilişkisi aranan değişkenler için iki farklı ölçeklerden yararlanılmıştır. Bağımsız değişken olan etik liderlik davranışı, tek boyut olarak ele alınmıştır. Yöneticilerin etik liderlik davranışını ölçmek için Brown, Trevino ve Harrison (2005) tarafından geliştirilen ve 10 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etki-leşim adaleti olmak üzere üç boyutta incelenen araştırmanın bağımlı değişkeni örgütsel adaleti ölçmek için Niehoff ve Moorman (1993) tarafından geliştirilen ve

20 ifadeden oluşan örgütsel adalet ölçeği kullanılmıştır. Likert tipi beşli derecelendirme ölçeği olarak hazırlanan anketteki ifadeler; 1: Hiç Katılmıyorum 2: Az Katılıyorum 3: Kısmen Katılıyorum 4: Oldukça Katılıyorum ve 5: Tamamen Katılıyorum şeklinde değerlendirilmiştir.

Araştırma 14.03.2012-22.03.2012 tarihleri arasında yürütülmüştür. Araştırmanın anakütlesini İzmir Çiğli Atatürk Organize Sanayi Bölgesinde baskı öncesi hazırlık sistemleri konusunda faaliyette bulunan bir fabrikanın 240 adet çalışanı oluşturmaktadır. Araştırma, tam örneklem yolu ile yürütülmüştür. 124 anket geri dönmüş ve geri dönüş oranı % 51.66 (124/240) olarak gerçekleşmiştir. Analize uygun 123 anket değerlendirmeye alınmıştır.

ARAŞTIRMA BULGULARI ve ÖNERİLER

Açıklayıcı Faktör Analizi

Araştırmada, bağımsız değişken olan yöneticilerin etik liderlik davranışlarını ölçmek amacıyla kullanılan Etik Liderlik Ölçeği ve bağımlı değişken olan çalışanların örgütsel adalet algılarını ölçmek amacıyla kullanılan Örgütsel Adalet Ölçeği faktör yapılarını tespit etmek amacıyla SPSS 16.0 programı kullanılarak temel bileşenler analizi ve varimax yöntemi ile açıklayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Etik Liderlik Ölçeği'nin açıklayıcı faktör analizi sonucunda, Brown, Trevino ve Harrison (2005) tarafından geliştirilen ölçeğe uygun olarak, toplam varyansın %68.5'ini açıklayan tek faktörden oluştuğu tespit edilmiştir. KMO (Kaiser–Meyer–Olkin) değeri .925 olup Bartlett testi ($p=.000$) anlamlıdır. Örgütsel adalet algısını ölçmeye yönelik 20 ifadeden oluşan ölçeğin açıklayıcı faktör analizi sonucunda Niehoff ve Moorman (1993) tarafından geliştirilen örgütsel adalet ölçeğine uygun olarak toplam varyansın %71.509'unu açıklayan üç faktör tespit edilmiştir. Bir ifade analizden çıkarılmıştır. Faktörler literatüre uygun olarak “dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etkileşim adaleti” biçiminde isimlendirilmiştir. KMO (Kaiser–Meyer–Olkin) değeri .906 olup Bartlett testi ($p=.000$) anlamlıdır. Açıklayıcı faktör analizi tabloları ve değerler Tablo 1 ve 2’de sunulmaktadır.

Tablo 1: Etik Liderlik Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

İfadeler	Faktör Yükleri	Ortalama	EigenValue	Açıklanan Varyans	Cronbach's Alpha
elid1	,865	3,6667	6,850	68,50	,949
elid2	,849	3,8049			
elid3	,808	4,0813			
elid4	,813	3,7967			
elid5	,894	3,9268			
elid6	,800	3,7886			
elid7	,842	3,7642			
elid8	,829	3,9756			
elid9	,749	3,8374			
elid10	,817	4,0081			

Not: Faktör yükü ,40 üzerinde olanlar gösterilmektedir. Extraction method: principal component analysis. Rotation method: varimax with Kaiser Normalization. Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling=.925, p=.000

Tablo2: Örgütsel Adalet Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktörler	Faktör Yükleri	Ortalama	Eigen Value	Açıklanan Varyans	Cronbach's Alpha
Faktör 1-Etkileşim Adaleti		3,919	10,388	54,675	,953
ETAD1	,723	3,9431			
ETAD2	,750	3,9837			
ETAD3	,707	3,9350			
ETAD4	,706	4,0407			
ETAD5	,768	3,8862			
ETAD6	,798	3,8537			
ETAD7	,813	3,8374			
ETAD8	,848	3,9350			
ETAD9	,805	3,8618			
Faktör 2-Dağıtım Adaleti		3,060	2,191	11,534	,874
DAAD1	,620	3,1545			
DAAD2	,832	2,8699			
DAAD3	,840	3,2114			
DAAD4	,810	2,5610			
DAAD5	,702	3,5041			
Faktör 3-Prosedür Adaleti		3,746	1,007	5,301	,883
PRAD1	,620	3,4634			
PRAD2	,832	3,7317			

PRAD3	,840	3,8862			
PRAD4	,810	4,0894			
PRAD5	,702	3,5610			
Toplam Varyansı Açıklama Düzeyi				71,51	

Not: Faktör yükü ,40 üzerinde olanlar gösterilmektedir. Extraction method: principal component analysis. Rotation method: varimax with Kaiser Normalization. Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling=.906, p=.000

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Araştırmada, etik liderlik ve örgütsel adalet olmak üzere iki ölçüm modeli DFA ile test edilerek doğrulanmıştır. Birinci ölçüm modelinde etik liderlik örtük değişkeni ile etik liderliği açıklayan 10 gözlenen değişken (bkz. Ek1) arasındaki ilişkiler incelenmiştir. İkinci ölçüm modelinde açıklayıcı faktör analizi ile tespit edilen örgütsel adaletin 3 boyutu ve ilgili boyutları ölçen 19 gözlenen değişken (bkz. Ek2) dikkate alınarak, örgütsel adalet yapısının örtük değişkenleri “dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etkileşim adaleti” ile gözlenen değişkenleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 3 ve Tablo 4’de sunulmaktadır. Tablo 3 ve Tablo 4 incelendiğinde tüm faktör yüklerinin anlamlı olduğu ($p < .01$) ve t-istatistik değerlerinin 1,96’dan büyük olması nedeniyle tüm değişkenler için yakınsak geçerlilik (Anderson ve Gerbing, 1988) sağlandığı görülmektedir.

Tablo 3: Örgütsel Adalet Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi (N=123)

Faktörler	Faktör Yükleri (Standardize Edilmemiş Değerler)	t-testi Değerleri
Faktör 1-Etkileşim Adaleti		
ETAD1	0.90	9.66
ETAD2	0.92	10.97
ETAD3	0.93	11.04
ETAD4	0.97	11.56
ETAD5	1.09	11.90
ETAD6	0.94	10.64
ETAD7	1.02	12.10
ETAD8	1.07	12.55
ETAD9	1.11	12.21
Faktör 2-Dağıtım Adaleti		
DAAD1	0.95	8.77
DAAD2	1.10	9.18
DAAD3	1.24	11.72
DAAD4	1.08	8.02
DAAD5	0.95	10.31
Faktör 3-Prosedür Adaleti		
PRAD1	0.86	8.33
PRAD2	1.08	10.44
PRAD3	1.08	11.79
PRAD4	0.94	11.33
PRAD5	0.95	8.57

Not: Tüm faktör yükleri anlamlıdır ($p < .01$). Ki-kare=241.92. Serbestlik Derecesi=141

Tablo 4: Etik Liderlik Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi (N=123)

Etik Liderlik	Faktör Yükleri (Standardize Edilmemiş Değerler)	t-testi Değerleri
elid1	1.05	11.49
elid2	1.03	11.55
elid3	0.93	10.78
elid4	0.94	10.32
elid5	1.06	12.51
elid6	1.00	10.49
elid7	0.94	10.96
elid8	0.97	10.77
elid9	0.82	8.41
elid10	0.92	9.79

Not: Tüm faktör yükleri anlamlıdır ($p < .001$). Ki-kare=41.55. Serbestlik Derecesi=30

Önerilen her iki ölçüm modelinin uyum endeksleri Tablo 5’de sunulmaktadır. DFA sonuçları önerilen faktör modelinin veri ile uyumlu olduğunu ve bütün uyum endekslerinin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular değerlendirildiğinde etik liderlik ölçeği ile örgütsel adalet ölçeklerinin geçerliliği doğrulanmıştır.

Tablo 5: Ölçüm Modelinin İyi Uyum Endeksleri (N: 123)

İyi uyum kriterleri	χ^2 istatistiği (df)	p değeri	RMSEA	NNFI	NFI	CFI	χ^2/df	CN (Kritik örneklem sayısı)
Etik Liderlik DFA	41.55 (30)	0.078	0.056	0.99	0.98	0.99	1.38	143
Örgütsel Adalet DFA	241.92 (141)	0.000	0.077	0.97	0.95	0.98	1.72	83

Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) ve Hipotez Testleri

Örgütsel adalet boyutları ve etik liderlik yapıları arasındaki ilişkiyi incelemek için YEM kullanılmıştır. Önerilen model, ölçüm modeli ve yapısal modelden oluşmaktadır. Modelde etik liderlik değişkeninin, örgütsel adaletin örtük değişkenlerini etkilediğine ilişkin hipotez geliştirilmiştir. Ölçüm modelini değerlendirmek için 4 örtük değişken ile gözlenen değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiş ve tüm faktör yükleri anlamlı bulunmuştur ($p < .01$). t-istatistik değerleri 1,96’ dan büyük olduğu için etik liderlik bağımsız değişkeni ile örgütsel adalet yapısını oluşturan örtük değişkenleri açıklayan gözlenen değişkenler geçerli kabul edilmiştir.

Elde edilen sonuçlar önerilen yapısal modelin veri ile uyumlu olduğunu ve tüm uyum endekslerinin kabul edilebilir olduğunu ortaya koymuştur. Model uyum endeksleri Tablo 6’da sunulmaktadır.

Tablo 6: Yapısal Eşitlik Modelinin İyi Uyum Endeksleri (N: 123)

İyi uyum kriterleri	χ^2 istatistiği (df)	p değeri	RMSEA	NNFI	NFI	CFI	χ^2/df	CN (Kritik örneklem sayısı)
Yapısal eşitlik modeli	611.39 (353)	0.000	0.077	0.97	0.95	0.98	1.73	74

Yöneticilerin etik liderlik davranışlarının örgütsel adaletin boyutları üzerinde etkisine ilişkin üç hipotez oluşturulmuştur:

H₁: Etik liderlik davranışlarının çalışanların dağıtım adaleti algıları üzerinde etkisi vardır.

H₂: Etik liderlik davranışlarının çalışanların prosedür adaleti algıları üzerinde etkisi vardır.

H₃: Etik liderlik davranışlarının çalışanların etkileşim adaleti algıları üzerinde etkisi vardır.

Yapısal modeli değerlendirmek için bağımsız örtük değişken olan etik liderlik ile bağımlı örtük değişkenler arasındaki yapı katsayıları dikkate alınmıştır. Etik liderlik ile örgütsel adaletin boyutları arasındaki nedensel ilişkiyi tespit etmek amacıyla geliştirilen varsayılan modelde, tahminin yönü (pozitif veya negatif) ve büyüklüğünü (istatistiksel anlamlılık) göstermek için üç yapı katsayısı tahminlenmiştir.

Parametre tahminleri değerlendirildiğinde yapısal eşitlik modelinde test edilen üç hipotezin (H1, H2, H3) tamamı kabul edilmiştir. Hipotez testlerine ilişkin sonuçlar Tablo 7'de sunulmaktadır.

Tablo 7: Hipotez Testleri

Yapısal Eşitlik Modelindeki İlişkiler	Standartlaştırılmış yapı katsayıları (t-test)	Sonuç
H₁ : Etkin liderlik davranışlarının çalışanların dağıtım adaleti algıları üzerinde etkisi vardır	0.60 (5.57)	Kabul
H₂ : Etkin liderlik davranışlarının çalışanların prosedür adaleti algıları üzerinde etkisi vardır	0.86 (7.05)	Kabul
H₃ : Etkin liderlik davranışlarının çalışanların etkileşim adaleti algıları üzerinde etkisi vardır	0.83 (8.37)	Kabul

Yapısal modelde örgütsel adalet yapısını oluşturan dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etkileşim adaleti değişkenlerine ilişkin t değerleri istatistiksel olarak anlamlıdır. Etik liderlik davranışı prosedür adaletini %74 oranında açıklarken, etkileşim adaletini %70 oranında, dağıtım adaletini ise %32 oranında açıklamaktadır.

ARAŞTIRMA ÇIKARIMLARI ve ÖZGÜN DEĞER

Araştırmada literatüre uygun olarak yöneticilerin etik liderlik davranışları çalışanların örgütsel adalet algılarını etkilediği belirlenmiştir. Bu etkilerin ortaya konması liderlik literatürüne ve uygulayıcılara önemli yararlar sağlayacaktır. Araştırma sonuçları, liderlerin rol model olarak normatif uygun etik davranışlar oluşturmada örgütsel adaletin her bir boyutu üzerindeki etkinin artırılmasına yönelik araç, tutum ve davranışları biçimlendirmesinde izlenecek yol ve alternatifleri belirleyebilmesi açısından önemli olarak görülmektedir. Böylelikle, yöneticilerin adil olarak algılanma, çalışanların bağlılık duygularının olumlu etkilenmesi, kararlara katılımın artırılması ve işletmede etik iklimin geliştirilmesi konularında etik liderlik davranış etkisinden yararlanması mümkün olabilecektir. İleride yapılacak çalışmaların farklı sektörlerde, daha geniş örnekleme ve düzenleyici değişken kullanılarak gerçekleştirilmesi literatüre katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Anderson, J.C. ve Gerbing, D.W. (1988). Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Bies, R. (2001). Interactional (In)Justice: The Sacred and the Profane. Edited by: Greenberg, J. ve Cropanzano, R. *Advances in Organizational Justice*, Stanford University Pres., 89-118.
- Brown, M.E., Trevino, L.K. ve Harrison, D.A. (2005). Ethical Leadership: A Social Learning Perspective for Construct Development and Testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97, 117-134.
- Brown, M.E. ve Trevino, L.K. (2006). Ethical Leadership: A Review and Future Directions. *The Leadership Quarterly*, 17(6), 595-616.
- Cohen, R.L. (1987). Distributive Justice: Theory and Research. *Social Justice Research*, 1(1), 19-40.
- De Hoogh, A.H.B. ve Den Hartog, D.N. (2008). Ethical and Despotic Leadership, Relationships with Leader's Social Responsibility, Top Management Team Effectiveness and Subordinates' Optimism: A Multi-Method Study. *The Leadership Quarterly*, 19(3), 297-311.
- Foley, S., Kidder, D.L. ve Powell, G.N. (2002). The Perceived Glass Ceiling and Justice Perceptions: An Investigation of Hispanic Law Associates. *Journal of Management*, 28(4), 471-496.
- Folger, R. (1987). Distributive and Procedural Justice in the Workplace. *Social Justice Research*, 1(2), 143-159.
- Folger, R. ve Cropanzano, R. (1998). *Organizational Justice and Human Resource Management*. London: Sage Publications Inc.
- Freeman, R.E. ve Stewart, L. (2006). *Developing Ethical Leadership*.

USA: Business Roundtable Institute for Corporate Ethics.

- Greenberg, J. (2000), Promote Procedural Justice to Enhance Acceptance of Work Outcomes. Edited by: Locke, E.A., Handbook of Principles of Organizational Behavior, Blackwell Publishing, 181-195.
- Judeh, M. (2011). Ethical Decision Making and Its Relationship with Organizational Justice. International Journal of Academic Research, 3(4), 215-220.
- Mendonca, M. (2001). Preparing for Ethical Leadership in Organizations. Canadian Journal of Administrative Sciences, 18(4), 266-276.
- Neubert, M.J., Carlson, D.S., Kacmar, K.M., Roberts, J.A. ve Chonko, L.B. (2009). The Virtuous Influence of Ethical Leadership Behavior: Evidence from the Field. *Journal of Business Ethics*, 90(2), 157-170.
- Niehoff, B.N. ve Moorman R. (1993). Justice as a Mediator of Relationship between Methods of Monitoring and Organizational Citizenship Behavior. *Academy of Management Journal*, 36, 527-556.
- Schminke, M., Ambrose, M.L. ve Neubaum, D.O. (2005). The Effect of Leader Moral Development on Ethical Climate and Employee Attitudes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97(2), 135-151.
- Thomas, T., Schermerhorn, J.R. ve Dienhart, J.W. (2004). Strategic Leadership of Ethical Behavior in Business. *Academy of Management Executive*, 18(2), 56-66.
- Trevino, L.K. ve Brown, M.E. (2004). Managing to be Ethical: Debunking Five Business Ethics Myths. *Academy of Management Executive*, 18(2), 69-81.

- Uğurlu, C.T. ve Üstüner, M. (2011). Öğretmenlerin Örgütsel Bağlılık Düzeylerine Yöneticilerinin Etik Liderlik ve Örgütsel Adalet Davranışlarının Etkisi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 26(41), 434-448.
- Wouters, K. ve Maesschalck, J. (2011). Leadership Perceptions and Integrity-An Empirical Study. 2011 EGPA Annual Conference. <<http://egpa-conference2011.org/documents/PSG7/Wouters-Maesschalck.pdf>> (04.03.2012).
- Yavuz, E. (2010). Kamu ve Özel Sektör Çalışanlarının Örgütsel Adalet Algılamaları Üzerine Bir Karşılaştırma Çalışması. Doğu Üniversitesi Dergisi, 11(2), 302-312.
- Zhu, W, May, D.R. ve Avolio, B.J. (2004). The Impact of Ethical Leadership Behavior on Employee Outcomes: The Roles of Psychological Empowerment and Authenticity. Journal of Leadership and Organizational Studies, 11(1), 16-26.
- Zhu, W. (2008). The Effect of Leadership on Follower Moral Identity: The Mediating Role of Psychological Empowerment. Leadership Review, 8(2), 62-73.
- Zhu, W., Avolio, B.J., Riggio, R.E. ve Sosik, J.J. (2011). The Effect of Authentic Transformational Leadership on Follower and Group Ethics. The Leadership Quarterly, 22(5), 801-817.

EKLER

EK 1: Etik Liderlik Ölçeği Faktör İfadeleri

Etik Liderlik

Amirim etik kurallara uymayanları eğitir.

Amirim adil ve eşit kararlar verir.

Amirim güvenilirlidir.

Amirim kişisel yaşamını etik bir anlayışla sürdürür.

Amirim başarıyı sadece sonuçlarla değil aynı zamanda sonuçların ne şekilde sağlandığıyla tanımlar.

Amirim iş etiğini ya da işle ilgili değerleri çalışanlarıyla tartışır.

Amirim işlerin etik anlamda doğru şekilde nasıl yapılacağına dair bir örnektir.

Amirim çalışanlarının düşüncelerini önemser.

Amirim karar verirken, “yapılması gereken doğru şey nedir?” diye sorar.

Amirim çalışanların söylediklerini dinler.

EK2: Örgütsel Adalet Ölçeği Faktör İfadeleri

Faktör 1: Etkileşim Adaleti

ETAD1 İşimle ilgili kararlar alınırken amirim bana kibar ve ilgili davranır.

ETAD2 İşimle ilgili kararlar alınırken amirim bana saygı gösterir ve görüşlerime değer verir.

ETAD3 İşimle ilgili kararlar alınırken, amirim kişisel ihtiyaçlarıma karşı duyarlıdır.

ETAD4 İşimle ilgili kararlar alınırken amirim bana karşı dürüst davranır.

ETAD5 İşimle ilgili kararlar alınırken, amirim çalışan olarak haklarımı göz önünde bulundurur.

ETAD6 İşim hakkında alınan kararlara ilişkin, amirim bu kararların olası

sonuçlarını benimle tartışır.

ETAD7 İşim hakkında alınan kararlar için amirim uygun gerekçeler sunar.

ETAD8 Amirim işimle ilgili kararlar alırken bana mantıklı gelebilecek açıklamalar yapar.

ETAD9 Amirim işim hakkında alınan her bir kararı detaylı bir şekilde açıklar.

Faktör 2: Dağıtım Adaleti

DAAD1 Çalışma programım adildir.

DAAD2 Ücret düzeyimin adil olduğunu düşünüyorum.

DAAD3 İş yükümün oldukça adil olduğunu düşünüyorum

DAAD4 İşyerimden aldığım ödüllerin oldukça adil olduğunu düşünüyorum.

DAAD5 İş sorumluluklarımın adil olduğunu düşünüyorum.

Faktör 3: Prosedür Adaleti

PRAD1 İşe ilişkin kararlar yöneticiler tarafından tarafsız bir şekilde alınır.

PRAD2 Amirim, işe yönelik kararlar almadan önce bütün çalışanların düşüncelerini dinler.

PRAD3 Amirim işle ilgili kararları almadan önce doğru ve eksiksiz bilgi toplar.

PRAD4 Amirim alınan kararları çalışanlara açıklar ve çalışanlar istedikleri zaman, amirim iş kararlarıyla ilgili daha fazla bilgi verir.

PRAD5 İşle ilgili tüm kararlar, ilgili çalışanların hepsine aynı şekilde uygulanır.

MÜTAREKE MECLİSİNDE ERMENİ MESELESİ

TARTIŞMALARI

Bünyamin KOCAOĞLU [*]

Giriş

1914 yılı ortalarından itibaren tarihte eşine az rastlanır bir biçimde çok geniş bir sahada ve çok sayıda devletin katılımıyla, taraflar açısından oldukça zor koşullar altında sürdürülmekte olan I. Dünya Savaşı, 1918 yılının yaz aylarına geldiğinde Alman cephesindeki olumsuz gelişmeler çerçevesinde artık özellikle İttifak devletleri açısından sürdürülmesi zor bir savaş haline gelmişti. Nitekim Alman cephesinin çökmesiyle birlikte başta Avusturya -Macaristan olmak üzere İttifak devletleri bir an önce savaştan ayrılmak ve kendileri açısından sağlam bir barışa imza atmak emellerine yönelmişlerdi. Nihayet İttifak devletleri safında savaşa sonradan dahil olmuş bulunan Bulgaristan 27 Eylül 1918 tarihinde Selanik’te mütareke imzalamak suretiyle savaşın sonunu getirecek mütarekeler sürecini de başlatmış oldu. Selanik Mütarekesi’nden sonra diğer İttifak devletleri de vakit kaybetmeden barış girişimlerine başlamışlardır. Bu çerçevede özellikle Bulgarlar’ın mütareke imzalamasında sonra stratejik olarak toprakları açık bir biçimde İtilaf devletlerinin işgaline açık hale geldiğini gören ve dört yıldır süren savaşın ortaya çıkardığı ağır sosyo-ekonomik ve siyasal koşullar altında artık savaşa devam edemeyeceğinin farkında olan Talat Paşa Hükümeti iktidarının sona erdiğinin de farkında olarak 5 Ekim 1918 tarihinde İtilaf devletleri nezdinde mütareke talebinde bulunmuş ve aynı

* Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Tarih Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, Doç. Dr.

gün istifa etmek mecburiyetinde kalmıştır. Bu andan itibaren Türkiye’de mütareke dönemi olarak adlandırdığımız ve kendine özgü koşulları ile oldukça ilginç bir siyasal dönem başlamış oluyordu. Savaş yıllarında ülkeyi tek başına muhalefetsiz olarak yönetmiş olan İttihat ve Terakki Hükümetleri dönemi son bulduğu gibi iç siyaset dengeleri de oldukça değişmişti. Bu andan itibaren savaş yıllarında susmak zorunda kalmış muhalifler yeniden siyasal hayatın etkin unsurları olmaya başlamışlardır. Bir yandan yeni siyasi fırkalar teşkil etmek suretiyle diğer yandan da gazeteler çıkarmak suretiyle mütareke döneminin yeni siyasi dengelerini belirlediler.

Mütareke dönemi her şeyden önce siyaset dilinin serleştiği bir süreç olmuştur. İttihat ve Terakki Hükümetlerinin başta Osmanlı Devleti’nin I. Dünya Savaşı’na girişi olmak üzere savaş yıllarında uygulanan politikalar ve özellikle 1915 Ermeni olayları ve iktidarın almış olduğu tedbirler yeni dönemin tartışma konularını teşkil etmiştir. Zira yeni denem bazıları için bir intikam dönemi olarak algılanıyordu ve özellikle savaştan ve savaş yıllarındaki uygulamalardan sorumlu tutulan İttihat ve Terakki hükümetleri artık hesap vermeliydi. Bu hesap sorma işinde özellikle ittihatçı karşıtı muhaliflerin en fazla kullandıkları unsur 1915 Ermeni olayları olmuştur. Bu çalışmada Ermeni meselesinin Türk kamuoyunda ilk kez tartışılmaya başlandığı dönem olan mütareke sürecinde özellikle Osmanlı Meclis-i Mebusan’ında nasıl ele alındığı ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Osmanlı Meclis-i Mebusan’ında Ermeni Meselesi Tartışmaları

I. Dünya Savaşı ve sonucunda imza edilen Mondros Mütarekesi Türk siyasal hayatını derinden etkilemiş ve iç siyaset dengelerinde ciddi değişime neden olmuştur. Daha mütareke imzalamadan önce 8 Ekim 1918’de Talat Paşa Hükümeti’nin istifası ile İttihat ve Terakki Fırkası’nın içine girdiği hızlı dönüşüm süreci Osmanlı Meclis-i Mebusan’ının yapısında da önemli değişikliklere neden oldu. Savaşa girerken tek partili bir meclis görünümüne sahip olan ve tamamıyla İttihat ve Terakki

Fırkası'nın hakimiyetinde bulunan Osmanlı Meclis-i Mebusan'ı mütarekeden az evvel söz konusu tek partili yapısını terk etmek zorunda kaldı.

1 Ekim 1918'de üçüncü yasama dönemine devam etmek üzere yeniden toplanan Meclis-i Mebusan, çok kısa bir süre içerisinde İttihat ve Terakki Fırkasına dayalı tek partili yapıdan çok partili bir yapıya dönüştü. Savaş yıllarının su yüzüne çıkarmadığı fırka içi anlaşmazlıklar ve farklı anlayışlar şimdi savaşın sonu görüldüğünde İttihat ve Terakki Fırkası'nın hızla bir ayrışma yaşamasının zemini hazırlamışsa da, söz konusu bölünmenin, aynı zamanda Fırka'nın mütarekeden sonra oluşacak daha zorlu ve ağır şartlarda siyasi yaşamını sürdürebilmesi için, lider kadronun partiye bir siyasi manevra ile şeklen de olsa yeni bir görüntü kazandırma gayretlerinin bir eseri olduğu unutulmamalıdır. Nitekim ekim ortalarında fırkanın liberal eğilimli etkin isimlerinden Ali Fethi ve Hüseyin Kadri Beylerin öncülüğünde takriben otuz kişilik bir grup, firkadan ayrılarak Osmanlı Hürriyetperver Avam Fırkası adıyla mecliste yeni bir grup kurdular. İttihat ve Terakki en az zararlı dönüştürmenin ilk adımı atılmıştı. Bu suretle savaştan ve savaş yıllarının uygulamalarından sorumlu meclisin üzerindeki İttihat ve Terakki izleri de silinmeye çalışılıyordu. Savaş sonrasında hesap İttihat ve Terakki'den sorulacaktı. O halde en azından görünürde de olsa İttihat ve Terakki'yi ortadan kaldırmak en akılcı yol olarak tespit edilmişti Lider kadro tarafından. Nitekim bu çerçevede ikinci adım mütarekeden hemen sonra 1-4 Kasım 1918'de atıldı. Söz konusu tarihlere son kongresini toplayan İttihat ve Terakki, dört günlük uzun tartışmalardan sonra, "Teceddüt" adıyla siyasi yaşamını sürdürme kararını verdi. Buna göre artık İttihat ve Terakki Partisi adıyla bir siyasal oluşum artık tarihteki yerini almıştı. Fırka'nın bu hızlı dönüşümü, neticesinde ortaya çıkan iki siyasal firkada da yer almak istemeyen ve şimdi mütareke ortamını fırsat gören bazı eski İttihat ve Terakki Fırkası mensupları da Meclis'te Rum ve Ermeni grupları halinde ayrı ayrı yer almayı tercih ettiler. Ayrıca OHAF ve Teceddüt Firkaları içerisinde yer almayan bazı eski fırka mensupları da "Müstakiler Grubu" adı altında Meclis'te yer aldılar. Böylece

savaşın tek partili Meclis-i Mebusan'ı aldığı yeni vaziyete göre, Teceddüt Fırkası, Osmanlı Hürriyetperver Avam Fırkası, Rum Mebuslar Gurubu, Ermeni Mebuslar Gurubu ve Müstakiler Guruplarından oluşan çoklu bir yapı halini almıştı. (Kocaoğlu, 2006: 88-89)

Meclisin aldığı yeni şekil, mütareke günlerinde Meclis'in gündemine aldığı meselelere bakışı ve tartışmalarında da belirleyici rol oynadı. Dolayısıyla mütareke ortamında önemli tartışma konularından biri olan Ermeni meselesi tartışmalarının Meclis-i Mebusan da ele alınışı değerlendirirken Meclis'in aldığı bu yeni şekli göz önünde bulundurmak önem arz etmektedir. Ayrıca, İttihat ve Terakki Fırkası'nın dönüştürülmesi sırasında 1-2 Kasım 1918'de firkanın Lider kadrosunun ülkeyi terk etmesi, ve sonrasında muhalif basının sert eleştirileri ve özellikle 7 Kasım'dan itibaren İstanbul gelen İtilaf kuvvetlerinin baskıları Meclisin çalışmalarını etkilemiş, söylemi üzerinde önemli rol oynamıştır.

Osmanlı Meclis-i Mebusan'ı 1 Ekim- 21 Aralık 1918 tarihleri arasında sürdürdüğü çalışmalarında başta mütareke ve mütarekenin getirdiği önemli sorunlar olmak üzere ülkenin iç ve dış meselelerini bütün olumsuzluklara rağmen gündemine alıp tartışmıştır. Bu dönemde meclisin gündemine aldığı tartışma konularından biri de harp yıllarında yaşanan Ermeni meselesi tartışmaları olmuştur.

Ermeni meselesi ilk defa, Meclis'in gündemine, mütareke döneminin ilk kabinesi Ahmet İzzet Paşa Hükümeti'nin kurulması münasebetiyle gelmiştir. Meclisin 19 Ekim 1918 tarihli oturumunda Talat Paşa'nın istifası üzerine hükümeti kurmakla görevlendirilmiş olan Ahmet İzzet Paşa, hükümet programını okurken, "ahvali harbiye ve ilcaatiyle memleket dahilinde bir mahalden diğer bir mahalle nakil ve tehcir edilmiş olan vatandaşlarımızın peyderpey ve mevayı kadimlerine avdet etmelerine karar verdik. V e bunun icraatına başladık" (MMZC,1992:29) sözleriyle Ermeni meselesine hükümetinin programında yer vermiştir. Hatta konuşması Ermeni mebuslardan Sivas Mebusu Dikran Barsamyan Efendi tarafından "Teşekkür ederiz" şeklinde memnuniyet ifade eden bir sözle kesilmiştir. Ahmet İzzet

Paşa, ayrıca, iki seneden beri büyük ızdıraplara maruz kalmış “bu vatan evladının” menkul ve gayr-ı menkullerinin iadesini ve satılmış olan eşyalarının bedellerinin ödeneceğini de ifade etmiştir. (MMZC,1992:29) Ermeni meselesi hükümet programında yer almakla birlikte dikkat çekici bir husus Ahmet İzzet Paşa’nın konuya değinirken “Ermeni” kelimesini kullanmamış olması ve meseleyi dahili sulhu sağlamak için yapılması gereken önemli vazifelerden biri olarak görmesidir. Bununla birlikte Ermeni Meselesi ve yakın gelecekte bu meselenin Türk Milleti’nin üzerinde büyük bir leke olarak bırakılacağını sezmiş olan Trabzon Mebusu Mehmet Emin Bey, hükümet programını, hükümetin Harbi Umumide meydana gelen mezâlim ve cinayetlerin mesullerini tahkik ve haklarında kanuni takibat yapacağına dair bir taahhütte bulunmayışından dolayı eksik gördüğünü ifade ederek, yapılmış olan bütün cinayetlerin cezasının önce İttihat ve Terakki’ye sonra da Türk Milleti’ne yüklendiğine dikkat çekmiştir.(MMZC,1992:32) Mehmet Emin Bey, bu anlayışın tarih boyunca sürdürüldüğünü , herhangi bir Osmanlının yaptığı bir zulmün, bir kötülüğün her zaman Türklere tahmil edildiğini “... Bunları yapan adamların tercüme i hali aranıp da bunlar kimdir? Denilmedi. Bunlar aranılmalıdır. Daima bir Sırp ve Bulgarın, mesela herhangi bir kimsenin Avrupa’da yaptığı bir terbiyesizliği bile mesela, eşek Türk (Hayır sedaları), Hayvan Türk .. (“Haşa haşa” sedaları) diyorlardı. Yani bu böyle olmuştur. Ve bu leke böyle olarak Türklerin üzerinde kalmıştır... Bizim memleketimizin içinde bile böyle olmuştur... Halbuki iyice tetkik edilir ise görülür ki bu mezâlimin yüzde beşi ancak Türklerin üzerinde kalabilir.” cümleleriyle dile getirmiştir. (MMZC,1992:33) Ahmet Emin Bey, kabinenin en önemli görevlerinden birinin bu cinayetlerden mesul olan kişileri araştırmak ve müsebbiplerini cezalandırmak olduğunun altını çizdikten başka, İttihat ve Terakki Fırkasının bu konudaki sükutu ile üzerine büyük bir mesuliyet aldığını, önce fırkaya sonra Türk Milleti’nin üzerine yıkılan bu mezalim suçunun gerçekte bazı şahıslar ve bazı memurların şahsi menfaatlerinin neticesinde vukua geldiğini ve bunların hâlâ halkın gözü önünde serbestçe gezdikleri hususlarına

da dikkat çekmiştir. (MMZC,1992:33) Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere M. Emin Bey, mütareke ortamında, Ermeni meselesinin gelecekte başta İttihat ve Terakki Fırkası olmak üzere Türk Milleti'ni ciddi bir töhmet altında bırakacağını ilk kez dile getirenlerdendir. Ayrıca mütareke ortamındaki tartışmalarda zaman zaman kimi çevrelerce dile getirilecek olan “Ermeni meselesi bir kısım memurların şahsi menfaatlerinin bir sonucu” anlayışının da ilk savunucularından birisi Mehmet Emin Bey olmuştur.

Ahmet İzzet Paşa hükümetinin güven oylaması münasebetiyle ilk kez meclisin gündemine gelmiş olan Ermeni meselesi mütareke imzalandıktan ve İttihat ve Terakki Fırkasının Lider kadrosunun ülkeyi terk etmesinden hemen sonra bu defa daha etkin bir biçimde meclisin gündemine gelmeye başlamıştır. Meclisin 4 Kasım 1918 tarihli oturumunda Divaniye Mebusu Fuad Bey'in Sait Halim ve Talat Paşa Kabinelerinin Divan-ı Âliye sevklerine dair olan 28 Ekim 1918 tarihli takriri. Ermeni meselesi ile ilgili tartışmaların yeniden Meclisin gündemine gelmesine neden oldu. Söz konusu İttihatçı hükümetlerin harbe giriş ve harp yıllarında yaptıkları usulsuzlukları içeren 10 maddelik takririn 10. maddesinde yer alan “Dahili memlekette bir hercümerci idari vücuda getirerek ve hürriyeti can ve mal ve ırza musallat bir takım çetelere müzaheret ederek ika eyledikleri fecaiye iştirak eylemesi” cümleleriyle üstü kapalı olarak Ermeni meselesine ve İttihat ve Terakki hükümetinin bundaki rolüne dikkat çekiliyordu. Ermeni meselesi “Ermeni” kelimesi kullanılmak suretiyle açık bir dille Meclis'te ilk kez Aydın Mebusu Emanuelidi Efendi tarafından dile getirilmiştir. Nitekim meclisin 4 Kasım tarihli oturumunda İttihat ve Terakki hükümetlerinin harp yıllarındaki icraatlarına dair hükümete sual takriri veren Emanuelidi Efendi 8 maddelik söz konusu takririnin 1. Maddesinde Ermeni milletine mensup olmaktan başka hiçbir suçu olmayan bir milyon Ermeni nüfusun kadın ve çocuk ayırımı yapılmaksızın katl ve telef edildiğini iddia ediyordu. (MMZC,1992:109) Aynı takrirdede Emanuelidi Efendi 250 bin Rum nüfusun Osmanlı hudutlarından çıkarıldığı, 550 bin Rum nüfusunun ise

Çanakkale, Marmara ve Adalar denizi bölgesinde katli ve imha edildiğinden de bahsetmektedir. Burada dikkati çeken husus bir milyon Ermeni nüfusunun katli edildiği hiçbir mesnede dayanılmaksızın ileri sürülmesi ve Suriye ve Lübnan bölgesine gönderilen Ermenilerden hiç bahsedilmemiş olmasıdır. 2 Kasım tarihli sual takririnin altında Emanueldi Efendiden başka İzmir Mebusu Vangel ve Çatalca Mebusu Tokinidis Efendilerin imzaları da bulunmaktadır ki Meclis'te Ermeni ve Rum ittifakı artık kendisini net bir biçimde göstermiştir. Emanuelidi Efendi söz konusu sual takriri ile amacının intikam almak, bazı kimseleri idam ve haps ettirmek olmadığını takrirle maksadının, yapılmış olan mezalimin mesullerinin Divanı Âli takririnin gösterdiği gibi sadece üç dört kişiden ibaret olamayacağına bu işi yapan şiddetli bir cereyanın olduğuna dikkat çekmek ve hükümetin bu çerçevede programının neden ibaret olacağını öğrenmek olduğunu da ifade etmiştir. (MMZC,1992:109-110) Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere Ermeni mebuslar konuya İttihat ve Terakki hükümetlerinin bilinçli yürüttükleri katliam politikası olarak yaklaşırlarken Türk mebuslar hadiseye idari hata ve yanlışlıkların ve özellikle menfaatperest memurların su istimallerinin yol açtığı bir iç sorun olarak yaklaşmaktadırlar. Ayrıca harp yıllarındaki su istimallerden yalnızca Ermeni, Rum veya sair unsurların değil aynı zamanda Türklerin de mağdur olduğu hususu da zaman zaman Ermeni iddialarına cevaben Türk mebuslarınca dile getirilmiştir. Nitekim aynı oturumda hükümet adına cevaben söz alan Dahiliye Nazırı Fethi Bey "...filvaki bilirsiniz efendiler, yaşadığımız dört sene zarfında bu memleketin havsından gayet fena gayet muzır birtakım cereyanlar geçmiş ve memleketin altını üstüne getirmiştir. Bundan dolayı Rum unsuru, ermeni unsuru, Arap unsuru ne kadar mutazarrır olmuş ise, sizi temin ederim ki Türk unsuru da aynı vechile ve belki de daha fazla derecede mutazarrır olmuştur. Arzu ederdim ki, Emanuelidi Efendi hazretleri bu anasır meyanında, belki hepsinden ziyade, mutazarrır ve mağdur olan Türk unsurunu da ithal etmiş olsunlar. Onların istikbali ve saadeti hakkında Hükümetten istizahatta bulunmuş olsunlar" cümleleriyle (MMZC,1992:110),

Türklerin uğradıkları suistimal ve mağduriyete dikkat çekmiş ve Emanuelidi Efendi'nin tek yanlı bakışını eleştirmiştir. Fethi Bey, Emanuelidi Efendi'nin sual takriri ile hükümete sorduğu, söz konusu mesele ile ilgili olarak hükümetin olacağı tedbir ne olacaktır sualine cevaben "...Hükümetin ittihaz edeceği tarik birdir: O da bilcümle anasıra bila tefriki cins ve mezheb, hürriyet ve müsavata kamile bahş etmek ve bu memleketi hiçbir unsurun, hiçbir fırkanın, hiçbir heyetin memleketi gibi telakki etmeyerek, bilcümle anasıra darı saadet, darülfeyz, hepsine cennet olarak tefrik edebilmek gayesini takip eylemektedir. Binaenaleyh, Hükümetin siyaseti dahiliyesi hiçbir unsurun hiçbir unsura faik veya madun olarak telakkisi noktasında değildir." (MMZC,1992:110) diyerek Emanuelidi Efendi'nin yaklaşımının aksine bir tavır ortaya koymuştur. Fethi Bey'in, sual takririnde Türk unsurunun savaş yıllarında uğradığı mağduriyete yer verilmediğine dair sözleri üzerine yeniden kürsüye gelen Emanuelidi Efendi, cevaben "...Bendeniz Rum unsurunun mağduriyetinden ne kader müteessir olur isem Türk unsurunun mağduriyetinden de aynı surette müteessir olurum. Türk unsurunu zikir etmemekliğimin sebebi: Çünkü elyevm hakimiyet, Türk unsuru namına icra edilmektedir. Binaenaleyh Türk unsuru mağdur olursa maatteessüf bunu izale etmek benim teklifim üzerine olmaz." demiştir. (MMZC,1992:111) Emanuelidi Efendinin sözleri başta Trabzon Mebusu Mehmet Emin Bey olmak üzere, Muş Mebusu İlyas Sami Efendi ve Kastamonu Mebusu Rüştü Bey tarafından Türk Milleti'nin itham edilmesi olarak değerlendirilerek sert tartışmalara neden olmuştur. (MMZC,1992:111) Ancak bütün itirazlara rağmen Emanuelidi Efendi'nin sual takriri meclisin gündemine alınmamıştır. Bununla birlikte Emanuelidi Efendi'nin açtığı yolu bundan sonra diğer Ermeni mebuslar da takip edecek ve meseleyi meclisin gündeminde tutmaya çalışacaklar, özellikle hükümeti bu konuda bazı tedbirler alması için zorlayacaklardır. Nitekim meclisin aynı günkü oturumunda okunan 2 Kasım tarihli bir başka sual takriri doğrudan Ermeni tehciri ile ilgiliydi. Kozan Mebusu Matyos Nalbantyan, Halep Mebusu Artin, Maraş Mebusu Agop, İzmir Mebusu Onnik İhsan, Erzurum

Mebusu Medetyan ve Sivas Mebusu Dikran Barsamyan Efendilerin imzasını taşıyan, “Vakti seferde icraatı Hükümete karşı gelenler için ciheti askeriyece ittihaz olunacak tedabir hakkındaki kararname ile işbu kararname mucibince ahar mahallere nakledilen eşhasın emval ve emlak ve matlubatı matrukeleri hakkındaki kararnameye tevfikan yapılan mezalimin mürettip ve faileri ile duçarı gadr olanlar hakkında hükümetçe ne düşünüldüğüne dair sual takririnde, İttihat ve Terakki hükümetinin Ermenileri zorunlu göçe tabi tuttuğu 14 Mayıs 1915 tarihli Muvakkat kararname ile, söz konusu kararname çerçevesinde başka mahallere nakl edilen şahısların mal ve mülkleri ile ilgili düzenlemeleri içeren 13 Eylül 1915 tarihli muvakkat kararnamenin müzakere ile red edilmesi talep edildikten başka, söz konusu kararnamelere istinaden elim icraat çerçevesinde yapılan suistimal ve mezalimin mürettip ve faileri ve uğranılan mağduriyetini giderilmesi konusunda hükümetin ne düşündüğü, ne gibi tedbirler alacağı soruluyordu.(MMZC,1992:112) Takririn okunmasından sonra söz alan Matyos Nalbantyan Efendi söz konusu takriri sadece Ermeniler adına değil bütün Osmanlı Milleti adına “Osmanlılık hissiyle” verdiğini, bu türden kanunu muvakkatlerin Kanunu Esasi’nin ruhuna uymadığını, maksadının bu hususa dikkat çekmek olduğunu ifade ederek “... Bendenizce bu meselede bile tefriki cins ve mezhep ocaklar sönmüş, fakat dumanı hâlâ çıkmaktadır. Bugün bir çok kadınlar şurada burada sürünüyorlar... hükümetimiz bu hususta ver kuvvetiyle çalışmak istiyor. Yalnız bendeniz rica ediyorum. Bu mesele gayet muhim olduğu için ehemmiyetli bir proje ile gelsinler. Ve namı Osmaniye lekeleyecek olan bu fena vekayiden tarihen, halen ve atiyen bu memlekette kusuru olmayanların az olmadığını biliyorum. Onları da bu lekeden kurtarsınlar. Temiz nasiyeleri meydana çıkarsınlar.” (MMZC,1992:113) cümleleriyle hükümeti göreve çağırıyordu. Nalbantyan Efendiden sonra hükümet adına söz alan Dahiliye Nazırı Ali Fethi Bey, şimdiki halde, tehirci tabi tutulmuş olanların mahallerine iadesinden başka bir çözüm düşünülmemekle birlikte, söz konusu uygulamanın ise çokta faydalı olmayacağını belirterek, özellikle, tehirci edilen şahısların yeniden

eski mahallerine iade edildikleri takdirde buralarda iâşe ve ibate anlamında oldukça sıkıntı yaşayabileceklerini, hatta tehcir edilmiş bazı kimselerin ise gittikleri yerlerden dönme niyetinde dahi olmadıkları gibi hususlar dikkate alındığında hükümetin bu çözümü tedricen hayata geçirmek niyetinde olduğunu ifade etmiştir. (MMZC,1992:113) Fethi Bey, ayrıca zulüm ve haksızlık yapmış olan memurların hiçbir şekilde kanunun pençesinden kaçamayacaklarını da söyleyerek bu konuda şikâyet kapısının herkese açık olduğunu, haksızlığa uğramış olan herkesin hakkını müdafaa etmesi gerektiğini ve yapılacak şikâyetler neticesinde mesuliyetli tahakkuk edenlerin mutlak surette mahkemeye sevk edileceklerini de açık bir şekilde dile getirmiştir. (MMZC,1992:113) Nitekim hükümet aynı günkü oturumda “Vakti seferde icraatı hükümete karşı gelenler için ciheti askeriyece ittihaz olunacak tedabir hakkında kararname”yi hiç müzakere edilmesine bile gerek görmeden reddini meclisten talep etmiştir. (MMZC,1992:114) Hükümet, sanki konunun meclisin daha fazla gündeminde kalmasını istemiyordu. Zira bu zamana kadar yapılmış olan tartışmalar da göstermiştir ki , hükümetin bu tavrına karşılık özellikle Ermeni mebuslar konunun bir aciliyete getirilip geçirtilmesinden rahatsız olmuşlardır. Artin Bozgezenyan Efendi hükümetin reddini talep ettiği kanunun sadece reddi değil delilleriyle birlikte reddi lazım olduğuna dikkat çekerek, söz konusu kararname ile bir çok fenalığın yapıldığı, memleketin harap edildiği, dolayısıyla şimdi “silahların meydandan kalkması” ile işin bitmeyeceği, bununla yetinilemeyeceği hususlarını dile getirerek sorumluların mutlaka cezalandırılması gerektiğine dikkat çekmiştir. (MMZC,1992:114) 4 Kasım günkü oturumda konu ile ilgili en fazla söz alanlardan biri olan Mehmet Emin Bey, daha önce de söz alarak itirazlarda bulunduğu, Emanuelidi Efendi’nin 8 maddelik ve özellikle Ermeni olduğu gerekçesiyle 1 milyon kadın ve çocuğun katl edildiği iddiasını, yeniden gündeme getirerek, Türk Milleti’nin bugün bu sözlerle büyük bir itham ile karşı karşıya bırakıldığını söylemiş ve kendisinin 1907 yılında Muş’ta müdde-i umumi olarak görev yaptığı sırada öldürülen Zaven isminde biri Ermeni komitecinin

üzerinden çıkan bazı evraka dikkatleri çekerek, bu evrak arasında yer alan bir mektubda Van İngiliz Konsolosunun bölgedeki Ermenilerin adedini 1.200.000 kişi olarak gösteren bir raporundan bahisle, bu raporun katledilen Ermeni nüfusunu değil daha çok bölgede Ermeni nüfusunun mümkün merteye fazla göstermek amacıyla yazılmış olduğunu belirterek Emanuelidi Efendi'nin verdiği miktarın gerçeği yansıtmamakla birlikte, memlekette halihazırda “dörtüüz, beşüüz bin Ermeninin de yaşadığı dikkate alındığında sayı kesin olmamakla birlikte önemli miktarda Ermeni nüfusun katl edildiği ve mallarının da yağmalandığı fakat bunların Emanuelidi Efendi'nin iddia ettiği gibi sadece Ermeni oldukları için katl edildikleri iddiasının doğru olmadığını dile getirmiştir. (MMZC,1992:115) Mehmet Emin Bey'in bu sözlerine Artin Boşgezenyan Efendi, “Niçin kesilmişler?” soru cümlesiyle verdiği cevap, göstermektedir ki, Meclis'teki Ermeni kökenli mebuslar, meseleyi “Ermenilik” meselesi olarak kabul ettirme çabalarını sürdürmektedirler. Mehmet Emin Bey Emanuelidi Efendi'nin iddialarının mubalagalı olduğunu ve Türklerin yaşadıkları mezalime hiç yer vermemesinden dolayı da meseleye yanlı baktığını konuşmasının diğer kısmında dile getirmekten de kaçınmamıştır. (MMZC,1992:116) Meclisin 4 Kasım tarihli oturumu Ermeni meselesinin en geniş biçimiyle tartışıldığı bir toplantı olmuştur.

Kasım 1918 ortalarına doğru siyaset dengelerinde değişiklik meydana geldi. Mütarekenin ilk kabinesi ve özellikle de İttihatçı karşıtlarınca İttihat ve Terakki'nin “dümdar” kabinesi olarak itham edilen ve ½ Kasım gecesi İttihatçı Lider kadronun ülkeyi terk etmesiyle konumu iyice sarsılan Ahmet İzzet Paşa Hükümeti 8 Kasım 1918 tarihinde artan baskılar neticesinde istifa etmek mecburiyetinde kalmış, yeni hükümeti eski bir diplomat olan A. Tevfik (OKDAY) Paşa kurmakla görevlendirilmişti.

Ahmet Tevfik Paşa tarafından kurulan yeni hükümetinin programını okuduğu meclisin 18 Kasım günü oturumu Ermeni meselesinin yeniden meclisin gündemine geldiği ve tartışıldığı toplantılarından biri olmuştur. Hükümet programında

yer verilmemiş olmasına rağmen özellikle Ermeni mebuslar konuyu gündeme getirmek için özel bir gayret sarf etmişlerdir. Halep Mebusu Artin Boşgezenyan Efendi hükümet programı ile ilgili olarak yaptığı konuşmasında hükümetin programında biri memlekette kanunun icrası, diğeri memleketin bir an evvel sulha kavuşturulması olmak üzere iki önemli hususu vaad ettiğine dikkat çekerek, bu münasebetle konuyu "... Efendiler biliyorsunuz ki mütareke akd olundu. Sulh güneşi de altın başını ufuktan göstermeye başladı. Yakında galip, mağlup her millet sulh masasının etrafında çevrilecek. Bendeniz diyorum ki: O masanın başına bizim elimiz boş gitmeyelim. Kendimizi müdafaa edecek, hukukumuzu muhafaza eyleyecek bazı istihzarat ile gidelim. Açık söyleyelim: Efendiler, biliyorsunuz ki Türk Milleti aleml medeniyet ve aleml siyaset nazarında bugün bir müttehim mevkinde bunuyor... Bugün ortada Osmanlı Tarihinin en matemli ve en kızıl saffasını teşkil eden bir cinayeti azime vardır. Yerleri, gökleri titreten bu cinayeti azime, malumdur ki Ermeni kıtalidir, Ermeni faciasıdır. Türk Milletini bundan dolayı müttehim tutuyorlar. Fakat asıl müttehim Türk Milleti değil, Türk Hükümeti veyahut idarei sabıkasıdır. Amma denilecek ki, Millet ne, Hükümet ne, bunun ikisi de bir değil mi? Milletle Hükümet birdir sözü bu Mecliste kaç defa tekrar edilmiştir... Zira millet başka hükümet başkadır... Ben diyorum ki: Türk Milletini itham ettikleri o cinayeti azime, idarei sabıka daha doğrusu, idare-i çeteviye tarafından icra edilmiştir. Türklerin boynuna atılmış olan bu töhmet zincirinin en dehşetli halkası- ki Ermeni fecaiyi'dir- merkezde bulunan bir şirzimci kelime ile o şirzimci kabinenin Vilayatta bulunan memurları: yani Valiler, mutasarrıflar, kaymakamlardan, Jandarma kumandanlarından, polis müdürlerinden tut da Jandarma neferine kadar teşkilatı mahsusa falan falanı tarafından yapılmıştır." cümleleriyle (MMZC,1992:141), Ermeni meselesine getirerek sulh hazırlıklarının en önemli unsurlarından birinin Ermeni meselesi olduğunu iddia etmiştir. Artin Boşgezenyan Efendi'nin konuşması birkaç açıdan önemlidir. İlk kez meclis ortamında "Ermeni Kıtalı" bu kadar açık bir dille ifade edilmiştir. Ayrıca İttihat ve Terakki hükümeti ve onun kurduğu

Teşkilatı Mahsusa Ermeni kıtaldinden doğrudan sorumlu tutulmuştur. Bununla birlikte Artin Efendi Türk Milletini itham etmekten de kaçınarak birçok Türk'ün hükümetin verdiği emre muhalefet ederek Ermenilerin uğradıkları zulm karşısında mağdur Ermenileri himaye ettiklerini de dile getirerek (MMZC,1992:141) "... Bütün bir milleti bir takım canilerin, mecnunların cürmü ile itham etmek, bilmem amma, çetekaridir. Bir millete böyle bir siyaset takip eden bir cani, beş cani bulunur; diye bütün bir milleti itham etmek, doğru değildir. Bu usulu çeteviyedendir. –başka tabir bulamıyorum." cümleleriyle Türk Milletinin topyekun bu meseleden dolayı itham edilemeyeceğine vurgu yapmıştır. (MMZC,1992:141) Artin Boşgezenyan uzun ve oldukça detaylı konuşmasının sonunda hükümetin bir an önce Ermeni meselesinde müdahil olan memurları bularak cezalandırması gerektiğinin altını çizerek sulha eli boş gitmemek için bunun şart olduğunu bir kez daha vurgulamıştır. (MMZC,1992:144) Artin Efendi'den başka Sivas Mebusu Dikran Barsamyanyan Efendi de benzer bir şekilde, hükümetin sulh masasına oturmadan evvel Ermeni meselesi ile ilgili ciddi adım atması lüzumuna dikkat çekerek Ermeni meselesinden dolayı özellikle kadın ve çocukların perişan durumlarını ve bir çözüm bulunmasını dile getirmiştir. (MMZC,1992:150) Ermeni mebuslardan sonra söz alan Muş mebusu İlyas Sami Efendi ise Artin Efendi ve kendisi gibi düşünen arkadaşlarının Ermeni meselesinde ileri sürdükleri hususlara ve özellikle bu meseleden mesul olanların cezalandırılması ile ilgili taleplerine katılmakla birlikte, Ermeni meselesine "...Efendiler. Bu mesele bir katil mi idi, yoksa bir mukatele mi idi? ... Türkleri tenzih ettiler. Bütün efradı milleti tenzih ettikleri o cinayati azimeyi, resmi bir ağızla ben de tekrar ile tesbitini rica ediyorum. Bu cinayet mi idi, yoksa mukatele mi di? Bendeniz bütün vicdanımın sadasıyla bütün beşriyeti hitap ederek diyorum ki, tali meaili, furutu, tafsilatı acı, elim feci olmakla beraber, bunun mebadisini zannederimki kimse parmak basarak kayıt etmedi. Bu ahval mabdeinde bir mukatele idi. " cümleleriyle Ermeni meselesinin bir mukatele olduğuna dikkat çekmiştir. (MMZC,1992:157) İlyas Sami Efendi ayrıca bazı Ermenilerin Rus ordusuna

katılarak, Ermenilik gayesi ile hareket ettiklerini ve Osmanlı hükümeti aleyhinde olarak Rus çeteleri ile bazı doğu vilayetlerine saldırdıklarını da dile getirmiş, İlyas Sami Bey'in bu sözleri özellikle Ermeni mebusların sert tepkilerine neden olmuştur. (MMZC,1992:157) İlyas Sami Efendi'nin meselenin bir mukatele olarak Doğu Anadolu'da başladığına dair idialarına Matyos Nalbantyan Efendi "... o zaman İlyas Sami Efendiye sorarım; orda bir çete çıksa ve vukuat yapsa o civar sekenesi de bu vukuata iştirak etse ve teferruata müteallik gayrı meşru bir takım hareketlerde bulunsa, acaba böyle bir halin vukuu ta memleketin her noktasında ve en ücra köşesinde bulunanların, meselâ Edirne'de, İzmit'te ve sahilde bulunan üç Ermeniye varıncaya kadar umum Ermenilerin kaldırılıp imza edilmesini, namusunun büsbütün heder edilmesini, emlakının müsadere ve yağma edilmesini icab ettirir mi?" cümleleriyle yanıt vermiş ve birkaç Ermeninin yapmış olduğu cinayetin bir milletin imhasını gerektirmeyeceğini ileri sürmüştür. (MMZC,1992:160)

Ermeni meselesi ile ilgili iddia ve tartışmalar özellikle Ermeni mebuslar tarafından meclisin fesh edildiği 21 Aralık 1918'e kadar her fırsatta gündeme getirilmiştir. Nitekim meclisin 18 Kasım günü oturumunda A.Tevfik Paşa Hükümeti'nin güvenoylaması münasebetiyle gündeme getirilmiş olan Ermeni meselesi daha sonra Dikran Barsamyan ve Muş Mebusu Keygam Efendilerin 5 Kasım 1918'de Meclisi Mebusana verdikleri ancak Meclisin 9 Aralık günü oturumunda okunan sual takriri ile yeniden gündeme gelmişse de söz konusu oturumda, sadece takrir okunarak ilgili nezarete gönderilmesine karar verilmiştir. Ermeni emvalinin zabtına dair olan takrirden, katledilen Ermenilerin sayıları ile ilgili olarak ortaya konulan verilerin yanlış olduğuna dikkat çekildikten başka, Asker aileleri kanunen sevk olunamayacakken bütün Ermeni vilayetinde Ermeni ailesinin kalmadığı, Vilayat-ı Şarkiye'de özellikle Erzurum, Sivas, Bitlis, Harput, Van, Diyarbekir vilayetleri ile Urfâ sancağında mevcut bilumum Ermenilerin sevk ve imhası esnasında ilan edilen cihad neticesinde bir buçuk milyondan fazla Ermeninin katl ve telef edildiği, Muş, Bitlis ve bağlı sancaklarında tarihin kaydetmediği emsalde vahşiyane zulümlerin yapıldığı,

Muş kasabasında gerek kendi halkı başta olmak üzere gerekse dışarıdan getirilen mazlum Ermenilerin topluca katl edildiği, köylerine kadar topa tutularak buralarda yaşayan Ermenilerin telef edildikleri ve bu katliamlar neticesinde o bölgedeki bütün Ermenilerin menkul ve gayri menkulleri ile manastır ve kiliselerinde bulunan milli ve dini eserlerin tahrip olunduğu, kıymetli eşyanın gasp edildiği, buralarda bulunan ruhbanın ise katl edildiği, geride kalan çoluk çocuğun ise cebren din değiştirilmek suretiyle öteye beriye dağıtıldığı hususları dile getirilerek, “vatanı aslilerinin umumi kıtalden her nasılsa tahlisi nüfus ederek elyevmenv sefalet içinde sürüklenen bakıyetussuyuf Ermeni milletine ve efradına ait emlak ve arazinin eshabı kadime ve asliyelerinden gasb ve zabta matuf her nevi teşebbüsata karşı bütün kuvvetimle protesto ederim ve hükümetin bu babta ne düşündüğünü sual ederim” deniyordu. (MMZC,1992:258)

Meclisin 11 Aralık 1918 tarihli oturumda Trabzon Mebusu Yorgi Yuvanidis Efendi'nin savaş yıllarında göçe tabi tutulan Rumlar meselesini gündeme getirmesiyle başlayan tartışmaların zaman zaman Ermeni meselesinin de gündeme gelmesine neden olduğu görülmektedir. Söz konusu tartışmalarda Musul Mebusu Mehmet Emin (Yurdakul) Türklük duygularını öne çıkaran uzun bir konuşma yapmış ve Ermeni meselesinde dolayı Türk milletinin suçlanamayacağını açığı bir dille ifade etmiştir. (MMZC,1992:289-293)

Sonuç

Uluslar arası alanda önemli bir tartışma konusu olarak başta Diaspora Ermenileri olmak üzere Amerika ve Avrupa devletleri tarafından gündemde tutulmaya çalışılan Ermeni meselesi, uzun zamandır Türk kamuoyunun da yoğun tartıştığı konulardan biridir. Bu çerçevede özellikle Ermeni Diasporası'nın sözde “soykırım” iddialarına karşın bugün konu ile ilgili Türkiye’de başta akademik ve politik çevrelerin ağırlıklı olarak sahip olduğu görüş 1915 olaylarının soykırım olmadığı, daha çok Osmanlı Devleti tebası iki toplum arasında karşılıklı silahlı bir

mücadele, bir mukatele olduğu tarzındadır. Bugün Türk kamuoyunda hakim olan bu bakış açısının şüphesiz tarihi kökenleri mütareke döneminden itibaren şekillenmeye başlamıştır. 1915 Ermeni olaylarının Türk kamuoyunda bir tartışma konusu olarak ele alındığı ilk dönem mütareke Türkiye'si olmuştur. Ermeni olaylarının yaşandığı I. Dünya savaşının hemen ardından başlayan mütareke sürecinde konunun ele alınış biçimi ve ortaya konulan söylem sonraki dönemlerde konu ile ilgili olarak ortaya konulan yaklaşımların temelini teşkil etmiştir. Mütareke döneminin bu anlamda en önemli yönlerinden biri Ermeni meselesi ile ilgili terminolojiyi de belirlemiş olmasıdır. Zira tehcir, taktik, mukatele gibi kelimeler bu dönemin tartışmalarının bir ürünü olarak sayılabilir. Mütareke döneminde Ermeni meselesi en yoğun bir şekilde ele alındığı siyaset alanlarından biri Osmanlı Meclisi olmuştur. Osmanlı Meclisinde konu ile ilgili tartışmaların mebusların daha çok etnik ve dini nitelikleri etkisinde kaldığı görülmektedir. Bu çerçevede özellikle meclisin müslüman Türk mebusların Ermeni meselesini mukatele olarak değerlendirdiği dikkat çekmektedir. Ayrıca savaş yıllarında yaşanmış olan bu hadiselerin tek suçlusunun Türk milleti olarak gösterilmesinin Türklüğe yapılmış en büyük kötülük olacağı, Avrupa devletlerinin de söz konusu olaylardan sorumlu olduğu, Türk devletinin bütün bir Ermeni ırkının tamamen imha edilmesi tarzında bir anlayışa sahip olmasının mümkün olmadığı, yaşanan olayların özellikle dönemin İttihat ve Terakki hükümetlerinin bir kısım idarecilerinin eseri olabileceği tarzındaki yaklaşımlar Türk mebusların ortak söylemi olmuştur. Buna karşın meclisin savaş sonrasında aldığı çok partili yapısı çerçevesinde faaliyet gösteren gayri Müslim unsurların söylemi çok daha farklı olmuştur. Özellikle bu dönemde mecliste Ermeni Gurubunu teşkil eden mebuslar Ermeni meselesini her fırsatta gündemde tutmaya çalışmışlar, İttihat ve Terakki'ye ağır eleştiriler yapmışlar ve zaman zaman bu ağır eleştirileri Türk milletini töhmet altında bırakacak boyutlara kadar vardırılmıştır. Bundan dolayı Türk ve Ermeni mebuslar arasında ciddi ve sert tartışmalar da yaşanmıştır.

KAYNAKÇA

A- Süreli Yayınlar

1. Zabıt Cerideleri

Meclis-i Mebusan Zabıt Cerdesi (M.M.Z.C.) (1992), Devre.3, içtima 5, Cilt .1, TBMM Basımevi, 1992.

B- Araştırma Eserleri

Kocaoğlu B (2006), *Mütarekede İttihatçılık İttihat ve Terakki Fırkasının Dağılımı*, Temel Yay., İstanbul, 88-89.

IMPACT OF THE SERVICE QUALITY OF TURKISH THERMAL HOTEL ENTERPRISES ON CUSTOMER LOYALTY

[*]Oktay EMİR
[**]Didem PAŞAOĞLU

ABSTRACT

There are numerous studies in the literature emphasizing customer satisfaction and customer loyalty in hospitality sector in general. However, the literature on thermal hotels and their quality attributes and loyalty perceptions is scant. This study set out to examine the impact of service quality of Turkish thermal hotel enterprises on customer loyalty. A questionnaire was employed to collect data. The questionnaire was administered to 1314 participants. The data obtained were using correlation and regression analysis. The results show that there is a correlation between service dimensions and customer loyalty at moderate level, which suggests that the quality of wellness services offered are influential on building loyalty.

Keywords: thermal hotels, service quality, loyalty, service dimensions, Turkey

INTRODUCTION

In the marketing literature, the significance of being customer oriented, ensuring customer satisfaction and creating customers that are loyal both to the company and its products is an undisputed truth, and also constitutes a managerial goal for

* Assoc. Prof. Dr. Anadolu University, Faculty of Business Administration, Department of Hospitality Management, Campus of Yunus Emre 26470, Eskisehir-TURKEY, E-Mail: oktayemir@anadolu.edu.tr

** Assist. Prof. Dr. Anadolu University, Faculty of Business Administration, Department of Management and Organization, TR-26460-Eskişehir, Turkey. E-mail: dpasaoglu@anadolu.edu.tr

the companies nowadays (Kotler et al., 1998). Today, the representatives of various management models, particularly total quality management, are highlighting the customer-related topics. At the core of these studies lies the understanding that businesses need to satisfy their customers to become economically successful. For businesses, customer satisfaction is a priority as it is related to repurchase by the customers, their loyalty to the company and its products, total earnings, and profitability. Also thanks to customer satisfaction, the tolerance of customers to the price fluctuations of the given company's products or services is higher compared to their competitors, which shows that businesses that ensure customer satisfaction do not lose as many customers as their competitors after price escalations.

When it comes to hospitality sector, one of the most important conditions of customer retention and customer loyalty is to ensure customer satisfaction, owing to the expectation that the customer would remain loyal to the particular facility, and would continue their relations with it for longer years. Businesses can ensure customer satisfaction by serving their customers with an added value in their products and services; in this way, a sentimental connection can be established between the customer and the facility, creating customer retention. In order to ensure customer satisfaction, the real needs and expectations of customers have to be known

(Srivastava, et. al., 1999). In this regard, hospitality businesses put a great effort to provide services that are suitable to customers' expectations, and to learn how "quality" is perceived by the customers as well as is the strategies of their competitors. The main objective of this study is to determine the impact of the services offered at thermal hotels on customer loyalty.

CONCEPT OF THERMAL TOURISM FACILITIES

There has been a growing consensus that tourism movements deriving from health and health-related issues are on the rise. (Hudson and Li, 2012). Hence, it is no surprise that thermal facilities draw the attention of many people in Turkey as it does in other countries. Aslan (1992) describes thermal facilities as "an establishment that is located around thermal water resources, and includes accommodation services, a thermal treatment center, and a curation park is called a thermal tourism business". In addition to services provided by other accommodation facilities such as accommodation, eating and drinking, rest and entertainment, thermal

tourism facilities also include services such as thermal facilities as well as supplementary and complementary treatments which constitute the primary aim of these businesses (Kozak, 1992). Although from a different perspective with some similarities, According to the PKF spa report of Trends in the Hotel Spa Industry (PKF Consulting and PKF Hospitality Research, 2009), spas get revenues from a variety of spa/wellness/health-related products and services including massages, treatments such as facials and body wraps, hair and nail services, fitness programs, and retail products such as exercise tools, skin-care products, and herbal supplements. In the PKF spa report, spas are grouped into four groups: hotel spa, destination spa, medical spa, and day spa.

PROPERTIES OF THERMAL FACILITIES

Thermal tourism facilities provide treatment services to care for and maintain human health in addition to the accommodation, eating-drinking, entertainment and recreation, which highlights the various features of these facilities (Fidancı, 2002).

The features of thermal tourism facilities that distinguish them from other tourism facilities are listed below (Kozak, 1992):

- To have one's discomfort of treatment by a doctor the duration of which varies according to length of stay, usually thermal tourism the accommodation establishments ranged from two to three weeks.

- Thermal tourism enterprises experienced and specialized personnel in the business of required.

- Thermal tourism centers around the treatment of some of the people In order to utilize curing centers, while others, both leisure and cure centers are the centers to take advantage of. Therefore, the to respond to the expectations of people with different plants, thermal tourism enterprises must be well-organized.

- Thermal tourism enterprises benefiting patients cure centers As well as applications implemented balneotherapy, sleep, rest and diet, such as applications are also available. Therefore, thermal tourism enterprises, a diet regulation and enforcement need to be done is serious about food.

- Thermal tourism enterprises in order to treat people from the presence of these centers, the need to devote more attention to the rules of hygiene makes.

- Thermal tourism businesses, at or near sources of thermal water installed near. Thermal tourism businesses, thermal hotel, cure center and park economics of this complex formation has occurred, the investment return as soon as pay.

As thermal tourism facilities embody the features above that distinguish them from other establishments, it is essential that these facilities take these features seriously in to consideration to have a modern outlook. Thermal tourism is viewed not only as a cure for those with physical ailments, but also as a means for keeping a good health, rejuvenation, and as physiological nutrition. Besides, in the words of Hudson and Li (2012) "... health care services may include medical examinations by qualified doctors and nurses at the resort or hotel, special diets, acupuncture, and special medical treatments for various diseases such as arthritis, and herbal remedies".

SERVICE QUALITY MANAGEMENT AT THERMAL TOURISM FACILITIES

Before getting into service quality management, the concepts of "service" and "quality" should be mentioned in general. Service, on the whole, can be defined as an action or performance that is consumed where it is produced. Quality, on the other hand, can be defined as all the sufficiency of a product or service in satisfying the given or possible needs, as well as all the related features.

In thermal tourism facilities, quality is a tool for creating the products and services to satisfy the customers' given or possible needs, for increasing productivity, and for decreasing costs via an efficient cost control. Service quality in thermal tourism facilities is determined by the customers' needs, fulfillment of expectations, uninterrupted success, complete and flawless service, and therefore is a value that can be measured and assessed.

Zeithaml, et. al. (1991) define "service" as all the economic activities that are consumed at the time of its production, providing positive values such as comfort and time without tangible product; and "service quality" as the comparison of the expected service and the perceived service performance. They define the

“dimensions” of service quality as reliability, assurance, responsiveness, empathy and tangibles. As it can be seen here, while defining service quality, the customer-related aspects are placed in the foreground. The most important point here which is not expressed explicitly is the significance of determining the needs and expectations of the customer.

In this light, service quality management can be viewed as an approach advocating the significance of evaluating the level of service as perceived by the customers by taking the expectations and needs of customers as the basis of analysis (Snoj and Mumel, 2002). Service quality management must focus on customer satisfaction, and therefore on providing the right service at the first time, on developing compensatory strategies when a mistake is made, and improving service constantly. Being aware of the primary role that “people” have in the area, service quality managers and businesses must encourage their employees in this regard. In the service sector, elements of quality related to non-technical personnel (the facial expression of personnel during food service, voice, tone, politeness or tact of the reception personnel while speaking with a customer) must be given equal or higher significance than the technical quality (the extent to which the product fulfills its purpose, e.g. for a television this would be the quality of sound, quality of image and color, or the capacity to receive signals from long distances), for the real ultimate element on the level of quality as perceived by the customers are these elements of non-technical quality (Tian-Cole, Crompton, and Willson, 2002).

THE NOTION OF CUSTOMER LOYALTY

According to Kumar and Shah (2004), while loyalty is a notion that is known for hundreds of years, in the later years it began to be used as a means to maximize power and control. They argue that today financial and solid criteria are not sufficient indicators of productivity for businesses, and that notions such as quality, customer satisfaction and loyalty are the indicators that reflect the competitive potential of different establishments. In order to survive in fierce competition, businesses are trying to come up with strategies to keep their existing customers and turn them into loyal customers. In the marketing literature, there does not appear to be a consensus on the notion of loyalty of customer. According to Lee (2010), the term customer loyalty indicates the inclination to become the customers of

their current service providers based on their past experiences and future expectations. According to Kim and Yoon, (2004). Customer loyalty is the willingness of customers to recommend services that they always receive. They define customer loyalty as the customers' constant positive attitude towards the particular establishment and their willingness to repurchase. Apart from providing a service that is in line with the needs and expectations of customers and customer satisfaction, the primary aim of businesses is to ensure customer satisfaction and customer loyalty. Especially in the highly competitive tourism market, customer satisfaction is not enough to ensure continuous success for a business. According to Goderis (1998), to raise the level of customer loyalty, customer satisfaction has to be at its highest. Satisfying the needs of customers by including extra elements into service becomes a must. While the notion customer loyalty allows the continuum and development of the relations between the customer and the given business, it may also include the particular recommendation of its own product or services to potential customers by other firms or companies (Hançer, 2003). At the top of all the elements that define customer loyalty, quality comes first. The quality of a given product or service is a significant factor with regard to customer loyalty. According to Hauser (1993), the extent to which the customers are loyal to a business, its products and services, is based on the quality level of the products and services offered by the company. Another element that affects loyalty is how some customers personally relate to particular brands. Customer relations must be given highest importance while turning a loyal group of customers into fans. Businesses are responsible for ensuring that customer relations continue towards a positive direction.

THE SIGNIFICANCE OF CUSTOMER LOYALTY FOR BUSINESSES

The positive correlation between customer loyalty and profitability is well-known concept. The most contrastive example on this topic is presented by Reichheld and Sasser (1990). According to the authors, a business can increase its profitability from 25% to 125% simply by keeping a 5% of its customers loyal. Additionally, the positive correlation between customer loyalty and profitability is further supported by Bowen and Shomaker (1998). They suggest that because loyal customers will make repetitive trade with the given business, and the likelihood that

they will turn towards rival businesses is low, customer loyalty will affect business profitability positively and strongly.

The ability of businesses to decrease their costs and provide better and cheaper product or service to their customers by making use of customer loyalty offers these businesses a significant advantage in competing with their rivals in the market without changing their price. Bowen and Shomaker (1998) argue that the most suitable and reliable way for introducing a business into a competition of prices is to increase their market effectiveness by controlling expenditures.

Word-of-mouth publicity by loyal customers to potential customers is a significant positive value granted by customer loyalty. Özer (1991) defines word-of-mouth positive publicity as a verbal and informal way of communication where consumers inform and recommend other consumers, especially their relatives and friends in their immediate social circles, about the products, brands, services and businesses that they have used or received. Word-of-mouth positive publicity by loyal customers has a positive impact on the performance of businesses on various aspects, such that potential customers are drawn to the given business establishment.

METHODOLOGY

Variables and Measurement: In this study, the main objective of which is to determine the effect of service quality on customer loyalty, three variable groups have been employed. The first group covers the demographic features (sex, age, education, marital status, income and occupation), the second group includes 19 items related to service quality scale comprising the 5 dimensions, which are medical services, physical attributes, hygiene, price and personnel, and in the third group are 7 items related to customer loyalty scale. Both scales are in the form of 5-point Likert scales, with service adequacy scale ranging from definitely inadequate (1) to definitely adequate. As for the loyalty scale, it ranges from definitely disagreed (1) to definitely agreed (5).

Participants: The population of the study consists of the customers at 5-star thermal hotels in Turkey. Due to the time, cost and distance constraints, a sample

of customers at thermal hotels in Izmir, Denizli and Afyonkarahisar, renowned for thermal establishments, was taken. The questionnaire was administered to a total of 1314 customers, 461 in Izmir, 421 in Denizli and 432 in Afyonkarahisar during summer months of 2011.

Data Collection and Analysis: The data in this study was collected through a questionnaire. The questionnaire is made up of three parts (demographic features, service quality scale and customer loyalty scale). The scale on the service adequacy in cure centers was adapted from (Lebe, 2006; Athen, et.al. 2009; Lee, 2010; González, and Brea, 2005; Alénet, et. al., 2006), on the other hand, the loyalty scale was taken from (Tsaura, et. al., 2002; Kim and Kim, 2005; Karatepe, 2006; Nasution and Mavondo, 2008; Williams and Soutar, 2009; Yuksel, et. al., 2010). The perception of service quality and the level of loyalty of the participants were described using item frequency, percentage distribution, arithmetic averages and standard deviation values. In order to measure the relationship between service quality and customer loyalty, correlation and regression analyses have been performed. Besides, factor analysis has been applied and Cronbach's Alpha coefficients have been calculated.

FINDINGS AND DISCUSSION

Table 1 reports the findings on demographic features. 50.9% of the customers are female, while 49.11 male, 70.5% of the customers are single and 29.5% married. 21.3% of the customers are between 35-44 years of age, while 7.9% of the customers are below 24 and below, which makes up the smallest percentage. Those who are 55 and above makes up the highest percentage rate, 35.8% (n=471). When it comes to education, those with a high school degree make up the highest percentage, 31.3%. It is worth considering that the number of those with primary school degree is more than the ones with undergraduate degree. The highest number of participants is from the self-employed ones, with 21.1% and civil servants with 17.4%.

Table 1: The findings on demographic features (n=1314)

Variables	Groups	n	%	Variables	Groups	n	%
Sex	Female	669	50.9	Marital status	Single	926	70.5
	Male	645	49.1		Married	388	29.5
Age	24 and below	104	7.9	Income	1000 TL and below	37	2.8
	25-34	168	12.8		1000-1999TL	652	49.6
	35-44	280	21.3		2000TL and above	625	47.6
	45-54	291	22.1				
	55 and above	471	35.8				
Education	Primary	219	16.7	Occupation	Civil servant	229	17.4
	High school	411	31.3		Employee	192	14.6
	Bachelor's	215	16.4		Employer	131	10.0
	Undergraduate	325	24.7		Pensioner	196	14.9
	Graduate	125	9.5		Self-employed	277	21.1
	Other	19	1.4		House wife	179	13.6
				Other	110	8.4	

Table 2 reports the findings on the service adequacy of the thermal facilities. On the whole, customers find the services delivered adequate in terms of the five service dimensions under consideration, for the average score on statements are 4.0 or higher, which signifies that customers find the services definitely adequate. For example the average score for the statement “thermal water to rooms” in medical services is 4.3, and the average score for the statement in physical attributes “Physical conditions of saunas and baths” is 4.4, then follows the statement “Evacuation of thermal water vapor and smell” with an average score of 4.3. When it comes to the hygiene dimension, the statement with the highest score is ($\bar{x}=4.3$) “Cleanliness of the private family pools”.

Table 2: Descriptive statistics on the service adequacy of the thermal facilities

Factors	Items	Negative (Definitely inadequate or inadequate)		Moderately adequate		Positive (Definitely adequate or adequate)		Mean (\bar{X})	S.d.	Factor Loadings	Cronbach's Alpha
		f	%	f	%	f	%				
Medical Services	Thermal water quality	159	12,1	145	11,0	1010	76,9	4,07	1,19	,893	.742
	Clinical services	63	4,8	166	12,6	1085	82,6	4,25	,90	,892	
	Experience of the medical staff	58	4,4	169	12,9	1087	82,7	4,27	,86	,578	
Physical attributes	Thermal water to rooms	60	4,6	119	9,1	1135	86,4	4,34	,87	,611	.787
	Evacuation of thermal water vapor and smell	66	5,0	113	8,6	1135	86,4	4,31	,89	,549	
	Equipment	58	4,4	148	11,3	1107	84,2	4,23	,82	,733	
	Physical conditions of the thermal pools	49	3,7	166	12,6	1099	83,6	4,23	,84	,732	
	Private family pools	49	3,7	166	12,6	1099	83,6	4,23	,84	,698	
	Physical conditions of saunas and baths	37	2,8	120	9,1	1157	88,1	4,38	,76	,700	

Hygiene	Overall cleanliness	54	4,1	143	10,9	1117	85,0	4,28	,85	,759	.797
	Maintenance and cleanliness of the thermal pools	54	4,1	145	11,0	1115	84,9	4,27	,85	,761	
	Cleanliness of the private family pools	37	2,8	125	9,5	1152	87,7	4,34	,78	,721	
	Cleanliness of baths and saunas	53	4,0	171	13,0	1090	83,0	4,24	,84	,537	
Price	Competitiveness	63	4,8	194	14,8	1057	80,4	4,19	,93	,557	.764
	Medical services	80	6,1	305	23,2	929	70,7	3,97	,95	,796	
	Special services (massage, skin care, solarium, etc...)	99	7,5	298	22,7	917	69,8	4,00	,99	,715	
Personnel	Experience of the staff	60	4,6	122	9,3	1132	86,1	4,33	,87	,713	.792
	Knowledge level of the staff	69	5,3	114	8,7	1131	86,1	4,30	,90	,845	
	Understanding customers' psychology	65	4,9	167	12,7	1082	82,3	4,24	,91	,801	

In Table 3, introductory statistics are indicated for the loyalty levels of customers. It can be said that customers generally give a positive opinion (I completely agree with, I agree with) in each comment. Hence, this matter has been reflected on the arithmetic means calculated for the opinions related to this subject, and according to these findings, the arithmetic means calculated for each opinion is 4.0 or higher. Hence, it's possible to comment as "they show loyalty in high level for services provided" for customers of the thermal hotel enterprises in the survey.

Table 3: Descriptives on customer loyalty

Items	Negative (Definitely disagreed or disagreed)		Moderately agreed		Positive (Definitely agreed or agreed)		x̄	S.d.	Cronbach's Alpha
	f	%	f	%	f	%			
This thermal facility is my first preference	116	8.8	252	19.2	946	72.0	4.01	0.96	0.93
I would prefer to stay here due to the quality of the services offered, despite the high rates	85	6.5	317	24.1	912	69.4	3.97	0.91	
I would like to re-stay here, even though it is costly.	116	8.8	252	19.2	946	72.0	4.01	0.96	
I would like to revisit as long as the conditions are appropriate	88	6.7	325	24.7	901	68.6	3.95	0.92	
I will recommend this facility to other people	122	9.3	268	20.4	924	70.3	4.02	0.99	
I will inform other people about the high quality of services	125	9.5	277	21.1	912	69.4	4.02	1.00	
I prefer this facility even though I have encountered some problems.	116	8.8	252	19.2	946	72.0	4.01	0.96	

Table 3 reports the findings on customer loyalty. As in Table 2, the general means for each statement is 4, the lowest score is for the statement “I would like to revisit as long as the conditions are appropriate” ($\bar{x}=3.95$) and the highest ones are for the statements “I will recommend this facility to other people” and “I will

inform other people about the high quality of services” ($\bar{x}=4.02$). Considering the findings as a whole, it will not be wrong to say “there is high level of loyalty among the customers under consideration.”

Table 4: Correlation between service dimensions and loyalty

Service dimensions	Number of items	n	Loyalty r	p
Medical services	3	1314	0.564***	0.000
Physical attributes	6	1314	0.404***	0.000
Hygiene	4	1314	0.438***	0.000
Price	3	1314	0.672***	0.000
Personnel	3	1314	0.356**	0.004

** : $p < 0.01$ *** : $p < 0.001$

Table 4 reports the correlation coefficients between service dimensions and loyalty. There is positive and statistically significant correlation between the variables ($p < .01$). The highest three correlation coefficients of the service dimensions with loyalty are price ($r=.672$), medical services ($r=.564$) and hygiene ($r=.438$). There is moderate correlation among the variables.

In Table 5, results of the regression analysis indicates the influence of the service quality of thermal hotels on customer loyalty, and the multi-linear regression analysis applied has been found significant ($p < .001$).

Table 5: Variance Analysis for Multiple Linear Regression Model

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
1 Regression	364.112	5	72.82		
Residual	417.170	1308	0.31	228.32	0.000*
Total	781.282	1313			

* $p < 0.001$ Dependent Variable: Customer Loyalty

Table 5 reports the result of variance analysis for multiple linear regression model on the effect of the service quality on customer loyalty. The finding is significant at $p < 0.001$. Below is the regression model using the coefficients in Table 6.

Table 6: Multiple Linear Regression Model Coefficients

Dimensions	B	Std. Error	t	p
(Constant)	0.076	0.018	1.479	0.042*
Medical services	0.232	0.039	6.195	0.000***
Physical attributes	0.179	0.019	3.281	0.023*
Hygiene	0.188	0.025	5.093	0.002**
Price	0.293	0.042	8.318	0.000***
Personnel	0.088	0.021	2.802	0.032*

** : $p < .01$ ** : $p < .01$ *** : $p < .001$ *Dependent Variable: Customer Loyalty*

$Loyalty = .076 + Medical * .232 + physical\ attributes * .179 + hygiene * .188 + price * .293 + personnel * .088$

When the t values of the regression coefficients reported in Table 6 are examined, the variables increasing the customer loyalty in order of magnitude are price, medical services and hygiene, from highest to the lowest. These findings are in line with the correlation analysis.

CONCLUSION

This study has found that service quality and customer loyalty in thermal hotels is high. Also the study has revealed that service quality in thermal hotels significant impacts on customer loyalty. Thermal tourism in Afyonkarahisar as well as in other cities such as Kutahya, Denizli is flourishing rapidly; the number of thermal hotels' customers is on the increase, and new hotels are built in the region. In order to keep the present customer profile, thermal hotels should take the satisfaction levels of customers into consideration in order to compete with other thermal hotels. On the other hand, new hotels should also pay attention to customers' satisfaction for more customers (Emir and Saraçlı, 2011). Similar to Emir and Saraçlı (2011), Kim (2011) found out in his study that customer' decisions to remain loyal depend directly on their satisfaction and found that customers' perceptions of

service quality have an indirect influence on customer loyalty via customer satisfaction. As Emir and Kozak (2011) suggested in their study, the high level of customer turnover, requires a continuous administration of product development and improvement studies as well as a continuous measurement of the current performance of hospitality services on the basis of various indicators of service quality

Unless it is supported by efficient and to-the-point marketing efforts, the quality-based loyalty can not stand alone. The hotels under consideration offer nearly the same services and facilities. Offering more variety along with strengthened infrastructure could increase the appeal of the thermal hotels all over Turkey.

As for the limitation of the study, first, this paper covered only three cities in Turkey, which are Afyonkarahisar, Izmir and Denizli. Hence, it would serve better if the scope of similar studies were expanded. Secondly, seasonality is an important factor. A wider coverage of seasons is likely to yield healthier outcomes. Hence, it might be a good idea if prospective researchers take the above-mentioned points into consideration to obtain sound and robust conclusion.

REFERENCES

- Alén, M.E., Fraiz, J. A. and Rufin, R. (2006). "Analysis of Health Spa Customers' Expectations And Perceptions: The Case of Spanish Establishments" *Pol-
ytechnical Studies Review*, Vol (3) 5/6, 245-262.
- Aslan, Z. (1992). Termal Turizm İşletmelerinde Hizmet Standartlarının Geliştirilmesi ve Pazarlama Faaliyetine Etkisi Balçova Termal Merkezi Uygulaması, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir.
- Athen, H.N.M., Kevin, K.F.W. and Richard, C.Y.C. (2009). "Health or Self-Indulgence? The Motivations and Characteristics of Spa-Goers" *International Journal of Tourism Research* (11): 185-199.
- Bowen, J.T. and Shoemaker, S. (1998) "Loyalty: A strategic commitment" *Cornell Hotel
and Restaurant Administration Quarterly*, 39 (1): 12-25.
- Emir, O. and S. Saraçlı, S. (2011). "Determinants of Customer Satisfaction with Thermal Hotels" *Anatolia-an International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 22, (1): 56-68.
- Emir, O. and Kozak, M. (2011). "Perceived Importance of Attributes on Hotel Guests' Repeat Visit Intentions" *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, Vol. 59, (2): 339-360.
- Fıdancı, T. (2002). Termal Turizm İşletmelerinde Maliyet Analizi, Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar
- Goderis, J.P. (1998). "Barrier Marketing: From Customer Satisfaction to Customer Loyalty" *CEMS Business Review*, 2 (4): 285-294.
- González, M.E.A. and Brea, J.A.F. (2005). "An Investigation of the Relationship among of Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioural Intentions in Spanish Health Spas" *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 13 (2): 67-90.
- Hançer, M. (2003). "Konaklama Endüstrisinde Müşteri Sadakati, Anlam, Önem, Etki ve Sonuçlar" *Seyahat ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 3, (1-2): 39-47.
- Hauser, J. R. (1993). Defensive Marketing Strategies, *Marketing Science*, Vol. (2): 319-360.

Hudson, S. and Li, X. (2012). “Domestic Medical Tourism: A Neglected Dimension of Medical Tourism Research” *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 21, (3): 227 -246.

Karatepe, O.M. (2006). “Customer Complaints and Organizational Responses: the Effects of Complainants’ Perceptions of Justice on Satisfaction and Loyalty” *Hospitality Management* (25): 69-90.

Kim, H.S. and Yoon, C.H. (2004). “Determinants of Subscriber Churn and Customer Loyalty in the Korean Mobile Telephony Market” *Telecommunications policy*, (28): 751-765.

Kim, H.B. and Kim, W.G. (2005). “The Relationship between Brand Equity and Firms ‘Performance in Luxury Hotels and Chain Restaurants” *Tourism Management* (26): 549-560.

Kim, H.J. (2011). “Service Orientation, Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty: Testing a Structural Model” *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20, (6): 619-637.

Kotler, P., Bowen, J. and Makens, J. (1998). *Marketing for hospitality and tourism*, Sec. Edi., Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey

Kozak, N. (1992). “Termal Turizm İşletmeciliği ve Önemi” *Anatolia Turizm Çevre ve Kültür Dergisi*, Yıl 3, (3): 33-38.

Kumar, V. and Shah, D. (2004). “Building and Sustaining Profitable Customer Loyalty for the 21st Century” *Journal of Retailing*, (80): 317–330

Lebe, S.S. (2006). “European Spa World: Chances for The Project’s Sustainability through Application of Knowledge Management” *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, (7): 137- 146.

Lee, T.H. (2010). “Assessing Visitors’ Experiences at Hot Spring Recreation Areas in Taiwan” *International Journal of Tourism Research*, (12): 193–203.

Nasution, H.N. and Mavondo, F.T. (2008). “Customer Value in the Hotel Industry: What Managers Believe They Deliver and What Customer Experience” *International Journal of Hospitality Management*, (27): 204-213

Özer, N. (1991). “Kaplıca Hekimliğinin Çağdaş Gelişimi” *Anatolia Turizm ve Çevre Kültürü Dergisi*, 2 (3): 35-39.

PKF Consulting and PKF Hospitality Research. (2009). Trends in the Hotel Spa Industry. Atlanta, GA: Author.

Reichheld, F.F. and Sasser, W.E.Jr. (1990). "Zero Defections: Quality comes to Services" *Harvard Business Review*, 68 (5): 105-111.

Snoj, B. and Mumel, D. (2002). The measurement of perceived differences in service quality-The case of health spas in Slovenia. *Journal of Vacation Marketing*, 8 (4), 362-379.

Srivastava, R.K., Shervani, T.A. and Fahey, L. (1999). "Marketing, Business Processes and Shareholder Value: An Organizationally Embedded View of Marketing Activities and the Discipline of Marketing" *Journal of Marketing: Special Issue*, Vol. 63 (4): 168-179.

Tian-Cole, S., Crompton, J.L. and Willson, V.L. (2002). An empirical investigation of the relationships between service quality, satisfaction and behavioral intentions among visitors to a wildlife refuge. *Journal of Leisure Research*, 34 (1), 1-24.

Tsaura, S.H., Chiu, Y.C. and Huang, C.H. (2002). "Determinants of Guest Loyalty to International Tourist Hotels Faneural Network Approach" *Tourism Management* (23): 397-405.

Yuksel, A., Yuksel, F. and Bilim, Y. (2010). "Destination Attachment: Effects on Customer Satisfaction and Cognitive, Affective and Conative Loyalty" *Tourism Management* (31): 274-284.

Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Berry, L.L. (1991). "Perceived Service Quality as a Customer-Based Performance Measure: an Empirical Examination of Organizational Barrier Susing an Extended Service Quality Model, *Human Resource Management*, Fall, 335-364.

Williams, P. and Soutar, G. N. (2009). "Value, Satisfaction and Behavioural Intentions in an Adventure Tourism Context" *Annals of Tourism Research*, 36 (3): 413-438

TÜRKİYE'DE GASTRONOMİ TURİZMİ ÜZERİNE GENEL BİR DEĞERLENDİRME

Turgay BUCAK[*]
Ülker Erdoğan ARACI[**]

ÖZ

Gastronomi turizmi, yükselen turizm trendleri arasında yerini alan, etkinlik kapsamı geniş ve yüksek derecede farkındalık yaratan etkisi ile yerel halkın ve etkinliğin gerçekleştirildiği yerin kalkınmasında ve imajında ciddi derecede katkıda bulunan, bölge ve ülkelerin tanıtımında önemli rol oynayan stratejik açıdan etkin faaliyetler olarak tanımlanmaktadır.

Gastronomik etkinliklerin tanıtımı noktasında yapılan çalışmaların yetersizliği etkinliklerden elde edilecek olan maksimum verimi engellemektedir. Bu tarz etkinliklerin farkındalık düzeyinin artırılması, yadsınamaz bir gerçek olarak ortadadır. İlgili konu çerçevesinde yapılan araştırmalara literatürde pek fazla rastlanmaması bu araştırmanın gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Gastronomik Etkinlikler, Etkinlik Turizmiz

* Yrd. Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

** Öğretim Görevlisi, İzmir Üniversitesi, Turizm ve Otel Programı

An Overall Assessment On The Gastronomic Tourism In Turkey

ABSTRACT

Gastronomy tourism, emerging tourism trends taking place among the scope of activity to raise awareness on the effect of large and high degree of activity carried out with the local people and the image of the earth, and significantly contribute to the development of the region and the countries that play an important role in the promotion of active operations is defined as the strategic point of view.

Promotional activities at the lack of gastronomic events of the studies prevents maximum efficiency to be obtained. Increasing the level of awareness of the value of this kind of activities, can not be denied as a reality is obvious. Much of the research literature on the subject is not within the framework emphasizes the need to study.

Key Words: Tourism, Gastronomic Events, Event Tourism.

GİRİŞ

Türkiye sahip olduğu tarihi, kültürel ve doğal güzellikleriyle potansiyel bir turizm cennetidir. Ancak, çoğunlukla yabancı ziyaretçi profili, gezi-eğlence (deniz-güneş-kum) ağırlıklıdır (Türkben vd., 2012). Bu kapsamda bölgenin sahip olduğu çekiciliklerin turizme kazandırılması, turizm olayının mevsimsellikten kurtarılması ve sürdürülebilirlik açısından fırsatların avantaja dönüştürülmesi, niş pazarların keşfedilip etkinleştirilmesi ve turistler açısından güdülen turizm algısının eşsiz bir deneyim ile taçlandırılması çerçevesinde düzenlenen gastronomi etkinlikleri, daha net bir kavramla gastronomi turizmi bölgeleri, ülkeleri, ulusal ve uluslararası boyutta uzun yıllar taşıyabilecek mihenk taşı olarak değerlendirilebilmektedir.

Destinasyon temelli turizmin çeşitlendirilmesine dönük “yeni turizm” çalışmalarını yeni dünya düzeninde varlığını daha çok hissettirmeye başlamıştır. Yerel kültürün ilgi çeken yeme-içme alışkanlıkları, tatil konseptlerinde pazarlamanın parçası haline gelmiştir. Öte yandan mutfak kültürleri ülkelerin turizm pazarlamasında en önemli enstrümanlardan biri konumundadır. Yemeklerin sunumundan hazırlanışına kadar her şey turizmin bir parçası olarak görülmekte ve tanıtımı da bu şekilde yapılmaktadır (Güneli, 2012)

Gastronomi turizminde yapılan etkinliklerin, bölgesel manada değerlendirildiğinde, ilgili destinasyona kattığı avantajlar yadsınamayacak ölçüde yüksek ve değerlidir. Alışıl gelmiş turizm çeşitlerinin, destinasyonların imajına ve sürdürülebilirliğine etkisi stratejik açıdan ciddi bir şekilde üzerinde durulması gereken unsurlardır. Farklı destinasyonların turizme kazandırılması dışında, mevcut turistik bölgelerin sahip oldukları çekiciliklerin bu bağlamda etkinleştirilmesi, destinasyonların turistlerin algılarında derinleştirilmesi noktasında değer taşımaktadır.

1. ETKİNLİK TURİZMİ KAPSAMINDA GASTRONOMİ

Etkinlikler, içerikleri, önemleri ve faaliyet genişlikleri çerçevesinde, turizm sektörüne ciddi anlamda hareket kazandıran, sosyal anlamda etkisi çok yüksek, bölge halkına ve etkinliğin gerçekleştirildiği bölgeye önemli derecede katkı sağlayan, farkındalık derecesi gün geçtikçe yükselen faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Getz, 2010). Gastronomi etkinlikleri bu kapsamda değerlendirildiğinde, destinasyonların üstün rekabet avantajı elde etmelerine aktif olarak etki etmektedir.

Etkinliklerin yeni dünya düzeninde hedeflenen turistleri çekme gücü ve özelleştirilmiş ya da modifiye edilmiş yapısı ile yükselen bir trend olarak algılanması yüksek derecede değer yaratmaktadır. Bu kapsamda etkinliklerin kilit unsurları, etkinliğin gerçekleştirildiği yer, hedef kitle, medya ve etkinlik altyapı faktörü olarak dikkat çekicidir (Jayswal, 2008).

Etkinlik turizmi gerçekleştirildiği bölgeye çeşitli avantajlar sağlamaktadır. Bu avantajlar şu şekilde sıralanabilir (Karagöz, 2006).

- Turizm sezonunu uzatmak,
- Turizmi çeşitlendirmek,
- Turizm talebinin ülke içindeki farklı destinasyonlar arasında eşit dağılımını sağlamak,
- Bölgelere yeni gelir kaynakları yaratmak,
- Destinasyonların çekiciliğini ve farkındalığını arttırmak,
- Yeni alt yapı ve hizmetlerin oluşturulması ya da mevcut hizmetlerin ve alt yapının geliştirilmesi için harekete geçirici bir etken olmak,

- Destinasyona medyanın ilgisini çekmek,
- Güçlü ve aktif imajlar oluşturarak ve kültürel temalar yaratarak destinasyon markalaşmasına yardımcı olmak,
- Tek bir seyahatin yeterli olduğunu düşünen insanları, tekrar ziyaretler için teşvik etmek.

Etkinlik turizmi kapsamında değerlendirebileceğimiz gastronomi etkinlikleri, çeşitli ülkeler için niş pazar niteliği taşımaktadır. Sahip olunan mutfak kültürüne ilişkin zenginlikler, yiyecek- içecek faaliyetlerinde bölgeye has üstünlükler, destinasyonların pazarlanmasında aktif olarak kullanılmakta ve her geçen gün turistlerin istek ve beklentilerine dayalı olarak çeşitlendirilmektedir.

Son yıllarda, pek çok turistin seyahat nedenleri arasında, destinasyonların sahip olduğu mutfak kültürünü keşif seyahatlerin ana amaçları arasında yer almaktadır. Pek çok destinasyon da sahip oldukları mutfağı, turist çekim gücü olarak kullanmakta ve bu alanla ilgili niş pazar olarak faaliyet göstermektedirler. Turistik destinasyonlardaki yiyecek ve pişirme yöntemleri kısacası mutfak kültürü, bölgenin kültürel karakteristiklerini ve özelliklerini barındıran görünmeyen miras olarak, destinasyonları uluslararası noktada geliştirebilmektedir. Bu sebeple mutfak turizmi, bölgesel açıdan turizm pazarını temsil etmekte ve bölgelere rekabetçi üstünlük sağlamaktadır (Hornig ve Tsai, 2012).

Türkiye’de alışılmış şekliyle “plaj, güneş, deniz” üçlemesine odaklanan turizm bölgeleri tur operatörlerinin fiyat kırma yarışında genelde kaybeden taraf olmaktadır. Dev turizm holding ve işletmeleri önerdikleri fiyat tekliflerinin kabul edilmemesi durumunda, müşterilerini başka bölgelere yönlendirebilmektedir. Bunun en önemli nedeni ise, kitle turizminde çekicilik unsurları olarak sunulan güneş, kum ve denizin başka yerlerde de kolayca bulunabilmesidir. Bu kısır döngüden çıkış için programların otantik ve benzersiz olması yanında, turistin sanal olmayan gerçek ve doğal yaşama olan özlemini gideren bir yapıda olması gerekmektedir. Zengin arkeolojik, otantik, kültürel ve doğal alanların çoğu kez bir kaçını bir arada içinde barındıran alanların bu tür projeler için olağanüstü çekicilik ve potansiyele sahip olduğu söylenebilmektedir (Duman vd., 2007). Ülkemizin içinde bulunduğu coğrafya, turistik açıdan özellikle çekici faktörler kapsamında bünyesinde barındırdığı gastronomik unsurlar ile ilgili değerlendirildiğinde, ortaya derin ve etkinliği yüksek stratejik zenginlikleri çıkarmaktadır. Bunlar arasında yiyecek festivalleri, şarap festivalleri, ürün festivalleri sayılabilmektedir.

2. GASTRONOMİ TURİZMİ

Gastronomi kavramı “yiyecek ve içecek kültürünün bilime ve sanata dönüşmesi” olarak nitelendirilebilmektedir. Sanayi devrimi sonrası, boş zaman kavramının ortaya çıkması, insanların sosyal yaşamlarındaki değişme, bireylerin beslenme ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik faaliyetlerde bulunan işletmelerin sayısının artmasına ve gerek ulusal gerekse uluslararası alanda gittikçe gelişme göstermesine vesile olmuştur. Bu bağlamda, kişilerin yiyecek-içecek işletmelerinin ürettiği mal ve hizmete olan talebi, ülke ekonomilerine ve hizmet endüstrisinin büyümesine katkı sağlamıştır. Dünya turizm pastasından payını artırmak isteyen ülkeler: turizmin çeşitlendirilmesi ve sürekliliğinin sağlanması için ülkelerin turistik ürün bileşenlerinde cazibe- çekicilik unsurunu yeterli bulmayıp kültürel öğeleri, özellikle de gastronomi kültürünü ön plana çıkarmak istemektedirler. Böylece gastronomi turizmle bütünleşerek gerek iç, gerekse dış turizmde önemini artırarak, ülke ekonomisine de artı gelir olarak katkıda bulunmaktadır. Gastronomi olgusu, turistlerin destinasyon seçiminde de etkili olabilmektedir (<http://www.neu.edu.tr/tr/node/5551>).

Gastronomi turizmi potansiyeli açısından Türkiye, son derece zengin değerlere sahiptir. Gastronomi turizminde Türkiye birçok ülkeden daha zengin değerlere sahip olmasına rağmen halen istenilen düzeyde gelişmemiştir. Bunun en önemli nedenlerinden birinin, yapılan tanıtım ve pazarlama çalışmalarında deniz, güneş ve kum üçlüsüne ağırlık verilmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Diğer bir ifadeyle bu turizm çeşidinin tatil turizminin gölgesinde kaldığı söylenebilmektedir. Gastronomi turizmi kapsamında yapılan etkinlikler, turistlere eşsiz deneyimler kazandırıp dünya insanları arasındaki kültür alışverişine katkıda bulunurken, şehirlerin kalkınmasında ve marka şehir olmalarına da önemli katkılar sağlamaktadır (Bilgili vd., 2012).

Gastronomi turizmi endüstrisi, yiyecek içecek işletmeleri ve yemek rehberleri çerçevesinde dar bir alana konumlandırılmamalıdır. Bu endüstrinin içerisinde; aşçılık okulları, yemek kitapları satan dükkanlar, gastronomi tur operatörleri ve bu turların rehberleri, gastronomi ile ilgili medya, televizyon programları ve dergiler, gastronomi ile ilgili aktiviteler, şarapçılar ve şarap bağları, bira fabrikaları, içki dağıtım yerleri, tarla sahipleri ve üreticileri bulunmaktadır (Çağlı, 2012).

Gastronomi turizminin en önemli unsurlarından biri olan yerel ve bölgesel gastronomi turizminin gelişmesi hem de tatil mekanı pazarlama perspektifinden, uzun soluklu rekabetçiliğe katkı sağlayabilmek için iyi bir potansiyele sahiptir. Yemek pişirmekle ilgili mirası koruyarak ve tatil mekanının otantikliğine değer katarak, yerel ve bölgesel turizm kaynak temellerini genişleterek ve geliştirerek, tarımsal

üretimi teşvik ederek yerel ve bölgesel yiyeceğin reklamını yapmak, turizm ve yerel ekonomilerin tarım sektörünü desteklemesinin ve güçlendirmesinin etkili bir yoludur. Gastronomi turizmini gerçekleştirmek için bir taslak ve kılavuzun geliştirilmesi, mevcut ve muhtemel girişimcileri yerel ve bölgesel yiyeceğin turizm potansiyelini en iyi şekilde kullanmaları için fırsat yaratmaktadır (Eren, 2011).

Gastronomi turizmi deneyimini tüm yönleriyle destinasyon deneyimiyle bütünleştirmenin en iyi yolu, yerel ürünlerin, yiyeceklerin ya da şarap gibi içeceklerin destinasyondaki oteller ya da restoranların menülerinde yer almasından ziyade bu kapsamda etkinlikler düzenleyip, destinasyona gelen turistlere bölgeye ait yöresel yemekleri ve içecekleri tatma imkanı sağlamaktır (Çevik ve Saçılık, 2011).

3. TÜRKİYE’DE YAPILAN GASTRONOMİK ETKİNLİKLER

Türk turizminin belirli bir sezona bağlı kalmadan tüm yıla ve ülkeye yayılabilmesi için gastronomi önemli bir ürün olarak görülmektedir. Bu kapsamda Turizm, Restoran Yatırımcıları ve İşletmecileri Derneği (TURYİD) tarafından 2013 yılı Mayıs ayının ilk haftalarında İstanbul’da gastronomi festivali düzenlenmiştir (<http://www.turizmuncel.com/haber/-turizm-gelirini-ancak-gastronomi-ile-artirabiliriz-h13157.html>). Ülkemizin sahip olduğu yiyecek içecek kültürü zenginliğe rağmen geç kalınmış bir etkinlik olarak değerlendirebileceğimiz bu festival var olan mutfak kültürünün ulusal ve uluslararası çapta ülkemizin tanıtımında ve sürdürülebilir kalkınma yolunda değer yaratacağı yadsınamaz bir gerçek olarak ortadadır.

Türkiye’nin “Coğrafi İşaret” e sahip lezzetleri olarak; Türk rakısı, Antep fıstığı, Bozdağ kestane şekeri, Erzincan tulum peyniri, Giresun tombul fıncığı, Malatya kayısı, Şanlıurfa biberi, İzmit pişmaniyesi, Kayseri pastırması, Çimin üzümü, Çorum leblebisi, Maraş biberi, Mersin cezeryesi, Ödemiş patatesi, Mustafakemalpaşa tatlısı, Anamur muzu, Siirt perde pilavı ve büryan kebabı, Pervari balı, Tavşanlı leblebisi, Ege sultani üzümü, Gümüşhane kömesi ve dut pestili, Adana kebabı, Zara balı, Afyon sucuğu, Akşehir kirazı, Gemlik zeytini, İnegöl köftesi, Güney Ege zeytinyağları, Ege inciri, İsabey çekirdeksiz üzümü, Maraş dondurması, Tarsus şalgamı, Ezine peyniri, Edremit Körfez Bölgesi zeytinyağları, Ayvalık zeytinyağı, Kalecik karası üzümü, Aydın inciri, Çay ilçesi vişnesi, Mut kayısı, Edirne beyazpeyniri, Antep baklavası, Arapgir köhnu üzümü, Salihli odun köftesi, Çubuk turşusu, Salihli kirazı, Antakya künefesi, gül likörü, kayısı likörü, Finike portakalı, Kırkağaç kavunu, Elazığ öküzgözü üzümü, Şanlıurfa çiğ köftesi, Dövelci cıvıklısı, Diyarbakır karpuzu, Karnavas dut pekmezi, Kayseri mantısı, Afyon kaymağı, Erzurum civil peyniri, Burdur ceviz ezmesi, Zile pekmezi, Bafra pidesi,

Mardin sembusek, ikbebet ve kibe, kaburga dolması, Oltu cağ kebabı, Edirne tava ciğeri ve Terme pidesi belli başlı olanlar arasında sayılmaktadır (Atilla, 2012).

Ülkemizde düzenlenen yiyecek içecek festivalleri, gerçekleştirilen bölge bazında incelendiğinde bünyesinde önemli ayrıntıları taşımaktadır. Bu festivaller (http://www.tarimziraat.com/etkinlikler/tarim_festivalleri/):

ADANA- Karpuz Şenliği - Ceyhan (2 Mayıs)

AFYON- Sultan Divani ve Şifalı Aşurü Günü - Merkez (Muharrem ayının 10. günü)

Filamingo ve Yumurta Festivali - Başmakçı (Mayıs 4. Hafta)

Kiraz ve Kayısı Kültür ve Sanat Festivali - Sultandağı (06-09 Temmuz 1. Hafta)

Sultandağı Kiraz Festivali - Sultandağ (Temmuz 1. Hafta)

Kaymak Festivali -Bolvadin (03-05 Ağustos)

ANKARA

Beypazarı-Tarihi Evler El Sanatları Havuç ve Güveç Festivali – Beypazarı (Haziran 1. Hafta)

ANTALYA-Geleneksel Tarım ve Seracılık Fuarı - Kumluca (23-30 Nisan)

Bozova Keşkek Festivali - Korkuteli (Haziran 1. Hafta)

Akçay Geleneksel Elma Şenlikleri - Elmalı (25-27 Ağustos)

Şehzade Korkut Şenlikleri ve Mantar Festivali - Korkuteli (Ağustos 4. Hafta)

Çekirdeksiz Nar Festivali - Gazipaşa (21 Ekim)

ARTVİN Kafkas Arı ve Bal Festivali - Borçka (Ağustos 2. Hafta)

AYDIN-Koçarlı Çam Fıstığı Festivali Festivali - Koçarlı (25-27 Mayıs)

Uluslararası Taze İncir Kültür ve Sanat Festivali - Buharkent (06-07 Ağustos)

BALIKESİR-Zeytin Şenlikleri - Edremit (04-06 Ağustos)

Peynir Festivali - Savaştepe (03-05 Eylül)

BARTIN-Çilek Festivali - Merkez (Haziran 1. Hafta)

BATMAN- Ceviz ve Bal Festivali (Sason 15-22 Ekim)

BİLECİK-Osmaneli Alaca Karpuz Festivali ve Osmaneli Evleri Kültür ve Sanat Şenliği Ertuğrul Gaziyi Anma Şenliği-Söğüt (07-09 Eylül)

BOLU-Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali-Mengen (Ağustos 1. Hafta)

- Elma Festivali - Seben (Ekim 1. Hafta)
- Kiraz Kültür ve Sanat Şenlikleri - Ağlasun (Haziran 4. Hafta)
- Korunga Süt Bayramı Kültür ve Sanat Spor Etkinlikleri - Merkez (Haziran 4. Hafta)
- Yusufoa Havuç Festivali - Gölhisar (Ağustos 1.-4. Hafta)
- BURDUR-Kiraz Kültür ve Sanat Şenlikleri (Haziranın 4. Hafta)
- BURSA-Zeytin Festivali - Gemlik (03-04 Ağustos)
- ANAkkALE-Eceabat Domates Festivali - Eceabat (11-12 Ağustos)
- Umurbey Şeftali Şenlikleri - Lapseki (Ağustos 1.-4. Haftası)
- ÇANKIRI-Geleneksel Pilav Şöleni - Korgun (Mayıs 4. Hafta)
- Cağla Festivali - Korgun (Mayıs 4. Hafta)
- Kızılırmak Kavun Festivali - Kızılırmak (18-19 Ağustos)
- DENİZLİ-Leblebi ve Kültür Festivali - Serinhisar (04-06 Ağustos)
- Bekli Üzüm-Şarap-Pekmez- Sirke Kültür Ve Sanat Festivali -Bekli (08-10 Eylül)
- İsa Bey Bağbozumu Şenliğı -al (09- 10 Eylül)
- DÜZCE-Bekiroğlu Köyü Isırgan Şenliğı - Gölyaka (Temmuz 1. Hafta)
- Akçakoca Uluslararası Turizm Kültür ve Fındık Festivali - Akçakoca (Temmuz 3. Hafta)
- ELAZIĞ-Kavallı Köyü Kiraz Festivali - Sivrice (18 Haziran)
- ERZİNCAN-Kültür Sanat Tulum Peyniri Leblebi ve Bakır Festivali - Merkez (13-14 Ağustos)
- Bal Festivali - Refahiye (Ağustos 1-4. Hafta)
- GAZİANTEP -Altın Fıstık Festivali - Merkez (15-17 Eylül)
- GİRESUN-Uluslararası Karadeniz Giresun Aksu ve Altın Fındık Film Festivali - Merkez (15-25 Mayıs)
- HATAY-Akçalı Yumurta Bayramı - İskenderun (30 Mart)
- İSPARTA-Dut ve Pekmez Kültür Sanat Etkinlikleri - Sütçüler (Temmuz 2. Hafta)
- İZMİR- Boyoz Festivali (06 Mayıs)
- İZMİR- Alaçatı Ot Festivali

- KARAMAN-Bal Festivali - Sanveliler (30 Ağustos)
- KAYSERİ-Yamula Patlıcan Kültür Festivali - Kocasinan (13 Ağustos)
- KIRIKKALE-Sulakyurt Kavun Karpuz Festivali - Sulakyurt (Eylül 1-4. Hafta)
- KIRŞEHİR-Kaman Ceviz Festivali Kaman (Ekim 1. Hafta)
- KOCAELİ-Dereköyü Belediyesi Kiraz ve Yağlı Güreş Festivali - Karamürsel (09-10 Haziran)
- Yarımcı Altın Kiraz Festivali - Karamürsel (09-10 Haziran)
- Maşukiye-Kartepe Altın Armut Festivali - İzmit (25 Ağustos)
- KÜTAHYA-Şaban Dede Leblebi ve Bahar Şenlikleri - Tavşanlı (03 Temmuz)
- Kırbaş Sarımsak ve Kültür Festival - Şaphane (29 Temmuz)
- Geleneksel Gediz Tarhana Festivali - Gediz (01-07 Ağustos)
- Tavşanlı Leblebi ve Kömür Festivali - Tavşanlı (29 Ağustos-03 Eylül)
- MANİSA - Adala Şeftali ve Kültür Şenliği – Salihli (Temmuz 2. Hafta)
- Bağbozumu Şenlikleri – Saruhanlı (30 Ağustos-07 Eylül)
- Çağlak Festivali ve Zeytin Şenlikleri-Akhisar (Mayıs 2. Hafta)
- Manisa Mesir Festivali - Merkez (21-25 Mart)
- Kırkağaç Kavun ve El Sanatları Festivali - Kırkağaç (11-12 Eylül)
- MARDİN-Yeşilli Kiraz Festivali (Yeşilli haziran)
- İncir Festivali-Merkez (Eylül)
- MERSİN-Göksu Beldesi Erik ve Kültür Festivali - Mut (Nisan 3. Hafta)
- Elma Üzüm ve Kültür Şenliği - Mut (Eylül 1. Hafta)
- Yayla Köyleri Yaş Sebze Meyve Domates Kültür Festivali - Erdemli (02 Eylül)
- Bozyazı Muzunun Tanıtılması Festivali - Merkez (27 - 28 Ekim)
- Gölbaşı üzüm Festivali - Gölbaşı (18-19 Eylül)
- NEVŞEHİR-Unutulan Göreme Tatları Yemek Yarışması - Göreme (15 Mart-2 Nisan)
- NİĞDE-Darboğaz Kiraz Festivali - Ulukışla (09-12 Temmuz) .
- OSMANİYE-Turp Festivali - Kadirli (09 Ocak)
- RİZE-Anzer Balı ve Yayla Şenlikleri - İkizdere (29-30 Temmuz)

- Çayeli çay Festivali - Çayeli (01-10 Ağustos)
- SIİRT-Siirt Fıstığı Teşvik ve Bal Festivali - Merkez (14-20 Eylül)
- TEKİRDAĞ-Tekirdağ Kiraz Festivali -Merkez (03-19 Haziran) .
- Ayçiçeği Festivali - Hayrabolu (Ağustos 2. Hafta)
- Malkara Tarım ve Süt Ürünleri Festivali - Malkara (31 Ağustos-03 Eylül)
- TOKAT-Domates Festivali - Pazar (Ağustos 2. Hafta)
- TUNCELİ-Çemişgezek Dut ve Peynir Festivali - Çemişgezek (Temmuz 3. Hafta)
- TRABZON-Arsin Fındık ve Kuruyemiş Festivali - Arsin (29-30 Temmuz)
- Tonya Tereyağı Kültür ve Sanat Festivali - Tonya (25-27 Ağustos)
- GÜMÜŞHANE-Kuşburnu Pestil Festivali - Merkez (28-30 Temmuz)
- YOZGAT-Künür Turşu ve Sebze Festivali - Akdağmadeni (05 Ağustos)
- Üzüm ve Pekmez Festivali - Çekerek (17 Eylül)
- ZONGULDAK-Karadeniz Ereğli Osmanlı Çileği Kültür Festivali – Karadeniz Ereğli (18 Haziran)
- Süt Yoğurt Hayvancılık Festivali - Çaycuma (24-25 Haziran)

Ülkemizde destinasyon bazında belirtilen bu etkinlikler, bölgenin sahip olduğu üstünlükler olarak değerlendirilebilmektedir. Her bir etkinliğin bölgeye getirisinin değeri yadsınmayacak ölçüde yüksektir. Fakat etkinliklerin yerel çapta kalması ve tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği, bırakın uluslararası boyutu ulusal anlamda bile beklenen etkinliği gösterememektedir.

Ülkemizde yaşayan nüfusun, gastronomi etkinlikleri açısından bölge bölge analizi yapılsa da, ciddi manada yaşanan yere ait festivallere ilişkin farkında olmama olgusu dikkat çekecektir. Fırsatların stratejik açıdan üstünlüğe dönüştürülmemesi, etkinliklerin yerel çapta kalması, yerel açıdan bölgeden bile tam katılım sağlanamaması, elde olan zenginliklerin kimi zaman sonra tüketilmesine ve bölgenin geride kalmasına sebep olacaktır.

Bu bağlamda turistik çekiciliklerin bölgenin yerel güçlerinin katılımıyla, yönetişim perspektifinde bölgenin sürdürülebilir turizmi açısından bir araya gelip, ortak bir hedef doğrultusunda ve önceliklerin belirlenerek gastronomi turizminin sahip olduğu yapı taşlarının birer mihenk taşına dönüştürülmesinin stratejik anlamda değer ifade ettiği düşünülmektedir.

4. GASTRONOMİK ETKİNLİKLERİNİN TANITIMI

Tanıtım kavramı incelendiğinde, siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel son olarak da turistik tanıtım şeklinde sınıflandırılabilir. Siyasi alanda tanıtım uluslararası düzeyde kişileri, grupları, kuruluşları ve devletleri siyasi bir çerçevede içerisinde etkilemek yolu ile gerçekleştirilir. Ekonomik tanıtım, ekonomik anlamda kalkınmaya ve gelişmeye yardımcı olmak, iç ve dış ticareti geliştirmek amacı ile siyasal ve ekonomik politikalara paralel olarak devlet ve devlet dışı birimlerce yürütülen faaliyetler şeklinde açıklanabilir. Sosyal ve kültürel alanda tanıtım sahip olunan sosyal ve kültürel değerlerin diğer tanıtım politikalarını destekleyici unsurlar haline getirilmeleri yolu ile gerçekleştirilir. Turistik tanıtım ise, sahip olunan doğal kültürel, tarihi ve arkeolojik değerlerin iç ve dış turizm pazarlarında, değişik promosyon teknikleri yardımı ile potansiyel turist gruplarına sunulması yolu ile gerçekleştirilmektedir (Uzunkaya, 2009).

Sosyal ve kültürel alandaki tanıtımın kimi konularda turistik tanıtımı kapsadığı bir gerçektir. Gastronomik etkinliklerin sosyal ve kültürel tanıtımı, turistik tanıtım kavramı ile bütünsel anlamda ilişki içindedir. Gastronomik unsurların, yiyecek içecek kültürünün destinasyon imajına ve sürdürülebilirliğine katkısı yüksek derecededir. Bu açıdan bakıldığında, tanıtım faaliyetlerinin yerel düzeye sıkışmış olan gastronomik etkinlikleri canlandırması önemli görülmektedir.

Seyahat etmenin kolaylaştığı ve çeşitlendiği bir dönemde inovasyon kavramının gündeme gelmesiyle bölgelerin alternatif turizm programlarına yönelmesi, turizmden daha çok pay almak isteyen ülkelerin kültürlerini karakterize eden özellikleri öne çıkartarak yeni pazarlara ulaşma telaşını ortaya koymaktadır. Bu turistik ürünler içerisinde gastronomi, bölgelerin sahip olduğu mutfak kültürünü ulusal ve uluslararası çapta tanıtması adına, önemli noktadadır.

Turistlerin şehirleri seçmesindeki nedenler birbirinden farklı olmaktadır. Bazı turistler şehirleri o şehirde bulunan doğal ve tarihi güzellikler için tercih ederken, bazı turistler festivaller veya kültürel çekiciliklerden dolayı tercih etmektedir. Bununla birlikte bazı turistler o şehri sadece insan yapıtı eserleri görmek için ziyaret etmektedir. Sebebi ne olursa olsun turistlerin bir şehri ziyaret etmesindeki en önemli unsur o şehrin imajıdır. Bununla birlikte özellikle ülkemizin yurtdışındaki

imajı araştırılarak ülke imajının daha da güçlendirilmesi, olumsuz imajın nedeninin araştırılarak bu nedenin ortadan kaldırılması sağlanmalıdır. Yine Türkiye’de bulunan her şehrin kendisine özgü olan ve turistik çekiciliklere sahip özelliklerini tespit ederek bu özelliklerini ön plana çıkarması gerekmektedir. Bu durumda her şehir öncelikle turistik arz potansiyelini ortaya koyarak bu arz kapasitelerinin turizme nasıl kazandırılabileceği sorusuna cevap aramalıdır (Giritlioğlu ve Avcıkurt, 2010).

SONUÇ

Mevcut turistik ürüne karşı rakip olabilecek, kendi başına çekim gücüne sahip ve kendine talep yaratabilecek turistik ürünlere yeni turistik ürün denir Bu anlamda turistik ürün çeşidi, kendi başına bir turistik çekim unsuru yaratmakta, tek başına turist çekmektedir. Başka bir deyişle, turistik tüketici özellikle bir turistik ürün çeşidinin çekimiyle seyahat kararı almaktadır. Bu durumda, gastronomi turizmi birde turistik ürün çeşididir. Turistik tüketici, seyahati boyunca tek bir turistik ürün çeşidini talep edebileceği gibi farklı çeşitlerin birleşimini, ayrıca destekleyici turistik ürünleri de seyahatine katmayı tercih edebilir (Yıldız, 2009). Bu perspektifle, gastronomi turizminin yeni turistik ürün olarak algılanması olağandır. Yurtdışındaki gastronomik etkinlikler açısından özellikli bölgelerin analiz edilerek, kıyaslama modelinde faaliyetlerde bulunulması ve konuya ilişkin hedeflerin tespit edilip ilgili uygulamalara geçilmesi, ülkemizin sahip olduğu potansiyelinin daha iyi kullanılması noktasında önemli görülmektedir.

Konuya bölgelerin gastronomik imajı açısından bakıldığında, turistik destinasyonlar hatta ülkeler için imaj yaratma süreci stratejik iş birimlerini gerekli kılmaktadır. Tanıtım bu süreçte kilit faktördür. Turizm olgusunun içerisinde barındırdığı unsurlar kapsamında gastronomi turizminin önemi, alışlagelmiş program ve güzergahlardan farklı olarak, sürdürülebilir yapı içerisinde ve bölgenin öz değerlerinin ortaya çıkarılması noktasında değer taşımaktadır. Bu yaklaşımla, belirtilmiş olan etkinliklerin gerektiği şekilde işlevsellik kazandırılması, öncelikle konunun yerel yönetimler, devlet ve vatandaş üçleminde farkındalığının artmasıyla mümkün olacaktır.

KAYNAKLAR

- Atilla, N. (2012), *Sizin Oraların Nesi Meşhur* http://aksam.medyator.com/2010/05/23/yazar/17362/nedim_atilla/sizin_oralarin_nesi_meshur.html. (11.10.2012)
- Bilgili, B., Ö. Yağmur, ve H. Yazarkan (2012), “Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma (Erzurum-Oltu Kırdağ Festivali Örneği)”, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 117-124.
- Çağlı, İrmak Beril (2012). “Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği”. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Çevik, S. ve M. Yıldırım Saçılık (2011). “Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği”, *12. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 12 Şubat Düzce 503-515.
- Demirer, K. (2012). “Turizm Gelirini Ancak Gastronomi ile Arttırabiliriz” <http://www.turizmguncel.com/haber/-turizm-gelirini-ancak-gastronomi-ile-arttirabiliriz-h13157.html>. (11.12.2012).
- Duman, T., M. Kozak, ve M. S. Uysal (2007). “Turizmde Ürün Çeşitliliği Yoluyla Ürün Değeri Oluşturma: Türkiye’deki Arz Kaynakları Üzerine Bir İnceleme”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 206-214.
- Eren, D. (2012). “Alternatif Bir Turizm Çeşidi Olarak Mutfak Turizminin Değerlendirilmesine İlişkin Sektör Temsilcilerinin Görüşlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma”. Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Getz, D. (2000). “Developing a research agenda for the event management field. Events Beyond 2000: Setting the Agenda, Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education”. Editors John Allen, Robert

Harris, Leo K Jago and A J Veal. Sydney: *Australian Centre for Event Management*, University of Technology Sydney

Giritlioğlu, İ. ve C. Avcıkurt (2010) “Şehirlerin Turistik Bir Ürün Olarak Pazarlanması, Örnek Şehirler ve Türkiye’deki Şehirler Üzerine Öneriler” (Derlemeden Oluşmuş Bir Uygulama), *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(4): 74-89.

Güneli, M. (2012). “Gastronomi ve İmaj Devri” (Erişim Tarihi: 09.12.2012). <http://www.turizmdebusabah.com/yazarlar/gastronomi-ve-imag-devri-mehmet-guneli-62638.html>.

Hong, J.S. ve T. Chen-Tsang (2012). “Culinary Tourism Strategic Development:an Asia-Pacific Perspective”, *International Tourism Of Journal Research*, 14, 40-55.

Jayswal, T. (2008). “Events Tourism: Potential to Build a Brand Destination”, Conference on Tourism in India – Challenges Ahead, 15-17 May , IIMK.

Karagöz, D (2006). “Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Türkben, C., Fulya Gül ve Yılmaz Uzar (2012). “Türkiye’de Bağcılığın Tarım Turizmi (Agro-Turizm) İçinde Yeri ve Önemi”, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23): 47-50.

Uzunkaya, E. (2009). “Türkiye’nin Uluslararası Platformlardaki Tanıtım Faaliyetleri İçinde Halk Oyunları Festivallerinin Rolü”, *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı:16.

Yakın Doğu Üniversitesi (2012). “Gastronomi ve Turizm”, <http://www.neu.edu.tr/tr/node/5551> (10.12.2012).

Yıldız, Ö. E. (2009). Türkiye’de Şarap Turizmi – Çeşme Örneğinde Ürün Geliştirme Modeli. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

TURİSTLERİN MARKA ALGILARININ KONAKLAMA TERCİHLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ANTALYA'DAKİ ZİNCİR KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA

[*]S. Banu YILDIZ

ÖZ

Problem Durumu: Kalite garantisi, güvence simgesi olarak görülen markanın, ürünlerin ve hizmetlerin ayırt edilmesinde ve tüketicilerin satın alma tercihleri üzerinde etkili olduğu bilinmektedir. Bu etki yoğun rekabet ortamının yaşandığı turizm sektörünün önemli bir unsuru olan konaklama işletmeleri için de geçerlidir. Uzun vadede başarılı olmak isteyen konaklama işletmeleri markalarının nasıl algılandığını, turistlerin satın alma tercihleri üzerindeki etkilerini bilmeleri gerekir.

Araştırmanın Amacı: Bu çalışmanın temel amacı turistlerin markayı nasıl algıladığı ve konaklama tercihinde markanın etkisini belirlemektir. *Ayrıca sonuçlar ışığında ilgili literatüre ve konaklama işletmelerine katkı sağlanması hedeflenmiştir.*

Yöntem: Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formlarından yararlanılmış, Antalya'daki zincir konaklama işletmelerinde uygulanmış ve 398 adet anket değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen veriler frekans ve yüzde değerleri, aritmetik ortalama, standart sapma kullanılarak değerlendirilmiştir. Kontrol değişkenleri açısından anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığının belirlenmesi amacıyla bağımsız örneklem t testi ve tek faktörlü varyans (Anova) analizleri yapılmıştır.

Bulgular ve Sonuçlar: Araştırma sonucunda turistlerin markayı büyük bir oranda güven, isim olarak algıladıkları ve konaklama tercihinde marka ismine önem verdikleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca demografik değişkenler açısından bazı marka ifadeleri anlamlı farklılıklar göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Marka, Turist, Konaklama Tercihleri, Zincir Konaklama İşletmeleri, Antalya.

* Öğr. Gör. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi

Brand Perception Of Tourists Their Effect On Accommodation Preferences: An Implementation on Accommodation Chain Enterprises in Antalya

ABSTRACT

Problem Statement: It is known that brand, seen as the symbol of trust, guarantee of quality and a promise, has an effect on differentiating products and services and on purchasing preferences of customers. This effect is valid for accommodation enterprises which are an important segment of tourism in which an intensive competition takes place. Accommodation enterprises willing to be successful in a long run should also know how their brand is perceived and its effect on purchasing preferences of tourists.

Aim of the Search: *The main aim of this study was to determine brand perception of tourists and the effect of brands in accommodation preferences. Furthermore, it is also aimed to contribute to accommodation enterprises and the related literature by presenting beneficial outcomes .*

Method: Questionnaire technique was used. This questionnaire was implemented on accommodation chain enterprises in Antalya and 398 of them have been evaluated. The data has been analyzed by using frequency and percentage distribution, arithmetic average, standart deviation, independent t-test techniques and one- way anova.

Findings and Results: *As a result of the study, it has been revealed that brand is considered by large proportion of tourists as a name and confidence and brand name has an important effect on their accommodation preferences. Moreover, some of brand statements showed meaningful differences in the context of demographic variables.*

Key Words: Brand, Tourist, Accommodation Preferences, Accommodation Chain Enterprises, Antalya

1.GİRİŞ

Türkiye sahip olduğu doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel zenginlikleri, konaklama işletmeleri ile bir turizm ülkesidir. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 2002 yılında Türkiye, gelen turist sayısı bakımından dünyada 17. sırada iken 2011 yılında 6. sıraya yükselmiştir. Yine 2002 yılında Türkiye turizm geliri bakımından dünyada 12. sırada iken 2011 yılında 9. sıraya yükselmiştir. 2002 yılında Türkiye’de işletme belgeli 419 adet 4-5 yıldızlı otel bulunurken bu rakam % 131,2 oranında artarak 2011 yılında 969’a ulaşmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı [KTB], 2002-2011). Sayısal verilerden anlaşıldığı gibi turizm Türkiye’de hızla gelişmeye devam etmektedir. Bu gelişmede turizm sektöründe faaliyet gösteren konaklama işletmeleri önemli bir paya sahiptir.

Konaklama işletmeleri hizmet üreten işletmelerdir. Hizmetlerin soyut ve heterojen olması, eş zamanlı üretim ve tüketimi, stoklanamaması ve standartlaştırılmaması gibi özelliklerinden dolayı konaklama işletmelerinin farklılaşması gerekmektedir. Marka, müşterilerin konaklama işletmelerini ve zincirlerini tanımasını, ayırt etmelerini sağlayan, satın almadaki risklerini azaltan, onlara güven veren hızlı ve etkili bir yoldur (Prasad ve Dev, 2000: 23). Markalar ürünlere değer katmaktadır (Tek, 1997: 357; Kotler ve Armstrong, 2004: 285) Bazı markalar, Marriott Hotels, Hilton, Sheraton Hotel vb. fiziksel ürünlerden ve firmanın aktiflerinden daha kıymetli duruma girmişlerdir. Marka sayesinde konaklama işletmeleri sadık müşteriler oluşturabilir, pazarlama maliyetlerini azaltabilir, müşteriden daha fazla fiyat isteyerek karlılıklarını artırabilir. Aynı zamanda tatmin olmuş müşteri, yeni müşteriler için önemli bir referans kaynağı olmaktadır (Tepeci, 1999: 224). Konaklama işletmelerinin markalaşması, marka değeri oluşturması ve bir kimlik kazanması rekabette bir adım önde olması anlamına gelmektedir (İlban, 2008: 122). Yoğun rekabetin yaşandığı turizm sektöründe konaklama işletmelerinin turistler tarafından markalarının nasıl algılandığını ve turistlerin konaklama tercihinde markanın etkisini bilmeleri gerekmektedir.

2. Marka Kavramı

Marka oldukça geniş bir kavramdır ve pazarlama yazınında farklı bakış açıları ile pek çok tanım yapılmıştır. Amerikan Pazarlama Derneğinin tanımına göre marka; “Ürünlerini satışa sunan kişilerin söz konusu ürünlerini piyasadaki rakiplerinden ayırabilmek için kullandıkları isim, terim, sembol veya bütün bunların birleşimidir” (Kotler, 2000: 404). Diğer bir tanımla marka, bir veya bir grup satıcının ürünlerini veya hizmetlerini belirleyen, tanıtan ve bu ürünleri ya da hizmetleri rakiplerinden farklılaştırmaya yarayan ayırt edici bir isim, terim, işaret, sembol,

tasarım veya bunların bileşimleridir. Böylece bir marka, müşteriye ürünün kaynağını işaret ederek hem müşteriye hem de üreticiyi, benzer ürünler üretmeye girişen rakiplerinden korumaktadır (Aaker, 2007: 25; Kotler ve Armstrong, 2004: 285).

Markalar bağlı oldukları firmayı ve ürünlerini temsil ederler, belli bir marka imajını yansıtır. Marka imajı, hedef kitleyi oluşturan bireylerin tutum, ön yargı, bilgi ve deneyimlerinin bir sonucu olarak marka ile ilgili düşünceleri, değer yargılarıdır (Avcıkurt, 2010: 35). Marka karşılıklı ilişkiye bağlı bir söz ve kalite garantisidir. Böylece marka bir firma ve bu firmanın müşterileri arasında bir ilişki kurmaktadır. Müşterilerle güçlü bir ilişki kurmuş bir marka, ayırt etme, tercih oluşturma ve prestij sağlama yetisine sahiptir (Perry ve Wisnom, 2003:12).

Günümüzde, marka algılarının fonksiyonel ve rasyonel niteliklerle birlikte duygusal, psikolojik ve politik boyutları da vardır. Fonksiyonel ve rasyonel boyutta, söz konusu ürün ya da hizmetin gerçek olduğunu ve verilen vaadin yerine getirildiğini göstermektedir. Duygusal ve psikolojik boyutta markanın duygusal değerlerini yaratması, iyi hissettirmesi ve güven vermesi gerekmektedir. Politik boyutta ise, alıcı ve satıcı için bir kazanç önerisi getirmenin yanında, kaliteyi sergileyerek satın almayı haklı gösterecek uygun kıyaslamalar yapılabilmektedir (Pringle ve Gordon, 2001: 25).

Marka aynı zamanda örgütün kurumsal değerlerini ve kültürünü de yansıtmaktadır (Bruce ve Harvey, 2010: 5). Markayı yaratan fikir ve uygulamaların, bir kuruluşun kişiliğini, gelecek projelerini, sektördeki konumunu belirleyecek olması, markalaşmanın ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır (Vural, 2007: 113).

Bu ifadelerden hareketle marka, ürün ya da hizmetin kaynağının gösteren, ürünün rakiplerden ayırt edilmesini sağlayan, tüketiciler ve üreticiler arasında iletişimi kolaylaştıran, tüketiciler için bir söz, kalite garantisi olan; kısaca ürünü tanıtan, farklılaştıran, ürünün değerini artıran, tüketicinin karar vermesini kolaylaştıran, riskleri azaltan isim, terim, sembol veya bütün bunların bileşimidir.

2.1.Konaklama İşletmeleri Açısından Markanın Önemi

Hizmet sektöründe sürekli olmanın ve rekabet üstünlüğü sağlamanın temel koşullarından biri markalaşmadır. Hizmet sektöründe yer alan konaklama işletmeleri için markalaşmanın hayati öneme sahip olduğu araştırmalarda da görülmektedir. Konaklama işletmelerinin markalaşması fiyat esnekliğini azaltmakta, pazar paylarını artırmakta, daha hızlı marka genişlemesi sağlamaktadır. Markalaşma etkileri orta ölçekli ve lüks otellerde dikkate değerdir. Oda satış istatistiklere göre, bazı markalar için önemli ölçüde daha fazla katma değer ve daha fazla franchise

sağladığı görülmüştür (O’Neill ve Xiao, 2006: 210-211). Konaklama işletmeleri markalaşma sayesinde yüksek kar elde etmekte (Kim ve Kim, 2005), pazardan daha fazla pay almakta (Keller ve Lehmann 2003: 105) güçlerine daha fazla güç katmakta ve itibarlarını artırmaktadırlar.

Markalaşma, marka ile tüketici arasında duygusal bağlar kurarak olur (Lindstrom, 2005: 117-118). Tüketiciler satın alma kararlarını verirken sadece ürünlerin fonksiyonel özelliklerini dikkate almazlar, aynı zamanda markaların taşıdıkları duygusal değerlerini de göz önünde bulundururlar (İlban, Akkılıç ve Yılmaz, 2011: 70). Bu nedenle hizmet sektöründe faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin turistlerle duygusal bağlar kurarak müşteri memnuniyeti sağlamaları, marka sadakati yaratmaları büyük önem taşımaktadır. Bu sayede, ortaya çıkan krizlerden de daha az etkilenirler. Ayrıca markalaşmış bir işletmede çalışanlar da bundan memnuniyet duymaktadırlar. Konaklama işletmelerinin markalaşması hem turistlere hem de çalışanlara ilave değer sağlamaktadır (O’neil ve Xiao, 2006: 211).

2. 2. Markanın Turistlerin Satın Alma Tercihleri Üzerindeki Etkileri

Tüketiciler açısından marka, statü, kültürel bir gösterge, kendini başkalarına ve kendine ifade etme aracıdır (Uztuğ, 2008: 129; Ak, 2006: 45). Gerçekte marka en iyiyi satın alma ve kullanma duygusu yaratır (Aaker, 2009: 88). Bu nedenle turistler, kimliklerini, statülerini yansıttığını düşündükleri için marka turistik ürün ve hizmetleri tercih etmektedirler. Marka, alıcıya ürünün kalitesi hakkında fikir ve güvence verir. Marka, çoğu zaman tüketici için ürünün bir çeşit sigortası, bir bakıma ürünün güvencesidir (Yükselen, 1998:132). Marka tüketicilerin hangi ürünü satın alacağına, kullanacağına karar vermesinde yönlendirici bir ipucu olma özelliği taşımaktadır (Uztuğ, 2008: 22). Marka sayesinde konaklama işletmeleri ürün ve hizmetlerini farklılaştırmakta, turistlerin diğer ürün ve hizmetler arasından kolaylıkla ayırt etmelerini sağlamakta, turistlere güven vererek riskleri azaltmakta ve satın alma tercihlerini etkilemektedir (Aaker, 2009: 264; Ries ve Ries, 2008: 9; Dibb, Simkin, Pride, Ferrell, 2006: 314).

Konu ile ilgili alan yazın incelendiğinde Temeloğlu (2006) çalışmasında, markalaşan otel işletmelerinin tatil satın alma davranışı üzerindeki etkilerini belirlemek için İstanbul’da faaliyet gösteren beş yıldızlı otellerde konaklayan yerli turistler üzerinde bir araştırma yapmıştır. Sonuç olarak otel işletmelerinin markalaşmasının yerli müşterilerin satın alma davranışlarını olumlu yönde etkilediği ortaya çıkmıştır. Benzer durum farklı sektörler için de geçerlidir. Çifci ve Cop (2007) çalışmasında, üniversite öğrencilerinin herhangi bir kot pantolon markasını tercih ederken o ürünü kullanmanın getireceği prestije, markanın bilindik ve tanınmış olmasına,

marka isminin akılda kalmasına, kullanılan logonun çekici olmasına ve uyarıcı bilgiler içeren etiketin görünür olmasına dikkat ettiklerini tespit etmişlerdir (Çifci ve Cop, 2007: 87). Aktuğlu ve Temel (2007) çalışmalarında kamu sektöründe çalışan tüketicilerin giysi satın alma davranışlarında marka tercihleri ve bunları etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre kamu sektöründe çalışanların giysi tercihlerinde markayı bazen önemli gördüklerini, belirli bir markayı tercih etmediklerini, markalı ürünleri kaliteli, pahalı değerlendirdiklerini; markanın garantili ve tanınır/bilinir ürünü ifade ettiğini; markalı ürünleri satın alırken kalitesinin önemli olmasının yanında promosyon ve önerilerin etkili olduğunu belirlemişlerdir (Aktuğlu ve Temel, 2007: 58). İlban, Akkılıç ve Yılmaz (2011) tüketicilerin beyaz eşya tercihlerinde markanın hangi yönünü ön planda tuttuklarını tespit etmek amacıyla yaptıkları çalışmada, beyaz eşya satın alan tüketicilerin marka algılarının çeşitli faktörler altında toplanabileceğini ve bu faktörlerin, prestij, kalite, imaj ve bilinirlik olduğunu belirlemişlerdir. Ayrıca araştırmada, tüketicilerin demografik özelliklerine göre markayı algılamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur (İlban, Akkılıç ve Yılmaz, 2011: 63)

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amacı, evren, örneklem, veri toplama aracı ve analizler yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Turistlerin marka algılarının konaklama tercihleri üzerindeki etkisini ortaya koyan araştırma sayısının az olması, bu araştırmanın gerçekleştirilmesinde etkili olmuştur. Araştırmanın amaçları aşağıda verilmiştir:

- Marka kavramının turistler açısından ne ifade ettiğini genel olarak belirlemek,
- Turistlerin ürün ve hizmet alımında markaya verdikleri önemi belirlemek,
- Turistlerin hizmet işletmelerinin tanınırlılığına/ bilinirliğine verdikleri önemi belirlemek,
- Turistlerin konaklama tercihinde marka ismine verdikleri önemi belirlemek,
- Turistlerin konaklama tercihinde etkili olan unsurları belirlemek,

- Turistlerin ürün ve hizmet alımında markaya verdikleri önemin demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, meslek ve gelire) göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek,
- Turistlerin hizmet işletmelerinin tanınırlılığına/ bilinirliğine verdikleri önemin demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, meslek ve gelire) göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek,
- Turistlerin, marka ismine verdikleri önemin demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, meslek ve gelire) göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek,
- Turistlerin, konaklama tercihinde etkili olan unsurların demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, meslek ve gelire) göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek.

3.2. Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın evreni Antalya'daki zincir konaklama işletmelerinde konaklayan turistlerden oluşmaktadır. Örneklem ise ana kütlenin tamamına ulaşmak, zaman ve maliyet açısından mevcut olanakları aştığı için araştırmayı kabul eden zincir konaklama işletmelerinde (Astoria, Gloria, Majesty, Rixos, Robinson zincir otellerinde) konaklayan, anketi doldurmaya gönüllü turistlerden oluşmaktadır. Türkçe olarak hazırlanan anket formları, alanında uzman kişiler tarafından Almanca, Rusça ve İngilizceye çevrilmiş ve ön büro departmanı çalışanları aracılığıyla uygulanmıştır. Veriler Mayıs 2010-Ekim 2010 sürecinde toplanmıştır. Araştırmada evren olarak Antalya ilinin seçilmesinin nedeni yerli ve yabancı turist sayısının fazla olması, dolayısıyla turizm açısından önemli bir destinasyon markası olmasıdır.

Araştırmanın zincir konaklama işletmeleriyle sınırlandırmasının nedeni zincir konaklama işletmelerinin markalaşmış ve hizmet kalitesinde standartlaşmış olmasıdır. Zincir tesisler; aynı yatırımcıya veya işletmeye ait veya aynı işletmenin markasını kullanan pazarlama ve satış işletmelerinin aynı işletmecilik anlayışıyla asgari üç ayrı yerde zincir olarak işletildiği tesislerdir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2005: madde 47). Ekin grubunun yaptığı araştırmaya göre Türkiye'de zincir ve grup otel sayısı 2001'de 84 iken 2012'de 165'e yükselmiştir. Bu otellerden %82'si yerli, %15'i yabancı, %3'ü yerli-yabancı ortaklı olduğu belirlenmiştir (Turizm

Yazarları ve Gazetecileri Derneği, 2012). Bu çalışmanın diğer bir sınırlılığı ise turistlerin satın alma tercihlerinde kültürel farklılıkların dikkate alınmamış olmasıdır.

Pazarlama araştırması alanında kabul gören yöntem çerçevesinde 0.05 anlamlılık düzeyinde evrenin büyüklüğü bir milyon ve üzeri olduğunda örnek kütle sayısı olarak kritik kabul edilen eşik 384' tür (Altunışık ve diğerleri., 2007: 127; Baş, 2008: 41; Sekeran, 1992: 253). Örnekleme yöntemi olarak basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu çalışmada toplam 500 turiste anket uygulanmış, 398 geçerli anket değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen veriler SPSS programına aktarılmış, analizleri bu programda tamamlanmıştır.

3. 3. Veri Toplama Aracı ve Analizler

Araştırmada daha fazla veri toplanabilmesi, daha geniş kitlelere ulaşılabilmesi, verilerin objektif, hızlı elde edilmesi ve sonuçlar üzerinden istatistiksel analiz teknikleri ile ilgili değerlendirmeler yapılabilmesi için anket yöntemi uygulanmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004; Serper ve Gürsakar, 1996). Araştırmada kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde turistlerin demografik özelliklerine yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde öncelikle marka kavramının ne ifade ettiğine yönelik bir soru, daha sonra markanın önemine yönelik ifadeler ve konaklama markası tercihinde etkili olan unsurların belirlenmesine yönelik sorulardan oluşmaktadır. Literatürden yararlanarak oluşturulan ifadelerle ilgili katılımcıların beklentilerini belirlemek amacıyla 1: kesinlikle katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum aralığında değerlendirme yapmaları istenmiştir. Bu çalışmada, kullanılan ölçeklerin güvenilirliklerini test etmek amacıyla yaygın kullanılan yöntemlerden biri olması nedeniyle Cronbach's alfa katsayısı yöntemi kullanılmıştır. Cronbach's Alfa Katsayısı, 0 ve 1 arasında değişim göstermektedir. Cronbach's Alfa Katsayısı 0.80-1.00 aralığında yüksek derecede güvenilirliğe sahiptir (Ural ve Kılıç, 2005: 258). Turistlerin marka algılarını belirlemeye yönelik oluşturulan ifadelerin güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alfa) 0.809, turistlerin konaklamakta oldukları işletmeyi tercih etmelerinde etkili olan unsurları belirlemek amacıyla oluşturulan değişkenlerin güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alfa) ise 0.848 bulunmuştur. Bu sonuçlar araştırma için kullanılan ölçeklerin yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Verilerin çözümlenmesinde ve analizinde SPSS 13.0 istatistik programından faydalanılmıştır. Kontrol değişkenlerine ilişkin veriler, frekans ve yüzde değerleri, aritmetik ortalama, standart sapma kullanılarak değerlendirilmiştir. Kontrol değişkenleri açısından anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığının belirlenmesi amacıyla bağımsız örneklem t testi ve tek faktörlü varyans (Anova) analizleri yapılmıştır.

Tek yönlü varyans analizi sonucunda, gruplar arasında fark bulunduğu Tukey testi uygulanmıştır.

4. BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde, Antalya'daki zincir konaklama işletmelerinde konaklayan turistlere uygulanan anket formundan elde edilen bulgulara yer verilmektedir. Elde edilen bulgulardan hareketle, ilgili yazınla benzerlikler ve ortaya çıkan farklılıklara ilişkin bilgiler de yer almaktadır.

4.1. Ankete Katılan Turistlerin Demografik Verilerine İlişkin Bulgular

Ankete katılan turistlerin demografik özelliklerine ilişkin bulgular Çizelge 1'de verilmiştir. Araştırmaya katılanların % 52.8'i erkek, % 47.2'si kadındır. Katılımcıların % 30.7'si 35-44 yaş, % 29.5'i 25-34 yaş, % 23.3'ü 45 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlardan ankete katılanların çoğunluğunun orta yaş üzeri olduğu söylenebilir. Ankete katılanların % 64.8'i evlidir, % 39.4'ü lise, %30.7'si lisans, %15.8'i lisansüstü mezundur. Ankete katılanların % 34.7'si özel sektörde çalışmaktadır. Milliyet açısından bulgular incelendiğinde; katılımcıların % 31.2'si Alman, %30.7'si Türk, % 13.3'ü Rus, % 9'u İngiliz, % 7.3'ü Fransız'dır. Ankete katılanların % 48.5'inin 3000 \$ altında aylık geliri vardır. Ayrıca ankete katılanların tamamı tatil amaçlı konaklamaktadır.

Çizelge1. Araştırmaya Katılan Turistlerin Demografik Özelliklerinin Dağılımı

Demografik Değişkenler		Frekans	% Oranı
Cinsiyet	Bayan	188	47.2
	Erkek	210	52.8
Toplam		398	100.0
Yaş	16-24	66	16.5
	25-34	117	29.5
	35-44	122	30.7
	45 ve üzeri	93	23.3
Toplam		398	100.0
Medeni Hal	Evli	258	64.8
	Bekar	140	35.2
Toplam		398	100.0

Eğitim düzeyi	İlk-orta eğitim	56	14.1
	Lise	157	39.4
	Lisans	122	30.7
	Lisansüstü	63	15.8
Toplam		398	100.0
Meslek	Emekli	60	15.1
	Devlet memuru	62	15.6
	Özel sektör	138	34.7
	Serbest meslek	64	16.3
	Diğer	74	18.7
Toplam		398	100.0
Milliyet	Alman	124	31.2
	İngiliz	36	9.0
	Fransız	29	7.3
	Rus	53	13.3
	Türk	122	30.7
	Diğer	34	8.5
Toplam		398	100.0
Aylık Gelir	3000 altında	193	48.5
	3001-4500	80	20.2
	4501-6000	75	18.8
	6001-7500	26	6.5
	7500 üzerinde	24	6.0
Toplam		398	100.0

Katılımcıların Marka Kavramı Algısına Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan turistlerin marka kavramı algısına yönelik bulgular frekans ve yüzde dağılımları çizelge 2’de verilmiştir.

Çizelge 2. Turistlerin Marka Kavramı Algısının Dağılımı

Marka kavramları	Evet		Hayır	
	f	%	f	%
Güven	237	59.8	161	40.2
İsim	206	51.8	192	48.2
Prestij	163	41.0	236	59.0
Profesyonellik	162	40.8	236	59.2
Ün	111	28.0	287	72.0
Sembol	99	25.5	299	75.0

Not: Birden fazla seçenek işaretlendiği için toplam %100’ü aşmaktadır.

Çizelge 2’ye göre araştırmaya katılan turistler markayı, %59.8 güven, %51.8 isim, %41 prestij, %40.8 profesyonellik olarak algılamaktadırlar. Katılımcılar açısından marka kavramının en az ifade ettiği faktör ise %28 ün’dür. Bu sonuçlar Temeloğlu’nun (2006) çalışmalarıyla örtüşmektedir. Markanın büyük bir oranda güven ve isim olarak algılandığı görülmektedir. Yazında da markanın güven telkin ettiği, kalite güvencesi olduğu bilinmektedir (Tepeci, 1999: 224). Marka vaat edilen yararları sağlayacağına dair güvence simgesi olarak algılanmakta ve marka ismi güven vermektedir. İyi bilinen marka ismi önemli bir imaj belirleyicisidir. Aynı zamanda ürüne ilave bir değer sağlamakta ve marka yayılmasında da önemli olduğu yazındaki çalışmalardan görülmektedir (Lan, 2007: 81; Odabaşı ve Oyman, 2002: 360; Yoo ve Donthu, 2001: 11). Marka ismi, markanın asıl göstergesinin, hem bilinirlik hem de iletişim çalışmalarının belkemiğidir ve markanın ne olduğunu, ne yaptığını tanımlamaya yardımcı olacak çağrışımları vermekte diğer bir değişle markanın özünü oluşturmaktadır (Aaker, 2007: 213).

4.3. Turistlerin Marka ile İlgili İfadelere Katılma Derecesinin Dağılımına Yönelik Bulgular

Turistlerin marka ile ilgili ifadelere katılma derecesinin dağılımına yönelik bulgular yüzde, aritmetik ortalama ve standart sapma dağılımları çizelge 3’de verilmiştir.

Çizelge 3. Turistlerin Marka ile İlgili İfadelere Katılma Derecesinin Dağılımı

İfadeler	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Ne katılıyorum ne de katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlik. katılmıyorum	\bar{x}	SS
Ürün ve hizmet alımında markalı ürün ya da hizmet almaya önem veririm.	54.3	34.3	8.5	1.8	0.5	4.41	0.76
Hizmet işletmelerinin tanınırlılığı/ bilinirliği benim için önemlidir.	42	40.8	12.8	3	0.8	4.21	0.83
Otel tercihi yaparken marka ismine önem veririm.	43.3	38.5	12.5	4.3	0.8	4.20	0.87

Çizelge 3’e göre “Ürün ve hizmet alımında markalı ürün ya da hizmet almaya önem veririm.” ifadesine katılımcıların % 54.3 kesinlikle katıldıklarını, % 34.3 katıldıklarını belirtmişlerdir ($\bar{x}=4.41$). “Hizmet işletmelerinin tanınırlılığı/bilinirliği benim için önemlidir” ifadesine katılımcıların % 42 kesinlikle katıldıklarını, % 40.8’i katıldıklarını ifade etmişler ($\bar{x}=4.21$), “Otel tercihi yaparken marka ismine önem veririm” ifadesine katılımcıların %43.3’ü kesinlikle katıldıklarını, %38.5’i katıldıklarını belirtmişlerdir ($\bar{x}=4.20$). Bu bulgulara göre ankete katılanların ürün ve hizmet alımında markalı ürün ya da hizmet almaya önem verdikleri, hizmet işletmelerinin tanınırlılığını önemstedikleri ve otel tercihi yaparken marka ismine önem verdikleri görülmektedir.

Demir’in (2006) çalışmasında benzer şekilde müşterilerin otel tercihi yaparken marka ismine önem verdikleri ortaya çıkmıştır. Marka isminin müşterilerde güven duygusunun oluşmasında etkili olduğu görülmektedir. Marka ismi, müşterinin ürünü tanımada ilk işaret ve farklılaştırma aracı olduğundan çok önemlidir (Walker, 2003:

51). Turizm sektöründe rakipleri geride bırakarak akla ilk gelen marka ismi olabilmek, markanın başarısının ve üstünlüğünün bir göstergesidir. Tanınmış bir marka ismi, satın alma kararı ile ilgili yaşanan belirsizlik durumlarında, algılanan riski azaltarak satın alma işlemini kolaylaştırmaktadır (Smith ve Park, 1992: 300). Örneğin otel müşterisi, bilinmeyen otele kıyasla riskleri azalttığı için marka bir otele daha çok güvenmektedir. Markayı tanıma, iletişimin en temel ve birinci adımındır. Tanınma, markaya aşinalık duygusu sağlar ve insanlar tanıdıkları, aşına oldukları şeyleri severler (Lindstrom, 2005: 204).

4.4. Katılımcıların Konaklamakta Oldukları İşletmeyi Tercih Etmelerinde Etkili Olan Unsurların Önem Derecesine Göre Dağılımına Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan turistlerin konaklamakta oldukları işletmeyi tercih etmelerinde etkili olan unsurların önem derecesine göre dağılımına yönelik bulgular, yüzde, aritmetik ortalama ve standart sapma dağılımları çizelge 4’de verilmiştir.

Çizelge 4. Turistlerin Konaklamakta Oldukları İşletmeyi Tercih Etmelerinde Etkili Olan Unsurların Önem Derecesine Göre Dağılımı

Seçenekler	En Önemli		Önemli		Ne önemli ne önemsiz		Önemsiz		Hiç önemli değil		\bar{X}	ss
	n	%	n	%	N	%	n	%	N	%		
Fiyat	171	43.3	168	42.2	40	10.0	13	3.3	6	1.5	4.21	0.86
Hizmet kalitesi	200	50.0	164	41.5	25	6.3	7	1.8	1	0.3	4.39	0.71
Kişisel deneyimler	147	36.8	195	49.0	49	12.3	7	1.8	-	-	4.21	0.72
Arkadaş tavsiyesi	151	37.8	169	42.8	62	15.3	13	3.3	3	0.8	4.13	0.84
Marka otel olması	145	36.3	176	44.0	59	14.8	17	4.3	-	-	4.12	0.82
Reklam faaliyetleri	137	34.3	148	37.0	80	20.1	30	7.5	4	1.0	3.96	0.96
Satış sonrası hizmetleri	132	33.0	159	39.8	87	21.9	17	4.3	5	1.3	3.99	0.91
İndirimler	128	32	181	45.3	71	17.8	15	3.8	5	1.3	4.03	0.87

Çizelge 4’de göre araştırmaya katılanlar, konaklamakta oldukları işletmeyi tercih ederken etkili olan unsurları ilk sırada hizmet kalitesini ($\bar{x}=4.39$), ikinci olarak fiyat ve kişisel deneyimleri ($\bar{x}=4.21$), üçüncü olarak arkadaş tavsiyesi ($\bar{x}=4.13$) ve marka otel olmasını ($\bar{x}=4.12$), daha sonra indirimleri ($\bar{x}=4.03$), son olarak da satış sonrası hizmetleri ($\bar{x}=3.99$) ve reklam faaliyetlerini ($\bar{x}=3.96$) belirtmişlerdir. Bu bulgulara göre konaklama tercihinde hizmet kalitesinin, fiyat ve kişisel deneyimlerin, arkadaş tavsiyesinin ve marka otel olmanın ne kadar önemli olduğu görülmektedir. Aynı zamanda katılımcıların indirimlerden, satış sonrası hizmetlerden ve reklam faaliyetlerinden ise daha az etkilendikleri ortaya çıkmıştır.

Benzer şekilde Temeloğlu’nun (2006) çalışmasında da müşterilerin tatil tercihinde birinci sırada hizmetin kalite düzeyinin yüksek olmasına önem verdikleri görülmektedir. Otel işletmelerinin ucuz olması ise müşterinin tatil satın alırken dikkat ettiği en son faktördür. Demir’in (2006) çalışmasında müşterilerin otel markasını tercih etmesinde etkili olan unsurlar olarak sırasıyla arkadaş tavsiyesi, kişisel deneyimler, satış sonrası hizmetler bulunmuştur. Correia, Kozak ve Ferradeira’nin (2011) çalışmalarında turistlerin Lizbon’u ziyaret etme kararında kalite, marka ve fiyat etkili buldukları ayrıca kültürün turistlerin karar verme sürecini direkt olarak etkilediği hatta kolektivist (grupçu, toplumcu) kültürlerde turistlerin marka ve fiyata dayalı karar verirken bireysel (bireyci) kültürlerde kendi kriterlerine dayalı olarak karar verme eğiliminde oldukları tespit edilmiştir.

4.5. t Testi ve Varyans Analizine İlişkin Bulgular

Cinsiyet değişkeni açısından marka ifadeleri ile ilgili anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Test sonuçları Çizelge 5’de verilmiştir.

Çizelge 5. Markaya Verilen Önemin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

	Cinsiyet	N	\bar{x}	SS	Levene Testi		t testi		
					F	Anlam.	t	df	Anlamlılık
Mal ve hizmet alımında markalı ürün ya da hizmet almaya önem veririm.	Kadın	188	4.39	.76	.006	.939	-400	396	.689*
	Erkek	210	4.42	.77					
Hizmet işletmelerinin tanınırlığı, bilinirliği benim için önemlidir.	Kadın	188	4.21	.87	2.506	.114	.039	396	.969*
	Erkek	210	4.21	.81					
Otel tercihi yaparken marka ismine önem veririm	Kadın	188	4.18	.86	.233	.630	-549	396	.583*
	Erkek	210	4.22	.89					

*p> .05

Çizelge 5'de görüldüğü gibi cinsiyet değişkeni ile mal ve hizmet alımında markalı ürün ya da hizmet almaya önem verme, hizmet işletmelerinin tanınırlığının önemi ve otel tercihi yaparken marka ismine önem verme ifadeleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Medeni hal değişkeni açısından marka ifadeleri ile ilgili anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Test sonuçları çizelge 6'da verilmiştir.

Çizelge 6. Markaya Verilen Önemin Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması

	Cinsiyet	N	\bar{X}	SS	Levene Testi		t testi		
					F	Anlam	t	df	Anlamlılık
Mal ve hizmet alımında markalı ürün ya da hizmet almaya önem veririm.	Evli	258	4.41	.76	.242	.623	.087	396	.931*
	Bekar	140	4.40	.77					
Hizmet İşletmelerinin tanınırlığı bilinirliği benim için önemlidir	Evli	258	4.22	.88	.931	.931	.931	.931	.750*
	Bekar	140	4.19	.76					
Otel tercihi yaparken marka ismine önem veririm.	Evli	258	4.26	.85	.019	.892	1.822	396	.069*
	Bekar	140	4.09	.91					

*p> .05

Çizelge 6’da görüldüğü gibi medeni hal değişkeni ile mal ve hizmet alımında markalı ürün ya da hizmet almaya önem verme, hizmet işletmelerinin tanınırlığının önemi ve otel tercihi yaparken marka ismine önem verme ifadeleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Çizelge 7’de yaş değişkeni açısından markaya verilen önem ile ilgili anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için tek yönlü varyans (anova) analizi yapılmıştır.

Çizelge 7. Markaya Verilen Önemin Yaşa Göre Karşılaştırılması

	Yaş	N	\bar{x}	SS	F	Anlamlılık
Mal ve hizmet alımında markalı ürün ya da hizmet almaya önem veririm.	16-24	66	4.55	.76	1.144	.273*
	25-34	117	4.43	.72		
	35-44	122	4.32	.86		
	45 ve üzeri	93	4.39	.69		
	Toplam	398	4.40	.76		
Hizmet İşletmelerinin tanınırlığı bilinirliği benim için önemlidir.	16-24	66	4.38	.74	1.671	.311*
	25-34	117	4.20	.75		
	35-44	122	4.14	.95		
	45 ve üzeri	93	4.20	.85		
	Toplam	398	4.21	.84		
Otel tercihi yaparken marka ismine önem veririm.	16-24	66	4.26	.85	.981	.803*
	25-34	117	4.14	.83		
	35-44	122	4.22	.89		
	45 ve üzeri	93	4.21	.93		
	Toplam	398	4.20	.87		

*p> .05

Çizelge 7'de görüldüğü gibi marka önemi ifadeleri ile yaş değişkeni açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Eğitim durumu değişkeni açısından marka önemi ifadeleri ile ilgili anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için tek yönlü varyans (anova) analizi yapılmıştır. Bulgular çizelge 8'de verilmiştir.

Çizelge 8. Markaya Verilen Önemin Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması

	Eğitim Durumu	N	\bar{X}	SS	F	Anlamlılık	Farklılık
Mal ve hizmet alımında markalı ürün ya da hizmet almaya önem veririm.	1 İlköğretim	56	4.66	.69	3.501	.016*	1>2
	2 Lise	157	4.31	.76			
	3 Lisans	122	4.35	.73			
	4 Lisansüstü	63	4.50	.86			
	Toplam	398	4.40	.76			
Hizmet İşletmelerinin tanınırlığı bilinirliği benim için önemlidir.	1 İlköğretim	56	4.37	.75	3.632	.013*	2<4
	2 Lise	157	4.06	.87			
	3 Lisans	122	4.22	.80			
	4 Lisansüstü	63	4.41	.85			
	Toplam	398	4.21	.84			
Otel tercihi yaparken marka ismine önem veririm	1 İlköğretim	56	4.48	.66	5.103	.002*	1,4>2
	2 Lise	157	4.01	.83			
	3 Lisans	122	4.22	.91			
	4 Lisansüstü	63	4.36	.99			
	Toplam	398	4.20	.87			

*p<.05

Çizelge 8’de görüldüğü gibi eğitim durumu değişkeni açısından mal ve hizmet alımında markalı ürün ya da hizmet almaya önem veririm (F=3.501, p<.05), hizmet işletmelerinin tanınırlığı/ bilinirliği benim için önemlidir (F=3.632, p<.05), otel tercihi yaparken marka ismine önem veririm (F=5.103, p<.05) ifadelerinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Tek yönlü varyans analizi sonucunda farklılaşmanın nedeninin belirlenmesi için Tukey testi yapılmıştır. Test sonucunda eğitim durumu değişkeninin grup sıra ortalamaları dikkate alındığında ilköğretim mezunlarının ($\bar{x}=4.66$) markalı ürün ya da hizmet almaya önem verme düzeylerinin, lise mezunlarından ($\bar{x}=4.31$) daha yüksek olduğu görülmektedir. Hizmet işletmelerinin tanınırlılığına/bilinirliğine önem verme düzeylerinde lisansüstü mezunların ($\bar{x}=4.66$) ortalamalarının, lise mezunlarının ($\bar{x}=4.31$) ortalamalarından daha yüksek olduğu görülmektedir. İlk öğretim ($\bar{x}=4.48$) ve lisans üstü ($\bar{x}=4.36$) mezunların lise mezunlarından daha fazla otel tercihi yaparken marka ismine önem verdikleri tespit edilmiştir.

Eğitim düzeyi düşük olan turistler (risk algıları daha fazla olduğu için) markayı riskleri azaltıcı bir güvence olarak veya bir gruba ait olma, kendini kabul ettirme aracı olarak görebildiklerinden markalı ürün ve hizmet almaya ve marka ismine daha fazla önem verdikleri söylenebilir. Eğitim düzeyi yüksek olanlar için de marka sosyal statü, prestij aracı olarak görülebildiğinden otel tercihi yaparken marka ismine, hizmet işletmelerinin tanınırlılığına/bilinirliğine önem verdikleri ifade edilebilir. Deprop ve Kozak'ın (2009) çalışmalarında da riskin yüksek olduğu düşünüldüğünde belirli bir marka veya daha önce denenmiş ürün seçildiği tespit edilmiştir.

Meslek ve gelir değişkeni açısından marka önemi ifadeleri ile ilgili anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için tek yönlü varyans (anova) analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda meslek ve gelir değişkeni açısından mal ve hizmet alımında markalı ürün ya da hizmet almaya önem veririm, hizmet işletmelerinin tanınmışlığı/bilinirliği benim için önemlidir, otel tercihi yaparken marka ismine önem veririm ifadelerinde anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Milliyet değişkeni açısından marka önemi ifadeleri ile ilgili anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için tek yönlü varyans (anova) analizi yapılmıştır. Çizelge 9'da görüldüğü gibi milliyet değişkeni açısından mal ve hizmet alımında markalı ürün ya da hizmet almaya önem veririm ($F=3.554, p<.05$), hizmet işletmelerinin tanınmışlığı/bilinirliği benim için önemlidir ($F=3.643, p<.05$) ifadelerinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Çizelge 9. Markaya Verilen Önemin Milliyete Göre Karşılaştırılması

	Milîyet	N	\bar{X}	ss	F	Anlam.	Farklılık
Mal ve hizmet alımında markalı ürün ya da hizmet almaya önem veririm.	1 Alman	124	4.42	.75	3.554	.004*	5>6
	2 İngiliz	36	4.27	.70			
	3 Fransız	29	4.24	.74			
	4 Rus	53	4.32	.85			
	5 Türk	122	4.59	.61			
	6 Diğer	34	4.05	1.04			
	Toplam	398	4.40	.76			
Hizmet İşletmelerinin tanınırlığı bilinirliği benim için önemlidir.	1 Alman	124	4.25	.86	3.643	.003*	1,5>6
	2 İngiliz	36	4.11	.66			
	3 Fransız	29	3.96	.94			
	4 Rus	53	4.17	.80			
	5 Türk	122	4.39	.69			
	6 Diğer	34	3.79	1.14			
	Toplam	398	4.21	.84			
Otel tercihi yaparken marka ismine önem veririm.	1 Alman	124	4.22	.91	1.742	.128**	
	2 İngiliz	36	4.14	.80			
	3 Fransız	29	4.10	.90			
	4 Rus	53	4.19	.92			
	5 Türk	122	4.32	.78			
	6 Diğer	34	3.85	.99			
	Toplam	398	4.20	.87			

* $p < .05$; ** $p > .05$

Tek yönlü varyans analizi sonucunda farklılaşmanın nedeninin belirlenmesi için Tukey testi yapılmıştır. Test sonucunda milliyet değişkeninin grup sıra ortalamaları dikkate alındığında Türk katılımcıların ($\bar{x}=4.59$) markalı ürün ya da hizmet almaya önem verme düzeylerinin ortalamasının diğerlerine göre daha yüksek olduğu, en düşük ortalamanın ise diğer milliyetten ($\bar{x}=4.05$) turistler olduğu görülmektedir. Yani Türk katılımcılar markalı ürün ya da hizmet almaya diğer milliyetten olanlara göre daha fazla önem vermektedirler. Hizmet işletmelerinin tanınırlılığına/bilinirliğine önem verme düzeylerine baktığımızda Alman ($\bar{x}=4.25$) ve Türk ($\bar{x}=4.39$) katılımcıların ortalamalarının diğer milliyetten ($\bar{x}=3.79$) turistlere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre Alman ve Türk katılımcılar diğer milliyetten turistlere göre hizmet işletmelerinin tanınırlılığına/bilinirliğine daha fazla önem vermektedirler. Otel tercihi yaparken marka ismine önem verme düzeylerinde milliyetler arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır.

Kozak'ın (2001, 2002) Türkiye'yi ve Malorka'yı ziyaret eden İngiliz ve Alman turistler üzerinde yaptığı kültürler arası karşılaştırmalı çalışmada, ülke orijininin turistin motivasyon ve tatmin seviyesinde önemli farklılıklar oluşturduğu bulunmuştur. Özdiçiner'in (2009) Türk ve Alman turistlerin satın alma kararlarındaki kültürel farklılıklar çalışmasında, gerek konaklama işletmesinin ismi, gerekse gidilecek ülke ya da bölgenin ismi, Türk turistler açısından Alman turistlere göre daha önemli bulunmuştur.

Cinsiyet değişkeni açısından konaklama tercihinde etkili olan unsurlarla ilgili anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Test bulguları çizelge 10'da verilmiştir.

Çizelge 10. Cinsiyete Göre Konaklama Tercihinde Etkili Olan Unsurların Karşılaştırması

	cinsiyet	N	\bar{X}	SS	Levene Testi		t testi		
					F	Anlamlılık	t	df	Anlamlılık
Fiyat	Kadın	188	4.24	.80	1.269	.261	.452	396	.651*
	Erkek	210	4.20	.92					
Hizmet Kalitesi	Kadın	188	4.47	.65	1.780	.183	1.959	396	.051*
	Erkek	210	4.33	.76					
Kişisel deneyimler	Kadın	188	4.21	.74	.279	.598	.045	396	.964*
	Erkek	210	4.21	.71					
Arkadaş tavsiyesi	Kadın	188	4.14	.83	.000	.995	.177	396	.860*
	Erkek	210	4.12	.86					
Marka otel olması	Kadın	188	4.04	.87	1.672	.197	-1.853	396	.065*
	Erkek	210	4.19	.77					
Reklam faaliyet.	Kadın	188	3.90	.98	.218	.641	-1.132	396	.258*
	Erkek	210	4.01	.95					
Satış sonrası hizm.	Kadın	188	3.99	.89	.546	.460	-.012	396	.990*
	Erkek	210	3.99	.93					
İndirimler	Kadın	188	4.02	.83	1.064	.303	-.077	396	.939*
	Erkek	210	4.03	.91					

* $p > .05$

Çizelge 10'da görüldüğü gibi konaklama tercihinde etkili olan unsurlar; fiyat, hizmet kalitesi, kişisel deneyimler, arkadaş tavsiyesi, marka otel olması, reklam faaliyetleri, satış sonrası hizmetler ve indirimler ile cinsiyet değişkeni açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Medeni hal değişkeni açısından konaklama tercihinde etkili olan unsurlarla ilgili anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Test bulguları çizelge 11’de verilmiştir.

Çizelge 11. Medeni Hale Göre Konaklama Tercihinde Etkili Olan Unsurların Karşılaştırması

	cinsiyet	N	\bar{X}	SS	Levene Testi		t testi		
					F	Anlamlılık	t	df	Anlamlılık
Fiyat	Evli	258	4.23	.86	.042	.839	.557	396	.578*
	Bekar	140	4.18	.88					
Hizmet Kalitesi	Evli	258	4.38	.71	.011	.916	-.409	396	.683*
	Bekar	140	4.41	.71					
Kişisel deneyimler	Evli	258	4.23	.69	.905	.342	.662	396	.508*
	Bekar	140	4.18	.77					
Arkadaş tavsiyesi	Evli	258	4.17	.82	.645	.422	1.115	396	.265*
	Bekar	140	4.07	.88					
Marka otel olması	Evli	258	4.18	.78	2.285	.131	1.950	396	.052*
	Bekar	140	4.01	.89					
Reklam faaliyetleri	Evli	258	4.03	.90			1.828	245.061	.069*
	Bekar	140	3.83	1.07					
Satış sonrası hizm.	Evli	258	4.06	.853	2.793	.095	2.144	396	.033**
	Bekar	140	3.88	1.00					
İndirimler	Evli	258	4.01	.88	.054	.817	-.453	396	.651*
	Bekar	140	4.06	.86					

* $p < .05$; ** $p > .05$

Çizelge 11’de görüldüğü gibi konaklama tercihinde etkili olan unsurlardan; fiyat, hizmet kalitesi, kişisel deneyimler, arkadaş tavsiyesi, marka otel olması, reklam faaliyetleri ve indirimler ile medeni hal değişkeni açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Buna karşın satış sonrası hizmetlerde evliler ($\bar{x}=4.06$) ve bekarlar ($\bar{x}=3.88$) arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu bulgulara göre konaklama tercihinde etkili olan unsurlardan satış sonrası hizmetler seçeneklerinin ankete katılan evlilerde bekarlardan daha fazla etkili olduğu görülmektedir. Satış sonrası hizmetlerde evlilik yıl dönümlerinin hatırlanması, yeni yıl, doğum günü gibi özel günlerde kutlama mesajlarının gönderilmesi, promosyonlardan haberdar edilmesi aileler için daha etkili olabilmektedir.

Yaş değişkeni açısından konaklama tercihinde etkili olan unsurlarla ilgili anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için tek yönlü varyans (anova) analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda konaklama tercihinde etkili olan unsurlardan; fiyat, hizmet kalitesi, kişisel deneyimler, arkadaş tavsiyesi, marka otel olması, reklam faaliyetleri, satış sonrası hizmetler ve indirimler ile yaş değişkeni açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Eğitim durumu değişkeni açısından konaklama tercihinde etkili olan unsurlarla ilgili anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için tek yönlü varyans (anova) analizi yapılmıştır. Analiz bulguları çizelge 12’de verilmiştir.

Çizelge 12. Eğitim Durumuna Göre Konaklama Tercihinde Etkili Olan Unsurların Karşılaştırılması

Eğitim Durumu		N	\bar{X}	SS	F	Anlamlılık	Farklılık
Fiyat	1 İlköğretim	56	4.57	.71	4.789	.003**	1>3,4
	2 Lise	157	4.25	.75			
	3 Lisans	122	4.10	.86			
	4 Lisansüstü	63	4.04	1.14			
	Toplam	398	4.22	.86			
Hizmet kalitesi	1 İlköğretim	56	4.43	.53	1.525	.208*	
	2 Lise	157	4.30	.77			
	3 Lisans	122	4.43	.63			
	4 Lisansüstü	63	4.50	.82			
	Toplam	398	4.39	.71			
Kişisel deneyimler	1 İlköğretim	56	4.37	.65	3.457	.017**	1>2
	2 Lise	157	4.07	.72			
	3 Lisans	122	4.25	.68			
	4 Lisansüstü	63	4.31	.80			
	Toplam	398	4.21	.72			
Arkadaş tavsiyesi	1 İlköğretim	56	4.37	.75	3.311	.020**	1,4>2,3
	2 Lise	157	4.05	.89			
	3 Lisans	122	4.04	.79			
	4 Lisansüstü	63	4.30	.85			
	Toplam	398	4.13	.84			
Marka otel olması	1 İlköğretim	56	4.34	.77	3.873	.009**	1,4>2,3
	2 Lise	157	4.03	.83			
	3 Lisans	122	4.03	.81			
	4 Lisansüstü	63	4.33	.82			
	Toplam	398	4.13	.84			

	Toplam	398	4.12	.82			
Reklam faaliyetleri	1 İlköğretim	56	4.21	.84			
	2 Lise	157	3.87	.96			
	3 Lisans	122	3.87	1.01	2.860	.037**	1>2,3
	4 Lisansüstü	63	4.14	.95			
	Toplam	398	3.96	.97			
Satış sonrası Hizmet.	1 İlköğretim	56	4.19	.79			
	2 Lise	157	3.89	.86			
	3 Lisans	122	3.94	.99			
	4 Lisansüstü	63	4.14	.96			
	Toplam	398	3.99	.91			
İndirimler	1 İlköğretim	56	4.21	.73			
	2 Lise	157	4.04	.76			
	3 Lisans	122	3.93	.93			
	4 Lisansüstü	63	4.01	1.09			
	Toplam	398	4.03	.87			

* $p > .05$; ** $p < .05$

Çizelge 12’de görüldüğü gibi eğitim durumu değişkeni açısından konaklama tercihinde etkili olan unsurlardan hizmet kalitesi, satış sonrası hizmetler, indirimler seçeneklerinde anlamlı bir farklılık saptanamamıştır. Bununla birlikte fiyat ($F=4.789$, $p<.05$), kişisel deneyimler ($F=3.457$, $p<.05$), arkadaş tavsiyesi ($F=3.311$, $p<.05$), marka otel olması ($F=3.873$, $p<.05$), reklam faaliyetleri ($F=2.860$, $p<.05$), boyutlarında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Tek yönlü varyans analizi sonucunda farklılaşmanın nedeninin belirlenmesi için önce Tukey testi yapılmış, farklılık bulunmadığında LSD testi yapılmıştır.

Fiyat seçeneğinde eğitim düzeyi düşük olan ilköğretim mezunlarının ($\bar{x}=4.57$) ortalamasının, lise ($\bar{x}= 4.25$), lisans ($\bar{x}= 4.10$) ve lisans üstü ($\bar{x}= 4.04$) eğitim düzeyine göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu bulgulara göre eğitim düzeyi

yükseldikçe otel tercihinde fiyatın etkisi azalmaktadır. Başka bir deyişle eğitim düzeyi düştükçe fiyatın etkisi artmaktadır.

Kişisel deneyimler seçeneğinde ise ilköğretim mezunlarının ortalaması lise mezunlarına göre daha yüksektir. İlköğretim mezunları için otel tercihinde kişisel deneyimler lise mezunlarına göre daha etkili olmaktadır. Arkadaş tavsiyesi unsurunu, eğitim düzeyi düşük ($\bar{x}=4.37$) ve çok yüksek ($\bar{x}=4.30$) olanlar, orta düzeyde ($\bar{x}=4.05-4.04$) olanlara göre otel tercihinde daha etkili bulmaktadırlar. Benzer şekilde marka otel olması unsurunu da eğitim düzeyi düşük ($\bar{x}=4.34$) ve çok yüksek ($\bar{x}=4.33$) olanlar da orta düzeyde ($\bar{x}=4.03$) olanlara göre otel tercihinde daha etkili bulmaktadırlar. Reklam faaliyetleri unsurunun ise ilköğretim ($\bar{x}=4.2$), lise ($\bar{x}=3.87$) ve lisans ($\bar{x}=3.87$) mezunlarına göre otel tercihinde daha etkili olduğu belirlenmiştir. Eğitim düzeyi düşük olan katılımcıların otel tercihinde reklam faaliyetlerini daha etkili buldukları görülmektedir.

Meslek değişkeni açısından konaklama tercihinde etkili olan unsurların karşılaştırılması ile ilgili anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için tek yönlü varyans (anova) analizi yapılmıştır. Analiz bulguları çizelge 13'de verilmiştir.

Çizelge 13. Meslek Durumuna Göre Konaklama Tercihinde Etkili Olan Unsurların Karşılaştırılması

		N	\bar{X}	SS	F	Anlamlılık	Farklılık
Fiyat	Emekli	60	4.46	.74	1.938	.103*	
	Devlet memuru	62	4.26	.94			
	Özel Sektör	138	4.10	.85			
	Serbest Meslek	64	4.23	.92			
	Diğer	74	4.19	.83			
	Toplam	398	4.21	.86			
Hizmet kalitesi	Emekli	60	4.45	.65	1.139	.338*	
	Devlet memuru	62	4.22	.77			
	Özel Sektör	138	4.43	.67			
	Serbest Meslek	64	4.37	.78			

	Dİğer	74	4.43	.70			
	Toplam	398	4.39	.71			
Kişisel deneyimler	Emekli	60	4.21	.84			
	Devlet memuru	62	4.22	.71			
	Özel Sektör	138	4.16	.70	.372	.828*	
	Serbest Meslek	64	4.22	.70			
	Dİğer	74	4.28	.67			
	Toplam	398	4.21	.72			
Arkadaş tavsiyesi	Emekli	60	4.20	.90			
	Devlet memuru	62	4.32	.74			
	Özel Sektör	138	3.97	.87	2.350	.054*	
	Serbest Meslek	64	4.22	.84			
	Dİğer	74	4.16	.81			
	Toplam	398	4.13	.84			
Marka otel olması	Emekli	60	4.08	.94			
	Devlet memuru	62	4.17	.71			
	Özel Sektör	138	4.09	.83	.316	.867*	
	Serbest Meslek	64	4.20	.82			
	Dİğer	74	4.09	.80			
	Toplam	398	4.12	.82			
Reklam faaliyetleri	1 Emekli	60	4.03	.92			
	2 Devlet memuru	62	4.16	.81			
	3 Özel Sektör	138	3.77	1.03	2.423	.048**	2,4>3
	4 Serbest Meslek	64	4.11	.93			
	5 Dİğer	74	3.96	.99			
	Toplam	398	3.96	.97			
Satış sonrası Hizmet.	Emekli	60	4.00	.86			
	Devlet memuru	62	4.06	.82			

Özel Sektör	138	3.89	1.00	.683	.604*	
Serbest Meslek	64	4.07	.90			
Diğer	74	4.02	.87			
Toplam	398	3.99	.91			
İndirimler						
Emekli	60	4.13	.93			
Devlet memuru	62	4.00	.83			
Özel Sektör	138	3.96	.89	.479	.751*	
Serbest Meslek	64	4.06	.92			
Diğer	74	4.06	.80			

* $p > .05$; ** $p < .05$

Çizelge 13'de görüldüğü gibi meslek değişkeni açısından konaklama tercihinde etkili olan unsurlardan fiyat, hizmet kalitesi, kişisel deneyimler, arkadaş tavsiyesi, marka otel olması, satış sonrası hizmetler, indirimler seçeneklerinde anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Reklam faaliyetleri ($F=2.423$, $p < .05$), seçeneğinde anlamlı farklılık bulunmuştur. Tek yönlü varyans analizi sonucunda farklılaşmanın nedeninin belirlenmesi için önce Tukey testi yapılmış, farklılık bulunmadığında LSD testi yapılmıştır. Reklam faaliyetleri unsurunun devlet memurları ($\bar{x}=4.16$) ve serbest meslek ($\bar{x}=4.11$) çalışanların da özel sektörde ($\bar{x}=3.77$) çalışanlara göre otel tercihinde daha etkili olduğu görülmektedir.

Milliyet değişkeni açısından konaklama tercihinde etkili olan unsurların karşılaştırılması ile ilgili anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için tek yönlü varyans (anova) analizi yapılmıştır. Analiz bulguları çizelge 14'de verilmiştir.

Çizelge 14. Milliyet Durumuna Göre Konaklama Tercihinde Etkili Olan Unsurların Karşılaştırılması

		N	\bar{X}	SS	F	Anlamlılık	Farklılık
Fiyat	1 Alman	124	4.50	.67	4.673	.000*	1> 4,5,6
	2 İngiliz	36	4.11	.92			
	3 Fransız	29	4.24	.69			
	4 Rus	53	4.04	.96			
	5 Türk	122	4.13	.93			
	6 Diğer	34	3.88	.94			
	Toplam	398	4.22	.86			
Hizmet kalitesi	1 Alman	124	4.44	.61	5.290	.000*	1,5> 2,4,6
	2 İngiliz	36	4.05	.75			
	3 Fransız	29	4.27	.84			
	4 Rus	53	4.24	.80			
	5 Türk	122	4.60	.55			
	6 Diğer	34	4.17	.96			
	Toplam	398	4.39	.71			
Kişisel deneyimler	1 Alman	124	4.32	.69	2.299	.044*	1>2,3,6
	2 İngiliz	36	4.00	.71			
	3 Fransız	29	4.00	.80			
	4 Rus	53	4.28	.69			
	5 Türk	122	4.23	.69			
	6 Diğer	34	4.03	.83			
	Toplam	398	4.21	.72			
Arkadaş tavsiyesi	1 Alman	124	4.23	.76	1.213	.302**	
	2 İngiliz	36	4.05	.71			
	3 Fransız	29	4.14	.83			
	4 Rus	53	4.26	.76			
	5 Türk	122	4.06	.91			
	6 Diğer	34	3.94	1.09			
	Toplam	398	4.13	.84			
Marka otel olması	1 Alman	124	4.18	.80	1.486	.193**	
	2 İngiliz	36	3.94	.86			
	3 Fransız	29	4.03	.73			
	4 Rus	53	4.20	.74			
	5 Türk	122	4.18	.81			
	6 Diğer	34	3.85	1.01			
	Toplam	398	4.12	.82			
Reklam faaliyetleri	1 Alman	124	4.16	.90			
	2 İngiliz	36	3.72	.91			
	3 Fransız	29	3.76	.91			

4 Rus	53	3.96	.92	2.261	.048*	1>	2,3,6
5 Türk	122	3.95	1.01				
6 Diğer	34	3.70	1.08				
Toplam	398	3.96	.97				

Çizelge 14- devamı

	N	\bar{X}	SS	F	Anlamlılık	Farklılık	
Satış sonrası Hizmet.	1 Alman	124	4.11	.83	2.958	.012*	1,5> 2, 4,6
	2 İngiliz	36	3.78	.86			
	3 Fransız	29	3.79	.86			
	4 Rus	53	3.73	.96			
	5 Türk	122	4.14	.96			
	6 Diğer	34	3.79	.91			
	Toplam	398	3.99	.91			
İndirimler	1 Alman	124	4.21	.74	1.586	.163**	
	2 İngiliz	36	3.94	.71			
	3 Fransız	29	3.89	.86			
	4 Rus	53	3.94	.90			
	5 Türk	122	3.97	.95			
	6 Diğer	34	3.91	1.08			
	Toplam	398	4.03	.87			

*p<.05; ** p> .05

Çizelge 14'de görüldüğü gibi milliyet değişkeni açısından konaklama tercihinde etkili olan unsurlardan, arkadaş tavsiyesi, marka otel olması, indirimler unsurlarında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bununla birlikte fiyat (F=4.673, p<.05), hizmet kalitesi (F=5.290, p<.05), kişisel deneyimler (F=2.299, p<.05), reklam faaliyetleri (F=2.261, p<.05), satış sonrası hizmetler (F=2.958, p<.05) seçeneklerinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Tek yönlü varyans analizi sonucunda farklılaşmanın nedeninin belirlenmesi için önce Tukey testi yapılmış, farklılık bulunmadığında LSD testi yapılmıştır.

Fiyat unsurunu ankete katılan Alman katılımcılar (\bar{x} =4.50); Rus (\bar{x} =4.03), Türk (\bar{x} =4.13) ve diğer milliyetten (\bar{x} =3.88) olan katılımcılardan daha etkili

bulmuşlardır. Hizmet kalitesi unsurunun ise Alman ($\bar{x}=4.44$) ve Türk ($\bar{x}=4.60$) katılımcıların İngiliz ($\bar{x}=4.05$), Rus ($\bar{x}=4.24$), diğer milliyetten ($\bar{x}=4.17$) olan katılımcılara göre otel tercihinde daha etkili olduğu tespit edilmiştir. Kişisel deneyimler unsurunu Alman katılımcılar ($\bar{x}=4.32$), İngiliz ($\bar{x}=4.00$) ve Fransız ($\bar{x}=4.00$) katılımcılara göre daha etkili bulmuşlardır.

Alman katılımcılar ($\bar{x}=4.16$); İngiliz ($\bar{x}=3.72$), Fransız ($\bar{x}=3.75$) ve diğer milliyetten ($\bar{x}=3.70$) olan katılımcılara göre reklam faaliyetleri unsurunun otel tercihinde daha etkili olduğunu belirtmişlerdir. Satış sonrası hizmetler unsurunu ise Alman ($\bar{x}=4.11$) ve Türk ($\bar{x}=4.14$) katılımcılar İngiliz ($\bar{x}=3.78$), Fransız ($\bar{x}=3.79$), Rus ($\bar{x}=3.73$) ve diğer milliyetten ($\bar{x}=3.79$) katılımcılara göre daha etkili bulmuşlardır.

Yazındaki çalışmalara bakıldığında benzer şekilde Özdişçiner'in (2009) turistlerin satın alma kararlarındaki kültürel farklılıklar çalışmasında Türk ve Alman turistlerin tatil tercihlerinde önem verilen unsurları; ilk iki sırada kalite ve fiyatı, üçüncü sırada ise Türklerin reklamları, Almanların acentaya olan güveni daha önemli buldukları tespit edilmiştir.

Tayfun ve Yıldırım'ın (2010) çalışmalarında Rus ve Alman turistlerin tüketim davranışlarında, işletmelerin uygulamış oldukları pazarlama bileşenlerinden etkilene düzeyleri incelendiğinde; Rus turistlerin üründen beklentileri sırasıyla kalite, ürünün sağladığı yarar ve fiyatken, Alman turistler için ilk sırada kalite yer alırken bunu fiyat ve ürünün sağladığı yarar takip etmektedir. Ayrıca ürünlerin marka olma özelliğinin, Rus ve Alman turistler için aynı ve orta düzeyde bir etkiye sahipken; işletmelerin imajının her iki turist grubu için satın alma kararı verirken belirleyici bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Satış sonrası hizmetler ve reklamlar da Rus turistlerin satın alma kararlarında önemli unsurlar olarak öne çıkmıştır.

Gelir değişkeni açısından konaklama tercihinde etkili olan unsurların karşılaştırılması ile ilgili anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için tek yönlü varyans (anova) analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları çizelge 15'de verilmiştir.

Çizelge 15. Gelir Durumuna Göre Konaklama Tercihinde Etkili Olan Unsurların Karşılaştırılması

		N	\bar{X}	SS	F	Anlamlılık	Farklılık
Fiyat	1 3000 \$ altında	193	4.29	.77	3.578	.007*	1,3,4> 5
	2 3001-4500 \$	80	4.06	.94			
	3 4501-6000 \$	75	4.29	.85			
	4 6001-7500 \$	26	4.38	.63			
	5 7500 \$ üzeri	24	3.71	1.30			
	Toplam	398	4.22	.86			
Hizmet kalitesi	3000 \$ altında	193	4.41	.69	.116	.977**	
	3001-4500 \$	80	4.36	.66			
	4501-6000 \$	75	4.40	.75			
	6001-7500 \$	26	4.42	.75			
	7500 \$ üzeri	24	4.33	.86			
	Toplam	398	4.39	.71			
Kişisel deneyimler	3000 \$ altında	193	4.26	.65	1.139	.338**	
	3001-4500 \$	80	4.07	.74			
	4501-6000 \$	75	4.24	.80			
	6001-7500 \$	26	4.11	.81			
	7500 \$ üzeri	24	4.25	.73			
	Toplam	398	4.21	.72			
Arkadaş tavsiyesi	3000 \$ altında	193	4.12	.88	.273	.895**	
	3001-4500 \$	80	4.13	.76			
	4501-6000 \$	75	4.21	.87			
	6001-7500 \$	26	4.03	.87			
	7500 \$ üzeri	24	4.08	.77			
	Toplam	398	4.13	.84			
Marka otel olması	3000 \$ altında	193	4.10	.84	1.070	.371**	
	3001-4500 \$	80	4.05	.77			
	4501-6000 \$	75	4.29	.78			
	6001-7500 \$	26	4.03	.72			
	7500 \$ üzeri	24	4.08	.97			
	Toplam	398	4.13	.84			
Reklam faaliyetleri	3000 \$ altında	193	3.94	.99	.256	.906**	
	3001-4500 \$	80	3.97	.92			
	4501-6000 \$	75	4.04	.96			
	6001-7500 \$	26	3.84	.96			
	7500 \$ üzeri	24	4.00	.93			
	Toplam	398	3.94	.99			
Satış sonrası Hizmet.	3000 \$ altında	193	3.95	.96	1.421	.226**	
	3001-4500 \$	80	3.94	.81			
	4501-6000 \$	75	4.20	.85			

	6001-7500 \$	26	4.00	.89			
	7500 \$ üzeri	24	3.80	1.02			
	Toplam	398	3.99	.91			
İndirimler	1 3000 \$ altında	193	4.05	.90	2.853	.024*	1,3> 5
	2 3001-4500 \$	80	3.99	.70			
	3 4501-6000 \$	75	4.17	.90			
	4 6001-7500 \$	26	4.03	.72			
	5 7500 \$ üzeri	24	3.50	1.06			
	Toplam						

* $p < .05$; ** $p > .05$

Çizelge 15’de görüldüğü gibi milliyet değişkeni açısından konaklama tercihinde etkili olan unsurlardan, hizmet kalitesi, kişisel deneyimler, arkadaş tavsiyesi, marka otel olması, reklam faaliyetleri, satış sonrası hizmetler unsurlarında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bununla birlikte fiyat ($F=3.578$, $p < .05$), indirimler ($F=2.853$, $p < .05$), seçeneklerinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Tek yönlü varyans analizi sonucunda farklılaşmanın nedeninin belirlenmesi için Tukey testi yapılmıştır. Test sonucuna göre fiyat unsurunun, aylık geliri 3000\$ ve altında ($\bar{x}=4.29$), 4501-6000\$ ($\bar{x}=4.29$), 6001- 7500\$ ($\bar{x}=4.38$) arasında olan katılımcılar; aylık geliri 7500\$ üzeri ($\bar{x}=3.71$) olanlara göre otel seçiminde daha etkili bir unsur olduğunu belirtmişlerdir. Bu bulgulara göre gelir seviyesi yüksek olan katılımcıların otel tercihinde fiyatı önemsemedikleri görülmektedir. Kişilerin gelir düzeyindeki artışlar, seyahate çıkanların sayısını artırmaktadır. İnsanların yaşam ve refah düzeylerinin yükselmesi ve gelişmesi, onların daha fazla turistik tüketimde bulunmalarını sağlamaktadır (Usta, 2009: 95). Araştırmalar, kişinin harcanabilir gelirinin %10 arttığında turizme yaptığı harcamaların da %15-20 dolayında arttığını göstermektedir (Avcıkurt, 1999: 2).

Gelir düzeyi yüksek olan gruplar lüks nitelikteki marka turistik ürün ve hizmetlere talep gösterirken düşük gelir gruplarının seyahat eğilimleri azdır ve talep ettikleri turistik ürün ve hizmetlerin standartları düşüktür.

İndirimler unsurunda ise, aylık geliri 3000 \$ ve altında ($\bar{x}=4.05$), 4501-6001 \$ arasında ($\bar{x}=4.17$) olanlar, aylık geliri 7500 \$ ($\bar{x}=3.50$) olan katılımcılara göre otel tercihinde indirimlerin daha etkili olduğunu belirtmişlerdir. Sonuç olarak gelir seviyesi yüksek olan katılımcıların indirimlerden etkilenmedikleri görülmektedir.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Konaklama işletmelerinde turistlerin marka algularının konaklama tercihleri üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlayan çalışmanın bu bölümünde araştırma sonuçlarına ve önerilere yer verilmektedir.

Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine bakıldığında; turistlerin % 52.8'inin erkeklerden, % 47.2'sinin kadınlardan oluştuğu, çoğunluğunun orta yaş üzeri, evli, lise ve lisans mezunu oldukları görülmektedir. Araştırmaya katılan turistlerin çoğunluğunun özel sektörde çalıştığı, milliyet olarak daha çok Alman ve Türk oldukları, aylık gelirlerinin 3000 \$ ve altında olduğu belirlenmiştir.

Araştırma sonucunda turistlerin markayı, büyük bir oranda, güven ve isim olarak algıladığı görülmüştür. Marka, vaat edilen yararları sağlayacağına dair güven vermekte, marka ismi ürüne ilave bir değer katmaktadır. Elde edilen diğer bir sonuç da turistlerin ürün ve hizmet alımında markalı ürün ya da hizmet almaya önem verdikleri, hizmet işletmelerinin tanınırlılığını önemsedikleri ve otel tercihi yaparken de marka ismine önem verdikleri görülmüştür.

Araştırmaya katılan turistlerin konaklama tercihinde hizmet kalitesi, fiyat, kişisel deneyim, arkadaş tavsiyesi ve otelin marka otel olmasının önemli olduğu görülmüştür. Diğer taraftan turistlerin indirimlerden, satış sonrası hizmetlerden ve reklam faaliyetlerinden daha az etkilendikleri ortaya çıkmıştır.

Cinsiyet, medeni hal, yaş, meslek, aylık gelir değişkeni açısından mal ve hizmet alımında markalı ürün ya da hizmet almaya önem verme, hizmet işletmelerinin tanınırlılığını önemseme ve otel tercihi yaparken marka ismine önem verme ifadeleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Eğitim durumu değişkeni açısından marka önemi ifadelerinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur. İlköğretim mezunlarının markalı ürün ya da hizmet almaya önem verme düzeylerinin, lise mezunlarından daha yüksek olduğu görülmüştür. Hizmet işletmelerinin tanınırlılığına/bilinirliğine önem verme düzeylerinde lisansüstü mezunların ortalamalarının, lise mezunlarının ortalamalarından daha yüksek olduğu görülmüştür. Eğitim düzeyi düşük ve çok yüksek olanların orta düzeyde olanlara göre otel tercihi yaparken marka ismine daha fazla önem verdikleri göze çarpan diğer bir sonuçtur. Eğitim düzeyi düşük olan turistler risk algıları daha fazla olduğu için markayı bir güvence olarak görürken eğitim düzeyi yüksek olanlar markayı sosyal statü, bir gruba ait olma, prestij aracı olarak gördüğü bu nedenle marka ismine daha fazla önem verdikleri düşünülebilir.

Milliyet değişkeni açısından marka önemi ifadeleri ile ilgili anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Türk turistlerin markalı ürün ya da hizmet almaya diğerlerine göre daha fazla önem verdikleri, hizmet işletmelerinin tanınırlılığına/bilinirliğine ise Alman ve Türk turistlerin diğerlerinden daha fazla önem verdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Cinsiyet, medeni hal, eğitim durumu, milliyet, gelir değişkenleri açısından otel tercihinde etkili olan unsurlarla ilgili anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Otel tercihinde satış sonrası hizmetler seçeneğinin araştırmaya katılan evlilerde bekarlardan daha fazla etkili olduğu görülmüştür. Eğitim düzeyi yükseldikçe otel tercihinde fiyatın etkisinin azalmakta olduğu; eğitim düzeyi düşük olanların orta düzeyde olanlara göre otel tercihinde kişisel deneyimlerini daha etkili buldukları, arkadaş tavsiyesi ve marka otel olması unsurlarını eğitim düzeyi düşük ve çok yüksek olanların orta düzeyde olanlara göre otel tercihinde daha etkili buldukları, reklam faaliyetlerini eğitim düzeyi düşük olan katılımcıların diğerlerine kıyasla otel tercihinde daha etkili buldukları sonuçlarına ulaşılmıştır.

Milliyet değişkeni açısından fiyat unsurunu Alman turistlerin hizmet kalitesi ve satış sonrası hizmetler unsurlarını Alman ve Türk turistlerin, reklam faaliyetlerini Alman turistlerin diğerlerine oranla daha etkili buldukları ortaya çıkmıştır. Gelir değişkeni açısından gelir seviyesi yüksek olan turistlerin, otel tercihinde fiyatı önemsemedikleri dolayısıyla indirimlerden de etkilenmedikleri göze çarpan diğer bir sonuçtur.

Elde edilen sonuçlar çerçevesinde öneriler aşağıda yer almaktadır:

Birbirine benzer hizmetler üreten konaklama işletmelerinin özgün ürün ve hizmetler üreterek farklılaşması, markalaşması gerekmektedir.

-Markalaşmak isteyen konaklama işletmeleri, öncelikle kaliteli ürün ve hizmet üretmeli, tutarlı olmalıdır. Hizmet markalarında, tüketicilerin algıladığı kalite büyük ölçüde personel davranışlarına ve tüketici/personel ilişkisine bağlı olduğundan, tüketicilerin hizmet markasıyla olan deneyimlerinde tutarlılık sağlayabilmek önemlidir (Chernatony ve Segal-Horn, 2003: 1106). Ayrıca çalışanların tatmini ile yüksek hizmet kalitesi elde edileceği de unutulmamalıdır.

-Turistik bir ürünü satın almak söz konusu olduğunda, karar verme süreci, büyük ölçüde, o bölge ve ürün hakkında edinilen imaja bağlı olduğundan turistlerde olumlu marka imajı oluşturulmalıdır (Hacıoğlu, 2005: 48).

-Konaklama işletmelerinin markalaşması satın alma öncesi dönemde turistlerin rahatsızlık duyduğu algılanan riski azaltıcak, güven oluşturacak ve karar verme sürecini kolaylaştıracaktır.

-Marka ismi, sembolü görüldüğünde ilk önce duygular harekete geçtiği için tüketicide olumlu çağrışımlar yaratabilmelidir. Marka ismi kolaylıkla hatırlamayı, tanımmayı sağlamalıdır. Slogan ve logo da aynı şekilde farklı, dikkat çekici, kolaylıkla anlaşılır ve akılda kalıcı olmalıdır.

-Konaklama işletmeleri tarafından turistlerin markayı nasıl algıladıkları, turistlerin zihninde nasıl konumlandırıldığına bilinmesi gereklidir. Aynı zamanda görsel unsurlara önem verilmelidir. Örneğin konaklama işletmesinin mimari yapısı, dekoru, atmosferi, müzik, broşürler ve reklamların seçimi turistlerin algılamalarını etkilemektedir.

-Konaklama işletmeleri tüketici odaklı olmalı, markalar tüketicilerin duygulara hitap edebilmeli tüketiciyle duygusal bir bağ kurabilmelidir.

-Konaklama işletmeleri turistlerin beklentilerini karşılayarak, tatmin ederek marka sadakati oluşturmalı, elde ettikleri sadık müşterileri sayesinde hem fiyat artışlarından etkilenmeyen bir tüketici grubu oluşturulmuş hem de memnun olan müşterilerin ağızdan ağıza iletişimiyle pazarlama maliyetleri düşürülmüş olmaktadır.

-Konaklama işletmeleri yazılı, görsel, işitsel iletişim araçlarını kullanarak tüketiciye ulaşmalı ve markasını tüketiciye tanıtmalıdır. Alman, Türk turistler ve özellikle eğitim düzeyi düşük olan turistler konaklama tercihinde reklam faaliyetlerini etkili buldukları hatırlanmalıdır.

-Alman ve Türk turistler, hizmet işletmelerinin tanınırlığına/ bilinirliğine daha fazla önem verdikleri için bu milliyetlere yönelik olarak tanınırlılık, farkındalık çalışmalarına ağırlık verilmelidir.

-Konaklama işletmelerinin yanında destinasyonlar, ülkeler de markalaşmalıdır. Markalaşma faaliyetleri hem ulusal hem de uluslararası düzeyde gerçekleştirilmelidir. Ayrıca yerli zincir konaklama işletmelerinin sayısının artmasıyla daha fazla turist çekilerek turizm gelirlerinden daha fazla pay alınabilir.

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları; zincir işletmelerin araştırma kapsamına alınması ve turistlerin satın alma tercihlerindeki kültürel farklılıkların dikkate alınmamasıdır. Bu çalışmanın gelecekte yürütülecek olan çalışmalara temel oluşturulabileceği düşünülmektedir. Evren değiştirilerek farklı bölgelerde destinasyonlarda araştırma yapılabileceği gibi seyahat acentaları ve tur operatörleri üzerinde de markalaşmanın etkileri incelenebilir. Ayrıca ulusal ve uluslararası zincir konaklama işletmelerinde uygulanarak karşılaştırma yapılabilir. Diğer bir öneri de, yerli ve yabancı turistlerin satın alma tercihlerindeki kültürel farklılıkların etkisi dikkate alınarak farklılıklar ve benzerlikler ortaya konulabilir.

Kaynakça

- Aaker, D. A. (2007). *Marka Değeri Yönetimi*. (Çev. Ender Orfanlı). İstanbul: Mediat Kitapları.
- Aaker, D. A. (2009). *Güçlü Markalar Yaratmak*. (Çev. Erdem Demir), İstanbul: Mediat Kitapları:
- Ak, M. (2006). *Marka Yönetimi*. İstanbul: Akis Kitap.
- Aktuğlu, Işıl Karpat, Temel, Ayşen. (2007). Tüketiciler Markaları Nasıl Tercih Ediyor? (Kamu Sektörü Çalışanlarının Giysi Markalarını Tercihini Etkileyen Faktörlere Yönelik Bir Araştırma). http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos_mak/makaleler/15_43-59.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. (Geliştirilmiş 5.Baskı). Adapazarı: Sakarya Yayıncılık.
- Avcıkurt, C. (2010). *Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme*. (Genişletilmiş ve Gözden Geçirilmiş 3. Baskı). İstanbul: Değişim Yayınları.
- Bruce, D. ve Harvey, D. (2010). *Marka Bilmececi- Markanızın Sırlarını Çözmek*. Çev. Aslı Özer. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Chernatony de L ve; Segal-Horn, S.. (2003). The Criteria For Successful Services Brands. *European Journal of Marketing*, 37 (7/8), 1095-1118.
- Çifci, S. ve Cop R. (2007). Marka ve Marka Yönetimi Kavramları: Üniversite Öğrencilerinin Kot Pantolon Marka Tercihlerine Yönelik Bir Araştırma. *Finans Politik, Ekonomik Yorumlar*: 44, 512, 69-88.
- Correia, A., Kozak, M. ve Ferradeira, J. (2011). Impact of Culture on Tourist Decision-making Styles. *International Journal Of Tourism Research*. J. Tourism Res. 13, 433-446.
- Demir, E. (2006). Kurumsal Marka İmajının Oluşumunda Reklam Stratejilerinin Etkisi: *World Of Wonders Otel İşletmelerinde Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Dibb S, Lyndon, William M. P. Ve Fernell, O.C. (2006). *Marketing Concepts and Strategies*. 5th ed. Boston: Houghton Mifflin Co.
- Hacıoğlu, N. (2005). *Turizm Pazarlaması*. (5.Baskı). İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.

- İlban, M.O. (2008). Seyahat Acenta Yöneticilerin Destinasyon Marka İmajı Alguları Üzerine Bir Araştırma, *Ege Akademik Bakış*, 8 (1), 123-154.
- İlban, M.O., Akkılıç, M.E. ve Yılmaz, Ö. (2011). Tüketicilerin Beyaz Eşya Satın Alma Karar Sürecinde Marka Algularına Yönelik Bir Araştırma, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (15), 63-84.
- Keller K. L., Lehmann, D. R.. (2003). How Do Brands Create Value? *Marketing Management*. 12. (3), 26-40.
- Kim, H. ve W.G., Kim. (2005). The Relationship Between Brand Equity and Firms' Financial Performance, in Luxury Hotels and Chain Restaurants. *Tourism Management*, 26, 549-560.
- Kotler, P. (2000). *Pazarlama Yönetimi*. (Çev: Nejat Muallimoğlu). İstanbul: Beta Basım A. Ş.
- Kotler, P. ve Armstrong, G.(2004). *Principles of Marketing*. 10.ed.New Jersey: Pearson Education.
- Kozak, M. (2001). "Comparative Assessment of Tourist Satisfaction with Destinations Across Two Nationalities", *Tourism Management*, 22 (4), 391-401.
- Kozak, M. (2002). Comparative Analysis of Tourist Motivations by Nationality and Destinations. *Tourism Management*, 23 (3), 221-232.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2002-2011). Web: (<http://basin.kultur.gov.tr/basinodasi-dergi/2002-2011/index.html>). 3 Aralık 2012'de alınmıştır.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2005) Web: (<http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14518/turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerin-.html>). Resmi Gazete Tarihi: 21.06.2005 Resmi Gazete Sayısı: 25852. 3 Aralık 2012'de alınmıştır
- Lan, F. (2007). The Influence Of Perceived Risk On Customer Behaviour in Purchasing High-Price Products Online. *Degree Of Master Of Science in Information Management*. The University Of Sheffield.
- Lindstrom, M. (2006). *Duyular ve Marka*. (Çev. Ümit Şensoy). İstanbul: Optimist Yayınları.
- Perry ,A. ve Wisnom, D. (2003). *Markanın DNA'SI*. (Çev. Zeynep Yılmaz).
- Prasad, K. ve Dev C. S. (2000). Managing Hotel Brand Equity, *Hotel And Restaurant Administration Quarterly*, 41 (3), 22-31.

Pringle, H. ve Gordon, W. (2001). *Marka Kültürü*. (Çev. Neşe Olcaytu). İstanbul: Scala Yayıncılık.

Ries, A. ve Ries, L. (2008). *Marka Yaratmanın 22 Kuralı*. (Çev. Atakan Özdemir) İstanbul: Mediacat Yayınları.

Odabası, Y. ve Oyman, M. (2002). *Pazarlama İletisimi Yönetimi*. İstanbul: Mediacat Kitapları.

O’neill J. W. ve Xiao, Q. (2006). The Role of Brand Affiliation in Hotel Market Value. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 47 (3), 210-223.

Özdipçiner, N. S. (2009). Turistlerin Satın Alma Kararlarındaki Kültürel Farklılıklar Türk –Alman Karşılaştırması. *Ege Akademik Bakış*, 9 (4), 1295-1311.

Serper, Ö. ve Gürsakal, N. (1996). *Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Filiz Kitabevi

Smith, D. C. ve Park C. H. (1992). Effects of Brand Extension on Market Share and Advertising Efficiency. *Journal of Marketing Research*, 29, 296-313

Tayfun, A. ve Mustafa Y. (2010). Turistlerin Tüketim Davranışları Kültüre/ Milliyete Göre Farklılık Gösterir mi? Alman ve Rus Turistler Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2/2, 43-64.

Tek, Ö. B. (1997). *Pazarlama İlkeleri - Türkiye Uygulamaları, Global Yönetimsel Yaklaşım*. (Genişletilmiş ve Geliştirilmiş 7. Baskı). İzmir: Cem Ofset Matbaacılık.

Temeloğlu, E. (2006). *Otel İşletmelerinde Markalaşmanın Tüketici Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkileri: İstanbul’daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.

Tepeci, M.(1999). Increasing Brand Loyalty in The Hospitality Industry, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11 (5), 223-229.

Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği. (2012), web: <http://www.tuyed.org.tr/haberler/ekin-gurubu-tuerkiyenin-en-bueyuek-25-otel-zincirini-belirledi.html> 11 Ekim 2012’de alınmıştır.

Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Usta, Öcal. (2009). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Uztuğ, F. (2008). *Markan Kadar Konuş- Marka İletişimi Stratejileri*. (4. Baskı). İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Vural, B. A. (2007). *Kurumsal Marka Bütünleşik Pazarlama İletişimi Yaklaşımı*. (Editörler: Türkey Dereli, Adil Baykasoğlu). İstanbul: Hayat Yayıncılık.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Walker, D. (2003). Marka. *AB Pazarlarına Giriş İçin Milli ve Uluslararası Marka Yaratılması*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayını.
- Yoo B ve Donthu N.(2001) Developing and Validating a Multidimensional Consumer-Based Brand Equity Scale. *J Bus Res*, 52 (1), 1-14.
- Yükselen, C. (1998). *Pazarlama İlkeler-Yönetim*. Ankara: Detay Yayınları.

KALİTE YÖNETİM SİSTEMLERİ VE TÜKETİCİNİN KORUNMASI DUYARLILIĞI: İSTANBUL'DAKİ 5 YILDIZLI OTEL İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA[*]

Göksel Kemal GİRGIN^{**}

ÖZ

Problem Durumu: Bu araştırmanın temel problemi, kalite yönetim sistemi uygulamalarının, tüketici hakları ve dolayısıyla tüketicinin korunması ile arasındaki ilişkinin tespit edilmesidir. ISO 9000 Kalite Yönetim Sistemi (KYS), işletme içi (içsel) ve işletme dışı (dışsal) faydalardan, finansal ve insan kaynakları yönetimine katkıları bakımından birçok olumlu etkileri bulunmaktadır. Ancak yapılan yazın taraması sonucunda tüketicinin korunması yönünün üzerinde çok fazla durulmadığı belirlenmiştir.

Araştırmanın Amacı: Bu çalışmanın amacı, otel işletmelerinde uygulanan kalite yönetim sistemlerinin tüketicilerin korunması üzerindeki etkilerinin ortaya konulmasından hareketle tüketicinin korunması açısından yapılması gerekenlerin öneriler şeklinde ortaya konulmasıdır.

Yöntem: İstanbul'da faaliyet gösteren ISO 9001:2008 KYS sertifikasına sahip 20 adet 5 yıldızlı otel işletmesine anket uygulanmıştır. Kullanılan anket formunda işletmelerin ISO 9001:2008 KYS'ni uygulamadaki başarılarını ölçmek ve bu sertifikaya sahip işletmelerin tüketici haklarının korunmasına yönelik duyarlılıklarını tespit etmek için hazırlanmış likert tipi (5'li) sorular ve anketin uygulandığı işletmeye ve katılımcıya ait özelliklerin tespiti için hazırlanmış çoktan seçmeli sorular bulunmaktadır. Yapılan anket sonucunda elde edilen veriler ise SPSS 19.0 (Statistical Package for the Social Science) paket programı ile analiz edilmiştir.

* Bu çalışma "Kalite Yönetim Sistemleri ve Tüketicinin Korunması Duyarlılığı: İstanbul'daki 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama" isimli doktora tezinden türetilmiştir.

** Arş. Gör. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi

Bulgular ve Sonuçlar: Başarılı bir şekilde uygulanan ISO 9001:2008 KYS'nin tüketici haklarının korunması duyarlılıklarının belirlenmesi amacıyla yapılan bu araştırma sonucunda, KYS ile Temel İhtiyaçların Tatmin Edilmesi Hakkı (Tİ-TEH), Seçme Hakkı (SH), Temsil Edilme, Örgütlenme, Sesini Duyurma Hakkı (TEÖSDH), Tazminat Hakkı (TH) ve Tüketici Eğitimi Hakkı (TEH) arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Öneriler: ISO 9001:2008 KYS'nin başarısında, işletmede istihdam edilen personelin (en alt kademeden en üst kademeye kadar) bu sistem hakkında bilgilendirilmesi ve bu sistemi benimsemelerinin sağlanması oldukça önemlidir. İşletmeler bu konuya hassasiyetle yaklaşmalıdır. Ayrıca günümüz rekabet koşullarında, işletmeler, sadece kendi menfaat ve anlık karlılıklarını düşünmemeli, aynı zamanda tüketicilerin haklarını ve çıkarlarını da göz önünde bulundurmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Kalite, Toplam Kalite Yönetimi, Kalite Yönetim Sistemleri, ISO 9000, Tüketici, Tüketici Hakları, Tüketicilik, Tüketicinin Korunması, İstanbul, 5 Yıldızlı Oteller.

Quality Management Systems And Sensivity Of Consumer Protection: An Application At Five-Star Hotels In Istanbul

ABSTRACT

Problem Situation: The main problem of this research is to determine the relationship between the quality management system applications and consumer rights, in other words consumer protection. ISO 9000 Quality Management System (QMS) has many positive effects in terms of internal (endogenous) and non-business (external) benefits, and also contribution to managements of financial and human resources. However, it was found that little attention had been paid to consumer protection when examining prior related researches in the literature.

The Aim of the Study: The aim of this study is to make recommendations about the actions that have to be done by managements in terms of consumer protection by way of determining the effects of quality management systems on the protection of consumers in the hotel managements.

Method: The questionnaire was applied at twenty 5-star hotels in İstanbul which were certified with ISO 9001:2008 QMS. The questionnaire items used in the form were rated using a 5-point Likert Scale, ranging from "never (1)" to "always (5)"

in order to measure managements' success about application of ISO 9001:2008 QMS and to determine their sensitivity through the protection of consumer rights. There are also multiple-choice questions for the determination of the characteristics of the participants and managements. The data obtained from the survey conducted were analyzed with the SPSS 19.0 (Statistical Package for the Social Science) software package.

Findings and Results: As a result of the research, statistically significant and positive correlation has been found between QMS and “the right to satisfaction of basic needs”, “the right to choose”, “the right to be heard”, “the right to redress”, “the right to education”.

Recommendations: Informing employees of the managements (from the lower stage to the upper stage) about this system and providing adoption of them to this system are very important and essential for the success of ISO 9001:2008 QMS. Managements should approach to this issue in a sensitive manner. Also in today's competitive conditions, managements should not only think of their own interests and instant profitability, but also should take into account the rights and interests of consumers.

Key Words: Quality, Total Quality Management, Quality Management Systems, ISO 9000, Consumer, Consumer Rights, Consumerism, Consumer Protection, Istanbul, 5 Star Hotels.

GİRİŞ

Her geçen gün önemini arttıran ISO 9000'in bu önemini kazanmasında en büyük pay Avrupa Birliği'dir. Çünkü birlik içerisinde imzalanan anlaşma gereği, katılımcı ülkeler arasındaki ticarete sadece ISO 9000 standardının kullanılmasına karar verilmiştir (Al-Asiri, 2004, 12). Avrupa'daki bu yaygın kullanım, kıta içerisinde birçok ülkede ISO 9000'e olan talebi artırmış ve ISO 9000 sertifikası, Avrupa Birliği'ne üye ülkelerle iş yapmak isteyen işletmeler için bir pasaport haline gelmiştir.

Kalite Yönetim Sistemleri, müşterilere beklentilerinin karşılanacağı noktada güvence vermeye yönelik olarak tasarlanmıştır. Bu tasarımın bekleneni verebilmesi için; müşterilerin ürün ya da hizmetten bekledikleri hakkında doğru bilgi toplanması sağlanmalı ve kalitenin bütün aşamalar (tasarım, ürün, satış vb) için geçerli olduğu gözden uzak tutulmamalıdır (Çağlar ve Kılıç, 2006, 117).

Hırslı bir şekilde satış ve karlarını artırmak isteyen işadamları genellikle etik olmayan iş uygulamalarına yönelebilmektedirler. Bunlar; arızalı ürün satışı, eksik hizmet verilmesi, haksız ve kısıtlayıcı ticaret uygulamalarının benimsenmesi, fahiş fiyat, güvenli olmayan, tehlikeli, sahte mal ve hizmetlerin sunulması ve yanıltıcı ve aldatıcı reklamlara düşkünlük olarak sayılabilir (Verma ve Nanda, 2007: 74).

Tüketicilik ve tüketicinin korunması kavramı ise her ne kadar yeni gibi görünse de tarihi gelişimi eski çağlara, Hammurabi Kanunlarına kadar uzanmaktadır. Bu ve bundan sonraki tüketicinin korunması ile ilgili eski düzenlemelerde yiyeceklerin saflığının korunmasına ve ölçülerde dürüstlüğü sağlanmasına ilişkin düzenlemeler bulunmaktadır (Tiryaki, 2006, 5). Günümüze geldiğinde ise, 1962 yılında Kennedy'nin "Tüketici Hakları Bildirgesi"nde tüketicinin korunması için ortaya konan güvenlik, bilgi edinme, seçme ve temsil edilme-sesini duyurma hakkı gibi temel tüketici hakları belirlenmiştir. Daha sonra da Birleşmiş Milletler tarafından bu haklara ilaveler yapılarak tüketicinin korunması konusunda olumlu gelişmeler sağlanmıştır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde konunun daha iyi anlaşılabilmesi için kalite, toplam kalite yönetimi, ISO 9001:2008 KYS, tüketici hakları ve tüketicinin korunması kavramları açıklanmıştır.

2.1. Kalite ve Toplam Kalite Yönetimi (TKY)

Kalitenin kökü oldukça belirgin olmakla birlikte, bunu açıklamak genellikle zordur. Cusins (1994, 26) bu zorluğu şöyle ifade etmektedir: "Ben, kalite nasıl tanımlanır bilmiyorum, ama ortada kalite yokken biliyorum". Bu sözler, kaliteyi tam olarak tanımlamanın zorluğunu vurgulamaktadır. Ayrıca, kalitenin tanımı ve algılaması, her kişinin değerleri ve bakış açısına bağlı olarak bireyler arasında farklılık gösterir (Kwong, 2008, 13).

Kalite, toplam kalite yönetiminin önde gelen gurularından olan Juran tarafından kullanıma uygunluk (Kuei ve Lu, 1997, 25; Aydın, 2007, 262; Çekirge, 2009, 2; Sharabi ve Davidow, 2010, 190), Deming tarafından müşterilerin gelecekteki beklentilerinin doğru tahminine göre yapılan yenilikler olarak tanımlanmakta (Aydın, 2007, 262; Çekirge, 2009, 2), Japon Standartlar Enstitüsü (JIS) ise kaliteyi, ürün veya hizmeti ekonomik bir yoldan üreten ve tüketici hizmetlerine cevap veren bir üretim sistemi olarak tanımlamaktadır (Çoban, 2004, 86).

Kalitenin tanımlanmasının ardından ISO 9001:2008 KYS'ne geçmeden önce Toplam Kalite Yönetimi (TKY)'nin açıklanmasında fayda vardır. Çünkü ISO 9001:2008 KYS'nin temelinde toplam kalite anlayışı yatmaktadır.

TKY kısaca, mükemmelliği elde etmek için bir yönetme sanatı olarak tanımlanmaktadır (Moghaddam ve Moballeghi, 2008, 912). TKY yine kısaca, müşterilerin tatmin ya da memnun edilmesini amaçlayan kapsamlı bir yönetim anlayışı olarak tanımlanmıştır (Moreno-Luzon ve Peris, 1998, 339; Jabnoun, 2002, 184). Khan'a (2003, 375) göre ise TKY; gerçek üretim maliyetini en aza indirirken müşteri memnuniyetini artırmaya yönelik süreklilik odaklı bir kültürdür.

2.2. Kalite Yönetim Sistemleri (ISO 9001:2008 KYS)

ISO standartları başlangıçta, tedarikçilerinden bu gereksinimleri takip etmelerini ve daha sonra ilgili sertifikayı elde etmelerini talep eden Avrupalı üreticiler tarafından kullanılmıştır (Greetham, 2010, 14). İlk olarak Avrupa'da geniş kabul görmüş bu kalite yönetim standardı, pek çok ülkede iş yapmak için bir pasaport haline gelmiştir (Boiral ve Roy, 2007, 226; Fotopoulos, Psomas ve Vouzas, 2010, 130).

ISO 9000 doğası gereği teknik değildir ve bu nedenle belirli bir sanayi ya da belirli bir ürüne yönelik değildir (Zhu ve Scheuermann, 1999, 294; Fotopoulos, Psomas ve Vouzas, 2010, 130). Aksine, bu standartlar müşteri beklentilerini ve taleplerini karşılamak için kullanılan hususi işlemsel usullerin ve yönetsel eylemlerin belgelendirilmesini gerektirir (Zhu ve Scheuermann, 1999, 294). Her şirketin, kendi özel koşulları ve ihtiyaçları ile mükemmel uyumlu olacak ISO 9000 standartları gereklerine dayalı kendi sistemini tasarlaması gerekmektedir (Poksinska, Eklund ve Dahlgaard, 2006, 491; Fotopoulos, Psomas ve Vouzas, 2010, 130). Ayrıca, ISO 9000 sertifikasyonu, ürünlerin / hizmetlerin kalitesini garanti etmemekte, daha ziyade işletme süreçlerinin belirli prosedürlere uygun bir şekilde yerine getirilmesini sağlamaktadır (Fotopoulos, Psomas ve Vouzas, 2010, 130).

2.3. Tüketici Hakları ve Tüketicinin Korunması

1962 yılında John F. Kennedy, tüm dünya için bir dönüm noktası teşkil edecek 4 tüketici hakkını açıklayarak, tüketici haklarının devletçe korunması gereğini ortaya koymuştur. Bu haklar (Estes, 1971, 6; Brunk, 1973, 12; Sigband, 1974, 7; İlban, 2002, 16; Quazi, 2002, 37; Reisch, 2004, 14; Mert, 2007, 13; Al-Ghamdi vd., 2007, 72; Mayer, 2008, 115; Özel, 2008, 295; Throne-Holst ve Strandbakken, 2009, 384; Cohen, 2010, 238; Mierzwinski, 2010, 580):

- Güvenlik Hakkı (GH)
- Bilgi Edinme Hakkı (BH)
- Seçme Hakkı (SH)
- Temsil Edilme ve Sesini Duyurma Hakkı (TEÖSDH)'dir.

Tüketicinin korunmasına yönelik genel hareketlenme Birleşmiş Milletler Örgütü'nü de etkilemiştir. Bu etkilenme neticesinde BM, 1985 yılında “Tüketicinin Korunması Hakkındaki Prensipleri” kabul etmiştir. Bu prensipler doğrultusunda BM tarafından “Evrensel Tüketici Hakları” tüm dünyaya duyurulmuştur. Kennedy tarafından ortaya konulan 4 tüketici hakkına ilave haklar şunlardır (İlban, 2002, 17; Wilkinson-Eno, 2005, 6; Pham, 2006, 14; Mert, 2007, 13; Özel, 2008, 295):

- Temel İhtiyaçların Tatmin Edilmesi Hakkı (TİTEH)
- Tazminat Hakkı (TH)
- Tüketici Eğitimi Hakkı (TEH)
- Sağlıklı Bir Çevre Hakkı (SÇH)

Dar anlamada tüketicinin korunması, tüketicinin alışverişlerde ödediği paranın tam karşılığını mal veya hizmet olarak alması (Mert, 2007, 6; Kırkbir ve Cengiz, 2008, 56), yani tüketicinin kötü ticari hizmetlerden korunması demektir (Peters ve Muraleedharan, 2008, 2137). Geniş anlamda tüketicinin korunması ise; tüketici ile üretici arasındaki ilişkiyi belirleyen gerekli idari, teknik, hukuki ve ekonomik önlemlerdir (Mert, 2007, 6). Tüketicinin korunması sadece ürün güvenliği ve bilginin dağıtılması (yayılmaması) için değil, aynı zamanda satın alma gücü, üretim öncelikleri, bankacılık politikası ve diğer konular için de geçerlidir (McMannon, 1994, 8).

3. YÖNTEM

Kalite Yönetim Sistemleri ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, bu sistemlerin sadece işletmeler için olan önemine, sağladığı faydalara ve uygulama zorluklarına değinildiği tespit edilmiş ve bu sistemlerin tüketicileri ilgilendiren boyutları ile ilgili eksiklikler olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle, kalite yönetim sistemleri, tüketici hakları, tüketicilik ve tüketicinin korunması gibi konularda ağırlıklı olarak yabancı kaynaklar ve az sayıda yerli kaynaktan faydalanılarak gerekli literatür oluşturulmaya çalışılmıştır. Başarılı bir şekilde yürütülen Kalite Yönetim

Sistemlerinin uluslararası düzeyde belirlenen tüketici haklarının korunmasına yönelik duyarlılığını tespit etmek amacıyla anket oluşturulmuştur. Bu anket aracılığıyla elde edilen veriler istatistiki yöntemlerle analiz edilmiştir. Bu bölümde araştırma yöntemine ilişkin bilgiler verilmektedir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Kalite Yönetim Sistemleri konusunda yapılan çalışmalar incelendiğinde, çalışılan konuların genellikle KYS'nin işletmelere sağladığı yararlar ve bu sistemin uygulanmasında karşılaşılan zorluklar üzerine olduğu anlaşılmaktadır (Ör. Rayner ve Porter, 1991; Marquardt, 1992; Prasad ve Naidu, 1994; Buttle, 1996; Carlson ve Carlson 1996; Buttle, 1997; Jones vd., 1997; Mo ve Chan, 1997; Lee, 1998; Brown, Van Der Wiele ve Loughton, 1998; Huarng vd., 1999; Beattie ve Sohal, 1999; Casadesus ve Gimenez, 2000; Gotzamani ve Tsiotras, 2002; Casadesus ve Karapetrovic, 2005b; Casadesus ve Karapetrovic, 2005a; Casadesus ve Karapetrovic, 2005c; Singh vd., 2006; Fotopoulos, Psomas ve Vouzas, 2010; Keating ve Harrington, 2002). Fakat yukarıda belirtilen çalışmalar ve bu çalışmalara ilave olarak kalite yönetim sistemleri ile ilgili yapılan sınırlı sayıdaki çalışmaların içeriğinde çok kısa da olsa tüketici haklarını ilgilendiren bazı bilgilere değinilmiştir.

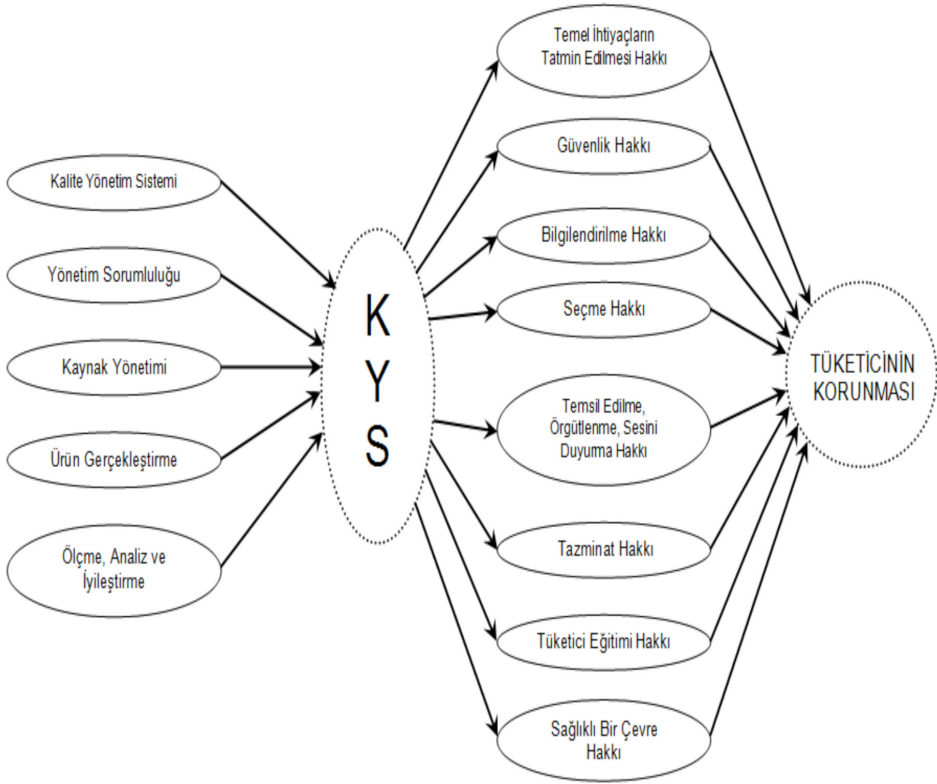
Laux'un (2007) yapmış olduğu çalışmada, bir KYS'nin müşteri ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanmasına katkı sağladığı belirtilmiştir. Yine Akın vd.'nin (1998) Toplam Kalite Yönetimi ve ISO 9000 Kalite Güvence Sistemi ile ilgili çalışmalarında, kalite sisteminin etkin bir şekilde işleyişini gösterdikleri kalite hal-kasında, tüketici gereksinimlerinin belirlenmesinin alıcıya ulaşan kaliteyi etkilediğini ifade etmişlerdir.

Gaedeke (1969) ve Udo-Aka'nın (1974) tüketiciliğin uluslararasılaşması ile ilgili yaptıkları çalışmada, ISO'nun bilgilendirici etiketleme konusunda tüketicinin korunmasına katkısı olduğuna yer verilmiştir. Buttle (1996) ve Buttle (1997)'nin yaptıkları çalışmada KYS'nin, işletmelerin verdikleri bilgiler hakkında tutarlılık sağladığı ve dolandırıcılık / hile konusunda tüketicileri koruduğu belirlenmiştir. Gotzamani ve Tsiotras da (2002) KYS sayesinde işletmelerin tüketicilerle daha iyi iletişim kurma imkanına sahip oldukları ifade edilmiştir. Yine Ertuğrul (2006), Halis (2008) ve Halis'in (2010) ISO 9001:2008 KYS'nin yararlarına değindikleri çalışmada, tüketici tatmininin sağlanmasında hızlı iletişimin önemine vurgu yapılmıştır.

Al-Ghamdi, Sohail ve Al-Khaldi (2007), tüketiciyi koruma kuruluşlarına yönelik bir araştırma yapmışlardır. Bu araştırma sonucunda, tüketicinin genel

memnuniyetinde, bu kuruluşların belirlemiş olduğu hedeflerin ve rollerin etkisinin büyük olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, işletmelerin de bu kuruluşların belirlemiş oldukları hedefler konusunda duyarlı olmaları sayesinde müşteri memnuniyetlerinin artırılmasında katkı sağlayacaktır. Singh vd. (2006) ISO 9000 serilerine yönelik yaptıkları çalışmada, bu standartların çevre şikayetlerini azaltma etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir.

“Kalite Yönetim Sistemi”, “Tüketici Hakları” ve “Tüketicinin Korunması”na ilişkin süreç, araştırma modelinin oluşturulmasında önemli bir rol oynamıştır. Araştırma amacı temel alınarak şekil 1’deki araştırma modeli oluşturulmuştur.



Şekil 1. Kalite Yönetim Sistemlerinin Tüketici Haklarını Koruması ve Tüketicinin Korunması Duyarlılığına İlişkin Araştırma Modeli

Yapılan bu araştırma ile benzer bir çalışmanın bulunmaması sebebiyle kalite yönetim sistemleri ile ilgili yapılmış çalışmalardan ve Birleşmiş Milletler tarafından belirlenmiş tüketici haklarından yola çıkarak, kalite yönetim sistemlerinin tüketicinin korunması duyarlılığını açıklayabileceği öngörülen aşağıdaki hipotezlerin test edilmesi, konunun açıklığa kavuşturulması için oldukça önemlidir.

HİPOTEZLER

- **Hipotez 1:** Kalite Yönetim Sistemleri ile tüketicinin “Temel İhtiyaçların Tatmin Edilmesi Hakkı” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- **Hipotez 2:** Kalite Yönetim Sistemleri ile tüketicinin “Güvenlik Hakkı” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- **Hipotez 3:** Kalite Yönetim Sistemleri ile tüketicinin “Bilgilendirilme Hakkı” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- **Hipotez 4:** Kalite Yönetim Sistemleri ile tüketicinin “Seçme Hakkı” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- **Hipotez 5:** Kalite Yönetim Sistemleri ile tüketicinin “Temsil Edilme, Örgütlenme, Sesini Duyurma Hakkı” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- **Hipotez 6:** Kalite Yönetim Sistemleri ile tüketicinin “Tazminat Hakkı” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- **Hipotez 7:** Kalite Yönetim Sistemleri ile “Tüketici Eğitimi Hakkı” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- **Hipotez 8:** Kalite Yönetim Sistemleri ile tüketicinin “Sağlıklı Bir Çevre Hakkı” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

3.2. Araştırmanın Evreni

Araştırma evreni olarak İstanbul ilinde faaliyet göstermekte olan 5 yıldızlı otel işletmeleri yöneticilerinin seçilmesinin nedeni, büyük ölçekli otel işletmelerinin küçük ölçekli otel işletmelerine nazaran daha kurumsallaşmış ilkelere ve belirli bir sistematığe dayalı olarak yönetimlerinin gerçekleştirilmesi ve İstanbul ilindeki otel işletmelerin hem turistik amaçlı ziyarette bulunan hem de iş-toplantı amaçlı kişiler tarafından tercih edilmesi ve bunun yanı sıra 12 ay hizmet vermesi gibi sebeplerle tüketici tatmininin daha ön planda tutulması varsayımdır. Ayrıca araştırmada ISO 9001:2008 KYS'nin tüketicinin korunması duyarlılığının tespit edilmesi amaçlandığı için Uygunluk Sertifikası'na sahip olmayan işletmeler evrenin dışında bırakılmıştır.

Buradan yola çıkarak araştırma evreninin tespit edilmesi amacıyla bilgi edinme kanunu kapsamında İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden İstanbul'da faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmelerinin listesi istenmiş ve 47 adet 5 yıldızlı otel işletmesinin bulunduğu tespit edilmiştir. Araştırma evreninin tespiti için yapılan araştırma sonucuna göre 47 otelin 20'sinin ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikası'na sahip olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla araştırmanın evreni, İstanbul'da faaliyet gösteren ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikası'na sahip 20 adet 5 yıldızlı otel işletmelerinden oluşmaktadır. Evrenin tamamı ulaşılabilir bir sayı olduğu için evrenin tamamından anket yoluyla veriler toplanmıştır.

3.3. Veri Toplama Aracı ve Teknikleri

Kalite Yönetim Sistemlerinin tüketicinin korunması duyarlılığını ortaya koyma amacına yönelik yapılan bu araştırmada veri toplanması için anket tercih edilmiştir. Anketin oluşturulması için kalite yönetim sisteminin başarılı bir şekilde yürütülüp yürütülmediğini ortaya koyan iç tetkik soruları ve tüketici hakları ile ilgili literatür taraması sonucu elde edilen bilgilerden yararlanılmıştır. Bu bilgilerden yola çıkarak verilerin toplanması amacıyla anket formu geliştirilmiştir.

Anket 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, otel işletmelerinin tüketici haklarını koruma düzeylerinin tespit edilmesine çalışılmış ve tüketici hakları ile ilgili yapılmış çalışmalardan (Estes, 1971; Pham, 2006; Mert, 2007; Throne-Holst ve Strandbakken, 2009) yararlanılmıştır. İkinci bölümde otel işletmelerinin kalite yönetim sistemini uygulamadaki başarısının ortaya konması hedefine ulaşabilmek için ISO 9001:2008 KYS iç tetkik sorularından faydalanılmıştır. Üçüncü bölümde, araştırma evrenini oluşturan otel işletmelerinin özellikleri ve son olarak dördüncü bölümde ise katılımcıların sosyo-demografik özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Otel işletmelerinin tüketici haklarını koruma düzeylerinin belirlenmesine yönelik 34 ifade ve kalite yönetim sisteminin başarısını ölçen 98 ifade belirlenmiştir. Bu ifadelerin değerlendirilmesinde “Likert Tipi Beşli Derecelendirme” kullanılmıştır.

3.4. Verilerin Analizi ve Güvenilirlik

Araştırma sonucunda elde edilen verilerin değerlendirilmesinde ve analizinde SPSS 19.0 (Statistical Package for the Social Science) programından yararlanılmıştır. Bu amaçla anket formlarından elde edilen veriler bilgisayar ortamında SPSS programına kaydedilmiş ve verilerin analizi yapılmıştır. Araştırmaya katılan işletmeler ve katılımcılara ait bilgiler yüzde ve frekans değerleriyle analiz edilmiştir. Bununla birlikte otel işletmelerinde tüketici haklarının korunması düzeyleri ve kalite yönetim sistemlerinin başarı düzeyleri yine frekans ve yüzde dağılımları verilerek değerlendirilmiştir.

Güvenilirlik analizi, herhangi bir konuda örnekleme oluşturan birimler üzerinden veri toplamak amacı ile geliştirilen ölçme aracını oluşturan ifadelerin, kendi aralarında tutarlılık gösterip göstermediğini test etmek amacı ile kullanılmaktadır (Ural ve Kılıç, 2011, 286). Güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha en yaygın kullanılan güvenilirlik katsayısıdır), 0 ile 1 arasında değerler alır ve bu değer 1'e yaklaştıkça güvenilirlik artmaktadır (Ural ve Kılıç, 2011, 286).

Geliştirilen anket formunun güvenilirliğini belirlemek amacıyla bir pilot çalışma yapılmıştır. Bu pilot çalışma, Kasım (2012)-Ocak (2013) ayları arasında İstanbul'daki ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikası'na sahip 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışmakta olan ve bu işletmelerdeki KYS'yle ilgilenen 15 kişinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışmanın ön testi yapılmış ve Cronbach Alfa “Kalite Yönetim Sistemi Başarı Ölçeği”nin katsayısı 0,993 ve “Tüketici Haklarının Korunması Ölçeği”nin katsayısı 0,842 bulunmuştur. Bu bağlamda araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan anketin güvenilirlik düzeyinin oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLAR

Bu bölümde, ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikası'na sahip 5 yıldızlı otel işletmelerinin tüketici haklarının korunması düzeylerinin belirlenmesi ve KYS'nin tüketicinin korunması duyarlılığının ortaya konulması amacıyla araştırma analizlerine yer verilmiştir.

4.1. Araştırmaya Katılan İşletmelere İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu kısmında, evreni oluşturan otel işletmelerinin özelliklerinin ortaya konması hedeflenmiştir. Bu doğrultuda anket formuyla işletmelere yöneltilen yönetim türleri, pansiyon türleri, faaliyet süreleri, yatak kapasiteleri, çalışan personel sayıları ve ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikası'na sahip olma süreleri ile ilgili sorulardan elde edilen bulgular Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan İşletmelere İlişkin Bulgular

İşletmeye İlişkin Bilgiler	Sıklık (N)	Yüzde (%)
İşletme Yönetim Türü		
Ulusal Zincir	5	25.0
Uluslararası Zincir	10	50.0
Bağımsız	5	25.0
İşletme Pansiyon Türü		
Oda-Kahvaltı	16	80.0
Herşey Dahil	3	15.0
Tam Pansiyon	1	5.0
Yarım Pansiyon	-	-
İşletme Faaliyet Süresi		
1-5 Yıl	5	25.0
6-10 Yıl	8	40.0
11-15 Yıl	1	5.0
16 Yıl ve üzeri	6	30.0
İşletme Yatak Kapasitesi		
250'den az	6	30.0
250-499 Yatak	7	35.0
500-749 Yatak	3	15.0
750-999 Yatak	1	5.0
1000 Yatak ve üzeri	3	15.0
İşletme Personel Sayısı		
0-49 Personel	-	-
50-249 Personel	13	65.0
250-499 Personel	6	30.0
500 Personel ve üzeri	1	5.0
ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikası Sahip Olma Süresi		
0-2 Yıl	5	25.0
3-5 Yıl	10	50.0
6 Yıl ve üzeri	5	25.0

Tablo 1'de görüldüğü gibi, araştırma kapsamındaki 20 işletmenin % 50'si uluslararası zincir işletme olduğu, pansiyon türleri incelendiğinde ise % 80'inin sadece oda-kahvaltı hizmeti ile çalıştığı, faaliyet sürelerine ilişkin verilerin dağılımı incelendiğinde ise 8 otel işletmesinin (% 40.0) 6-10 yıl arası süredir faaliyetlerine devam ettiği tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan otel işletmelerinin yatak kapasitelerinin dağılımına bakıldığında, 7 otel işletmesinin (% 35.0) 250-499 yatak kapasitesine sahip olduğu, otel işletmelerindeki personel sayıları incelendiğinde, % 65'in 50-249 arasında personele sahip olduğu görülmektedir. Tablo 1'de ayrıca otel işletmelerinin ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikasına sahip olma süreleri görülmektedir. Tablo incelendiğinde, otel işletmelerinin % 50'sinin 3-5 yıldır bu sertifikaya sahip olduğu görülmektedir.

4.2. Araştırmaya Katılan Kişilere İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin ortaya konması amaçlanmıştır. Bu amaçla katılımcılara, cinsiyetleri, yaşları, medeni durumları, işletmedeki pozisyonları, otelcilik sektöründeki çalışma süreleri, eğitim durumları ve eğitim alanları ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların bu sorulara verdikleri yanıtlara ilişkin bulgular Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikler

Katılımcıya İlişkin Bilgiler	Sıklık (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Erkek	10	50.0
Kadın	10	50.0
Yaş		
21-25 Yaş	5	25.0
26-30 Yaş	5	25.0
31 Yaş ve üstü	10	50.0
Medeni Durum		
Evli	14	70.0
Bekar	6	30.0
İşletmedeki Pozisyon		
Kalite (Yönetim) Temsilcisi	6	30.0
İnsan Kaynakları Müdürü	3	15.0
Önbüro Müdürü	6	30.0
Pazarlama Müdürü	2	10.0
Diğer	3	15.0
Otelcilik Sektöründeki Çalışma Süresi	Sıklık (N)	Yüzde (%)
1-5 Yıl	7	35.0
6-10 Yıl	3	15.0
10 Yıldan fazla	10	50.0
Eğitim Durumu		
Lise	2	10.0
Üniversite	15	75.0
Lisansüstü	3	15.0
Eğitim Alanı		
Mesleki Turizm Eğitimi	7	35.0
Diğer	13	65.0

Tablodan da anlaşılacağı üzere araştırmanın evrenini oluşturan 20 otel işletmesindeki katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımları eşittir. Otel işletmelerinde KYS ile ilgilenen çalışanların yaş dağılımlarına bakıldığında ise, % 50'sinin 31 yaş ve üstünde olduğu ve % 70'inin evli olduğu görülmektedir. KYS uygulamalarından sorumlu kişilerin % 30'unun Kalite (Yönetim) Temsilcisi ve yine % 30'unun Önbüro Müdürü olduğu tespit edilmiştir. Yine bu kişilerin % 50'sinin 10 yıldan daha fazla süredir bu sektörde çalıştıkları ve % 75'inin üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Bu kişilerin mezun oldukları eğitim alanları incelendiğinde ise 7'sinin (% 35.0) mesleki turizm alanında eğitim aldıkları tespit edilmiştir.

4.3.Araştırma Alanına İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma alanına ilişkin olarak hazırlanmış kapalı uçlu sorularla, araştırmanın evrenini oluşturan otel işletmelerinde Kalite Yönetim Sistemi'nin işletmede başarılı bir şekilde uygulanıp uygulanmadığı, otel işletmelerinin tüketici haklarının korunmasına verdikleri önemi belirlemeye ve son olarak başarılı bir şekilde uygulanan ISO 9001:2008 KYS'nin tüketici haklarının korunması üzerinde duyarlılığının belirlenmesine yönelik sorulardan elde edilen bulgulara yer verilmektedir.

4.3.1.ISO 9001:2008 KYS'nin Yönetilmesine İlişkin Genel Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde otel işletmelerinin ISO 9001:2008 KYS uygulamalarının mevcut durumları ve başarıları değerlendirmeye çalışılmıştır. ISO 9001:2008 genel iç tetkik sorularından yola çıkarak oluşturulan “Kalite Yönetim Sistemi Başarı” ölçeği, kalite yönetim sistemi, yönetim sorumluluğu, kaynak yönetimi, ürün gerçekleştirme ve ölçme, analiz ve iyileştirme alt unsurlarından meydana gelmektedir.

Kalite Yönetim Sistemi başarı ölçeğini oluşturan ilk unsur Kalite Yönetim Sistemi (KYS) genel değerlendirmesini oluşturan ifadelerin aritmetik ortalamaları, standart sapmaları ve bağıl değişkenlik katsayıları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Kalite Yönetim Sistemi Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar ve Standart Sapmalar

İFADELER	\bar{x}	s.s.	V
Kalite Yönetim Sistemi için ihtiyaç duyulan prosesler ve bunların uygulamaları belirlenir.	4.60	.68	0.148
Proseslerin sırası ve etkileşimi belirlenir ve bunların çalıştırılması ve izlenmesi için gerekli kaynaklar ve bilgiler sağlanır.	4.30	.80	0.186
Proseslerin izleme, ölçme ve analizi yapılır.	4.40	.88	0.200
Proseslerin sürekli iyileştirilmesi için gereken faaliyetler uygulanır.	4.30	.80	0.186
Prosesler standart şartlarına uygun olarak yönetilmektedir.	4.55	.69	0.152
Kuruluş, ürünün şartlara uygunluğunu etkileyen dış kaynaklı proseslerini tanımlar ve bunların kontrolünü de sağlar.	4.45	.76	0.171
Kalite politikası ve kalite hedefleri dokümanite edilir.	4.60	.88	0.191
Kalite el kitabı, ISO 9001:2008'de istenen prosedürleri, proseslerin etkin planlanması, uygulanması ve kontrolünü sağlamak için kuruluşun ihtiyaç duyduğu dokümanları, ISO 9001:2008'de istenen kayıtları içerir.	4.55	1.00	0.220
Kuruluş, kalite el kitabını oluşturur.	4.55	.76	0.167
El kitabı, KYS' nin dokümanite edilmiş prosedürleri veya bunlara atıflarını içerir.	4.60	.94	0.204
El kitabı, KYS proseslerini ve aralarındaki etkileşimleri içerir.	4.45	1.00	0.225
İlgili kayıtların kontrol yöntemleri tanımlanır ve belirlenir.	4.40	.99	0.225
El kitabı, prosedürler, talimatlar yayınlanmadan önce yeterlilikleri için onaylanır.	4.35	1.04	0.239
Dokümanların gerektiğinde gözden geçirilmesi, güncelleştirilmesi ve tekrar onaylanması, doküman değişikliklerin ve güncel durumunun belirlenmesi sağlanır.	4.55	.94	0.206
Yürürlükteki dokümanların ilgili baskılarının kullanım noktalarında bulundurulması, dokümanların okunabilir olması ve kolaylıkla tanımlanabilmesi sağlanır.	4.70	.73	0.155
Dış kaynaklı dokümanlar belirlenmekte ve dağıtımlarının kontrol altına alınması, güncelliğini yitirmiş dokümanların istenmeyen kullanımının önlenmesi ve herhangi bir amaçla saklanması durumunda uygun bir işaretleme yöntemi uygulanır ve bu hususlar ilgili prosedürde yer alır.	4.65	.59	0.127
Kayıtlar oluşturulup muhafaza edilir.	4.55	.76	0.167
Kayıtlar okunabilir, kolaylıkla ayırt edilebilir ve tekrar ulaşılabilir durumdadır.	4.40	.75	0.170
Kayıtların muhafazası, korunması, tekrar ulaşılabilir olması, saklama süresi ve elden çıkarılması için gereken kontrollerin belirlenmesi amacıyla dokümanite edilmiş prosedür oluşturulur.	4.10	.97	0.236
KALİTE YÖNETİM SİSTEMİ (KYS)	4.48	.67	0.149

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

Tablo 3’te “Kalite Yönetim Sistemi Başarı Kriteri” ölçeğinin “Kalite Yönetim Sistemi (KYS)” genel kriterlerinin uygulama düzeyleri görülmektedir. Bu boyuta ilişkin aritmetik ortalamalar incelendiğinde, araştırma evrenini oluşturan 20 işletmenin hepsinin “çoğu zaman” ve “her zaman” düzeyinde bu şartları ve kontrolleri karşıladıkları tespit edilmiştir.

Tablo 3’ten yola çıkarak, KYS boyutuna ait standart sapma değerlerine ilişkin yorumlamalar yapılırken, bağıl değişken katsayısı da dikkate alınarak yorum yapılmıştır. Değişkenlik katsayısı ise aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Tetik, 2012, 290):

V: Bağıl değişkenlik, ss: Standart Sapma, \bar{x} : Aritmetik Ortalama

$$V = ss / \bar{x}$$

Yukarıdaki formülden hareketle değişkenlik katsayısı hesaplandığında, bulunan değer 0,30’dan küçük ise görüşler arasındaki farkın azaldığı, dolayısıyla cevapların homojen bir yapıya sahip olduğu; eğer bulunan değer 0,30’dan büyükse cevapların heterojen bir yapıda olduğu söylenebilir (Şahin, 2011, 410). Tablo 3’e bakıldığında KYS faktörüne ilişkin tüm önermelerin değişkenlik katsayılarının $V \leq 0,30$, yani önermelere ilişkin verilen cevapların homojen bir dağılım gösterdiği görülmektedir.

Tablo 4, KYS Başarı Ölçeğini oluşturan ikinci alt unsur olan “Yönetim Sorumluluğu (YS)”nu oluşturan ifadelerin aritmetik ortalamaları, standart sapmaları ve bağıl değişkenlik katsayıları göstermektedir.

Tablo 4. Yönetim Sorumluluğu Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	\bar{x}	s.s.	V
Üst yönetim, kalite politikasını oluşturup müşteri şartlarının ve yasal şartların yerine getirilmesinin öneminin çalışanlarca anlaşılmasını sağlar.	4.20	.89	0.212
Kalite hedefleri oluşturulur.	4.20	1.06	0.252
Yönetim gözden geçirmesi gerçekleştirilir.	4.20	1.06	0.252
Gerekli kaynaklar sağlanır.	4.15	.99	0.238
Üst yönetim, müşteri memnuniyetinin artırılması amacıyla yönelik müşteri şartlarının belirlenmesi ve yerine getirilmesini sağlar.	4.05	1.10	0.272
Üst yönetim, kuruluşun amacına uygun olarak kalite politikasını oluşturur.	4.05	1.05	0.259
Kalite politikası, KYS'nin sürekli iyileştirmesi taahhüdünü içerir.	4.05	1.14	0.281
Kalite politikasının kuruluş içinde iletilmesi, anlaşılması ve sürekli uygunluk için gözden geçirilmesi sağlanır.	4.10	1.16	0.283
Kalite hedefleri, kuruluşun ilgili fonksiyon ve seviyelerinde oluşturulur.	4.05	1.19	0.294
Üst yönetim, KYS planlamasını, bütünlüğünün sürdürülmesini sağlar.	4.15	1.18	0.284
Sorumluluk ve yetkiler üst yönetim tarafından tanımlanıp, kuruluş içinde iletilir.	4.20	1.20	0.286
KYS için gerekli proseslerin oluşturulması, uygulanması ve sürdürülmesi, KYS performansı ve iyileştirilme ihtiyaçları hakkında üst yönetime rapor verilmesi ve kuruluştaki müşteri şartlarının bilincinde olunmasının yayınlaştırılmasının sağlanması yetki ve sorumluluklarına sahip bir üye temsilci olarak atanır.	4.25	1.07	0.252
Üst yönetim, kuruluş içinde uygun iletişim proseslerinin oluşturulmasını sağlar.	4.25	1.02	0.240
Üst yönetim, KYS'nin verimliliğini sağlamak için iletişimin etkin bir şekilde gerçekleşmesini sağlar.	4.20	.95	0.226
Üst yönetim, kuruluşun KYS'ni planlanan aralıklarda gözden geçirir.	4.35	.87	0.200
Yönetimin gözden geçirme kayıtları muhafaza edilir.	4.30	.98	0.228
Yönetimin gözden geçirmesi ile ilgili girdiler; Tetkiklerin sonuçlarını, müşteri geri beslemesini, proses performansı ve ürün uygunluğunu, önleyici ve düzeltici faaliyetlerin durumunu, önceki yönetim gözden geçirmelerinden devam eden takip faaliyetlerini, KYS'ni etkileyebilecek değişiklikleri, iyileştirme için önerileri, içerir.	4.20	.95	0.226
Yönetimin gözden geçirme çıktısı; KYS ve proseslerin etkinliğinin iyileştirilmesi, müşteri şartları ile ilgili ürünün iyileştirilmesi, kaynak ihtiyaçları ile ilgili karar ve eylemleri içerir.	4.35	.99	0.227
YÖNETİM SORUMLULUĞU (YS)	4.18	.98	0.234

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

Tablo 4'te yönetim sorumluluğu (YS) boyutuna ilişkin aritmetik ortalamalar, standart sapmalar ve değişkenlik katsayıları görülmektedir. Kalite Yönetim Sistemi boyutuna ilişkin çizelgede olduğu gibi bu boyuta ait aritmetik ortalamalarının da “çoğu zaman” ve “her zaman” düzeyinde değiştiği ve araştırma evrenini oluşturan 20 otel işletmesinin de yönetim sorumluluğunu ilgilendiren konuları karşıladıkları tespit edilmiştir. Yine tüm önermelerin değişkenlik katsayılarının 0,30'un altında olduğu ve önermelere ilişkin verilen cevapların homojen bir dağılım gösterdiği görülmektedir.

Kalite Yönetim Sistemi'nin yönetilmesine ilişkin diğer bir alt boyut “Kaynak Yönetimi (KY)” boyutudur (Tablo 5).

KY boyutuna ait aritmetik ortalama, standart sapma ve değişkenlik katsayıları incelendiğinde, verilen önermelere katılım düzeylerinin “çoğu zaman” ve “her

Tablo 5. Kaynak Yönetimi Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	\bar{X}	s.s.	V
Kuruluş, KYS için gerekli olan kaynakları belirler ve bu kaynakları sağlar.	4.40	.68	0.154
Ürün kalitesini etkileyen işi yapan personel, eğitim, öğrenim, beceri ve deneyim yönünden yeterlidir.	4.35	.74	0.170
Kuruluş, kaliteyi etkileyen personelin sahip olması gereken nitelikleri belirler.	4.50	.76	0.169
Kuruluş, personel için yeterli eğitimi sağlayıp etkinliğini değerlendirir.	4.60	.68	0.148
Kuruluş, personelinin yaptığı işlerin öneminin ve uygunluğunun farkında olmasını sağlar.	4.45	.82	0.184
Kuruluş, eğitim, öğrenim, beceri ve deneyim konusunda uygun kayıtları muhafaza eder.	4.35	.81	0.186
Kuruluş, ürün şartlarında uygunluğu sağlamak için gerekli olan alt yapıyı belirler ve bu alt yapıyı sürdürür.	4.55	.60	0.132
Kuruluş, ürün şartlarında uygunluğu sağlamak için gerekli olan çalışma ortamını belirler ve bu ortamı yönetir.	4.45	.76	0.171
KAYNAK YÖNETİMİ (KY)	4.46	.63	0.141

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

zaman” arasında değişiklik gösterdiği görülmektedir. Kaynak yönetimi boyutu değişkenlik katsayıları 0,30'dan küçüktür ve önermelere verilen yanıtlar homojen bir dağılım göstermektedir.

Tablo 6, ürün gerçekleştirme (ÜG) boyutunun aritmetik ortalama, standart sapma ve değişkenlik katsayılarını göstermektedir.

Tablo 6. Ürün Gerçekleştirme Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	\bar{x}	S.S.	v
Kuruluş, ürünün gerçekleştirilmesi için gerekli prosesleri planlar ve geliştirir.	4.45	.69	0.155
Kuruluş, ürün gerçekleştirme planlamasında; kalite hedefleri ve ürün için şartları belirler.	4.35	.81	0.186
Proseslerin ve ilgili dokümanların oluşturulması sağlanır.	4.25	.79	0.186
Ürüne özgü gerekli doğrulama, geçerli kılma, izleme, muayene ve deney faaliyetleri ve ürün kabulü için kriterler oluşturulur ve ilgili kayıtlar belirlenir.	4.35	.67	0.154
Kuruluş, teslim ve teslim sonrası faaliyetler için şartlar da dahil olmak üzere müşteri tarafından belirtilmiş olan şartları, müşteri tarafından beyan edilmeyen ancak belirtilen veya tanımlanan veya amaçlanan kullanım için gerekli olan şartları, ürünle ilgili yasal mevzuat şartlarını, ilave şartları belirler.	4.25	.85	0.200
Kuruluş ürüne bağlı şartları gözden geçirir.	4.20	.69	0.164
Bu gözden geçirme kuruluşun müşteriye ürünü sağlamayı taahhüt etmesinden önce yapılır.	4.40	.60	0.136
Bu gözden geçirme; Ürün şartlarının tanımlanmasını, önceden ifade edilenlerden farklı olan sözleşme veya sipariş şartlarının çözülmesini, kuruluşun tanımlanan şartları karşılama yeterliliğine sahip olmasını içerir.	4.50	.51	0.113
Gözden geçirme ve bu gözden geçirmeden kaynaklanan faaliyetlere ait sonuçların kayıtları muhafaza edilir.	4.55	.51	0.112
Kuruluş; tadiller de dahil olmak üzere ürün bilgisi, başvurular, sözleşmeler veya sipariş alımı, müşteri şikayetleri de dahil olmak üzere müşteri geri beslemesi ve müşterilerle iletişim için gerekli düzenlemeleri belirleyerek uygular.	4.70	.47	0.100
Seçme, değerlendirme ve tekrar tekrar değerlendirme için kriterler oluşturulur	4.60	.60	0.130
Değerlendirme sonuçları ve bu değerlendirme sonucu olarak ortaya çıkan gerekli faaliyetlerin kayıtları tutulur.	4.55	.60	0.132
Satın alma bilgisi satın alınacak ürünü açıklar.	4.50	.61	0.135
Satın alma bilgileri uygun olduğunda, ürün onayı prosedürleri, proses ve donanım için şartları, personelin niteliği için şartları, KYS şartlarını içerir.	4.40	.75	0.170
Kuruluş, satın alınan ürünün uygunluğu için muayene ve diğer faaliyetleri oluşturup uygular.	4.50	.61	0.135
Kuruluş, kontrollü şartlar altında üretim ve hizmet sağlamayı planlı bir şekilde yürütür.	4.60	.60	0.130
Kuruluş ürünü, ürün gerçekleştirilmesi boyunca uygun yollarla tanımlanır.	4.65	.49	0.105
Kuruluş, izlenebilirlik bir şart olduğunda ürünün belirlenmesini sağlayıp kayıt eder.	4.80	.41	0.085
Kuruluş, kullanım için veya ürünü oluşturacak şekilde birleştirmek için sağlanan müşteri mülkiyetini tanımlayıp, doğrulayıp, koruma ve güvenliğini sağlar.	4.80	.41	0.085
Herhangi bir müşteri mülkü kaybolursa, zarar görürse veya kullanım için uygun olmayan hale geldiğinde bu durum müşteriye raporlanıp, kayıtları muhafaza edilir.	4.75	.44	0.092
Kuruluş yapılacak izleme ve ölçmeyi ürünün belirlenen şartlara uygunluğunu kanıtlamak için gereken izleme ve ölçme cihazlarını belirler.	4.55	.51	0.112
Kuruluş, izleme ve ölçmelerin yapılabilmesini ve bunların izleme ve ölçme şartları ile tutarlı olmasını sağlayacak prosesleri oluşturur.	4.35	.49	0.113
Geçerli sonuçların sağlanması için gerekli olduğu yerlerdeki ölçme teçhizatı; belirli aralıklarla veya kullanımdan önce uluslar arası veya ulusal referans ölçme standartlarına göre izlenebilir ölçme standartları ile kalibre edilir veya doğrulanır.	4.45	.51	0.115
Bu cihazlar kullanım, taşıma, bakım ve depolama sırasında hasar ve bozulmalara karşı korunur.	4.60	.50	0.109
Kuruluş, teçhizatın şartlara uygunluğu bulunmadığı durumlarda daha önceden yapılmış ölçüm sonuçlarının geçerliliğini değerlendirip kaydeder.	4.60	.50	0.109
Kuruluş, bu durumdan etkilenen teçhizatı ve ürün hakkında uygun tedbiri alır.	4.70	.47	0.100
Kalibrasyon ve doğrulama sonuçlarının kayıtları tutulur.	4.40	.60	0.136
ÜRÜN GERÇEKLEŞTİRME (ÜG)	4.51	.42	0.093

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

ÜG boyutuna işletmelerin katılım düzeyleri önceki boyutlarda olduğu gibi “çoğu zaman” ve “her zaman” arasında değişmektedir. Ölçeğin genel değişkenlik ortalaması da (0,093) 0,30’un altında hesaplanmış ve önermelere verilen yanıtların homojen bir dağılım gösterdiği belirlenmiştir.

Ölçme, Analiz ve İyileştirme (ÖAİ) boyutuna ait standart sapma, aritmetik ortalama ve değişkenlik katsayıları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Ölçme, Analiz ve İyileştirme Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	\bar{X}	s.s.	V
Kuruluş, ürünün ve KYS'nin uygunluğu ve etkinliğinin sürekli iyileştirilmesi için, gerekli olan izleme, ölçme, analiz ve iyileştirme proseslerini planlar ve uygular.	4.55	.60	0.132
Ölçme, analiz ve iyileştirme prosesleri istatistik teknikler ve uygulanabilir metodlar belirlenerek yapılır.	4.60	.60	0.130
Kuruluş, müşteri memnuniyetini ölçüp, değerlendirmesini yapar.	4.65	.49	0.105
Kuruluş, planlı aralıklarla iç tetkikleri gerçekleştirir.	4.65	.49	0.105
Tetkik programı, geçmiş tetkiklerin sonuçları da dahil olmak üzere, tetkik edilecek alanların ve proseslerin önem ve durumları dikkate alınarak planlanır	4.65	.49	0.105
Tetkikçilerin seçimi ve tetkikin uygulanması, prosesin objektifliğini ve tarafsızlığını sağlar.	4.60	.50	0.109
Tetkikçiler kendi işlerini de kontrol eder.	4.55	.76	0.167
Takip faaliyetleri, alınan tedbirlerin doğrulanması ve doğrulama sonuçlarının raporlanmasını da kapsar.	4.70	.47	0.100
Kuruluş, KYS proseslerinin izlenmesi ve uygulanabilen durumlarda ölçümü için uygun metodları uygular.	4.60	.50	0.109
Planlanmış sonuçlar başarısızlığında, ürünün uygunluğunu sağlamak için gerektiğinde düzeltmeler ve düzeltici faaliyetler başlatılır.	4.60	.50	0.109
Kuruluş ürün şartlarının yerine getirildiğini doğrulamak için ürünün karakteristiklerini izler ve ölçer.	4.70	.47	0.100
Bu doğrulama ürün gerçekleştirme prosesinin uygun aşamalarında planlanan düzenlemelere göre gerçekleştirilir.	4.70	.47	0.100
Kabul kriterleri ile birlikte uygunluk kanıtları muhafaza edilir.	4.80	.41	0.085
Kayıtlar, ürünün serbest bırakılmasında yetkili kişi/kişilerin onayına sahiptir.	4.50	.76	0.169
Müşteri tarafından onaylanmadıkça, ürünün serbest bırakılması veya hizmet sunumunun gerçekleştirilmemesi sağlanır.	4.45	.82	0.184
Kuruluş, uygun olmayan ürün ile ilgili olarak tespit edilen uygunsuzluğu gidermek için tedbir alır.	4.35	.81	0.186
Mümkün olduğunda müşteriyle mutabakatla uygun olmayan ürünün kullanımı, serbest bırakılması veya kabulü için yetkilendirme yapılır.	4.35	.81	0.186
Uygunsuzlukların yapısı ve sonra alınan tedbirlere ait kayıtlar muhafaza edilir	4.40	.75	0.170
Uygun olmayan ürün düzeltildiğinde şartlara uygunluğunu göstermek için ürün yeniden doğrulanmaya tabi tutulur.	4.30	.92	0.214
Kuruluş, KYS'nin etkinliğini ve uygunluğunu göstermek ve KYS'nin etkinliğinin sürekli iyileştirilmesinin nerelerde yapılabileceğini değerlendirir için uygun verileri belirleyerek, toplayıp, analiz eder.	4.50	.83	0.184
Kuruluş, kalite politikasını, kalite hedeflerini tetkik sonuçlarını, verilerin analizini, düzeltici ve önleyici faaliyetleri ve YGG toplantılarını kullanmak yolu ile KYS'nin etkinliğini sürekli iyileştirir.	4.75	.44	0.093
Kuruluş, tekrarını önlemek amacıyla uygunsuzlukların sebeplerini giderecek düzeltici faaliyetleri başlatır.	4.70	.47	0.100
Düzeltilici faaliyet ile ilgili dokümanite edilmiş bir prosedür bulunur.	4.60	.50	0.109
Bu prosedür, müşteri şikayetleri dahil olmak üzere uygunsuzlukların gözden geçirilmesi, uygunsuzlukların nedenlerinin belirlenmesi, uygunsuzlukların tekrarını önlemek için faaliyet ihtiyacının değerlendirilmesi, gereken faaliyetlerin belirlenmesi ve uygulanması, başlatılan faaliyetin sonuçlarının kayıtları, başlatılan düzeltici faaliyetin gözden geçirilmesi için şartları içerir.	4.55	.69	0.152
Önleyici faaliyetle ilgili dokümanite edilmiş bir prosedür bulunur.	4.45	.82	0.184
Bu prosedür, potansiyel uygunsuzlukların ve bunların nedenlerinin belirlenmesi, uygunsuzlukların olmasını önlemek için faaliyet ihtiyacının değerlendirilmesi, ihtiyaç duyulan faaliyetlerin belirlenmesi ve uygulanması, başlatılan faaliyetin sonuçlarının kayıtları, başlatılan önleyici faaliyetin gözden geçirilmesi için şartları içerir.	4.40	.94	0.214
ÖLÇME, ANALİZ VE İYİLEŞTİRME (ÖAİ)	4.56	.52	0.114

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

Diğer faktörlerde olduğu gibi bu boyutu oluşturan önermelere verilen yanıtlar “çoğu zaman” ve “her zaman” arasında değişmektedir. Aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerinden yola çıkarak hesaplanan değişkenlik katsayıları da 0,30'un altında gerçekleşmiştir. Ölçme, Analiz ve İyileştirme boyutunun genel değişkenlik katsayısı da 0,114 olarak hesaplanmış ve önermelere verilen yanıtların homojen bir dağılım gösterdiği belirlenmiştir.

4.3.2. Tüketici Haklarının Korunmasına İlişkin Genel Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde otel işletmelerinin tüketici haklarını koruma düzeyleri değerlendirilmiştir. Literatür taraması sonucunda oluşturulan “Tüketici Haklarının Korunması” ölçeği, temel ihtiyaçların tatmin edilmesi hakkı, güvenlik hakkı, bilgilendirilme hakkı, seçme hakkı, temsil edilme, örgütlenme, sesini duyurma hakkı, tazminat hakkı, tüketici eğitimi hakkı ve sağlıklı bir çevre hakkı olmak üzere 8 faktörden oluşmaktadır.

Tablo 8, tüketici hakları faktörünün ilk boyutunu oluşturan temel ihtiyaçların tatmin edilmesi hakkı (TİTEH) boyutuna ilişkin aritmetik ortalama, standart sapma ve değişkenlik katsayılarını göstermektedir.

Tablo 8. Temel İhtiyaçların Tatmin Edilmesi Hakkı Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	\bar{x}	s.s.	V
	4.90	.31	0.063
Tüketicilerin barınma, ısınma ve temizlik ihtiyaçları yeterli bir şekilde giderilir.	4.90	.31	0.063
Tüketicilere rahat ulaşım ve haberleşme imkanları sunulur.	4.75	.44	0.093
Tüketiciler için yeterli sağlık hizmetleri sunulur.	4.55	.69	0.151
TEMEL İHTİYAÇLARIN TATMİN EDİLMESİ HAKKI (TİTEH)	4.77	.23	0.048

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

TİTEH faktörünü oluşturan 4 ifadenin genel ortalaması 4,77 olarak hesaplanmıştır. Bu oran da araştırmaya katılan otel işletmelerinin tüketicilerin temel ihtiyaçların tatmin edilmesi hakkını “Her Zaman” karşıladıklarını göstermektedir. TİTEH faktörünün değişkenlik katsayısı hesaplandığında ise bu katsayının 0,048 olduğu ve önermelere verilen yanıtların homojen bir yapı gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo 9’da görüldüğü gibi, Güvenlik Hakkı 3 ifadeden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan otel işletmelerin tüketicilerin güvenlik hakkına yönelik verdikleri yanıtlar “Her Zaman” seçeneğinde yoğunlaştığı görülmektedir. Değişkenlik katsayılarının 0,30’dan küçük olduğu ve önermelere verilen yanıtların homojen bir yapı gösterdiği görülmektedir.

Tablo 9. Güvenlik Hakkı Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	\bar{x}	s.s.	V
Tüketicilere sunulan mal ve hizmetlerin taşıdığı risk, tüketiciler için kabul edilebilir seviyede tutulur.	4.80	.41	0.085
Tüketiciler, yararlandıkları (kullandıkları) mal ve hizmetlerle ilgili tehlikelerden ve bunlardan korunma yolları hakkında yeterli bir şekilde bilgilendirilir.	4.65	.49	0.105
Tüketiciler için risk oluşturabilecek mal ve hizmetler piyasadan çekilir ve nedeni hakkında tüketiciler bilgilendirilir.	4.75	.44	0.093
GÜVENLİK HAKKI (GH)	4.73	.32	0.068

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

Bilgilendirilme hakkı (BH) boyutu, 3 ifadeden oluşmaktadır (Tablo 10). Bu boyutun aritmetik ortalaması 4,73 olarak hesaplanmış ve standart sapması 0,35 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 10. Bilgilendirilme Hakkı Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	\bar{x}	s.s.	V
Tüketicilerin bilinçli bir seçim yapması için yeterli bilgiler sunulur.	4.75	.55	0.115
İşletme ve işletmede sunulan mal ve hizmetler hakkında aldatıcı ve yanıltıcı reklamlardan uzak durulur.	4.85	.37	0.076
İşletmemizde, tüketicilerle çift yönlü işleyen bilgilendirme sistemine önem verilir.	4.60	.50	0.108
BİLGİLENDİRİLME HAKKI (BH)	4.73	.35	0.074

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

Bu boyutta yer alan 3 önermeye katılım düzeyi ortalamasının 4,60 ile 4,85 arasında değiştiği görülmektedir. Bu çerçevede otel işletmelerinin “Bilgilendirilme Hakkı” boyutuna ilişkin tüketicilerin bu haklarını “her zaman” karşıladıkları tespit edilmiştir. Değişkenlik katsayısı 0,074’tür ve 0,30’un altında bir oran olduğu için önermelerin homojen bir yapı gösterdiği tespit edilmiştir.

Tüketici Haklarının Korunması ölçeğine ilişkin belirlenen diğer bir boyut “Seçme Hakkı (SH)” boyutudur. Bu boyut, toplam üç önermeden oluşmaktadır (Tablo 11).

Tablo 11. Seçme Hakkı Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	\bar{x}	s.s.	V
Tüketiciler için rekabetçi fiyatlar uygulanır.	4.35	.93	0.214
Mal ve hizmet seçiminde tüketicilere kolaylık sağlanması için yeterli sayıda alternatif seçenek sunulur.	4.45	.76	0.170
Günümüz talep değişiklikleri dikkate alınarak, işletmemizdeki mal ve hizmetlerin çeşitliliği artırılır.	4.75	.44	0.093
SEÇME HAKKI (SH)	4.52	.66	0.146

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

Seçme Hakkı (SH) boyutuna ilişkin geliştirilen üç önermenin aritmetik ortalamaları 4,35 ile 4,75 arasında değişmektedir. Boyutun genel ortalaması 4,52 ve standart sapma ortalaması da 0,66 olarak belirlenmiştir. Değişkenlik katsayısı ise 0,146 hesaplanmış ve önermelere verilen yanıtların homojen bir yapıda olduğu belirlenmiştir.

Belirlenen Temsil Edilme, Örgütlenme, Sesini Duyurma (TEOSDH) boyuna ait aritmetik ortalama, standart sapma ve değişkenlik katsayıları tablo 12’de gösterilmektedir.

Tablo 12. Temsil Edilme, Örgütlenme, Sesini Duyurma Hakkı Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	\bar{x}	s.s.	V
Tüketicilerin düşünce ve görüşlerini bildirmeleri için yeterli imkan sunulur.	4.65	.67	0.144
Tüketicilerin haklarını savunan kişi veya kurumların görüşleri dikkate alınır.	4.50	.76	0.169
İşletmemizde düzenlenen değişik aktivitelerde (tüketici paneli, yeni ürün geliştirme, anket, birebir görüşme, sosyal medya vb) tüketicilerin fikirleri alınır.	4.30	.92	0.214
Siyasi otoritenin, tüketiciyi ilgilendiren sosyo-ekonomik politikaları takip edilir.	4.10	1.07	0.261
TEMSİL EDİLME, ÖRGÜTLENME, SESİNİ DUYURMA HAKKI (TEÖSDH)	4.39	.73	0.166

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

Bu boyutun aritmetik ortalamalarının önceki boyutlarla karşılaştırıldığında “Her zaman” seçeneğinin altında “Çoğu zaman” seçeneğine daha yakın olduğu (4,10 – 4,65) görülmektedir. Önermelere verilen yanıtlar yine homojen bir özellik göstererek, boyutun değişkenlik katsayısı 0,166 olarak hesaplanmıştır.

Belirlenen diğer bir boyut olan “Tazminat Hakkı (TH)” boyutu 4 önerme üzerinden değerlendirilmiştir (Tablo 13).

Tablo 13. Tazminat Hakkı Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	\bar{X}	s.s.	V
Tüketicilerin, yalan beyan, kalitesiz mal veya yetersiz hizmetler için haklı iddialarının çözümüne yönelik stratejiler benimsenir.	4.95	.22	0.044
Tüketicilere, sunulan kusurlu hizmetlerin yeniden görülmesi imkanı sağlanamamaktadır.	2.30	1.56	0.422
Kusurlu mal ve hizmetlerin yeniden görülmesi mümkün değilse, bedelinin iadesi sağlanamamaktadır.	2.55	1.60	0.464
Tüketicilere tazminat bedeli ödenmesi hakkı, hukuki temellere dayandırılarak düzenlenir.	4.40	1.19	0.270
TAZMİNAT HAKKI (TH)	4.12	.88	0.213

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

Bu boyutta katılımcıların anketi cevaplama ciddiyetlerini ölçmek amacıyla bazı ifadeler reverse olarak hazırlanmış ve spss programında reverse soruların yeniden kodlanması yapılarak verilen cevapların analizi yapılmıştır. Şimdiye kadar incelenen boyutlar dikkate alındığında, genel aritmetik ortalaması 4,12 ile en düşük olan boyut “Tazminat Hakkı (TH)” boyutu olmuştur. Bu boyutun değişkenlik katsayı ortalamaları incelendiğinde, birinci ve dördüncü ifadenin homojen bir yapıda olduğu, ikinci ve üçüncü ifadenin heterojen bir yapıda olduğu söylenebilir.

Tablo 14, “Tüketici Eğitimi Hakkı (TEH)” boyutuna ilişkin aritmetik ortalama, standart sapma ve değişkenlik katsayılarını göstermektedir. Bu boyutun genel aritmetik ortalaması, katılımcıların önermelere verdikleri yanıtların “Çoğu zaman” seçeneğine daha yakın olduğunu göstermektedir.

Tablo 14. Tüketici Eğitimi Hakkı Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	\bar{X}	s.s.	V
Tüketicilerin hak ve sorumlulukların tanıtılması, öğretilmesi ve böylece tüketicinin bilinçlendirilmesi sağlanır.	4.30	.80	0.186
Mal ve hizmetlerin seçimi, satın alımı ve kullanımı gibi konularda yol gösterici bilgiler veya bu bilgilerin nerelerden bulunabileceği konusunda tüketiciler aydınlatılamamaktadır.	2.35	1.35	0.370
Tüketicilerin haklarını kullanması ve araması yolları konusunda yardımcı olunur.	4.35	.81	0.186
Tüketiciyi korumaya yönelik çalışmalar yapan ve tüketici şikayetlerini izleyen mevcut kurumların, örgütlerin ve konuyla ilgili yasaların tanıtılması ve duyurulmasına özen gösterilir.	4.25	.91	0.214
Diğer tüketicilerin haklarına saygılı olan, topluma ve çevreye karşı duyarlı, sosyal sorunlarla ilgilenme istekliliği gösteren, “bilinçli tüketici” tipinin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasına dikkat edilir.	4.55	.60	0.132
Televizyon, sinema vb görsel yayın araçları ve basın-yayın aracılığıyla ilgili konularda tüketicilerin bilgilendirilmesi ve aydınlatılmasına önem verilir.	4.45	.76	0.171
TÜKETİCİ EĞİTİMİ HAKKI (TEH)	4.25	.68	0.160

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

TEH boyutunun ikinci önermesine verilen yanıtlar heterojen bir dağılım göstermekle birlikte, diğer ifadelere verilen yanıtlar ve boyutun genel değişkenlik katsayıları 0,30'un altında hesaplanmış ve homojen bir dağılımın olduğu belirlenmiştir.

Tüketici Haklarının Korunması ile ilgili olarak belirlenen son boyut olan “Sağlıklı Bir Çevre Hakkı (SÇH)” yedi önermeden oluşmaktadır (Tablo 15).

Tablo 15. Sağlıklı Bir Çevre Hakkı Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	\bar{x}	s.s.	V
İşletmemizde çevre korunmasına dikkat edilir.	4.65	.59	0.127
İşletmemizde, mal ve hizmet üretiminde çevreye zarar vermeyen bir üretim anlayışı tercih edilir.	4.80	.41	0.085
İşletme atıklarının çevreye zarar vermeyecek bir şekilde bertaraf edilmesine özen gösterilir.	4.85	.37	0.076
Çevre sorunlarının çözümü için sivil toplum kuruluşlarına yardımcı olunur.	4.50	.76	0.167
Tüketiciler, çevreye olumsuz etkisi olabilecek aşırı mal ve hizmet tüketimi, enerji kullanımı ve atık konuları bakımından bilgilendirilir.	4.45	.89	0.2
Mevcut müşteriler için olduğu kadar, gelecekteki müşteriler için de geçerli sayılabilecek çevre koruma hususlarına dikkat edilir.	4.50	.83	0.184
Çevredeki kültürel miraslar ve eko çeşitlilik konusunda tüketiciler bilinçlendirilir (özel aktiviteler, kitapçıklar, tasarrufa davet eden oda malzemeleri vb).	4.15	1.04	0.251
SAĞLIKLI BİR ÇEVRE HAKKI (SÇH)	4.56	.57	0.125

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

SÇH boyutu altından toplanan yedi önermenin aritmetik ortalamaları 4,15 ile 4,85 oranları arasında değişmektedir. Boyutun genel ortalaması 4,56 olarak belirlenmiştir. Buna göre en yüksek katılım düzeyi 4,85 aritmetik ortalama ile işletme atıklarının çevreye zarar vermeyecek şekilde bertaraf edilmesi önermesine katılımı gerçekleşmiştir. En düşük katılım ise kültürel miraslar ve eko çeşitlilik konusunda tüketicilerin bilinçlendirilmesi önermesinde (4,15) gerçekleşmiştir. SÇH boyutunun değişkenlik katsayı ortalaması (0,125), önermelere verilen yanıtların homojen bir dağılımda olduğunu göstermektedir.

4.4.Normal Dağılım Testi

Normal dağılım, parametrik testlerin bir varsayımı olup sürekli değişkenlere ait dağılımların en önemlisidir. Sürekli değişkene ilişkin verilerin normal dağılım göstermesi, verilere ait aritmetik ortalama, ortanca (medyan) ve tepe değerinin (mod) birbirine eşit olması anlamını taşır (Ural ve Kılıç, 2011, 291).

Bu çalışmada bundan sonra hangi testlerin (parametrik veya parametrik olmayan) yapılmasının doğru olacağını tespit etmek amacıyla anket yoluyla elde edilen verilerin “Tek örneklem Kolmogorov-Smirnov” testi ile verilen bir dağılımın teorik

bir dağılıma uygunluğu test edilmiştir. Analiz sonucunda, hem “Tüketici Haklarının Korunması” değişkeni hem de “Kalite Yönetim Sistemi Başarı Kriteri” değişkenine ait verilerin normal dağılım göstermediği tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Dolayısıyla bu çalışmada, gerek verilerin değerlendirilmesi gerekse araştırma hipotezlerin test edilmesinde parametrik olmayan testlerden faydalanılmıştır.

4.5. Kruskal-Wallis H Testi

Kruskal-Wallis H testi, birbirinden bağımsız iki ya da daha fazla grubun (örneğin) bağımlı bir değişkene ilişkin ölçümlerinin karşılaştırılarak iki dağılım arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek amacı ile kullanılır (Ural ve Kılıç, 2011, 273).

Çalışma kapsamında anketin uygulandığı otel işletmelerinde, hem tüketici haklarının korunması hem de kalite yönetim sistemi başarısı ile işletmelerin yönetim ve pansiyon türü, faaliyet süreleri, yatak kapasiteleri, personel sayıları ve ISO 9001:2008 KYS uygunluk sertifikasına sahip olma süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek amacıyla Kruskal-Wallis H Testi kullanılmıştır. Söz konusu test sonucunda araştırmanın yapıldığı otel işletmelere ait özelliklerle kalite yönetim sisteminin başarısı ve tüketici haklarının korunması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p > 0,05$).

4.6. Korelasyon (Spearman) Analizi ve Hipotezlere İlişkin Bulgular

Korelasyon analizi esas olarak, değişkenler arasındaki ilginin yönü ve derecesi ile ilgilendirir. Korelasyon analizi, aralık ve rasyo seviyesinde ölçülmüş iki değişken arasındaki ilişkinin veya bağımlılığın şiddetini belirlemeye yönelik bir analiz tekniğidir. Bu testin güvenilir sonuçlar verebilmesi için verinin metrik özellikler taşıması gerekmektedir. Korelasyon analizinde ölçülmeye çalışılan ilişki, değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusal (lineer) olan kısmı ile ilgilidir (Şahin, 2011, 439).

“Kalite Yönetim Sistemleri (KYS)” ile “Tüketici Hakları” arasındaki ilişkiyi değerlendirmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 16’da görüldüğü gibi Kalite Yönetim Sistemleri ile bazı tüketici hakları arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 16. Tüketici Haklarının Korunması ve KYS Başarı Ölçeği Korelasyon Matrisi

Z		TİTEH	GH	BH	SH	TEÖSDH	TH	TEH	SÇH	KYSORT
TİTEH	Spearman's Correlation	1.000	.439	.248	.406	.854**	.595**	.609**	.561*	.639**
	Sig. (2-tailed)	.	.053	.292	.076	.000	.006	.004	.010	.002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
GH	Spearman's Correlation	.439	1.000	.638**	.631**	.693**	.177	.406	.479*	.319
	Sig. (2-tailed)	.053	.	.002	.003	.001	.456	.075	.032	.171
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
BH	Spearman's Correlation	.248	.638**	1.000	.467*	.402	-.059	.255	.613**	.084
	Sig. (2-tailed)	.292	.002	.	.038	.079	.803	.279	.004	.725
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
SH	Spearman's Correlation	.406	.631**	.467*	1.000	.648**	.461*	.726**	.771**	.517*
	Sig. (2-tailed)	.076	.003	.038	.	.002	.041	.000	.000	.020
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
TEÖSDH	Spearman's Correlation	.854**	.693**	.402	.648**	1.000	.574**	.626**	.631**	.618**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.079	.002	.	.008	.003	.003	.004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
TH	Spearman's Correlation	.595**	.177	-.059	.461*	.574**	1.000	.564**	.514*	.481*
	Sig. (2-tailed)	.006	.456	.803	.041	.008	.	.010	.020	.032
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
TEH	Spearman's Correlation	.609**	.406	.255	.726**	.626**	.564**	1.000	.624**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.004	.075	.279	.000	.003	.010	.	.003	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
SÇH	Spearman's Correlation	.561*	.479*	.613**	.771**	.631**	.514*	.624**	1.000	.400
	Sig. (2-tailed)	.010	.032	.004	.000	.003	.020	.003	.	.081
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
KYSORT	Spearman's Correlation	.639**	.319	.084	.517*	.618**	.481*	.788**	.400	1.000
	Sig. (2-tailed)	.002	.171	.725	.020	.004	.032	.000	.081	.
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20

(**) Korelasyon 0.01 düzeyinde çift taraflı öneme sahiptir.

(*) Korelasyon 0.05 düzeyinde çift taraflı öneme sahiptir.

Kalite Yönetim Sistemleri ile Temel İhtiyaçların Tatmin Edilmesi Hakkı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin var olduğu görülmektedir [KYSORT↔TİTEH ($r=.639^{**}$)]. Bu bulgulardan hareketle “*Kalite Yönetim Sistemleri ile Temel İhtiyaçların Tatmin Edilmesi Hakkı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.*” şeklindeki *hipotez 1* kabul edilmiştir. İşletmelerin, KYS uygulamaları sayesinde müşterilerin temel ihtiyaçlarını büyük oranda karşılaması mümkün olabilmektedir.

KYS ile Güvenlik Hakkı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki belirlenmemiştir [KYSORT↔GH ($r=.319$)]. Bu husus dikkate alındığında “*Kalite Yönetim Sistemleri ile Güvenlik Hakkı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.*” şeklindeki *hipotez 2* reddedilmiştir. Bunun nedeni olarak, KYS'nin çalışma prensibi gösterilebilir. Çünkü KYS, hataları önlemekten ziyade, bunların nedenleri üzerine giderek hata kaynaklarının ortadan kaldırılması (sıfır hata) ile uğraşmaktadır (Bolat, 2000; Çağlar ve Kılıç, 2006; Demirtaş, 2006; Ertuğrul, 2006; Chakrabarty ve Tan, 2007; Akbaba, 2008; Halis, 2008; İnce, 2008; Çekirge, 2009; Halis, 2010; Küçük, 2010).

KYS ile Bilgilendirilme Hakkı arasında da anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunamamıştır [KYSORT↔BH ($r=.084$)]. Dolayısıyla “*Kalite Yönetim Sistemleri ile Bilgilendirilme Hakkı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.*” şeklindeki *hipotez 3* reddedilmiştir. Ertuğrul (2006), Halis (2008) ve Halis (2010), bu çalışma ile farklı bir bulguya yer vermiştir. KYS'nin sağladığı yararlar konusunda yaptıkları çalışmada, müşteri odaklı bu yönetim anlayışında, müşterilerin şirket ortakları olarak kabul edildiklerini ve açıklık-dürüstlük ve hızlı iletişim temelinde tüketici haklarından bilgilendirme hakkını ilgilendiren yararlar sağladığını ifade etmişlerdir. Yine Buttle (1996) ve Buttle'nin (1997) çalışmalarında KYS'nin, dolandırıcılığa ve hileye maruz kalmanın azaltılması konusunda etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. Gotzamani ve Tsiotras (2002) yaptıkları çalışmada da KYS'nin müşterilerle daha iyi iletişim kurmaya katkı sağladığı belirlenmiştir.

Tablo 16'da görüldüğü gibi KYS ile Seçme Hakkı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir [KYSORT↔SH ($r=.517^*$)]. Bu noktadan hareketle “*Kalite Yönetim Sistemleri ile Seçme Hakkı arasında anlamlı ve pozitif*

yönlü bir ilişki vardır.” şeklindeki hipotez 4 kabul edilmiştir. İşletmeler KYS sayesinde daha düşük maliyet (Buttle, 1996; Buttle, 1997; Brown, Wiele ve Lough-ton, 1998; Casadesús ve Giménez, 2000) ve yeni ürün tanıtımını artırması (Huang vd., 1999) gibi avantajlar elde etmektedir. KYS'nin işletmelere sağlamış olduğu bu yararlar sayesinde müşteriler için rekabetçi fiyatlar uygulanabilmekte ve mal ve hizmet çeşitlilikleri artırılabilir. Bu noktadan hareketle de KYS, tüketicilerin seçme hakkına katkı sağlayabilmektedir.

KYS ile aralarında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunan diğer bir tüketici hakkı da Temsil Edilme, Örgütlenme, Sesini Duyurma Hakkı'dır [KYSORT↔TEÖSDH ($r=.618^{**}$)]. Bu bulgudan hareketle *“Kalite Yönetim Sistemleri ile Temsil Edilme, Örgütlenme, Sesini Duyurma Hakkı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.”* şeklindeki hipotez 5 kabul edilmiştir. Dolayısıyla KYS, müşterilerin temsil edilme, örgütlenme, sesini duyurma konularına katkı sağladığı belirlenmiştir.

KYS ile Tazminat Hakkı arasında da anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir [KYSORT↔TH ($r=.481^{*}$)]. Dolayısıyla *“Kalite Yönetim Sistemleri ile Tazminat Hakkı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.”* şeklindeki hipotez 6 kabul edilmiştir. Bu bulgudan hareketle, KYS'lerinin, yalan beyan, kalitesiz mal veya yetersiz hizmetler için müşterilerin haklı iddialarının çözümüne yönelik stratejilere, kusurlu hizmetlerin yeniden görülmesi imkânına veya hizmet bedelinin iadesinin sağlanmasına ve müşterilere tazminat bedeli ödenmesine katkı sağladığı tespit edilmiştir.

KYS ile Tüketici Eğitimi Hakkı arasındaki ilişkiler incelendiğinde bu iki değişken arasındaki ilişkinin anlamlı ve pozitif yönlü olduğu tespit edilmiştir [KYSORT↔TEH ($r=.788^{**}$)]. KYS, Tüketici Eğitimi Hakkı'nı olumlu yönde etkilemektedir. Bu noktada *“Kalite Yönetim Sistemleri ile Tüketici Eğitimi Hakkı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.”* şeklindeki hipotez 7 kabul edilmiştir. Bu sonuç dikkate alındığında, KYS'lerinin, müşterilerin bilinçlendirilmesi, onlara yol gösterici bilgiler ve haklarını nasıl arayabilecekleri gibi konularda yarar sağladığı belirlenmiştir.

Son olarak KYS ile Sağlıklı Çevre Hakkı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki belirlenmemiştir [KYSORT↔SÇH ($r=.400$)]. Bu husus dikkate alındığında “*Kalite Yönetim Sistemleri ile Sağlıklı Çevre Hakkı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.*” şeklindeki hipotez 8 reddedilmiştir. Singh ve diğerlerinin (2006) çalışmalarında ise bu çalışmadan farklı olarak, KYS’lerinin çevre şikayetlerinin azalmasına katkısının olduğu tespit edilmiştir.

5.SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmaya katılan kişilere ilişkin bilgiler analiz edildiğinde bazı hususlar dikkat çekici olmuştur. Araştırmanın ön testini yaparken, işletmede ISO 9001:2008 KYS ile ilgilenen kişilerin büyük bir çoğunluğunun Kalite (Yönetim) Temsilcileri’nden oluşacağı varsayılmıştır. Ancak 15 işletmeye yapılan ön test sonucunda, sadece 3 işletmede Kalite (Yönetim) Temsilcisi olarak yetkili personel istihdam edildiği, diğer 12 işletmede ise çeşitli departman müdürlerinin (insan kaynakları, önbüro, pazarlama, vb.) ISO 9001:2008 KYS’nin işleyişinden sorumlu olduğu belirlenmiştir. Ön test sonucunda ortaya çıkan bu sonuçlardan yola çıkarak, ankette yer alan “İşletmedeki Pozisyonunuz” sorusuna ön plana çıkan departman müdürlükleri eklenmiştir.

Araştırmada dikkat çeken diğer önemli husus, işletmelerinin ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikası’na sahip olma süreleridir. İşletmeler, % 75’i 3 yıldan uzun süredir KYS uygunluk sertifikasına sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Bu da işletmelerin Kalite Yönetim Sistemi uygulamalarına önem verdiklerini ve uygunluk sertifikası şartlarını sağladıklarının bir göstergesi olmuştur. Çünkü ISO 9001:2008 KYS uygunluk sertifikasını alan işletmeler periyodik denetimlerden geçmektedir ve bu denetimlerde KYS’nin uygulama şartlarını yerine getirmeyen işletmelerin ISO 9001:2008 belgeleri yenilenmemektedir.

ISO 9001:2008 KYS başarı ölççeği, kalite yönetim sistemi (KYS), yönetim sorumluluğu (YS), kaynak yönetimi (KY), ürün gerçekleştirme (ÜG) ve ölçme, analiz ve iyileştirme (ÖAI) olmak üzere toplam 5 faktörden oluşmaktadır. Bu beş

faktör, ISO 9001:2008 KYS'nin hizmet işletmelerinde başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için gerekli kriterlerinden oluşmaktadır. Anketi yanıtlayan otel işletmeleri KYS sorumlularının, bu beş faktör altında toplanan kriterlere verdikleri yanıtların aritmetik ortalamalarının 4,18 ile 4,56 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Bu ortalama da, otel işletmelerin ISO 9001:2008 KYS gerekliliklerini “Çoğu Zaman” sağladıklarını göstermektedir.

Kalite yönetim sistemlerinin, tüketici haklarını koruma düzeylerinden yola çıkarak bu sistemin tüketicinin korunması duyarlılığını ortaya koymak amacıyla yapılan bu araştırmadan elde edilen sonuçlar dikkate alınarak otel işletmelerine yönelik bazı öneriler geliştirilmiştir.

- Araştırma evrenini belirlemek üzere anket uygulamasından önce yapılan araştırma sonucunda İstanbul'da faaliyet gösteren 47 adet beş yıldızlı otel işletmesinin faaliyet gösterdiği tespit edilmiştir. Ancak bu 47 adet otel işletmesinin sadece 20'sinin ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikasına sahip olduğu belirlenmiştir. İstanbul'daki ISO 9001:2008 KYS uygunluk sertifikasına sahip beş yıldızlı otellerin sayısının, toplam otel sayısı ile karşılaştırıldığında az olduğu görülmektedir. Öncelikle işletmelerin ISO 9001:2008 KYS ve bu sistemin işletmelere sağladığı yararlar konusunda bilgilendirilmesi gerekmektedir.
- ISO 9001:2008 KYS'nin başarısını ortaya koyan iç tetkik sorularından yola çıkarak otel işletmelerinin bu konudaki durumlarından herhangi bir eksiklik veya başarısızlık görülmemiştir. Sadece “Yönetim Sorumluluğu” faktörünün genel aritmetik ortalamasının diğer faktör ortalamalarına göre daha düşük olduğu belirlenmiştir (4,18). İşletme yöneticilerinin ISO 9001:2008 KYS işleyişi konusundan biraz daha hassasiyet göstermeleri gerekmektedir.
- “Tüketici Haklarının Korunması” ölçeği, daha öncede belirtildiği

- gibi Birleşmiş Milletler tarafından belirlenmiş sekiz tüketici hakkından yola çıkarak oluşturulmuştur. Oluşturulan bu sekiz faktör içerisinde, Seçme Hakkı (4,52), Temsil Edilme, Örgütlenme, Sesini Duyurma Hakkı (4,39), Tazminat Hakkı (4,12) ve Tüketici Eğitimi Hakkı (4,25)'nin genel aritmetik ortalamaları diğer dört faktörün ortalamalarına göre biraz daha düşük çıkmıştır. İşletmelerin bu dört tüketici hakkına biraz daha fazla önem göstermeleri gerekmektedir.
- Tüketici Haklarının Korunması ile Kalite Yönetim Sistemi başarı kriteri alt boyutlarından Kalite Yönetim Sistemi (KYS) boyutu ($r=.462^*$), Yönetim Sorumluluğu (YS) boyutu ($r=.502^*$) ve Ölçme, Analiz ve İyileştirme (ÖAİ) boyutu ($r=.536^*$) arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Dolayısıyla işletmelerin bu üç alt boyuta ayrı bir önem vermeleri gerekmektedir.
 - ISO 9001:2008 KYS'ni uygulayan otel işletmelerinin yönetim türünün genellikle uluslararası zincir olduğu belirlenmiştir. Ulusal zincir ve bağımsız yönetim türü ile faaliyet gösteren otel işletmelerinin ISO 9001:2008 KYS konusunda bilgilendirilmelerine çalışılmalıdır.
 - ISO 9001:2008 KYS'nin başarısında, işletmede istihdam edilen personelin (en alt kademesinden en üst kademesine kadar) bu sistem hakkında bilgilendirilmesi ve bu sistemi benimsemelerinin sağlanması oldukça önemlidir. İşletmeler bu konuya hassasiyetle yaklaşmalıdır.
 - Araştırma evrenini oluşturan beş yıldızlı otel işletmelerinde ISO 9001:2008 KYS işleyişi ve kontrolünden sorumlu kişilerin çoğunluğu çeşitli departman müdürlüğünü (önbüro, pazarlama, insan kaynakları, vb.) yapan kişilerden oluşmaktadır. KYS'nin işletme felsefesi haline getirilmesi ve işletmenin verimliliğinin sürdürülebilmesi için işletmelerde konunun ehli kişilerin yani kalite (yönetim) temsilcilerinin istihdam edilmesinde yarar görülmektedir.

- İşletmelerin, KYS'nin gerek işletmelere sağladığı yararlarından gerekse tüketicilerin korunması duyarlılığından tam anlamıyla faydalanabilmeleri için, sahip oldukları ISO 9001:2008 Uygunluk Sertifikası'nı sadece bir reklam unsuru olarak kullanmaktansa, bu sistemin tüm şartlarını yerine getirerek uygulamaları gerekmektedir.
- İşletmeler, gerekiyorsa KYS'nin işleyişi ve bu işleyişin kontrolü konusunda danışmanlık hizmetlerinden yararlanmalıdır.
- Günümüz rekabet koşullarında, işletmeler sadece kendi menfaat ve anlık karlılıklarını düşünmemeli, aynı zamanda tüketicilerin haklarını ve çıkarlarını da göz önünde bulundurmalıdır.
- Her ne kadar KYS'nin tüketiciyi koruma duyarlılığına sahip olduğu tespit edilse de, işletmeler, tüketiciyi koruma kuruluşlarıyla da iletişim halinde bulunarak tüketicilerin sahip olduğu haklara hassasiyet göstermelidir.

Bu araştırmanın KYS'leri ve tüketicinin korunması konusunda bundan sonra yürütülecek olan çalışmalara temel oluşturabileceği ve yönlendirebileceği düşünülmektedir. Bu amaçla araştırmacılar, bundan sonraki çalışmalarda farklı bölgelerde ve farklı işletmelerde araştırmalar yapabilirler. Bunun yanı sıra işletmelerin tüketici haklarının korunması bakımından, ISO 9001:2008 KYS uygunluk sertifikasını almadan önce ve aldıktan sonraki durumları da inceleneme konusu yapılarak KYS'nin tüketici haklarının korunmasına olan katkıları ve meydana getirdiği değişim ortaya konulabilir.

KAYNAKÇA

- Akbaba, A. (2008). Turizm İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi. Okumuş, F. ve U. Avcı (Editörler). *Turizm İşletmelerinde Çağdaş Yönetim Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık, ss. 39-57.
- Akın, B., Çetin, C. ve Erol, V. (1998). *Toplam Kalite Yönetimi ve ISO 9000 Kalite Güvence Sistemi*. Çetin, C. (Editör). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Al-Asiri, M. M. (2004). *Factors Affecting The Practices of ISO 9001:2000 Quality Management System in Saudi Business Organizations*. University of Central Florida, College of Engineering and Computer Science, Orlando, Florida.
- Al-Ghamdi, S. M., Sohail, M. S. and Al-Khaldi, A. (2007). Measuring Consumer Satisfaction With Consumer Protection Agencies: Some Insights from Saudi Arabia. *Journal of Consumer Marketing*, 24 (2), 71-79.
- Aydın, D. (2007). *İçmesuyu Dağıtım Sistemlerinde CBS Tabanlı Su Kalitesi Yönetimi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Beattie, K. R. and Sohal, A. S. (1999). Implementing ISO 9000: A Study of its Benefits Among Australian Organizations. *Total Quality Management*, 10 (1), 95-106.
- Boiral, O. and Roy, M.-J. (2007). ISO 9000: Integration Rationales and Organizational Impacts. *International Journal of Operations & Production Management*, 27 (2), 226-247.
- Bolat, T. (2000). *Toplam Kalite Yönetimi (Konaklama İşletmelerinde Uygulanması)*. İstanbul: Beta Basım.
- Brown, A., Van Der Wiele, T. ve Loughton, K. (1998). Smaller Enterprises' Experiences With ISO 9000. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 15 (3), 273-285.
- Brunk, M. E. (1973). The Anatomy of Consumerism. *Journal of Advertising*, 2 (1), 9-11.
- Buttle, F. (1996). An Investigation of the Willingness of UK Certificated Firms to Recommend ISO 9000. *International Journal of Quality Science*, 1 (2), 40-50.

- Buttle, F. (1997). ISO 9000: Marketing Motivations and Benefits. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 14 (9), 936-947.
- Casadesus, M. and Karapetrovic, S. (2005a). An Empirical Study of the Benefits and Costs of ISO 9001:2000 Compared to ISO 9001/2/3:1994, *Total Quality Management*, 16 (1), 105-120.
- Casadesus, M. and Karapetrovic, S. (2005b). The Erosion of ISO 9000 Benefits: A Temporal Study. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22 (2), 120-136.
- Casadesus, M. and Karapetrovic, S. (2005c). Has ISO 9000 Lost Some of its Lustre? A Longitudinal Impact Study. *International Journal of Operation & Production Management*, 25 (6), 580-596.
- Chakrabarty, A. ve Tan, K. C. (2007). The Current State of Six Sigma Application in Services. *Managing Service Quality*, 17 (2), 194-208.
- Cohen, L. (2010). Colston E. Warne Lecture: Is it Time for Another Round of Consumer Protection? The Lessons of Twentieth-Century U.S. History. *The Journal of Consumer Affairs*, 44 (1), 234-246.
- Cusins, P. (1994). Understanding Quality Through Systems Thinking. *The TQM Magazine*, 6 (5), 19-27.
- Çağlar, İ. ve Kılıç, S. (2006). *Kalite Güvence Standartları*. (2. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Çekirge, Z. (2009). *TS EN ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sisteminin Etkinliğinin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çoban, S. (2004). Toplam Kalite Yönetimi Perspektifinde İçsel Pazarlama Anlayışı. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (Ocak-Haziran), 85-98.
- Demirtaş, H. (2006). *Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecinde Yönetim Sistemlerinin (Kalite, Çevre, HACCP ve OHSAS) Entegrasyonu ve Bir Uygulama Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ertuğrul, İ. (2006). *Toplam Kalite Kontrol, Kalite Güvenliği ve ISO 9000 Standartları Toplam Kalite Yönetimine İlişkin Bir İşletme Uygulaması*. (2. Baskı). Bursa: Ekin Kitabevi.
- Estes, R. M. (1971). Consumerism & Business. *California Management*

Review, 14 (2), 659-684.

Fotopoulos, C. V., Psomas, E. L. and Vouzas, F. K. (2010). ISO 9001:2000 Implementation in the Grek Food Sector. *The TQM Journal*, 22 (2), 129-142.

Gaedeke, R. M. (1969). *Consumerism in the 1960's: A Study of the Development of, Underlying Reasons for, and Business Reaction to Today's Consumer Protection Movement*. Doctor of Philosophy, University of Washington.

Gotzamani, K. D. and Tsiotras, G. D. (2002). The True Motives Behind ISO 9000 Certification, Their Effect on the Overall Certification Benefits and Long Term Contribution Towards TQM. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 19 (2), 151-169.

Greetham, D. (2010). *Understanding the Differences Between ISO 9001:2008 and the FDA Quality System Regulation for MEDical Devices: A Guide for Quality Professionals Who Need to Adapt to an FDA Regulated Environment*. Master of Science, The Faculty of California State University.

Halis, M. (2008). *Toplam Kalite Yönetimi*. (2. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Halis, M. (2010). *Meslek Yüksekokulları İçin Toplam Kalite Yönetimi & ISO 9000 Kalite Yönetim Sistemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Huang, F., Horng, C. and Chen, C. (1999). A Study of ISO 9000 Process, Motivation and Performance. *Total Quality Management*, 10 (7), 1009-1025.

İlban, M. O. (2002). *Turizmde Tüketici Haklarını Korumaya Yönelik Uygulamalı Bir Çalışma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

İnce, C. (2008). Toplam Kalite Çerçevesinde İşgörenlerin Otel İşletmelerinden Memnuniyetleri ve Sonuçları Üzerine Nevşehir Yöresindeki 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı, 69-75.

Jabnoun, N. (2002). Control Processes for Total Quality Management and Quality Assurance. *Work Study*, 51 (4), 182-190.

Jones, R., Arndt, G. and Kutsin, R. (1997). ISO 9000 Among Australian Companies: Impact of Time and Reasons for Seeking Certification on

- Perceptions of Benefits Received. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 14 (7), 650-660.
- Keating, M. and Harrington, D. (2002). The Challenges of Implementing Quality in the Irish Hotel Industry: A Review. *Managing Service Quality*, 12 (5), 303-315.
- Khan, J. H. (2003). Impact of Total Quality Management on Productivity. *The TQM Magazine*, 15 (6), 374-380.
- Kırkibir, F. ve Cengiz, E. (2008). Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Değişikliği ve Yeni Tüketici Haklarının Değerlendirilmesi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (1), 55-68.
- Kuei, C.-H. and Lu, M. H. (1997). An Integrated Approach to Service Quality Improvement. *International Journal of Quality Science*, 2 (1), 24-36.
- Küçük, O. (2010). *Kalite Yönetimi ve Kalite Güvence Sistemleri*. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Kwong, A. L. F. (2008). *Building and Sustaining A Quality Management System in the Regional Laboratory in Vancouver Coastal Health*. Master of Arts, Royal Roads University, Leadership and Training, ABD.
- Laux, C. M. (2007). *The Impacts of a Formal Quality Management System: A Case Study of Implementing ISO 9000 at Farmers Cooperative Co.*. Doctor of Philosophy, Iowa State University, Iowa.
- Lee, T. Y. (1998). The Development of ISO 9000 Certification and the Future of Quality Management, A Survey of Certified Firms in Hong Kong. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 15 (2), 162-177.
- Marquardt, D. W. (1992). ISO 9000: A Universal Standard of Quality. *Management Review*, 50-52.
- Mayer, R. N. (2008). Measuring What Really Matters to Consumers. *The Journal of Consumer Affairs*, 42 (1), 113-122.
- McMannon, T. J. (1994). *Warren G. Magnuson and Consumer Protection*. Doctor of Philosophy, University of Washington.
- Mert, V. (2007). *AB ile Uyum Sürecinde Türkiye'de Tüketici Sağlığının Korunması Politikaları: Seçilmiş Tüketici Gruplarında Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi İşletme Ana Bilim Dalı, Ankara.

- Mierzwinski, E. (2010). Colston E. Warne Lecture: Consumer Protection 2.0-Protecting Consumers in the 21st Century. *The Journal of Consumer Affairs*, 44 (3), 578-597.
- Mo, J. P. T. and Chan, A. M. S. (1997). Techniques Strategy for the Successful Implementation of ISO 9000 in Small and Medium Manufacturers. *The TQM Magazine*, 9 (2), 135-145.
- Moghaddam, G. G. and Moballeghi, M. (2008). Total Quality Management in Library and Information Sectors. *The Electronic Library*, 26 (6), 912-922.
- Moreno-Luzon, M.D. and Peris, F.J. (1998). Strategic Approaches, Organizational Design and Quality Management – Integration in a Fit and Contingency Model. *International Journal of Quality Science*, 3 (4), 328-347.
- Özel, Ç. (2008). Hukuksal Açıdan Tüketicinin Korunması ve Tüketicinin Koruma Gerekliliğine İlişkin Bir Değerlendirme. *H. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26 (1), 287-299.
- Peters, D. H. and Muralledharan, V. R. (2008). Regulating India's Health Services: To What End? What Future?. *Social Science & Medicine*, 66, 2133-2144.
- Pham, M. B. (2006). *Assessing the Role of Market and Non-Market Forces in the Promotion of Consumer Protection in Vietnam*. Master of Science, University of Massachusetts Lowell.
- Poksinska, B., Eklund, J. A. E. and Dahlgaard, J. J. (2006). ISO 9001:2000 in Small Organisations, Lost Opportunities, Benefits and Influencing Factors. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 23 (5), 490-512.
- Prasad, V. K. and Naidu, G. M. (1994). Perspectives and Preparedness Regarding ISO-9000 International Quality Standards. *Journal of International Marketing*, 2 (2), 81-98.
- Quazi, A. M. (2002). Managerial Views of Consumerism: A Two-Country Comparison. *European Journal of Marketing*, 36 (1), 36-50.
- Rayner, P. and Porter, L. J. (1991). BS750/ISO9000. The Experience of Small and Medium-sized Firms. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 8(6), 16-28.
- Reisch, L. A. (2004). Principles and Visions of a New Consumer Policy.

Journal of Consumer Policy, 27, 1-42.

Sharabi, M. and Davidow, M. (2010). Service Quality Implementation: Problems and Solutions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 2 (2), 189-205.

Sigband, N. B. (1974). Communication Effectiveness of Consumer Protective Legislation. *The Journal of Business Communication*, 12 (1), 7-16.

Singh, P. J., Feng, M. and Smith, A. (2006). ISO 9000 Series of Standards: Comparison of Manufacturing and Service Organisations. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 23 (2), 122-142.

Şahin, B. (2011). *Seyahat Acentalarının Pazarlama Faaliyetlerinde Etik Karar Verme Süreci: İstanbul Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Tetik, N. (2012). *Turist Rehberlerinin Ekoturizm Alanındaki Yeterlilikleri: Doğu Karadeniz Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Throne-Holst, H. and Strandbakken, P. (2009). Nobody Told me I was a Nano-Consumer: How Nanotechnologies Might Challenge the Notion of Consumer Rights. *Journal of Consum Policy*, 32, 393-402.

Tiryaki, B. (2006). *Tüketicinin Korunması Hukuku Açısından Ayıplı Hizmetten Doğan Sorumluluk*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Ural, A. ve Kılıç, İ. (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS Veri Analizi*. (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

Verma, D. P. S. and Nanda, S. (2007). Impact of Consumerism on Marketing Practices: A Study in National Capital Region. *Journal of Advances in Management Research*, 4 (1), 74-82.

Wilkinson-Eno, S. (2005). *Consumer Protection: Proposed Law Reform for Grenada*. Master of Science, University of Toronto.

Zhu, Z. ve Scheuermann, L. (1999). A Comparison of Quality Programmes: Total Quality Management and ISO 9000. *Total Quality Management*, 10 (2), 291-297.

BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

YAZIM VE YAYIN KURALLARI

Yayın Kuralları

1. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından Haziran ve Aralık aylarında olmak üzere yılda iki kez yayımlanan süreli bir dergidir.

2. Dergide, Sosyoloji, *Türk Dili ve Edebiyatı*, *Orta Öğretim Sosyal Alanlar Eğitimi*, *İlköğretim*, *Türkçe Eğitimi*, *Tarih*, *Coğrafya*, *Eğitim Bilimleri*, *Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik*, *İktisat ve İşletme*, *Kamu Yönetimi*, *Maliye*, *Beden Eğitimi ve Spor ve Yabancı Diller Anabilim Dalları* 'nı ilgilendiren konulardaki özgün ve nitelikli makaleler ile kitap tanıtım ve eleştirileri ile örnek olay çalışmaları yayımlanabilir.

3. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi hakemli bir dergidir. Dergiye yayımlanmak üzere gönderilen ve editörlerin ön değerlendirmeye aldığı çalışmalar, içerik ve biçim açısından incelenmek üzere en az iki hakeme gönderilir. Makaleyi değerlendiren hakemlerin kimlikleri hakkında yazarlara, gönderilen makalenin kime ait olduğu konusunda da hakemlere bilgi verilmez. Hakem raporları gizlidir. Hakemlerden olumlu rapor alamayan makaleler yayımlanmaz ve yazarına iade edilmez; bu konuda idari ve adli sorumluluk kabul edilmez. Hakemler tarafından düzeltme istenen yazılar ise gerekli değişiklikler için yazar(lar)ına geri gönderilir. Düzeltilmiş metni belirtilen süre içerisinde dergiye ulaştırmak yazar(lar)ın sorumluluğundadır.

4. Dergide yayımlanacak olan eserler daha önce bir başka dergide yayımlanmamış, yayımlanmak üzere gönderilmemiş ya da yayım için kabul edilmemiş olmalıdır. Herhangi bir bilimsel toplantıda sunulmuş ve yayımlanmamış yazılarda, toplantının adı, yeri ve tarihi belirtilmelidir.

5. Çalışma, editörlere 1 nüsha halinde elektronik ortamda sunulmalıdır. Makalenin elektronik ortamda gönderilebilmesi için, sisteme üye olunmalı ve kullanıcı girişi

yapılmalıdır. Kullanıcı girişi yapıldıktan sonra sol Menüde çıkan “Makale Gönder” bağlantısı kullanılarak makale sisteme kayıt edilir.

6. Dergide yayımlanan eserlerdeki görüşler ve bu konudaki sorumluluk yazara aittir.

7. Eserin yayımlanmasına karar verilmesi durumunda yazarlar yayın haklarını Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi’ne devretmiş olurlar.

8. Dergide Türkçe, İngilizce, Almanca ve Fransızca eserler yayımlanabilir.

Yazım Kuralları

1.Çalışmanın başlığı büyük harfle ve sayfanın ortasına gelecek şekilde “Times New Roman” yazı karakteriyle 14 punto ve bir aralıkla “koyu” olarak yazılmalıdır. Başlığın hemen altında İngilizce karşılığı koyu ve küçük harflerle yer almalıdır. Ana başlık yazısının sağ alt tarafına yazar veya yazarların adları, akademik unvanlarıyla birlikte yazılmalı ve çalıştığı kurum (üniversite, fakülte, bölüm) adları ise (*) işaretiyle dipnot şeklinde sayfanın alt kısmında verilmelidir. Yapılan çalışma herhangi bir kurum tarafından destek görmüşse, makalenin ana başlığının son kelimesi üzerine (*) konularak destek veren kurumun adı aynı sayfada dipnot olarak verilmelidir.

2.Dergiye gönderilecek çalışmalar, Apple Mac Word 5.1 veya Ms Word Windows 95 ve üstü programla yazılmalıdır.

3.Makalenin yazarı, adını, soyadını, görev yaptığı kurumu ve akademik unvanını tam ve açık olarak belirtmeli; kendisiyle doğrudan iletişim kurulabilecek açık adres, telefon numarası ve elektronik posta adresini vermelidir.

4. Metin yazımı, A4 boyutundaki kağıda Times New Roman karakteriyle 1.5 aralıklı olarak 11 puntuyla ve 2.5 cm. kenar boşluklarıyla yazılmalıdır. Çalışma, giriş bölümüyle başlamalı, burada yazının hipotezi ortaya atılmalı, Gelişme bölümü (ana ve alt başlıklarla desteklenebilir) veri, gözlem, görüş, yorum ve tartışmalardan oluşmalı, sonuç bölümünde de varılan sonuçlar, önerilerle desteklenerek açıklanmalıdır.

5.Aday makalede, başlıktan sonra bir aralık ve dokuz puntuyla her biri 400 kelimeyi geçmeyen ve beş ana alt başlıktan oluşan Türkçe ve İngilizce yapılandırılmış özetler bulunmalıdır. Yapılandırılmış özetler: görgül araştırmalar için; *Problem Durumu, Araştırmanın Amacı, Yöntem, Bulgular ve Sonuçlar, Öneriler*; diğer çalışmalar için; *Araştırmanın Temelleri, Araştırmanın Amacı, Veri Kaynakları, Ana Tartışma ve Sonuçlar* başlıklarını içermelidir.

Yapılandırılmış özün altında 1 satır boşluk bırakılarak en az 3 anahtar kelime verilmelidir. Anahtar kelimeler Türkçe ve İngilizce hazırlanmalıdır.

6. Bölüm başlıkları büyük harfle, alt başlıklar küçük harfle ve koyu olarak yazılmalıdır. Numaralandırma 1, 1.1, 1.2, 1.3 şeklinde olmalıdır.

Örnek:

3. Yöntem

3.1 Veri Toplama Teknikleri

7. Çizelge, grafik, resim vb. derginin sayfa boyutları dışına taşmamalı ve bunların hazırlanmasında Times New Roman 8 puntodan küçük yazı kullanılmamalıdır. Çizelge, grafik, resim vb.lerine sıra ile numara ve başlık verilmelidir. Kaynak ve gerekli durumlarda açıklayıcı dipnotlar ve kısaltmalar, şekil ve çizelgelerin hemen altında gösterilmelidir. Çizelge vb. metin dışında ayrı olarak hazırlanmalı ve metin içinde yerleştirileceği yer aşağıdaki gibi gösterilmelidir:

Tablo 1 buraya

8.Dergiye gönderilecek çalışmalar otuz sayfayı aşmamalıdır.

9. Kaynaklar APA (American Sociological Assosicaiton) standartlarına uygun olarak verilmelidir.

1. Göndermeler

a. Tek Yazarlı

Yazarın adı ifadenin bir parçası değilse cümleinin sonunda yer alır.

Örnek: Bilgisayar okuryazarlığı, bir dildeki okuryazarlıkla eş anlamlı olarak, bir dili kullanma, okuma ve yazma yeteneği olarak tanımlanabilir (Leuhramann,1991).

Yazarın adı ifadede geçiyorsa ismin hemen yanında yer alır.

Örnek: Leuhmann (1991), bilgisayar okuryazarlığını, bir dildeki okuryazarlıkla eş anlamlı olarak, bir dil kullanma, okuma ve yazma yeteneği olarak tanımlar.

b. İki Yazarlı

-Yazarların adı ifadenin bir parçası değilse cümleinin sonunda, ifadede geçiyorsa hemen yanında yer alır.

Örnek: There is some evidence that these reserches are supported (Berkowitch ve Underwood,1992)

c. Üç-Beş Yazarlı

İlk göndermede yazar soyadları eserdeki sıraya göre verilir.

Örnek: Bu alanda yapılan araştırmalar (Özhan, Tonta, Özoğul ve Özturun, 1999) göstermiştirki...

There is some evidence that these findings are supported (Oishi, Diener, Lucas & Suh,1992)

Aynı eserde ikinci ve daha fazla kez gönderme yapmak gerekirse sadece ilk yazarın soyadı yazılır, diğerleri için Türkçe makalelerde “ve diğer.”, İngilizce makalelerde “et al.” kısaltması kullanılır.

Örnek: (Özhan ve diğer.,1999)

(Oishi et al., 1992)

d. 6 ve Daha Fazla Yazarlı

Sadece ilk yazarın soyadı “ve diğer./et al.” kısaltması kullanılır. Bibliyografyada kısaltma kullanmaksızın tüm yazarların isimleri yazılır.

Örnek: (Aydın ve diğer., 1997). (Underwood et al., 1993).

e. Kurum Yazarlı

İlk göndermede kurumun açık adı, anında kısaltması ve tarih verilir.

Örnek: (Türk Standartları Enstitüsü [TSE],1999)

(Further Reduction Unit [FEU], 1998)

İkinci ve daha sonraki göndermelerde sadece kısaltma ve tarih verilir.

Örnek: (TSE, 1999) (FEU,1998)

f. Yazarı Olmayan Eser

Yazarı olmayan yayınlara, eser adıyla gönderme yapılır. Eser adı kısaltılır.

Örnek: (“Computer Literacy Handbook”, 1997).

Aynı Soyadını Taşıyan Birden Fazla Yazar

Aynı soyadını taşıyan yazarları birbirinden ayırmak için adlarının baş harfleri de kullanılır.

Örnek: G.Underwood (1998) ve J.D. Underwood (1999) araştırmalarında bu konuya değinmiştir.

g. Aynı Yazarın Aynı Tarihli Birden Fazla Eseri

Yayın tarihine bir harf eklenerek ayırım sağlanır.

Örnek: (Underwood,1998a)

(Underwood,1998b)

h. Birden Fazla Yayına Aynı Anda Gönderme

Yazar soyadına göre alfabetik sıra izlenir.

Örnek: Bu konuda yapılan araştırmalar (Aşkar, 1997; Erden, 1996; Sanemoğlu, 1996) göstermiştir ki...

2. Alıntılar

Alıntılar çeşitli biçimlerde olabilir. Aşağıda bazı alıntı şekillerine örnek verilmiştir. Eğer alıntı yapılan metinde bazı sözcükler atlanıyorsa bu durum üç nokta (...) kullanılarak belirtilir.

Örnek: Eğitimi çeşitli şekillerde tanımlamak mümkündür. Örneğin, Ertürk (1998) eğitimi, “bireyin davranışlarında kendi yaşantısı yoluyla ve kasıtlı olarak istendik değişiklikler meydana getirme süreci” olarak tanımlanıyor(s.12).

Örnek: “Eğitim, bireyin davranışlarında kendi yaşantısı yoluyla ve kasıtlı olarak istendik değişiklik meydana getirme sürecidir. Kültürlemenin belli bir çeşidi olduğunu söylediğimiz eğitim, yani kasıtlı kültürlenme ile kasıtsız kültürlenme bir arada ve birbirini etkileyerek vuku bulmaktadır” (Ertürk, 1998, s.12-13).

3. Kaynakçanın Düzenlenmesi

a. Kitap

Bulunması gereken bilgi:

- Yazarın adı (soyadı, adının baş harfi)
- Yayın tarihi (ayraç içinde)
- Eser adı (altı çizilerek veya italik; İlk harf büyük, diğer harfler küçük)
- Basım kaydı (ayraç içinde; birinci basımlar belirtilmez.)
- Yayın yeri (ardından: gelir)
- Yayınevi

Çeşitli Örnekler

Tek Yazarlı: Güvenç, B. (1979). İnsan ve Kültür. İstanbul: Remzi Kitabevi.

İnan, F. (1997). Uzman Sistemler. (3. Basım). İstanbul: Kök Yayınevi

**Çok Yazarlı: Fidan, N. Ve erden M. (1986). Eğitim bilimine Giriş. Ankara: Ka-
dioğlu Matbaası**

**Editörü Olan Kitap: De Vaney, a., Stephan, G. Ve Ma, Y. (Ed.). (2000). New
York: Peter Lang**

**Kurum Yazarlığı Olan Kitap: Türk Standartlar Enstitüsü. (1992). Toplam Ka-
lite. Ankara: Türk Standartlar Enstitüsü.**

b. Makale

Bulunması gereken bilgi:

- Yazar adı (soyadı, adı)
- Yayın tarihi (ayraç içinde)
- Makale adı
- Dergi adı (altı çizilerek veya italik)
- Cilt numarası
- Sayısı
- Sayfa Numaraları

Çeşitli Örnekler

Dergi:

Akman Y. Ve Korkut, F. (1993). Umut Ölçeği Üzerine Bir Araştırma. Eğitim Fakül-
tesi Dergisi, 9 (2), 193-203.

Acun, R. (2000). İnternet ve Telif hakları. Bilgi dünyası, 6 (3), 56-73.

Gazete:

Aydın, C. (13 ocak 1999). Bilgisayarlar ve İletişim. Radikal. S.4.

c. Diğer Basılı Kaynaklar

Ansiklopedi:

Donanım. (1998). Bilgi Dünyasına Yolculuk (2.Basım Cilt 15, ss. 413-418). Ankara: 3B Yayıncılık.

Rapor:

Draude, B. Ve Brace, S. (1998) Assessing The Impact Of technology On Teaching and Learning: Student Perspectives. (HMMS Report. No.81). Washington, DC: U.S. Department of Education .

Tezler:

Wilfley, D.E. (1989). Interpersonal Analysis of Bulimia. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Missouri, Colombia.

Yağcı, E. (1997). Sınıf İçi Demokratik Öğretimin Öğrenci Erişisi ve akademik Benlik Etkisi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi: Ankara.

d. Elektronik Kaynaklar: Web Sitesi:

Bulunması Gereken Bilgi:

- Yazar adı (soyadı, adı)
- Yayın tarihi veya son gözden geçirilme tarihi (ayraç içinde)
- Belgenin adı
- URL (Üçgen ve ayraç içinde)
- Erişim tarihi (bizim bu sayfaya eriştiğimiz tarih, ayraç içinde).

Kişisel Web Sitesi:

Öztürk, S. (24 Ekim 1999). Homepage.

<<http://www.english.eku.edu/PELLEGR/personal.htm>> (1997 November 12).

Genel Web Sitesi:

Shade, L. R. (1994, February 14). Gender Issuesin Computer Networking.

<<http://www.mit.edu:8001/people/sorakin/women/Irs.html>> (1997, November 26)

Elektronik Kitap:

Darwin, C. (1845; 1997, June). The Voyage of the Beagle. Project Gutenberg. <ftp://uiarchieve.cso.uiuc.edu/pub/etext/Gutenberg/etext97/vbgle10.txt> (1997, November 26).

Elektronik Mesaj:

Franke, N. <franke@llnl.gov> (1996, April 9). SoundApp 2.0.2 [Personal mail]. (1996, May 3).

V. Dipnotlar

Araştırmayı destekleyen kuruluşlarla ilgili ya da yazarın özel bilgiler verebilmesi amacıyla kullanılır. Yazılarda dipnotlarına yer vermektense kaçınılması ve burada söyleneceklerin metin içinde özümlemesi tercih edilmelidir. Ancak zorunlu olarak dipnot verilmesi gereken yerlerde italik rakam kullanılmalı, aynı sayfanın sonunda ana metinden sonra bir çizgiyle ayrılmış olarak yazılmalıdır.

VI. Şekiller

Diyagram ve grafikler beyaz bir kağıt üzerine basılabilecek nitelikte 13*18 cm'den büyük olmayacak şekilde çizilmiş olmalı, mikograflar, radiograflar ve fotoğraflar siyah beyaz parlak kağıda basılmış olmalıdır. Bütün şekillerin bir numarası ve alt yazısı olmalı kaynak kullanılmış ise parantez içinde şekil altına yazılmalıdır.

VII. Tablolar

Tablo yazısı üstte solda numara gelecek şekilde yazılmalı ve içeriği tablo numarasının altında başlık olarak açıklanmalıdır. Tablolar metin içinde tablo numarasıyla (ör. Tablo 3.1'de görüldüğü gibi...) verilmelidir.



BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

BALIKESİR UNIVERSITY
THE JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES INSTITUTE

ISSN1301-5265 • CİLT: 16 - SAYI: 30, Aralık 2013

BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ