

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

AKŞEHİR MESLEK YÜKSEKOKULU

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

Yıl:13 • Sayı 13 • ISSN 1309-6729 • 2022

Sahibi

Selçuk Üniversitesi
Akşehir Meslek Yüksekokulu Adına
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ŞAHİN

Editör

Doç. Dr. Mehmet ŞAHİN

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Ahmet KAYA – Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Fehmi KARASİOĞLU – Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Alper ATEŞ - Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Beyza ERER - Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Kadir ÖZTAŞ – Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa METE – İstanbul Aydın Üniversitesi

Yazışma Adresi

Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Dergisi Editörlüğü
Kozagaç Mevkii 42550 – Akşehir – Konya
Telefon: 0 332 814 01 11
E-mail: aksehirdergi@selcuk.edu.tr
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/akmyosb>

Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi yılda iki defa yayınlanan uluslararası indekslerde taranan hakemli bir dergidir. Dergide yayınlanan makalelerdeki her türlü sorumluluk yazarlara aittir.

BU SAYININ HAKEMLERİ / GUEST ADVISORY BOARD

- Prof. Dr. Abdullah KARAMAN, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Harun ÖZTÜRKLER, Kırıkkale Üniversitesi
Prof. Dr. Osman Pehlivan, Karadeniz Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. Ahmet UYAR, Afyon Kocatepe Üniversitesi
Doç. Dr. Alper ATEŞ, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Beyza ERER, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. Esra KABAKLARLI, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Fatma Nur YORGANCILAR ATATOPRAK, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. F. Atıl BİLGE, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Halil AKMEŞE, Necmettin Erbakan Üniversitesi
Doç. Dr. İsmail ÇELİK, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet SAĞIR, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Seda YILDIRIM, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Bülent ALTAY, Afyon Kocatepe Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa METE, İstanbul Aydın Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat Kemal KELEŞ, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat KAYA, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nursel AYDINTUG, Biruni Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yılmaz UZER, Afyon Kocatepe Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Ahmet İçöz, Kocaeli Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Derya AĞCADAĞ, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Ömer Faruk COŞKUN, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi
-

İÇİNDEKİLER / TABLE OF CONTENTS

| | | |
|--|---|-------------|
| <i>Damla Melek SAKCALI</i> <i>Semih BÜYÜKİPEKÇİ</i> | 1. KIŞ TURİZMİNDE PALANDÖKEN KAYAK MERKEZİ VE DAVRAZ KAYAK MERKEZİ KIYASLAMASI / PALANDÖKEN SKI CENTER AND DAVRAZ SKI CENTER COMPARISON IN WINTER TOURISM | 1-16 |
| <i>Zehra KARİPÇİN</i> <i>Alper ATEŞ</i> | 2. KÜLTÜREL MİRAS TEMELLİ TURİZMİN GELİŞTİRİLMESİNDE YEREL HALKIN TUTUMU - BEYŞEHİR ÖRNEĞİ / ATTITUDES OF LOCAL PEOPLE IN THE DEVELOPMENT OF CULTURAL HERITAGE BASED TOURISM: THE CASE OF BEYŞEHİR | 17-34 |
| <i>R. Hülya ÖZTÜRK</i> | 3. THE RADIANT SIDE OF THE DARK AGES: ABU YUSUF'S ECONOMIC THOUGHT / KARANLIK ÇAĞ'IN AYDINLIK TARAFI: EBU YUSUF'UN İKTİSADİ GÖRÜŞLERİ | 35-44 |
| <i>Ali Davut ALKAN</i> <i>Salim KURNAZ</i> | 4. ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN AKADEMİK UMUTSUZLUK VE KADERCİLİK EĞİLİMİ SEVİYELERİNİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA / A RESEARCH ON THE DETERMINATION OF ACADEMIC HOPELESSNESS AND FATALISM TENDENCY LEVELS OF UNIVERSITY STUDENTS | 45-54 |
| <i>Bektaş OĞUZ</i> | 5. FİNANS SEKTÖRÜNDE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMCILAR VE GARANTİ BBVA ÖRNEĞİ/ FOREIGN DIRECT INVESTORS IN THE FINANCE SECTOR AND GUARANTEE BBVA EXAMPLE | 55-70 |
| <i>Mehmet DEMİRTAŞ</i> <i>Hayrettin ERTAN</i> | 6. ÇALIŞANLARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNİN ÖRGÜTSEL ADALET ALGILARINA ETKİSİ: AFYONKARAHİSAR'DA BİR TERMAL OTEL İŞLETMESİ ÖRNEĞİ / THE EFFECT OF EMPLOYEE DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS ON PERCEPTIONS OF ORGANIZATIONAL JUSTICE:AN EXAMPLE OF THE THERMAL HOTEL BUSINESSES IN AFYONKARAHİSAR | 71-84 |
| <i>Orhan Orçun BITRAK</i> <i>Selim Adem HATIRLI</i> | 7. DÜNYADA YAĞ GÜLÜ PİYASASI VE TÜRKİYE'NİN ROLÜ / OIL ROSE MARKET IN THE WORLD AND ROLE OF TURKEY | 85-94 |

| | | |
|---|--|---------------|
| <i>Mete SEZGİN</i> <i>Tuba BAĞCI</i> | 8. TEDARİKÇİ TERCİHLERİNİN TOPSİS YÖNTEMİ İLE ANALİZİ: BİR HEDİYELİK EŞYA MAĞAZASI ÜZERİNE ARAŞTIRMA / ANALYSIS OF DETERMINING SUPPLIER PREFERENCES BY THE TOPSIS METHOD: A RESEARCH ON A SOUVENIR SHOP | 95-106 |
| <i>İldan KIRAN</i> <i>Abdulkadir GÜÇLÜ</i> | 9. TÜRKİYE’DE EVDE SAĞLIK HİZMETLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ / EVALUATION OF HOME HEALTH SERVICES IN TURKEY | 107-114 |
| <i>Yılmaz UZER</i> | 10. MÜLTECİLİĞİN KIRSAL KALKINMA VE İSTİHDAM ÜZERİNE POZİTİF VE NEGATİF DIŞSALLIKLARI / POSITIVE AND NEGATIVE EXTERNALITY OF REFUGEE ON RURAL DEVELOPMENT AND EMPLOYMENT | 115-126 |
| <i>Alper Abbas ETGÜ</i> <i>Abdulkadir GÜÇLÜ</i> | 11. HASTANELERİN TIBBİ KAYITLARDAN DOĞAN SORUMLULUKLARI / RESPONSIBILITIES OF HOSPITALS ARISING FROM MEDICAL RECORDS | 127-136 |
| <i>Oylum EKŞİ</i> <i>Neslihan ŞEVİK</i> | 12. TURİZM SEKTÖRÜNDE İÇSEL PAZARLAMA UYGULAMARININ ÖRGÜTSEL BAĞLILIK BOYUTLARI ÜZERİNDE ETKİSİ: OTEL İŞLETMESİ ÖRNEĞİ / THE EFFECT OF INTERNAL MARKETING PRACTICES ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT DIMENSIONS IN TOURISM SECTOR: THE CASE OF HOTEL BUSINESS | 137-147 |
| Dergi Yazım Kuralları / Journal of Writing Rules | | 148-149 |

Geliş Tarihi: 01/05/2022

Kabul Tarihi: 21/05/2022

KIŞ TURİZMİNDE PALANDÖKEN KAYAK MERKEZİ VE DAVRAZ KAYAK MERKEZİ KIYASLAMASI

Damla Melek SAKCALI *

Semih BÜYÜKEPEÇÇİ**

ÖZET

Dünya genelinde turizm denilince akla ilk gelen deniz, kum, güneş üçlüsüne boyut kazandırarak dört mevsime yayılmasını sağlayan alternatif turizmin en önemli alt segmenti olan kış turizminin temel yapıtaşı kardır. Kış turizmi isminden de anlaşılacağı üzere kış aylarında reaksiyon gösteren bir turizm hareketidir. Kış turizminde gerçekleştirilebilecek faaliyetler arasında en çok talep göreni kayak sporudur. Kış turizmini etkileyen etken bulunmaktadır. Bunların başında karın yerde kalış süresi gelmektedir. Çalışmanın amacı; kış turizminin bölgeye sağladığı yararları göstererek hak ettiği değeri ve ilgiyi görmesini sağlayabilmektir. Çalışmada, ülkemizin uluslararası boyut kazanmış kayak merkezi Palandöken ve gelişmekte olan kayak merkezi Davraz'ın kıyaslaması yapılmıştır. Her iki kayak merkezi ile ilgili nüfus verileri, temel iş gücü göstergeleri ve mekanik tesis bilgileri ayrıntılı olarak verilmiş ve SWOT analizleri yapılmıştır. Böylelikle Palandöken kayak merkezi ile Davraz kayak merkezi arasındaki farklar bulunmuş, eksikler tespit edilmiş ve neler yapılabileceği ile ilgili fikir sunulmuştur. Ayrıca kayak merkezlerinin bağlı oldukları illere sağladıkları ekonomik ve sosyal faydalara da yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kış Turizmi, Palandöken Kayak Merkezi, Davraz Kayak Merkezi

PALANDÖKEN SKI CENTER AND DAVRAZ SKI CENTER COMPARISON IN WINTER TOURISM

ABSTRACT

The basic building block of winter tourism, which is the most important sub-segment of alternative tourism, which adds dimension to the trio of sea, sand and sun, which comes to mind when tourism is mentioned throughout the world, is snow. As the name suggests, winter tourism is a tourism movement that reacts during the winter months. Among the activities that can be carried out in winter tourism, the most demanded one is skiing. There are many factors affecting winter tourism. The first of these is the period of stay of the snow on the ground. Purpose of the study; is to show the benefits of winter tourism to the region and to ensure that it receives the value and attention it deserves. In the study, a comparison of our country's ski center Palandöken, which has gained an international dimension, and Davraz, a developing ski center, has been made. Population data, basic labor force indicators and mechanical facility information about both ski centers were given in detail and SWOT analyzes were made. Thus, the differences between Palandöken ski center and Davraz ski center were found, deficiencies were determined and an idea about what could be done was presented. In addition, the economic and social benefits provided by the ski resorts to the provinces they are affiliated with are also included.

Key Words: Winter Tourism, Palandöken Ski Resort, Davraz Ski Resort

* Yüksek lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, melek3242@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1511-6634

** Doç. Dr. Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, sbipekci@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8174-5682

GİRİŞ

Turizm kelimesi Latince'de "tournus", Fransızca'da "tourner" ve "tour" kelimelerine karşılık gelen dönmek, dönüp dolaşmak anlamlarını taşımaktadır (Dinçer,1993). İş ve eğlence kapsamında yapılan yer değiştirme hareketi anlamına gelen "tour" ve boş zaman değerlendirilmesi için yapılan eğitsel ve kültürel gezintiler anlamını taşıyan "touring" kelimelerinden yola çıkarak turizm kelimesini tanımlamaktaki anahtar kelimelerin hareket ve geri dönüş olduğu söylenebilir (Sezgin,1995).

Turizmi tanımlayacak olursak; yaşadığı yere geri dönme koşulu ile herhangi bir kazanç elde etmeyi gütmeyen, eğlenme, dinlenme, gezme, öğrenme amacı ile geçici süreyle konaklama ile gerçekleştirilen eylemler bütünüdür (Uçkun, 2004, s. 28).

20. yüzyılın ikinci yarısında sanayi devriminden sonra ekonomik refah, eğitimde yol kat etme ve boş zamanın artışıyla seyahat etme, tatil yapma isteği artmaya başlamıştır. Ulaşımın kolaylaşması ve rekabetle birlikte gelen maliyet düşmesiyle seyahat etmek her kesime uygun hale gelmiştir (Youell,1998:7).

Turizm, sektör olarak kabul edildikten sonra uzun süre kitlesel turizm bilincinde ilerlemiştir. Zamanla kitlesel turizmin çevreye verdiği zararlar görülmesi ve turist portföyünün değişimiyle turizm sektörünün sürdürülebilirliğini sağlamak için risk marjı her daim olan turizm sektörünün riskini en az boyuta indirmek adına kitlesel turizme alternatif olarak yeni turizm oluşum planlamaları yapılmaya başlanmıştır. Bu doğrultuda her ülke kendi potansiyeli doğrultusunda alternatif turizmi çeşitlendirerek turizm pazarına giriş yapmıştır (Erdoğan,2003).

Turizm denildiğinde genel anlamda ilk aklı gelen deniz, kum, güneş üçlüsüdür. Alternatif turizm algısıyla birlikte turizm yaz mevsimine bağlı olmaktan çıkarak dört mevsime yayılmaya başlamış ve kış mevsimlerinde de turizm hareketleri görülmeye başlamıştır. Kış mevsimine talep olmasıyla birlikte mevsime elverişli bölgeler turistik ürünleri geliştirmiş ve kış turizmi ortaya çıkmıştır (Zeydan ve Sevim, 2008).

Kış turizmi, isminden de anlayacağımız üzere kış aylarında yani karlı havalarda gerçekleştirilen en bilineni kayak olan kış sporlarının gerçekleştirildiği bir turizm hareketidir. Kayak sporunun gerçekleştirilebilmesi için bir yükselti gereklidir bu sebeple birçok kaynakta dağ turizmi ile kış turizmi birlikte yer almaktadır. Dağ turizmi; dağ yürüyüşü, yamaç paraşütü, rüzgâr sörfü, kamp, tırmanış gibi birçok faaliyeti kapsamaktadır. Kış turizmi sadece kar ve buzla yapılan faaliyetlerle dağ turizminin alt koludur diyebiliriz (Ülker, 2006: 20).

Kış turizmi süresi karın yerde kalış süresiyle doğru orantılıdır. Kış sporları kar ve buz ile yapılabilen sporlardır. Kış turizmini aktif hale getirmek için en önemli etken kar olsa da konaklama ve ulaşım da önde gelen şartlardır. Bu şartların yanı sıra mevcut mekanik tesisler, yeme içme ve aktivite alanları talebi arttıracaktır (İncekara, 1998).

Bu çalışmada Erzurum Palandöken ve Isparta Davraz Kayak Merkezlerinin potansiyelleri değerlendirilmiş ve iki kayak merkezi arasında kıyaslama yapılmıştır. Palandöken Kayak Merkezi uluslararası bir konumu sahip oluşu mekanik tesisleri ile Davraz Kayak Merkezinden iyi durumdadır. Davraz Kayak Merkezine yeterli önem gösterilmediği, tanıtım ve reklam eksikliğinin olduğu düşünülmektedir.

Kış Turizmi

Turizm kelimesi aklı her ne kadar deniz, kum, güneş üçlüsünü getirirse de insanların gelirlerinin artması ve yeterli boş zamana sahip olmalarıyla birlikte yaz mevsimi turizm olgusu içerisinde yetersiz kalmış ve bu sebeple farklı turizm arayışları başlamıştır. Kış turizmi bu arayışların sonucu ortaya çıkmış bir turizm çeşididir (Ercan, 2019).

Kış turizmi olgusu 1860 yıllarında İsviçre'de St. Moritz'de Johannes Badrutt adlı kişinin kar manzarası içerikli davetiyle başlangıç gösterip 1970 yıllarına denk gelen dönemde kayak merkezi ve otel için yatırımlar yapılmaya başlandığı gözlenmiştir (<https://www.tursab.org.tr>).

Turizm denizle bağdaşık bir şekilde yaz aylarıyla ilişkin olarak canlansa da her kesim yaz aylarında turizm faaliyetine katılamamaktadır. Yazın turizmin talebinin fazla olmasıyla birlikte olası sonuçlardan olan çevre kirliliği gözlenebilmektedir. Kış turizminin temiz hava ve temiz çevre isteyenler içinde ideal olduğu söylenebilir (Usal, 1984).

Turizm olgusu dört mevsimde olmalı düşüncesiyle birlikte görülmüştür ki yaz mevsiminde uygulanan birçok faaliyet kış mevsiminde de uygulanabilmektedir. Kış turizminin canlanması destinasyonlar içinde büyük bir avantaj olup kazanç ve kullanım, yılın tamamına entegre olmuştur (Ağger, 2011).

Kış turizmi genel anlamda yükseklik, kar gibi kavramlarla birlikte kayak, snowboard gibi kış sporlarını içermektedir (Albayrak, 2013). Fakat yeme içme, dinlenme, eğlenme gibi kavramları da içinde barındırmaktadır (İlban ve Kaşlı, 2008).

Kış turizminin ekonomiyi canlandırması, turizmi yılın tamamına yayması, destinasyon için yatırımlar yapılması, destinasyonun kalkınmasına etkisi, turizm çalışanlarının dönemsel değil yılın tamamında çalışmasının sağlanması, istihdam sağlama gibi birçok faydası mevcuttur (Mursalov, 2009).

Kış turizmi denildiğinde genel anlamda dağ turizmi ile özdeşleştirildiği görülmektedir. Bunun sebepleri arasında kış turizmi ile dağ turizmi arasında yükseklik kullanımı gelse de kış turizmi mevsimi kış olması kar, buz faktörleri ve kayak, snowboard gibi sporları içerir yükseklik şart değildir. Fakat kayak faaliyetlerine dağlık arazilerin daha uygun olması sebebiyle dağ turizmi ile özdeşleşebilmektedir (Mursalov, 2009).

Kış turizmi, genel anlamda karlı bölgelerde reaksiyon gösteren kış sporlarını yani kar ve buz içerikli belli başlı araç ve gereçler kullanılarak yapılan sporları kapsayan bir turizm çeşididir. Bu sporlardan en bilinen olan kayak sporu, farklı yüksekliklere sahip eğimli bir alanda kar üzerinde kayak için gerekli araç ve gereçler ile birlikte yapılan spordur. Bunların yanında kış turizminin içinde bulundurduğu bir başka içerik ise mekanik sistem üzerinde ilerleyen teleferik ve telekabin sistemidir (Üzel, 2003).

Mevsimselliği ortadan kaldırarak ekonomik kalkınma açısından büyük önem taşıyan kış turizmi, turizmin bir yıla yayılması, turizm personelleri için dönemsel çalışmayı ortadan kaldırarak uzun süreli bir çalışma hayatı sağlaması, kış turizminin gelişmesiyle yapılan tesisler sayesinde istihdam sağlayarak bölge ve bölge halkını ekonomik ve sosyal anlamda olumlu yönde etkilemektedir. (TÜRSAB, 2015).

Kış turizmini hava şartları etkilemektedir. Hava şartlarına bağlı olarak dönem geç başlayıp erken bitebilmektedir. Sezonun geç başlayıp erken kapanmasının sebebi küresel ısınma olsa da altyapı, reklam, tanıtım, mekanik tesis ve pistlerin yeterliliği gibi etkenlerde mevcuttur (Özgür ve Sevim, 2008).

Türkiye’de Kış Turizmi

Kış turizmi kayak sporuyla önem kazanmış bir turizm türüdür. Kayak sporu ulaşım aracı olarak kullanılmasından dolayı önemlidir. Ülkemizde bu sporun ulaşım aracı olarak kullanılma hikâyesi 1914 yılında Sarıkamış’ta bulunan Avusturyalı subaylar ile başlamıştır (Doğaner,2001).

1914 yılında Haliçte yapılan birçok kayak Erzurum’a getirilmiş ve 30 askere kayak eğitimi verilmiştir. Kayak sporunun Türkiye’deki öncülüğünü 01.01.1933 tarihiyle Galatasaray Lisesindeki bir grup öğretmen Uludağ’da kayak yaparak üstlenmiştir. 1934 yılında kayak sporu yayılmaya başlarken 1939 yılında resmileşerek Dağcılık ve Kış Sporları adıyla ilk federasyon kurulmuştur. Ülkemizde askeri olarak kullanılan kayak sporu için 1927 yılında Eğirdir Dağcılık Talimgahında bu spora ait bölükler oluşturulmuştur. Ülkemiz 1936 yılında alman öğretmen Herr Ridel’in öncülüğü ile kış olimpiyat oyunlarına katılmıştır (<https://www.tkf.org.tr>).

Türkiye 1100 metreye kadar çıkan dağ yükseklikleri ile kış turizmi için ideal bir bölgedir. Kış turizmi tüm dünya için geçerli olan kış sporlarının tanınması ve bilinmesi ile gelişme göstermiştir. Ülkemizin kayak bilinci Avusturyalı subaylar aracılığıyla 1. Dünya Savaşı sırasında oluşmuştur. Ülkemizin ilk kayakçıları ise Erzurum Palandöken’de eğitim almış olan askerlerdir. Ülkemizde kayak sporunun resmileşmesi 1939 yılında Ankara’da kurulan Dağcılık ve Kış Federasyonu ile gerçekleşmiştir. (Demiroğlu, 2014).

Dağcılık ve Kış Federasyonunun düzenlediği kayak organizasyonları ile kış turizmine olan talep, artış göstermeye başlamıştır. Talebin artmasıyla birlikte Erzurum, Ankara ve Kayseri illerinde kış sporları kulüpleri kurulmuş ve yayılmaya devam etmiştir. Kayak sporunun askeri ve ulaşımından çıkıp bir turizm haline gelişi 1960’lı yıllarda Bursa Uludağ’da başlangıç göstermiştir. Kış turizminin adımları 1930’lar da atılmış olsa da turizm olarak anılması 1950’li yıllarda kış turizmi için yapılan seyahatler ve tesis oluşturma ile resmiyeti Bursa Uludağ’da kazanmıştır. Ülkemizin ilk kayak merkezi Bursa Uludağ olup devamı 1956 yılında Elmadağ ile Ankara’dan, 1963 yılında Erciyes ile Kayseri’den, 1969 yılında Sapgör ile Bitlis’ten, Sarıkamış ile Kars’tan, Palandöken ile Erzurum’dan gelmiştir. Aksaray-Hasandağ, Bayburt-Kop Dağı, Gümüşhane-Zigana, Alanya-Akdağ, Niğde-Aladağlar, Sivas-Bolkar Dağları, Yıldızeli, Antalya-Saklıkent, Isparta-Davraz ve Kocaeli-Kartepe şeklinde kış turizminde birçok il turizm merkezi olarak yayılmaya ve gelişmeye devam etmiştir (Doğaner, 1997). Kış aylarında 2005 yılında 2.745.138 ziyaretçi sayısına sahipken %76 oranında artış göstererek 2015 yılında 5.000.000 ziyaretçi sayısına ulaşmıştır (TÜRSAB,2015).

Tablo 1: Türkiye de Kış Sporları ve Turizm Merkezleri

| | |
|--|---------------------------------------|
| Erzurum – Palandöken KTKGB | Aksaray – Hasan Dağı KTKGB |
| Bursa - Uludağ II. Gelişim Bölgesi KTKGB | Mersin – Tarsus Gülek Karboğazı KTKGB |
| Bolu - Köroğlu Dağı KTKGB | Gümüşhane – Çakırgöl KTKGB |
| Kayseri – Erciyes KTKGB | Antalya – Alanya Akdağ KTKGB |
| Kastamonu – Çankırı Ilgaz KTKGB | Muğla - Eren Dağı KTKGB |
| Kars – Sarıkamış KTKGB | Gümüşhane – Süleymaniye KTKGB |
| Kocaeli – Kartepe KTKGB | Artvin – Kafkasör KTKGB |
| Isparta – Davraz Dağı KTKGB | Düzce – Gölyaka Kardüz Yaylası KTKGB |
| Sivas – Yıldız Dağı KTKGB | Malatya – Hekimhan Yama Dağı KTKGB |
| Çankırı – Ilgaz Kadınçayırı Yıldıztepe KTKGB | Rize – İkizdere Ovit Dağı KTKGB |
| Ardahan- Yanlıçam Uğurludağ KTKGB | Antalya – Akseki Göktepe KTKGB |
| Bayburt – Kop Dağı KTKGB | Bitlis – Sapgör Kış Sporları TM |
| Gümüşhane - Zigana KTKGB | Konya – Derbent Aladağ KTKGB |
| Erzincan – Ergan Dağı KTKGB | |
| Denizli – Tavas Bozdağ KTKGB | |
| Samsun - Ladik Akdağ KTKGB | |

Kaynak: www.ktbvatirimisletmeler.gov.tr.

Tablo 1'e bakıldığında ülkemizde kış sporu içerikli 29 adet bölge bulunmaktadır. Kış turizmi için tesislerimiz toplam 11.459 yatak kapasitesine sahipken hedeflenen rakam 80.175'tir. Mevcut mekanik tesis sayısı toplam 102 iken toplam kapasite 105.143'tür. Konaklama ve mekanik tesis sağlama faaliyetine sahip tesislerin 9'u faal 7'si kısmen faaldir. Kış turizmini geliştirip genişletmek amacıyla 2020 yılı kış turizmi altyapı çalışmaları için 44.081.000 TL'lik bütçe ayrılmıştır (<https://yigm.ktb.gov.tr>)

Palandöken Kayak Merkezi (Erzurum)

Erzurum etrafına çevreleyen sıra dağlar, kış turizminde en önemli etken olan yüksek rakıma sahip olması ve iklim koşullarıyla kış turizmi için ideal bir bölgedir (Korgavuş, 2017). Taşımacılık konusunda büyük öneme sahip olan Erzurum hava yolu, kara yolu ve demir yolu olmak üzere birçok ulaşım yoluna sahiptir. Trabzon, Mersin, İskenderun limanlarına olan bağlantısıyla deniz yolu ulaşımına da sahip olan şehir doğu bölgesindeki en büyük ve en gelişmiş şehir olma özelliğindedir (Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı, 2014). Erzurum Palandöken dağının eteklerinde kurulmuş bir şehir olmakla birlikte sahip olduğu yükseltiyle Türkiye'nin en yüksek şehridir. Erzurum sahip olduğu bitki örtüsü çeşitliliği ile de bir cazibe merkezidir. 86 familyadan 492 cinsten 1.492 takson(canlı grubu) bulunmaktadır. Bu özelliği ile doğaseverlerin odak noktası olabilecek bir bölgedir ve Palandöken'de bu bitki örtülerinden 160 taksona sahiptir (Şengül, 2006).

Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020 verilerinden derlenmiş bilgilere göre 39 Kuzey – 41 Doğu boylamları arasında yer alan, Ağrı, Ardahan, Artvin, Bayburt, Bingöl, Erzincan, Kars, Muş ve Rize'ye sınırı bulunan 25.066 km² yüz ölçümü ile Türkiye'nin 4. büyük ili olan Erzurum'un 762.062 kişilik nüfusu bulunmaktadır. Erzurum ilinin Tablo 2'de belirtilmiş olan 20 adet ilçesi mevcuttur.

Tablo 2: Erzurum İli İlçeleri

| | | |
|----------|------------|-----------|
| Aşkale | Narman | Tekman |
| Aziziye | Palandöken | Tortum |
| Çat | Olur | Uzundere |
| Hınıs | Oltu | Yakutiye |
| Horasan | Pazaryolu | Karaçoban |
| İspir | Pasinler | Köprüköy |
| Karayazı | Şenkaya | |

Kaynak: Erzurum İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Erzurum nüfus olarak çok fazla değişkenlik göstermeyen bir il olmakla birlikte Tablo 3’de 10 yıllık nüfus verileri verilmiştir. 2010 yılında nüfus 769.085 kişiyken en yüksek nüfus 2011 yılında 780.847 olarak görülmüştür. En düşük nüfus ise 758.279 ile 2020 yılına aittir.

Tablo 3: Erzurum İli 2009-2019 Yılı Nüfus Verileri

| Yıl | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Nüfus | 769.085 | 780.847 | 778.195 | 766.729 | 763.320 | 762.321 | 762.021 | 760.476 | 767.848 | 762.062 | 758.279 |

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu

TÜİK, 2013 il bazında temel işgücü göstergeleri verileri derlenerek ulaşılan bilgilerle oluşturulan Tablo 4’de 2013 yılında iş gücüne katılma oranı %50 iken işsizlik oranı %6,6 bölgenin istihdam oranı ise %46,7’dir.

2013’ten sonra Erzurum ili temel işgücü göstergeleri veri girişi yapılmadığı için 2013 verileri verilmiştir

Tablo 4: Erzurum İli 2013 Yılı Temel İşgücü Göstergeleri

| | Oran (%) | Değişim Katsayısı (%) | Alt Sınır | Üst Sınır |
|-------------------------|----------|-----------------------|-----------|-----------|
| İş Gücüne Katılma Oranı | 50,0 | 0,8 | 49,2 | 50,7 |
| İşsizlik Oranı | 6,6 | 3,0 | 6,2 | 7,0 |
| İstihdam Oranı | 46,7 | 0,9 | 45,9 | 47,5 |

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu

Erzurum’un 5 km güneyinde 3.188 m zirveye sahip dağı olan Palandöken 25.788 m ile Türkiye’nin en uzun kayak pistine sahiptir. Toplamda 24 piste sahip olan Palandöken 2.466 yatak kapasitesi ve 19 mekanik tesise sahip olmasıyla da kayak merkezleri arasında 1. sıradadır (Koşan & Türkmendağ, 2018). Palandöken dağları 30 km alana yayılmış bir yapıda 70 km uzunluğa ve 2-3 metre kar kalınlığına sahiptir (Türkdoğan, 2010).

Palandöken’in kuzeyinde Yakutiye ve Aziziye, doğusunda Pasinler, güneyinde Çat ve Tekman, batısında Aşkale yer almaktadır. 169.478 kişilik nüfusa sahip olan Palandöken’in yakın tarihe ait tabyalar ve cepanelikler ile tarihi zenginliği mevcutken Abdurrahman Gazi, Pir Ali Baba, Kümbetli Ahmet Baba ve Maksut Efendi Türbelerinin varlığıyla inanç turizmi içinde önemli bir yere sahiptir.

Palandöken 700 km²'lik alanıyla Erzurum'un en büyük ilçelerinden biridir. Dağlık yapısının içinde barındırdığı meralar ile hayvancılığa da oldukça elverişlidir. Yazın sıcak ve kurak, kışın soğuk ve kar yağışlı bir iklime sahip olmasıyla birlikte yaz dönemi kısa sürelidir. Palandöken Kayak Merkezi 15 km ile kayak merkezleri arasında havalimanına en yakın olanıdır

Erzurum ili 2016 yılında 136.526 yerli, 12.438 yabancı olmak üzere toplam 148.964 turisti ağırlamış olup 2017 yılında bu rakam 374.764 kişiye çıkmıştır. En çok yabancı turist geldiği ülke Rusya iken devamında sırasıyla Ukrayna, Gürcistan ve İran gelmektedir (<https://erzurum.ktb.gov.tr>).

Palandöken ülkemizin doğu bölgesinde kayak faaliyetleri amacı ile kullanılan ilk dağdır (Şaktimur, 1994). 1969 yılında faaliyete geçen Palandöken'in kayak merkezi olarak kabul edilme tarihi 17 Ekim 1993'tür (Koşan, 2013). .

Palandöken Kayak Merkezinde bulunan pistlerde;

10 Telesiyej,

1 Teleski,

2 Baby lift

1 Gondol bulunmaktadır. Toplam 6.783 m telesiyej uzunluğu bulunurken, teleski uzunluğu 800 m'dir. Telesiyej kapasiteleri toplam 4.683 kişiyken teleski kapasitesi 650 kişidir.

Tablo 5: Palandöken Kayak Merkezi Mevcut Mekanik Tesisler

| Lift Adı | Uzunluk | Rakım | Kapasite |
|-----------------|---------|--------|----------------|
| Telesiyej | 237 m | 1165 m | 300 kişi/saat |
| Teleski | 800 m | 25 m | 650 kişi/saat |
| Telesiyej Ejder | 1778 m | 225 m | 983 kişi/saat |
| Telesiyej Güney | 1528 m | 100 m | 800 kişi/saat |
| Telesiyej Vadi | 1200 m | 487 m | 800 kişi/saat |
| Baby Lift | 200 m | 20 m | 300 kişi/saat |
| Telesiyej | 800m | 1200 m | 450 kişi/saat |
| Telesiyej | 300 m | 200 m | 450 kişi/saat |
| Telesiyej | 940 m | 50 m | 900 kişi/saat |
| Gondol Lift | 3200 m | 597 m | 1500 kişi/saat |

Kaynak: İpek Yolu'ndan Olimpiyata Erzurum

Palandöken Kayak Merkezinde 19 pist bulunmaktadır. Bu pistlerin 7'si kolay (mavi pist), 8'i orta, profesyonel (kırmızı pist) ve 4'ü doğal (siyah pist). Tüm pistlerin toplamda uzunluğu 28 km'dir. 12 bin kişilik kapasitesi mevcuttur. Başlangıç seviyesinden profesyonel seviyeye kadar her kesimin rahatlıkla kullanabileceği bir yapıya sahiptir. Palandöken kış turizmi dışında dört mevsim turizme elverişli yapısı bulunmaktadır

Tablo 6: Erzurum’da Bulunan Spor Tesisleri

| Spor | Mevki | Kapasite (Kişi) | Merkeze Mesafe (km) | İrtifa (m) |
|---|----------------|-----------------|---------------------|------------|
| Atlama Kuleleri | Kiremitli Tepe | - | 1 | 1900 |
| Buz Hokey Salonu | Yakutiye | 3000 | 3 | 1900 |
| Buz Pateni Salonu | Palandöken | 2000 | 3 | 2000 |
| Short Track Salonu | Palandöken | 500 | 3 | 2000 |
| Curling Salonu | Yakutiye | 1000 | 10 | 1900 |
| Kapalı Spor Salonu | Palandöken | 500 | 3 | 2000 |
| Kazım Karabekir Stadyumu | Aziziye | 25.000 | 14 | 1900 |
| Yüksek İrtifa Olimpik Yüzme Havuzu | Palandöken | 10 Kulvar | 3 | 2000 |

Kaynak: <https://www.kudaka.org.tr>

Erzurum’da kayak faaliyeti dışında gerçekleştirilebilecek birçok faaliyet mevcuttur. Atlama kuleleri, buz hokeyi, curling, yüzme havuzu gibi tesisler mevcutken kapalı spor salonu ve stadyumda bölgede ki talebi arttırmakta gelenlere zengin aktivite alanı sağlamaktadır. Tesislerin mevcut kapasitesi 32.000 kişidir. Yüzme Havuzu 10 kulvardan oluşmaktadır.

Tablo 7: Erzurum’da Gerçekleştirilen Önemli Kış Organizasyonları

| Organizasyon Adı | Yılı |
|--|------|
| Winter Universiade | 2011 |
| IIHF Buz Hokeyi Dünya Şampiyonası Bölüm III | 2012 |
| FIS Kuzey Disiplini Gençler ve U23 Dünya Kayak Şampiyonası | 2012 |
| Dünya Karma Çiftler Curling Şampiyonası | 2012 |
| Avrupa Curling Şampiyonası | 2012 |
| FIS Gençler Snowboard Şampiyonası | 2013 |
| Short Track Dünya Gençler Şampiyonası | 2014 |
| Short Track Dünya Kupası Finali | 2015 |
| Avrupa Gençlik Olimpik Festivali (EYOF) | 2017 |

Kaynak: <https://www.kudaka.org.tr>

Erzurum’u diğer kayak merkezlerinden ayıran bir diğer önemli etken ise düzenlenen organizasyonlardır. Kayak merkezi bu sebeple reklam ve tanıtımını da yapmaktadır. İlk organizasyon 2011 yılında Winter Universiade adıyla gerçekleşirken son organizasyon 2017 yılında Avrupa Gençlik Olimpik Festivali (EYOF) adıyla gerçekleşmiştir. Uluslararası önem teşkil eden bu organizasyonlar Erzurum’u ilgi odağı haline getirmiştir.

2011 yılında düzenlenen 25.Dünya Üniversiteler Kış Oyunları ve 2017 yılında düzenlenen Avrupa Gençlik Kış Olimpik Festivali (EYOF) ev sahipliği yapmasıyla birlikte dünya çapında bir önem kazanmıştır. Öyle ki Palandöken Kayak Merkezi New York Times Gazetesi'nin belirlediği dünyadaki 41 kayak merkezi arasında 18. sıradadır (<https://erzurumportali.com>).

Doğal yapısı ile ilgi odağı olan Palandöken Kayak Merkezi sağlık kuruluşlarına yakınlığıyla da tercih sebeplerindedir. Palandöken Kayak Merkezinde 5 otel bulunmaktadır. Bunların 2'si 5 yıldızlıken 4, 3 ve 2 yıldızlı birer otel bulunmaktadır (<https://erzurum.ktb.gov.tr>).

Tablo 8: Palandöken Kayak Merkezi Otelleri ve Yatak Kapasiteleri

| Otel Adı | Oda Sayısı | Yatak Kapasitesi |
|------------------------------|------------|------------------|
| Xanadu Snow White | 181 | 450 |
| Polat Renaissance Hotel | 234 | 694 |
| Palan Otel | 206 | 500 |
| Ski Resort Dedeman | 186 | 631 |
| Dedeman Palandöken Ski Lodge | 66 | 150 |

Kaynak: Aydın (2015)

Tablo 8 verilen bilgilere göre bölgede bulunan otellerin toplam 873 adet oda sayısı ve toplam 2425 adet yatak kapasitesi mevcuttur. Xanadu Snow White Otel ve Polat Renaissance Hotel beş yıldızlı oteldir.

Davraz Kayak Merkezi (Isparta)

Batı Toroslar'ın 30.000 km²'lik alanına sahip Akdeniz ile İç Anadolu Bölgesi'nin orta noktasında ve Göller Bölgesi'nin içinde yer alan Isparta ili 8.933 km²'lik yüz ölçümüne sahiptir (Isparta İli Çevre Durum Raporu 2020). Doğusunda Konya, kuzeyinde Burdur, güneyinde Antalya bulunan ilin coğrafi konumu birçok bölge için geçiş noktası halinde olması sahip olduğu dağlar, göller, kanyonlar ve mağaralar gibi doğal yapılar sayesinde turizm için idealdir. Bölgenin birçok ile olan yakınlığı ve bağlantı noktası olması sebebi ile karayolu ile ulaşım tercih sebebi olurken 2009 yılında tamamlanan Süleyman Demirel Havalimanı ile hava yolu ulaşımı da mevcuttur (Motor, 2018).

Dağları dışında Eğirdir, Kovada ve Gölcük olmak üzere 3 tane göle sahip yaz ve kış turizmi için uygun olan bölgede alternatif turizm çeşitlerinden birçoğu uygulanabilir (Doğanay, 2001:21). Isparta mevcut olan değerleri, tarihi ve kültürel yapısı ile alternatif turizm yapısına uygun bir bölgedir. Bölgede ki değerler ile uygun olarak; binicilik, dağcılık, kamping, kayak, trekking, yamaç paraşütü, su sporları, inanç turizmi, tarım turizmi gibi birçok turizm çeşidi mevcuttur (Doğan, F. N. 2002),

Kültür ve Turizm Bakanlığı 2020 verilerinden derlenmiş bilgilere göre 30°20' ve 31°33' doğu boylamları ile 37°18' ve 38°30' kuzey enlemleri arasında yer alan, doğuda Konya, kuzeyde Afyon, batıda Burdur, güneyden ise Antalya ile komşu olan, 8.933 km² yüz ölçümüne sahip Isparta ilinde 241.723 kişilik nüfusu bulunmaktadır. Isparta ilinin Tablo 9'de belirtilmiş olan 12 adet ilçesi mevcuttur.

Tablo 9: Isparta İli İlçeleri

| | | |
|-----------|---------------|----------------|
| Aksu | Keçiborlu | Yalvaç |
| Atabey | Senirkent | Yenişarbademli |
| Eğirdir | Sütçüler | Uluborlu |
| Gelendost | Şarkikaraağaç | Gönen |

Kaynak: Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Isparta nüfus inişli çıkışlı bir grafiğe sahiptir. Tablo 10’da 10 yıllık nüfus verileri verilmiştir. 2010 yılında nüfus 448.298 kişi ile en yüksek nüfus değerine sahip olan yıl olarak görülmüştür. En düşük nüfus ise 2011 yılında 411.245 iken 2019 yılında bu veri 444.914’e çıkmıştır.

Tablo 10: Isparta İli 2009-2019 Yılı Nüfus Verileri

| Yıl | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|
| Nüfus | 448.298 | 411.245 | 416.663 | 417.774 | 418.780 | 421.766 | 427.324 | 433.830 | 441.412 | 444.914 | 440304 |

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu

TÜİK, 2013 il bazında temel işgücü göstergeleri verileri derlenerek ulaşılan bilgilerle oluşturulan Tablo 11’de 2013 yılında iş gücüne katılma oranı %54,2 iken işsizlik oranı %8,7 bölgenin istihdam oranı ise %49,5’dir.

2013’ten sonra Isparta temel işgücü göstergeleri veri girişi yapılmadığı için 2013 verileri verilmiştir.

Tablo 11: Isparta İli 2013 Yılı Temel İşgücü Göstergeleri

| | Oran % | Değişim Katsayısı % | Alt Sınır | Üst Sınır |
|-------------------------|-----------|------------------------|-----------|-----------|
| İş Gücüne Katılma Oranı | 54,2 | 1,9 | 52,2 | 56,3 |
| İşsizlik Oranı | 8,7 | 5,5 | 7,8 | 9,6 |
| İstihdam Oranı | 49,5 | 2,2 | 47,4 | 51,6 |

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu

Rakımı ortalama 1.050 m olan ilin % 68,4 kısmı dağları oluşturmaktadır ve bu dağların yüksekliği 3000 m’yi bulmaktadır (<http://www.isparta.gov.tr>). 17.02.1995 tarihinde turizm merkezi olarak kabul edilen Davraz Kayak Merkezi il merkezine 26 km uzaklıkta 1.155 m uzunluğa sahiptir. Kayak merkezinde 0.50 m ile 2.50 m kar kalınlığı mevcutken pist alanı 440 hektar civarındadır. Kayak merkezi rakımı yaklaşık 2.000 m ve pist uzunluğu 6 km ile 8 km aralığındadır (Dudu, 2015).

Davraz kayak merkezi Isparta’nın Çobanisa köyünde bulunmaktadır. Köyün 1960 yılında 279 kişi olan nüfusu en yüksek nüfus 1980 yılında 302 kişiyle görmüş olup devam eden yıllarda azalma göstermiştir 2000 yılında 257 kişiye düşen nüfus kayak merkezinin varlığından etkilenmeyip 2007 yılında en düşük sayımını görmüş ve kişi sayısı 228 kişiye kadar düşmüştür (Ceylan ve Demirkaya, 2009).

Tablo 12: Isparta İli Konaklayan Turist İstatistikleri

| Yıllar | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Geceleyen Yerli Turist | 211.200 | 233.273 | 306.401 | 321.163 | 324.686 | 353.096 | 416.032 |
| Geceleyen Yabancı Turist | 19.937 | 14.202 | 21.089 | 21.837 | 19.757 | 14.144 | 15.202 |
| Toplam | 231.137 | 247.475 | 327.490 | 343.000 | 354.443 | 367.240 | 431.234 |

Kaynak: TÜİK: İl Gösterge, Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Tablo 12’ de Isparta’nın 2011 yılından 2017 yılına kadar olan konaklayan turist istatistikleri verilmiştir. Konaklayan yerli turist sayısı 2011 yılında 211.200 kişiyken her yıl artış göstererek 2017 yılında 416.032 kişiye kadar çıkmıştır. Konaklayan yabancı turist sayısı 2011 yılında 19.937 kişiyken en yüksek sayı 2013 yılında 21.089 kişiyle görülmüş olup devamında düşüş gözlenmektedir. 2017 yılında bu sayı 15.202 kişi olarak görülmektedir. 2018 yılında bu rakamlar ciddi bir değişiklik

göstererek toplam geceleme sayısı 454.929 kişiyi bulmuştur. Geceleme sayısının 15.298'lik kısmını yabancı turistler oluşturmaktadır. Toplam gelen sayısı 43.556 kişiyken bu sayının 42.071 kişilik kısmını yabancı turistler oluşturmaktadır.

Tablo 13: Davraz Kayak Merkezi Pist Özellikleri

| Pistin Özellikleri | Mavi Renkli Pist | Kırmızı Renkli Pist | Siyah Renkli Pist |
|------------------------|------------------|---------------------|-------------------|
| Pist Adedi | 2 | 7 | 5 |
| Toplam Uzunluğu | 3900 m | 9100 m | 6000 m |

Kaynak: <https://davrazkayakerkezi.org/pist-haritasi>

Davraz Kayak Merkezinde 14 pist bulunmaktadır. Bu pistlerin 2'si kolay (mavi pist), 7'i orta, profesyonel (kırmızı pist) ve 5'ü doğal (siyah pist)'dir. Bu pistler toplam 19.000 m uzunluğa sahiptir.

Tablo 14: Davraz Kayak Merkezi Mevcut Mekanik Tesisler

| LİFT ADI | UZUNLUĞU (m) | RAKIM (m) | KAPASİTESİ |
|---------------------------------|--------------|-------------------|--------------------------------------|
| 1.Tesis: Telesiyej hattı | 1,211 m | 1.630 m – 1.970 m | 1.000 kişi/saat, 134 koltuk |
| 2.Tesis: Telesiyej hattı | 930 m | 1.970 m – 2.230 m | 800 kişi/saat, 87 koltuk |
| 3.Tesis: T-Bar (Teleski) hattı | 623 m | 1.947 m – 2.230 m | 800 kişi/saat, 45 askı kolu |
| 4.Tesis: Bubble Telesiyej hattı | 830 m | 2.210 m – 2.394 m | 800 kişi/saat, 18-24 koltuk (dörtlü) |
| Baby Lift | 100 m | | |

Kaynak: <https://davrazkayakerkezi.org/lift-bilgiler>

Davraz Kayak Merkezi'nde bulunan pistlerde;

3 Telesiyej,

1 Teleski,

1 Baby Lift bulunmaktadır. Toplam 2.971 m telesiyej uzunluğu bulunurken, teleski uzunluğu 623 m'dir. Telesiyej kapasiteleri toplam 2.600 kişiyken teleski kapasitesi 800 kişidir.

Tablo 15: Davraz Kayak Merkezi Otelleri ve Yatak Kapasiteleri

| Otel Adı | Oda Sayısı | Yatak Kapasitesi |
|--------------------|------------|------------------|
| Sirene Otel | 122 | 280 |
| İsperia Hotel | 17 | 50 |
| SDÜ Uygulama Oteli | 42 | 94 |

Kaynak: (<https://isparta.ktb.gov.tr>).

Davraz bölgesinde Belediye Belgeli 2, Bakanlık Belgeli 1 otel bulunmaktadır. Belediye Belgeli otellerden Davraz İsperia Hotel 17 oda 60 yatak kapasitesine sahipken, Süleyman Demirel Üniversitesi Davraz Uygulama Oteline ise 42 oda 94 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Bakanlık belgeli olan Davraz Sirene Otel ise 122 oda 280 yatak kapasitesine sahiptir. Bölgede toplam 181 oda 434 yatak kapasitesi bulunmaktadır.

Davraz ve Palandöken Kayak Merkezi Kıyaslaması

Tablo 16: Davraz ve Palandöken Kayak Merkezleri Tesis Bilgileri

| | Davraz Kayak Merkezi | Palandöken Kayak Merkezi |
|---|----------------------|--------------------------|
| Kuruluş Tarihi | 17.02.1995 | 17.10.1993 |
| Kar Kalınlığı (m) | 0,50 – 2,50 | 2 -3 |
| Yükselti | 1650 – 2250 | 2200 – 3176 |
| Kayak Sezonu (Gün) | 110 | 150 |
| Otel Sayısı | 3 | 5 |
| Yatak Kapasitesi | 434 | 2.425 |
| Mevcut Mekanik Tesisler | 4 | 19 |
| Mevcut Mekanik Tesis Kapasitesi | 3.800 | 24.563 |
| Mevcut Mekanik Tesis Uzunlukları | 3.621 | 22.018 |

Palandöken Kayak Merkezi Kuruluş yılı olarak Davraz Kayak Merkezinde yaklaşık iki yıl öndedir. Palandöken Kayak Merkezinin yüksekliği 3.176 metreyi bulurken Davraz Kayak Merkezinin yüksekliği 2.250 metredir. Kar kalınlığı bakımından da önde olan Palandöken 2 – 3 metre kar kalınlığına sahipken bu rakamlar Davraz 'da 0,50 ile 2,50 metre aralığında değişmektedir. Kayak sezonu Palandöken'de 150 gündür. Davraz 'da ise bu sayı 110 güne düşmektedir. Otel sayısı Palandöken'de 5 iken Davraz 'da bu sayı 3 tür. Otel sayısı olarak fark küçük görülse de yatak kapasitesi farkı oldukça yüksektir. Palandöken otellerinin yatak kapasitesi 2.425 iken Davraz otellerinin yatak kapasitesi 434 tür. Mevcut mekanik tesis konusunda da ciddi bir fark görülmektedir. Palandöken de tesis sayısı 19 iken Davraz da bu sayı 4'e düşmektedir.

Tablo 17: Davraz ve Palandöken Kayak Merkezleri Pist Bilgileri

| | Davraz Kayak Merkezi | Palandöken Kayak Merkezi |
|---|----------------------|--------------------------|
| Mavi Renkli Pist Sayısı | 2 | 7 |
| Kırmızı Renkli Pist Sayısı | 7 | 8 |
| Siyah Renkli Pist Sayısı | 5 | 4 |
| Toplam Pist Sayısı | 14 | 19 |
| Pistlerin Toplam Uzunlukları (m) | 19.000 | 28.000 |

Pist sayılarına bakılacak olursa Palandöken de 24 pist mevcutken Davraz da bu sayı 14'tür. Genel olarak bulunan veriler ile konaklama sayılarına bakıldığında da 2017 yılı baz alınırda Erzurum'da 374.764 kişilik bir turist geceleme sayısı mevcutken Isparta'da bu veri 431.23 kişidir. Verilere bakıldığında Isparta'da daha çok turist gecelediği görülse de kış turizmi için şehirleri kullanım oranının Erzurum'da daha çok olduğu tahmin edilmektedir. Palandöken'i Davraz'ın önüne geçiren başlıca etmenlerin arasında düzenlenen organizasyonlar gelse de Palandöken Kayak Merkezinin içerik yönünden zengin olması aktivite alanının geniş olması da göz ardı edilemeyecek kadar önemlidir. Bölgeler arası iş gücü göstergesi karşılaştırılması yapıldığında ulaşılan son verilere göre işsizlik oranı Erzurum'da 6,6 iken Isparta'da 8,4 tür. Sağlanan istihdam Erzurum'da 46,7 iken Isparta'da 49,5 oranındadır. 20 adet ilçesi olan Erzurum 2019 verilerine göre 762. 062 kişilik nüfusuna sahipken,

12 adet ilçesi bulunan Isparta 444.914 kişilik nüfusa sahiptir. Ulaşım araçları konusunda da Erzurum daha zengindir. Hava, deniz, kara ve tren yolu kullanılabilirken Isparta’da sadece hava ve kara yolu kullanılmaktadır.

Tablo 18: Davraz Kayak Merkezi SWOT Analizi

| Davraz Kayak Merkezi SWOT Analizi | |
|--|---|
| Güçlü Yanları | Zayıf Yanları |
| •Tescilli kayak turizm alanı olması | • Tanıtım ve reklam eksikliğinin olması |
| • Isparta bölgesinin turizm kalkınmasında en önemli merkezlerinden birisi olması | • Kar kalınlığı ve karın yerde kalış süresinin düzensizliği |
| • Uluslararası kayak standartlarına uygun olması | • Toplu ulaşım ve taşıma hizmetlerinin yetersizliği |
| • Antalya’ya komşu olması | •Tesis ve aktivite alanı yetersizliği |
| • Bölgesel olarak orta noktada kalması sebebiyle ulaşım ve ulaşılabilirliğe uygun olması | • Kayak sezonunun uzatılması için yeterli teknik ekipmanın bulunmaması |
| • Isparta şehir merkezine yakın olması | • Telesiyej ve teleski gibi mekanik kullanımların yetersizliği |
| • Sahip olduğu dağ ve göller sayesinde birçok alternatif turizm için uygun olması | • Gece ışıklandırmasının olmaması |
| • İklim şartları sayesinde yılın tüm aylarında turizm için kullanılabilir bölge olması | |
| • Kayak merkezi içerisinde 3 adet otel bulunması | • Uluslararası kayak yarışmaları için ideal standartlarda olmaması |
| • Mekanik tesislere sahip olması | • Tesislerdeki kafe, wc vb. ünitelerinin yoğun kullanım dönemlerinde yetersiz kalması |
| • Kayak pistinin amatörlerin de profesyonellerin de kullanabileceği şekilde olması | • Alan tanıtıcı ve yönlendirici tabelaların yetersiz olması Turizm tur organizasyonlarının yetersizliği |
| • Geceleyen turist sayısının her yıl artması | •Uygulanabilir doğa sporları için herhangi planlama yapılmaması |
| Fırsatlar | Tehditler |
| •Süleyman Demirel hava limanına yakın olması | •Küresel İklim Değişikliğine bağlı olarak kar yağışının azalması |
| •Her mevsim alternatif turizm imkanı sunması | •Taşıma kapasitesinin çok üzerinde kullanılması durumunda çevresel bozulma riskinin olması |
| •Antalya iline yakın olması | • Kar miktarında azalma riskinin olması, |

Davraz Kayak Merkezinin hava limanı ve şehir merkezine yakın oluşu ulaşım kolaylığı sağlayacaktır bu durum tercihi arttırmak için önemli bir faktör olduğu gibi kar kalınlığı ve karın yerde kalış süresinin düzensizliği, toplu taşıma eksikliği, mekanik tesis kullanım yetersizliği tercih sıralamasında geriye düşmekte bir o kadar etkili faktörlerdir.

Tablo 19: Palandöken Kayak Merkezi SWOT Analizi

| Palandöken Kayak Merkezi SWOT Analizi | |
|--|---|
| Güçlü Yanları | Zayıf Yanları |
| <ul style="list-style-type: none"> •Tescilli kayak turizm alanı olması • Erzurum bölgesinin turizm kalkınmasında en önemli merkezlerinden birisi olması • Uluslararası kayak standartlarına uygun olması • Uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapmış olması •Uluslararası kayak yarışmaları için ideal standartlarda olması • Tüm ulaşım yollarının kullanılabilir olması • Hava limanına yakın olması | Geceleyen turist sayısının düşük olması |
| <ul style="list-style-type: none"> • İklim şartları sayesinde daha uzun süreli ve daha etkin kayak yapılabilmesi • Kayak merkezi içerisinde 5 adet otel bulunması • Tanıtım ve reklam konusunda yeterli olması • Mekanik tesislere sahip olması •Yeterli kar kalınlığı ve karın yerde kalış süresine sahip olması • Kayak pistinin amatörlerin de profesyonellerin de kullanabileceği şekilde olması • Geceleyen turist sayısının her yıl artması | Sadece kış turizmi için uygun bir bölge olması |
| Fırsatlar | Tehditler |
| <ul style="list-style-type: none"> •Bütün ulaşım yollarının kullanılabilir olması •Mekanik tesisi ve aktivite alanları • Uluslararası yarışmaların düzenlenmiş olması | Kış mevsimi dışında bir turizm faaliyetin mevcut olmayışı |

Ulaşım, mekanik tesis, kar kalınlığı ve karın yerde kalış süresi, kayak pistleri gibi birçok yeterliliği olan Palandöken'in en önemli tercih faktörü uluslararası bir boyut kazanmış olmasıdır.

SONUÇ

Kış turizmi, turizmi canlandırmak ve 12 aya yaymak için en önemli alternatif turizm türlerinden biridir. Ülkemiz için ekonomik bir değere sahip olmasının yanı sıra işsizliğe de olumlu etkisi bulunmaktadır. Bölgesel kalkınmaya da etki eden kış turizmi için ülkemizde 29 adet bölge bulunmaktadır. Fakat bu bölgelerin 9'u aktifken 7'si yarı aktiftir. 13'ü ise pasif olarak değerlendirilebilecek konumdadır. İlk kayak merkezi unvanını Bursa Uludağ'ın alsa da bilinirliği ve uluslararası boyutta olanı Erzurum Palandöken'dir. Bilinirliği olan ve önem teşkil eden 9 organizasyon düzenlemiş olup bu organizasyonların birçoğu uluslararası boyuttadır.

Çalışmamızda Palandöken ve Davraz Kayak Merkezleri elen alınmış ve ulaşılan veriler ile kıyaslaması yapılmıştır. Veriler sonucu ulaşılan bilgilerde Palandöken Kayak Merkezi'ni Davraz Kayak Merkezi'ne oranla çok daha fazla gelişmiş olduğu görülmektedir. Palandöken Kayak Merkezi'nin yüksekliği 3.176 metreyi bulurken Davraz Kayak Merkezinin yüksekliği 2.250 metredir. Yükseklik olarak önceliğe sahip olan Palandökenin en önemli önceliği reklam ve tanıtımdır. Yapılan organizasyonlar ile hem ilin hem de kayak merkezinin tanıtımı yapılmıştır. Davraz Kayak Merkezi'nin en büyük eksikleri arasında reklam ve tanıtım yer almaktadır. Konumu turizmin başlıca şehirlerinden Antalya'ya yakın olan Davraz'ın kapasite olarak da ciddi bir eksikliği vardır. Kayak bölgesinde 3 tane otel bulunan Davraz'ın yatak kapasitesi 434 gibi bir rakama sahiptir. Talep artsa da karşılayabilecek konaklama tesisi mevcut değildir. Mekanik tesis yönünden karşılaştırıldığında da eksik kalan Davraz Kayak Merkezi'nin yeterli özellikleri arasında, pist sayısı yer almaktadır. Kayak sporuna önem veren sporcuların başlangıç seviyesinden profesyonel seviyeye kullanabilecekleri pist mevcuttur. Her ne kadar pist sayısı yeterli olsa da Palandöken'e oranla ciddi bir fark mevcuttur. Bir diğer eksiklik ise Palandöken Kayak Merkezinde atlama kuleleri, buz hokey salonu, buz pateni salonu, short track salonu, curling salonu, kapalı spor salonu, yüzme havuzu ve stadyum bulunurken Davraz'da bunların hiçbiri mevcut değildir. Davraz için öncelikli olarak reklam ve tanıtım yapılmasının yanı sıra gelen turisti karşılayabilmek için yatak kapasitesinin artırılması gerekmektedir. Gelenleri ilgisini daha çok çekmesi ve konaklama sürelerini uzatması için alışveriş merkezi ya da farklı aktivite alanları da yaratılabilir.

Davraz Kayak Merkezi ve Palandöken Kayak Merkezini karşılaştırdığımızda gördüğümüz üzere Davraz Kayak Merkezinin birçok eksikliği mevcuttur ve şunu söyleyebiliriz ki Palandöken uluslararası bir sıralamada yer alıp tanınmaktayken Davraz maalesef bu sıralamaya dahil değildir. Isparta için büyük önem teşkil etmesi gerekirken yeterli önemin verilmediği düşünülmektedir.

Davraz Kayak Merkezinin tanıtımı için geleneksel hale gelecek şenlikler düzenlenebilir. Farklı illerden katılım sağlayan turist grupları eğlenceli zaman geçirebilirse her yıl gelmeye devam edeceklerdir. Tabi ki gelen turistin verimli zaman geçirip eğlenebilmesi için kayak dışında aktivitelerde planlanmalıdır. Özellikle çocuklu aileler göz önünde bulundurularak çocukların da zaman geçirebileceği oyun alanları oluşturulmalıdır. Gelen turiste geceleme yaptırmak adına faaliyetler planlayıp birkaç güne yayılabilir. Fakat turistlere geceleme yaptırmak için konaklama tesislerini arttırmak gerekmektedir.

Günümüzde en önemli tanıtım ve reklam aracı sosyal medya bu sebeple sosyal medya kullanımı arttırılmalı ve Davraz'a ait sayfalar sosyal medya uzmanları tarafından yönetilmelidir. Sosyal medyada, görsel büyük önem taşımakta olup sayfa da görsel zenginlik sunulmalıdır. Tur şirketleri ile anlaşma yapıp kayak yapmak isteyen turistlerin Davraz'ı tercih etmeleri sağlanabilir.

Isparta ilinde Davraz'a yönlendiren birkaç tane tabela bulunmaktadır. Tabelalar çoğaltılmalı özellikle kış aylarında şehir merkezi, il giriş ve çıkışlarına billboardlar yapılmalıdır. Isparta mevki gereği geçiş noktası halindedir eğer şehir giriş ve çıkışlarında billboardlar bulunursa arabayla ya da otobüsle seyahat edenlerin hafızasında görsel kalacaktır.

Isparta bölgesi için ciddi bir turizm kazancı getirebilecek olan Davraz Kayak Merkezine yeterli önem verilir reklam ve tanıtımı yapılırsa konumu ve Isparta'nın zengin alternatif turizm çeşitlerine sahip olmasının verdiği destekle talebin arttırılabileceği düşünülmektedir

KAYNAKLAR

- Ağger, V. (2011). Unversiadde 2011 Kış Oyunlarının Erzurum Kış Turizmi Potansiyeline Etkileri. (Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 6-24 s.
- Albayrak, A. (2013). Alternatif Turizm, Ankara: Detay Yayıncılık, 195 s.
- Aydın, M.E. (2015). Erzincan, Erzurum, Sarıkamış Kayak Merkezlerinin Raybüs İle Entegrasyonu Araştırması. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı, 7 s.
- Bilirdönmez, D. ve Çintimar, F. (2010). İpek Yolu'ndan Olimpiyata Erzurum, Kültür ve Turizm Bakanlığı,
- Ceylan, S. ve Demirkaya, H. (2009). Kış Turizmine Bağlı Olarak Gelişen Bir Kırsal Yerleşme: Çobanisa Köyü (Isparta). Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, 87 s.
- Demiroğlu, O., (2013). İklim Değişikliğinin Kış Turizmine Etkisi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul, 520 s.
- Demiroğlu, O.C. (2014). Kış Turizmi, Ankara: Detay Yayıncılık, 60-116 s.
- Diñer, Mithat Zeki (1993). Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm, Filiz Kitabevi, İstanbul,
- Doğan, F. N.(2002), Yamaç Paraşütünün Yaban Hayatı ve Diğer Ormanlık Faaliyetlerinde Kullanılma İmkânlarının Araştırılması, SDÜ Orman Fakültesi, Bitirme Tezi, Isparta.
- Hayati DOĞANAY (2001), Türkiye Turizm Coğrafyası, 3. bs., Çizgi Kitabevi Yay., Konya.
- Doğaner, S., (2001). Türkiye Turizm Coğrafyası. Çantay Kitabevi, İstanbul, 228 s.
- Doğaner, S., (1997) Türkiye'nin dağlık alanlarında kış turizmini etkileyen coğrafi etmenler. İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Dergisi, (5)
- Dudu, N., (2005) Erzurum'da Kış Turizm Talep Tahmini. Erzurum Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi
- Ercan, T.F. (2019). Kış Turizmi Destinasyonlarının Rekabet Gücünün Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Erzincan, Erzurum ve Kars İlleri Örneği. (Yüksek Lisans Tezi) Erzurum: Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 9 s
- Erdoğan, N. (2003). Kitle turizmi, alternatif turizm ve ekoturizmde sürdürülebilirlik üzerine bir değerlendirme. Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, 3-4
- İlban, M. O. ve Kaşlı M. (2008). "Turistik Ürün Çeşitlendirmesi". Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt (Ed.). Kış Turizmi (ss. 319 - 342). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 321 s.
- İncekara, A. (1998). Doğu Anadolu'da Kış Turizmi ve Gelişme Olanakları, İTO Yayın No: 1998-18.
- Koşan, A. (2013). Kış sporları turizmi-kayak turistlerinin kış turizm merkezlerini algı ve değerlendirmelerine ait bir araştırma (Palandöken'de bir uygulama). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17(2), 303 s.
- Korgamış, B. (2017). Erzurum Palandöken'in Kış Turizmi Açısından Değerlendirilmesi, Atatürk Üniversitesi Mimarlık ve Tasarım Fakültesi. C.1, S.1, s.19
- Koşan, A., Türkmendağ, T. (2018). "Sürdürülebilirlik kapsamında Kayak Turizmi: Palandöken Örneği". Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 2(2): 157-158 s.
- Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (2014). Erzurum İli Turizm Sektörü Raporları, Erişim Tarihi: 06 Nisan 2020.
- Motor, Ş. (2018). Davraz Kayak Merkezi'nin Tercih Edilmesine Yönelik Algı ve Değerlendirmelere Ait Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 8 s.
- Mursalov, M. (2009). Bir Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Olarak Kış Turizmi ve Kış Turizmi Açısından Azerbaycan'ın Guba – Haçmaz Turizm Bölgesinin Arz Potansiyeli. (Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 29.s
- Özgür, Z., & Sevim, B. (2008), İklim Değişikliklerinin Kış Turizmine Etkisi, TMMOB İklim Değişimi Sempozyumu (s. 156-171). Ankara: Meteoroloji Mühendisleri Odası, 158-159 s
- Sezgin, O. M., (1995). "Genel Turizm", Tutibay Yayınları, Ankara
- Şengül, M. (2006) Atatürk Üniversitesi Endemizm Ve Palandöken Dağlarının Endemik Bitkileri s.122- Türkiye Bilimsel Ve Teknik Araştırma Kurumu Palandöken Dağları (Erzurum) ve Sarıkamış (Kars) Çevrelerinin Bilimsel Eğitim Amaçlı Kullanımı-II Proje No: 106Y110, 123 s.

Türkdoğan, E. (2010). Türkiye'nin Geliştirilebilir Bölgesel Kış Turizmi Potansiyeli: Avrupa'nın Bölgesel Kış Turizmi Merkezleri İle Türkiye'nin Bölgesel Kış Turizmi Potansiyelinin Karşılaştırılması, Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara.

Uçkun G.,ve Çeltek E.,(2004) Niş Pazarlama ve Turizm Sektöründe Uygulanabilirliği.

Usal, A. (1984). Turizm Pazarlaması. İzmir: Okan Dağıtım ve Yayıncılık Ltd. Sti, 27 s.

Ülker, İ. (2006). Dağlarımız: Dağ Sporları ve Dağ Turizmi. 1. Baskı, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınlar

Üzel, M.N. (2003). Dünya ve Türkiye'de Kış Turizmi ve Örnek Alan Erciyes Turizm Merkezi, (Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 20 s.

Youell, R. (1998). *Tourism: an introduction*. Longman Publishing Group.

Zeydan, Özgür ve Burhan Sevim (2008) İklim Değişikliğinin Kış Turizmine Etkileri, TMMOB İklim Değişikliği Sempozyumu, 156-171.

İnternet Kaynakları

<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10177/kis-sporlari-turizm-merkezlerine-iliskin-genel-bilgiler.html> Erişim: 23.01.2022

https://www.tursab.org.tr/haberler/tursab-kis-turizmi-raporu_11931 Erişim: 14.01.2022

<https://www.tkf.org.tr/turkiye-kayak-federasyonu-tarihcesi/> Erişim: 26.12.2021

<https://erzurum.ktb.gov.tr/TR-217542/palandoken.html> Erişim: 30.12.2021

<http://davrazkayakmerkezi.org/> Erişim: 15.12.2021

<http://www.isparta.gov.tr/isparta> Erişim: 16.12.2021

<https://isparta.ktb.gov.tr/TR-165565/belediye-belgeli-otel-ve-pansiyonlar.html> Erişim: 10.12.2021

<http://www.tuik.gov.tr/Start.do> Erişim:18.01.2022

<https://www.kudaka.org.tr/ekler/e4520-Erzurum-Kis-Turizmi-Degerlendirme-Raporu.pdf> Erişim: 17.01.2022

https://webdosya.csb.gov.tr/db/ced/icerikler/isparta_cdr2020-20210818162300.pdf Erişim: 08.03.2022

Geliş Tarihi: 06/05/2022

Kabul Tarihi: 21/05/2022

KÜLTÜREL MİRAS TEMELLİ TURİZMİN GELİŞTİRİLMESİNDE YEREL HALKIN TUTUMU - BEYŞEHİR ÖRNEĞİ*

Zehra KARİPÇİN**

Alper ATEŞ***

ÖZET

Bu çalışma Beyşehir yöre halkının kültürel turizm sunumunda bölgenin kalkınmaya etkisinin, yerel halkın kültür turizmine olan bakışını incelemeyi amaçlamaktadır. Bu çalışmanın yapılmasının en etkin önemi, Beyşehir turizmi üzerinde birçok çalışma yapılmış olmasına rağmen, Beyşehir halkının turizm algısının daha önce bir çalışmada ölçülmemiş olmasıdır. Bu kapsamda Beyşehir ilçesinde bulunan 384 kişilik örnekleme anket çalışması uygulanmış ve veriler SPSS 22.0 paket program ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre yerel halkın, turizmin sosyo-kültüre, çevresel ve ekonomik etkilerinin algularına yönelik nötr bir davranış sergiledikleri tespit edilmiştir. Ayrıca yerel halkın turizmin gelişimine destek boyutu ile sosyo-kültüre, çevresel ve ekonomik algı boyutları arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Demografik değişkenlerin turizmin gelişimine destek olma yönü ve görüşleri bakımından farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Beyşehir, Kültür Turizmi, Kültürel Miras, Tutum

ATTITUDES OF LOCAL PEOPLE IN THE DEVELOPMENT OF CULTURAL HERITAGE BASED TOURISM: THE CASE OF BEYŞEHİR

ABSTRACT

This study aims to examine the impact of the Beyşehir local people on the development of the region in the presentation of cultural tourism and the view of the local people on cultural tourism. The most effective importance of this study is that although many studies have been conducted on Beyşehir tourism, the perception of tourism by the people of Beyşehir has not been measured in a previous study. In this context, a sampling survey study was carried out for 384 people in Beyşehir district and the data were analyzed with SPSS 22.0 package program. According to the findings obtained, it has been determined that local people exhibit a neutral behavior towards their perceptions of the socio-cultural, environmental and economic effects of tourism. In addition, it has been seen that there is a significant relationship between the support dimension of local people to the development of tourism and the socio-cultural, environmental and economic perception dimensions. It has been determined that the demographic variables do not differ in terms of the direction and views of supporting the development of tourism.

Keywords: Beyşehir, Culture Tourism, Cultural Heritage, Attitude

* Bu çalışma Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde kabul edilen ve yayımlanmış yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

** Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği Anabilim Dalı, Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği Bilim Dalı, zehra_k@outlook.com, ORCID: 0000-0003-0274-0355, Konya/Türkiye

*** Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, alpera@selcuk.edu.tr, ORCID:0000-0002-4347-7306 Konya/Türkiye

GİRİŞ

Turizm, hızla büyüyen ve ekonomik kalkınmanın en önemli araçlarından biridir. Turizm endüstrisi, insanlığın dünyanın farklı bölgelerinin kültürel kimliğini görme ve öğrenme arzusudur. İç turizmde, kültürel miras kişinin tarihindeki ulusal gururunu harekete geçirir. Uluslararası turizmde kültürel miras, diğer kültürlerle saygı ve anlayışı teşvik eder ve sonuç olarak barış ve anlayışı teşvik etmektedir. Binlerce yıl boyunca kültürlerin değişimi, en iyi tarihi anıtlardan bazılarının ve çok sayıda dini ve kültürel karışımın ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Kültür turizmi, tamamen veya kısmen bir topluluğun, bölgenin tarihi, sanatsal, bilimsel veya yaşam tarzı/miras tekliflerine ilgi duyan, ev sahibi topluluk dışından ziyaretçileri çekerek ekonomik büyüme sağlayan bir ekonomik kalkınma aracıdır. Bu tür seyahatler, manzaralar, görsel ve sahne sanatları ve özel yaşam tarzları, değerler, gelenekler ve olaylar dahil olmak üzere kültürel ortamları deneyimlemeye odaklanır.

Bu çalışma Beyşehir yöresinin alternatif turizm arzının ve bu alandaki mevcut potansiyelin bölgenin kalkınmaya etkisini, yerel halkın kültür turizmine olan bakışını incelemeyi amaçlamaktadır. Bu çalışmanın yapılmasının en etkin önemi, Beyşehir turizmi üzerinde birçok çalışma yapılmış olmasına rağmen, Beyşehir halkının turizm algısının daha önce bir çalışmada ölçülmemiş olmasıdır. Bu çalışma ile turizm alanlarında yaşayan yerel halkın turizm etkilerine yönelik algılarını incelemek yoluyla turizm planlamasına katkıda bulunmayı hedeflemekte ve gelecekte yapılacak olan çalışmalara katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

Kültür ve Kültürel Miras

“Kültür” kelimesi, uzun ve karmaşık bir tarihe sahiptir. Bugün “kültür” iki temel anlamla kullanılmaktadır. Günlük konuşmada kültür genellikle güzel sanatlar, diğer egzotik ve pahalı etkinlikler gibi “yüksek kültür” den bahseder. Ancak akademik söylemde “kültür” davranış biçimimiz için genel bir terim olarak kullanılır (Dolan, 2015). Hofstede (1980), kültürün bireylerin bir özelliği olmadığını savunmaktadır. Zira kültür, aynı eğitim ve yaşam deneyimiyle koşullandırılmış bir dizi insanı içermektedir.

Javidan vd. (2005) kültürü, "bir grup veya toplum için yaşam biçimini tanımlayan karmaşık ve özenli bir anlam ve davranış sistemidir" şeklinde tanımlamıştır. Topluma bir kültürün nasıl sunulacağı veya mevcut kültürün nasıl geliştirileceği gibi konularda bir politika karar alma mekanizması vardır. Diğer bir ifade ile kültür politikasının girişimleriyle şekillenmektedir. Bennet (2006) kültür politikalarının pratikte politika yapmakla ilgili olduğunu savunmuştur. Teorik olarak ise akademik çevrede en çok insan bilimleri ve sosyoloji alanlarında ele alındığını belirtmektedir.

Kültürel yenilenme, otoriteyi ve kaynakları merkezden bölgesel ve yerel yönetime aktaran ulusal ademi merkeziyet politikaları ile güçlendirilmiştir. Her toplumda olduğu gibi, yerel olanlarda, her biçimiyle (şehir, bölge), kültürel politikanın ayrıcalıklı alanlarıdır. Çünkü bunlar tarihsel, ulusal, dilsel ve dini gelenekleri, sosyal ve ekonomik ilişkileri içerirler ve genel olarak sosyal süreçlerin gerçekleştiği yerlerdir. Araştırma alanındaki kültürel politikanın algılanması ve şekillendirilmesi, kültürün nasıl anlaşıldığına ve neyi temsil ettiğine bağlıdır (Erkan ve Erkan, 1998).

Kültürel miras, geçmişten miras alınan bir grubun veya toplumun fiziksel eserlerinin (kültürel mülkiyet) ve somut olmayan niteliklerinin mirasıdır. Kültürel Miras, günümüzdeki belirli yaklaşımların uygulanmasıyla geçmiş ve gelecek arasında bir köprü sunan bir kavramdır. Bu gruplar veya toplumlar için bağlı değerleri nedeniyle, kültürel miras günümüzde de korunmakta ve gelecek nesillerin yararına verilmektedir (Avruch, 1998: 22). Kültürel miras kavramı, karmaşık tarihsel süreçlerin bir sonucu olarak gelişmekte ve sürekli gelişmektedir. Kültürel ve doğal miras kavramı, tarihsel olarak değişen değer sistemlerine dayanmaktadır. Bu değerler farklı insan grupları tarafından tanınır. Bu farklı gruplar tarafından geliştirilen ve kabul edilen fikirler çeşitli kültürel ve doğal miras kategorileri (dünya mirası, ulusal miras vb.) yaratır (Özdamar, 2011). Kültürel miras kavramının ortaya çıkması, bir tarihsel gelişimin farklı bir sonucudur. Değerler anıtlara, binalara, sanat eserlerine, yazıtlara vb. atfedilmiştir. Bu nesnelerin korunması “olağanüstü evrensel değer” gibi ifadelerle ve bu nesnelerin “insanlığa” ait olduğu beyanına yol açmıştır. Bu fikirler, kültürel mirasın ve yakın bir şekilde birbirine dolandığı doğal çevrenin benzersiz ve yeri doldurulamaz olduğu anlayışıyla geliştirilmiştir. Konseptin ortaya çıkışı doğrudan koruma fikriyle ilgilidir (Apaydın vd., 2015).

Kültürel miras kavramı, değerlerin ve nesnelerin korunmasına katkıda bulunurken, aynı zamanda yenilenen milliyetçi hareketlerde, aşırı milliyetçi ve hatta şovenist taban örgütlerinde de olumsuz bir rol oynamıştır. Bir yandan miras değerlerinin ve nesnelerinin kasıtlı olarak yok edilmesi, öte yandan çarpıtılmış, tarihçi veya propagandasal yorumlamalar, çeşitli ideolojilerden, dini veya politik hareketlerden etkilenen dünyanın farklı bölgelerinde bulunabilir (Assmann ve Tekin, 2018). Kültürel miras, bugün ve gelecekte herkes için korunması gereken evrensel değerleri temsil eder. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Konseyi Raporu'na göre, tarih öncesi dönemden bugüne Türkiye, çeşitli kültürlerin eserlerine sahiptir ve kültürel miras değerleri açısından azami çeşitliliğe sahip ülkelerden biridir. Dünya mirası olarak tanınan alanların, yaşayan insanların orada ziyaret ve tanınmalarını sağlamak için korunan alanların korunması gerekir. Sürdürülebilir kültürel miras alanları,

mevcut toplumların gelişmesine ve kültürlerinin korunmasına izin verecek bir koruma ve kullanım dengesine dayanan bir yönetim planı ile yönetilmelidir (Apaydın vd., 2015).

Kültürel mirasın sınıflandırılması aşağıdaki gibidir:

Somut Kültürel Miras: Somut Miras insanların dokunabileceği / hissedebileceği kültür ürünlerini ifade eder (resim, heykel, nesnelere).

Somut Olmayan Kültürel Miras: Somut Olmayan Kültürel Miras, kültürün dokunamayacağımız kısmıdır (Uygulamalar, sahne sanatları, sözselsel, geleneksel ifadeler vb.).

Taşınabilir Kültürel Miras: Her türlü sanat eserini temsil eder.

Taşınmaz Kültürel Miras: Anıtlar Binalar Alanlar gibi tarihi değeri olan yapılarıdır.

Sualtı Kültürel Mirası: "Periyodik olarak veya sürekli olarak en azından kısmen veya tamamen su altında olan kültürel, tarihi veya arkeolojik bir karaktere sahip tüm insan varlığının izleri" olarak tanımlanmıştır (Sualtı Kültürel Mirasının Korunması Sözleşmesi, 2001: 2).

Güngör tarafından aktarılan Toplum için Kültürel Mirasın Değeri Sözleşmesi 2005 yılında Avrupa Konseyi tarafından düzenlenmiştir. Bu Sözleşme, kültürel miras yönetiminin sürdürülebilir bir yaklaşımla sürdürülmesinin önemini vurgulamak için önemlidir. Bu sözleşmede miras, sürdürülebilir kaynak kullanım ilkeleri, insani kalkınma için bir kaynak, kültürel çeşitliliğin vurgusu ve kültürlerarası diyalogun geliştirilmesi temelinde ekonomik kalkınma modelinin bir parçası olarak incelenmektedir (Erdoğan ve Atak Çobanoğlu, 2019: 39).

Kültür ve Miras Turizmi

Miras turizmini "geçmişin ve günümüzün hikayelerini ve insanların otantik bir şekilde temsil eden yerleri, eserleri ve etkinlikleri deneyimlemek için seyahat etmek olarak tanımlanır. Kültürel, tarihi ve doğal kaynakları içermektedir" (Yılmaz, 2020). Tarih veya miras turizmi, bir yerin tarihini ve mirasını keşfetmek birincil amacı ile seyahat etmek anlamına gelmektedir. Ünlü tarihi mimarinin basit bir şekilde gezilmesi, eserler, sanat eserleri ve edebi kalımlar aracılığıyla geçmiş belgeleyen yerel müzeleri ziyaret etmek veya hatta menşee yerlerinde otantik tarihi tarifleri örneklemek kadar ilginç bir şey anlamına gelebilmektedir (Acuner, 2015).

McIntosh ve Goeldner (1986) kültürel turizmi, "gezginlerin başkalarının tarihi ve mirası hakkında veya çağdaş yaşam tarzları veya düşünceleri hakkında bilgi sahibi olduğu seyahatin tüm yönlerini" içerdiğini düşünmektedir (Richards, 2003). başka bir deyişle, kültür turistleri diğer kültürlerin ürünlerini ve süreçlerini öğrenmeye adapte olmaktadır. Kültür turizmi lokasyona göre ikiye ayrılmaktadır. Bunlar kentsel kültür turizmi ve kırsal kültür turizmidir. Kentsel kültür turizmi, kent kültürünü tanımakla ilgilidir (Alaşhan, 2018). Konserler, tiyatrolar, sanat galerileri, fuarlar, alışveriş merkezleri, lüks oteller, gösteriler, operalar vb. turistik yerler turistleri kent turizmine çekmektedir. Bu cazibe merkezlerinin mekândaki dağılımı, mekânda yarattığı değişimler ve arazinin kullanımı coğrafyanın ilgi alanları arasındadır. Kırsal kültür turizmi, köy yaşamını ve kültürünü içermektedir. Köy evlerinde konaklama, yöresel yemekler, yöresel kıyafetler, el sanatları vb. köy kültürünün cazibesini oluşturur.

Prehistorik Turizm: İnsanoğlu milyonlarca yıldır dünyada var olmuştur. İlk çağlarda insanlar mağaralarda yaşamlarını sürdürürken sonrasında höyük denen köyler kurmuşlardır. Bu dönem bilimsel olarak paleolitik, mezolitik ve neolitik olarak üç bölüme ayrılmıştır. Turizm terminolojisinde, insanların mağara yaşamını kapsayan turizm, Neolitik ve Kalkolitik dönem, diğer bir deyişle prehistorik dönem prehistorik turizm olarak adlandırılmaktadır (Yalçınkaya, 1989).

Arkeolojik Turizm: Arkeolojik turizm, arkeolojik mekanlara ve müzelere turlarla kültürlerin ilerlemesini öğreten arkeolojik kalıntıları koruma bilincini geliştiren ve ekonomik kazanç sağlayan bir turizm tipi olarak izah elde edilmektedir. Arkeolojik turizm Arkaik (M.Ö.700-480), Klasik (M.Ö.480-323), Helenistik (M.Ö. 323- M.S.31), Roma (M.Ö. 27- M.S. 395), Bizans (M.S. 395-1453) dönemlerini kapsamaktadır. Türkiye'de Arkeolojik turizm M.Ö. 19.yy.dan M.S. 12. yy.la kadar olan dönemi kapsamaktadır.

Tarihsel Turizm: Tarihi yerler, tarih turizmin ilgi alanını oluşturmaktadır. Tarihi yollar, siyasi olaylar, önemli tarihi olayların yaşandığı yerler, önemli şahsiyetlerle ilgili yapılar turizm için kaynak oluşturmaktadır.

Askeri Turizm: Kültür turizminin bir diğer alt dalı, ilgi alanı savaş olan askeri turizmdir. Askeri turizm savaş alanı turizmi ile savaş turizmi birbirinden ayrılabilir. Savaş turizmi, sahaların savaşıldığı mekanları hedef alırken, savaş turizmi, savaş yerlerine yapılan turizmi içerir. Savaş alanları, siperler, karargahlar, surlar, kamplar, ordu yolları, çatışma alanları, mektuplar, belgeler, silahlar, giysiler vb. askeri turizm için kaynak oluşturmaktadır. Bunun dışında kurtuluş günleri gibi askeri önem taşıyan günler sadece ilgili yerde değil birçok yerde kutlandığı için askeri turizme dönüşebilmektedir (Doğaner, 2013).

İnanç Turizmi: İnanç turizmi, çeşitli dinlere mensup insanların sürekli olarak yaşadıkları yerler dışında, yerleri ziyaret etmek ve ibadetlerini gerçekleştirmek amacıyla yaptıkları seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Tunç ve Saç 1998).

Festival Turizmi: Etkinlik kapsamında önemli bir turistik cazibe merkezi olan festival; belirli tarihlerde bir bölgede gelenek haline gelmiştir. Bölgenin simgesi haline gelmiş ve organize edilmiş olayları içermektedir. Festivaller, farklı kültürlerdeki dünya insanları arasındaki dostluğu güçlendirmekte, yeni tanıştıkları kültürlere ve hayata meraklarını artırmakta ve onları yeni mekanlar haline getirmektedir (Sağlam, 2019).

Kongre Turizmi: Kongre turizmi, ulusal ve uluslararası arenada çeşitli konularda belirli zamanlarda toplanan seminerler, sempozyum, çalıştay, konferans vb. etkinliklere katılmak olarak tanımlanmaktadır (Eykyay, 2013).

Beyşehir İlçesi Turizmi

Antik Çağ'da Beyşehir Gölü'nün bulunduğu bölge Pisidia olarak bilinmekteydi. Pisidia ise Karallia olarak bilinen bir şehrin adı olarak anılmaktaydı. Sonrasında bu isim Bizanslılar zamanında Skleros adını almıştır. Zamanla harap olan Karallia, Viraşehir olarak anılmaya başlamıştır. 1240'lı yıllardan hemen önce Alaeddin Keykubat devrinde, Üçoklar adı ile anılan Türkmenler şehri yeniden düzenlemişlerdir. Eşrefoğullarının hakimiyetinden sonra ise şehir Süleymanşehir adını almıştır. Beyşehir ilçesi, beyliğin merkezi olmasından dolayı zamanla beyin şehri olarak anılmıştır ve Beyşehir adını almıştır (Tekin, 2017).

Beyşehir ilçesi Batı Toroslar'ın arasında yer alan çukur bir alanda bulunmaktadır. Alanın büyük bölümünü Beyşehir Gölü kapsamaktadır. Gölün güneydoğusunda Beyşehir ovası vardır. Düzlük alanlar bozkırlar halinde uzanmaktadır. Civarda bulunan dağlar ormanlarla kaplıdır. İlçenin toprakları verimlidir. Göller Yöresinde yer alan ilçe önemli bir geçit noktası konumundadır. Güney uç noktası Akdeniz bölgesine 65 km uzaklıktadır.

Beyşehir ilçesi, 12 merkez ve 55 dış mahalle olmak üzere toplamda 67 mahalleden oluşmaktadır. TÜİK 2020 verilerine göre Beyşehir ilçesi 75 532 nüfusuna sahip ve %14,2 'lik bir nüfus artış hızına sahiptir. 2127 km² ve 1125metre rakıma sahip olan ilçenin kırsal nüfus oranı 39913'tür.

Beyşehir, tarihi ve doğal güzellikleriyle yüksek bir turizm potansiyeline sahiptir. Göller Bölgesi Eko Gelişim Turizm bölgesinde bulunan ilçe, önemli bir turizm değerine sahiptir.

Tablo 1. Beyşehir Turizm Envanteri Tablosu

| Varlık Adı | Varlık Türü |
|--|-------------------------|
| Antik Mısthia Kenti (I. Derece Arkeolojik Sit Alanı) | Arkeolojik Sit |
| Balat (Kale) Örenyeri (II. Derece Arkeolojik Sit Alanı) | Arkeolojik Sit |
| Bizans Yeraltı Mezarlığı (II. Derece Arkeolojik Sit Alanı) | Arkeolojik Sit |
| Darpönü (Darkapısı) Höyüğü (III. Derece Arkeolojik Sit Alanı) | Arkeolojik Sit |
| Erbaba Höyüğü (I. Derece Arkeolojik Sit Alanı) | Arkeolojik Sit |
| Höyükbaşı Höyüğü (I. Derece Arkeolojik Sit Alanı) | Arkeolojik Sit |
| İlbiz Höyüğü I. Derece Arkeolojik Sit Alanı | Arkeolojik Sit |
| Kıstıfan Höyüğü (I. Derece Arkeolojik Sit Alanı) | Arkeolojik Sit |
| Örenardı Höyüğü (I. ve III.Derece Arkeolojik Sit Alanı) | Arkeolojik Sit |
| Öteyüz Mevkii Nekropol Alanı (II. Derece Arkeolojik Sit Alanı) | Arkeolojik Sit |
| Yassıviran Höyüğü (I. ve III.Derece Arkeolojik Sit Alanı) | Arkeolojik Sit |
| Yenidoğan Höyüğü (I. Derece Arkeolojik Sit Alanı) | Arkeolojik Sit |
| 2.Eşek Adası (II. Derece Arkeolojik Ve Doğal Sit Alanı) | Arkeolojik ve Doğal Sit |

| | |
|---|-------------------------|
| Akburun Adası (II. Derece Arkeolojik Ve Doğal Sit Alanı) | Arkeolojik ve Doğal Sit |
| Akifin Adası (II. Derece Arkeolojik Ve Doğal Sit Alanı) | Arkeolojik ve Doğal Sit |
| Aygır Adası (II. Derece Arkeolojik Ve Doğal Sit Alanı) | Arkeolojik ve Doğal Sit |
| Çeçen Adası (II. Derece Arkeolojik Ve Doğal Sit Alanı) | Arkeolojik ve Doğal Sit |
| Eşek Adası (II. Derece Arkeolojik Ve Doğal Sit Alanı) | Arkeolojik ve Doğal Sit |
| Gölbaşı Adası (II. Derece Arkeolojik Ve Doğal Sit Alanı) | Arkeolojik ve Doğal Sit |
| İğdeli Adası (II. Derece Arkeolojik Ve Doğal Sit Alanı) | Arkeolojik ve Doğal Sit |
| Kız Kalesi Adası (II. Derece Arkeolojik Ve Doğal Sit Alanı) | Arkeolojik ve Doğal Sit |
| Kirse Adası (II. Derece Arkeolojik Ve Doğal Sit Alanı) | Arkeolojik ve Doğal Sit |
| Mındıras Adası (II. Derece Arkeolojik Ve Doğal Sit Alanı) | Arkeolojik ve Doğal Sit |
| Orta Adası (II. Derece Arkeolojik Ve Doğal Sit Alanı) | Arkeolojik ve Doğal Sit |
| Beyşehir Gölü Ve Çevresi (III. Derece Doğal Sit Alanı) | Doğal Sit |
| Eflatunpınar Hitit Anıtı Ve Eflatun Höyüğü (II. Derece Doğal Sit Alanı) | Doğal Sit |
| Tarihi Yapılar | |
| Tepearası Köyü Kilisesi | Kilise |
| Büyük Camii | Cami |
| Cuma Camii | Cami |
| Eşrefoğlu Camii | Cami |
| Hamidiye Camii | Cami |
| Orta Mahalle Camii | Cami |
| Aşağımahalle Camii (Beyşehir-Doğanbey Beldesi) | Cami |
| Avdancık Köyü Camii | Cami |
| Bayındır Köyü Camii | Cami |
| Büyük Camii (Konya-Beyşehir-Doğanbey Beldesi) | Cami |
| Cuma (Orta) Camii (Beyşehir) | Cami |
| Çukurağıl Köyü Camii | Cami |
| Dumlupınar Köyü Camii | Cami |
| Eşrefoğlu Süleyman Bey Camii | Cami |

| | |
|---|--------------|
| Gölyaka Beldesi Camii | Cami |
| Hızır Ali Paşa Camii | Cami |
| Kerhali Köyü Camii | Cami |
| Kömürcü Mahallesi Camii | Cami |
| Müftü Camii | Cami |
| Şamlar Köyü Camii | Cami |
| Yenimahalle Camii (Beşşehir-Doğanbey Beldesi) | Cami |
| İsmail Ağa (Taş) Medresesi Ve Türbesi | Medrese |
| Aşağı Mescit | Mescid |
| Demirli Mescit | Mescid |
| Eşrefoğlu Süleyman Bey (Anonim) Türbesi | Türbe |
| Sinan Baba Türbesi | Türbe |
| Yarım (Anonim) Türbe | Türbe |
| Eşrefoğlu Süleyman Bey Hamamı | Hamam |
| Kilise Kalıntısı | Kalıntılar |
| Ak (Bayran) Köprü | Köprü |
| Alman Köprüsü | Köprü |
| Bada Köprüsü | Köprü |
| Kale Kapısı | Kültürel |
| Kandemir Hanı | Kültürel |
| Kızılören Hanı | Kültürel |
| Regülatör | Kültürel |
| Yeraltı Geçidi (Dehliz) | Kültürel |
| Lutfullah (Çarşı) Camii Minaresi | Minare |
| Kubad-Abad Sarayı | Sivil Mimari |
| Askerlik Şubesi | Sivil Mimari |
| Aşıkbaşa Sokak Çeşmesi | Çeşme |
| Ballıpınar Çeşmesi | Çeşme |

| | |
|--|--------------|
| Büyük Çeşme | Çeşme |
| Sokakbaşı Çeşmesi | Çeşme |
| Eşrefoğlu Bedesteni | |
| Kız Kulesi | Yayla |
| Dumanlı Yaylası | Yayla |
| Melikler Yaylası | Yayla |
| Tokat Yaylası | Yayla |
| Dede Gül Yaylası | Yayla |
| Beyşehir Gölü Milli Parkı | Milli Park |
| Titrek Kavak Tabiat Anıtı | Tabiat Anıtı |
| Yaka Manastır Orman İçi Dinlenme Yeri | Orman |
| Huğlu Yelkentepe Mesire Yeri: | Mesire |
| Yakamanastır Mesire Yeri | Mesire |
| Yöresel Değerler | |
| Askı Takke | Halk Kültürü |
| Beyşehir Gölü Hakkında Bir Efsane, Ninni | Halk Kültürü |
| Hasır Örmeciliği | Halk Kültürü |
| Holuz (Buğday, Yulaf Eleği) | Halk Kültürü |
| Karaali'nin Türbesi | Halk Kültürü |
| Kuzbari | Halk Kültürü |
| Muska | Halk Kültürü |
| Pullu Fesler | Halk Kültürü |
| Salıncak | Halk Kültürü |
| Süslenmiş Keçi | Halk Kültürü |
| Takke, Gümüş Cıngılla | Halk Kültürü |
| Tandır | Halk Kültürü |
| Tespah | Halk Kültürü |
| Tongurdaklı Dede | Halk Kültürü |

Literatürdeki Çalışmalar

İmre (2020), “Yerel Halkın Turizme Bakış Açısının Belirlenmesi: Kemaliye Örneği” adlı çalışmasında Erzincan’ın Kemaliye İlçesi’nde yerel halkın turizme olan pozitif veya negatif düşüncelerini ortaya koymak amacıyla araştırma yapmıştır. Kemaliye halkı turizmin ekonomik etkilerine çok fazla inanmamaktadırlar, kültürel etkilerine ise tereddüt etmektedirler. Yerel halk ekonomik katkılarına yeterince inanmasalar da turizm sayesinde Kemaliye ilçesinde daha fazla harcama yapılarak istihdam ve yatırım olanaklarının, yaşam standardının arttığını belirterek olumlu etkileri görülmüştür. Kültürel yozlaşma, trafik kirliliği, suç oranı gibi olumsuz etkileri de çok fazla görülmemiştir.

Mason ve Cheyne (2000) “Residents’ Attitudes To Proposed Tourism Development” çalışmasında Yeni Zelanda’nın kırsal bölgesinde yaşayan yerel halkın önerilen bir turizm girişimine karşı, gelişmeden önceki tutumlarını ilişkin bir araştırmadır. Sonuç olarak ise turizmin olumlu ve olumsuz etkileri tespit edilerek bunların topluluğa bağlılık düzeyleri ile ilişkili olduğu görülmüştür.

Haralambopoulos ve Pizam (1996) “Perceived Impacts Of Tourism” de çalışmasında Yunanistan’ın Samos adasında Pythagorion halkının algıladıkları turizm etkilerini araştırmaktadır. Yerel halk turizmi desteklemekte ve büyümesini istemektedir. Buna rağmen, yüksek fiyatlar, uyuşturucu, kavgalar, cinsel taciz ve çeşitli suçlar gibi turizmin olumsuz etkileri olduğunu da belirttiler.

Eryılmaz (2020), “Yerel Halkın Turiste ve Turizme Bakışı: Amasya Örneği” adlı çalışmasında Amasya’da ikamet eden halka 1037 katılımcı ile araştırma yapılmıştır. Katılımcılar Amasya’da turizm potansiyeli olduğunu ve turizmin geliştirilmesi için yapılan çalışmaları desteklemektedirler.

Weaver ve Lawton (2001) “Resident Perceptions In The Urban- Rural Fringe” çalışmasında Avustralya’nın Tamborine Dağı’nda yerleşik halkın turizm algılarını araştırmaktadır. Sonuç olarak turizmi destekleyenler nüfusun dörtte birini oluşturmaktadır, tarafsızlar nüfusun yarısını geri kal ise karşıtlardan oluşmaktadır.

Teye vd. (2002) “Residents’ Attitudes Toward Tourism Development” çalışmasında Afrika’nın iki ilçenin sakinlerinin turizm gelişimine yönelik tutumları incelenmiştir. Turistlerle sosyal etkileşim, faydalı kültürel etkiler, refah etkileri, günlük hayata olumsuz müdahale, ekonomik maliyetler, cinsel serbestlik ve kalabalık algısı olmak üzere yedi faktör üzerinden inceleme yapılmıştır. Sonuç olarak ise yerel halkın turizm gelişiminden beklentilerinin karşılanmadığı ve ilgili işletmelerde çalışan bireylerin sektöre karşı olumsuz tutumlara sahip olduğunu göstermektedir.

Bagri ve Kala (2016) “Residents’ Attitudes Toward Tourism Development and Impacts in Koti -Kanasar, Indroli, Pattayur Tourism Circuit of Uttarakhand State, India” adlı çalışmasında Hindistan’ın Uttarakhand’a bağlı Koti-Kanasar köyünde yerel halkın turizm etkilerine karşı tutumlarını ve demografik özelliklerin tutumları üzerindeki etkisini araştırmaktadır. Sonuç olarak turizm kazanımlarını artırmak istemesine rağmen turizmin algılanan etkilerinin demografik değişkenleri arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Ap (1992) “Residents’ Perceptions on Tourismimpacts” çalışmasında yerel halkın turizmin olumlu ve olumsuz etkileri hakkındaki düşünceleri ile sosyal değişim teorini karşılaştırmak amacıyla araştırma yapmıştır.

Garcia vd. (2015) “Resident’s Attitudes Towards The Impacts of Tourism” çalışmasında yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumlarının en önemli yönleri üzerine araştırmaktadır. Bu çalışmada yerel halkın turizme karşı tutumları incelenerek yeni bir çalışma alanı çerçevesinin oluşturulması tespit edilen sorunlardır.

Atalay ve Ünüvar (2019)’ın “Yerli Ziyaretçilerin ve Halkın Alternatif Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisine Yönelik Algısı: Beyşehir Örneği” çalışmasında Beyşehir’in gelişmesinde alternatif turizmin etkileri ölçülmek için 192 kişi yerli halk, 219 kişi de yerli ziyaretçi oluşan 411 katılımcı ile anket uygulaması yapılmıştır. Sonuç olarak ise araştırmaya katılan yerli halk ve ziyaretçiler yörenin alternatif turizm arzı hakkında yeterli bilgiye sahip değillerdir. Ayrıca Beyşehir’de turistik değerlerin tanıtılmadığı, yeterli yatırımların yapılması gerektiği ve bölgenin turizm için gerekli alt yapıya sahip olduğu görüşünde her iki grupta birbirini desteklemektedirler.

Demirci (2019) “Kültürel Mirasın Aktarılmasında ve Korunmasında Yerel Toplumun Etkisi: Bergama Örneği” Bergama’da yerel halkın kültürel miras hakkındaki algı ve tutumlarını anlamaya yönelik nitel araştırma yapılarak derinlemesine inceleme yöntemi yapılmıştır.

Güneş (2014) “Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği” çalışmasında yerel halkın turizmin gelişim, sosyokültürel, ekonomik ve çevresel etkileri ile yerel halkın bireysel özellikleri arasında ilişki incelenmek için 570 kişi ile görüşülmüştür. Yerel halkın turizmin etkileri algısı ile bağımsız değişkenler arasında farklılık olduğu belirlenmiştir

METODOLOJİ

Araştırmanın temel amacı Beyşehir yöresinin alternatif turizm arzının ve bu alandaki mevcut potansiyelin bölgenin kalkınmaya etkisinin incelenmesidir. Bu bağlamda çalışmada yerli halk ve yerli turistlerin bölgenin turizmiyle ilgili görüşleri alınmış ve sonuçlar istatistiki olarak değerlendirilmiştir. Bu çalışma Beyşehir yöresi halkı görüşleri ile kısıtlıdır.

Yöntem

Bu çalışmada Beyşehir yöresinde bulunan yerel halkın turizme yönelik ekonomik etkilerine yönelik algıları, çevresel etkilerine yönelik algıları, sosyo-kültürel etkilerine yönelik algıları ve turizmin gelişmesine yönelik verdikleri destek incelenmiştir. Bununla birlikte demografik değişkenlerin algı ve destek üzerinde yarattığı değişim incelenmiştir.

Araştırmada ilişkilendirilecek temel hipotezler şöyledir:

- H¹: Beyşehir halkının, turizmin ekonomik etkileri ile sosyo-kültürel etkileri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H²: Beyşehir halkının, turizmin ekonomik etkileri ile çevresel etkileri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H³: Beyşehir halkının, turizmin ekonomik etkileri ile turizme verdikleri destek etkileri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H⁴: Beyşehir halkının, turizmin sosyo-kültürel etkileri ile turizme verdikleri destek etkileri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H⁵: Beyşehir halkının, turizmin sosyo-kültürel etkileri ile çevresel etkileri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H⁶: Beyşehir halkının, turizmin çevresel etkileri ile turizme verdikleri destek etkileri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H⁷: Beyşehir halkının, turizmin ekonomik etkileri ile demografik değişkenler arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H⁸: Beyşehir halkının, turizmin sosyo-kültürel etkileri ile demografik değişkenler arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H⁹: Beyşehir halkının, turizmin çevresel etkileri ile demografik değişkenler arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H¹⁰: Beyşehir halkının, turizme verdikleri destek ile demografik değişkenler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Beyşehir yöresinde ikamet eden yerli halk oluşturmaktadır. TÜİK verileri 2020 adrese dayalı kayıt sistemine göre Beyşehir'de ikamet eden 75 bin 532 kişi vardır. Bu araştırmanın örneklemini 384 kişi oluşturmaktadır. Ana kütle içerisinde örnek kesimin yargılarını ve tesadüfi olmayan seçime dayandığı için kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir. Kolayda örnekleme ile ana kütlede kolay, hızlı ve ekonomik biçimde verilerin toplanması sağlanmıştır.

Veri Toplama Aracı ve Süreci

Araştırmanın yöntemsel model ve hipotezlerini test etmek amacıyla nicel tarama yöntemi kullanılmıştır. Anket formu Çolak (2017) tarafından pilot bir çalışma olarak hazırlanan anket formundan elde edilmiştir. Anket formları katılımcılara birebir dağıtılmıştır. Formlar katılımcılara Ekim ayı başlangıcında dağıtılıp Kasım ayı başlangıcında toplanmıştır.

Bu doğrultuda çalışmada Beyşehir halkının bölgenin turizmiyle ilgili görüşleri alınmış ve sonuçlar istatistiki olarak değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler SPSS 22.0 programına aktarılmıştır. Veri analizi sırasında, güvenilirlik analizi, faktör analizi, kolerasyon ve normallik analizi yapılmıştır.

Bulgular

Araştırmaya göre yerel halkın %47,4'ünün erkek, %52,6'sının kadın olduğu; %32,7'sinin bekâr ve %67,3'ünün evli olduğu, yerel halkın çoğunluğunun ise eğitim durumları incelendiğinde eğitim düzeyinin lise olduğu anlaşılmıştır.

Araştırmaya katılan yerel halkın yaşları ve aylık gelirlerine ait dağılımlar incelendiğinde yerel halkın büyük çoğunluğunun 26 ile 45 yaşları arasında olduğu ve aylık gelirlerinin ortalama 3641 TL olduğu görülmüştür.

Tablo 2. Turizmin Etkilerine Yönelik Algı Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları

| EKONOMİK | Faktör | | |
|--|--------|--------|------|
| | 1 | 2 | |
| Beyşehir genelindeki turizm faaliyetleri Beyşehir merkeze olumlu yansımaktadır. | ,606 | | |
| Beyşehir merkezin ekonomisi turizme dayanmaktadır. | ,773 | | |
| Turizm sektörü iş garantisi ve sürekliliği sağlamaktadır. | ,731 | | |
| Beyşehir merkez ekonomisi turizm sayesinde çeşitlenmiş ve güçlenmiştir. | ,801 | | |
| Beyşehir merkezde alışveriş imkânları turizm sayesinde artmıştır. | ,782 | | |
| Turizm yerel ürünler için pazar imkânı oluşturmaktadır. | ,510 | | |
| Turizm sayesinde Beyşehir merkeze daha çok yatırım yapılmaktadır. | ,651 | | |
| Turizm sektörünün mevsimselliği ekonominin istikrarını bozmaktadır. | | ,579 | |
| En düşük ücretler turizm sektöründe verilmektedir. | | ,584 | |
| <i>Açıklanan Varyans</i> | 33,669 | 23,643 | |
| <i>Öz Değer</i> | 3,853 | 1,307 | |
| ÇEVRESEL | Faktör | | |
| | 1 | 2 | |
| Beyşehir genelindeki turizm faaliyetleri Beyşehir merkeze olumlu yansımaktadır. | ,606 | | |
| Beyşehir merkezin ekonomisi turizme dayanmaktadır. | ,773 | | |
| Turizm sektörü iş garantisi ve sürekliliği sağlamaktadır. | ,731 | | |
| Beyşehir merkez ekonomisi turizm sayesinde çeşitlenmiş ve güçlenmiştir. | ,801 | | |
| Beyşehir merkezde alışveriş imkânları turizm sayesinde artmıştır. | ,782 | | |
| Turizm yerel ürünler için pazar imkânı oluşturmaktadır. | ,510 | | |
| Turizm sayesinde Beyşehir merkeze daha çok yatırım yapılmaktadır. | ,651 | | |
| Turizm sektörünün mevsimselliği ekonominin istikrarını bozmaktadır. | | ,579 | |
| En düşük ücretler turizm sektöründe verilmektedir. | | ,584 | |
| <i>Açıklanan Varyans</i> | 33,669 | 23,643 | |
| <i>Öz Değer</i> | 3,853 | 1,307 | |
| SOSYO-KÜLTÜREL | Faktör | | |
| | 1 | 2 | 3 |
| Turizm sayesinde yollar, parklar, kentin temizliği gibi hizmetler daha iyi olmuştur. | | | ,653 |
| Turizm kadınların aile içindeki yerinin iyileşmesine destek olmaktadır. | | | ,775 |
| Turizm kadınların toplum içindeki yerinin iyileşmesine destek olmaktadır. | | | ,822 |
| Turizm planmasında Beyşehir halkının istekleri göz önünde bulundurulmaktadır. | | | ,748 |
| Yerel halk turizm planması çalışmalarına katılabilmektedir. | | | ,631 |

| | | | |
|---|--------|--------|--------|
| Turizm aile yapısı ve sosyal bağlara zarar vermektedir. | ,677 | | |
| Turizm toplum düzenini bozucu davranışların artmasına neden olmaktadır. | ,787 | | |
| Turizm yerel halkın mahremiyetine ve özel yaşamına zarar vermektedir. | ,624 | | |
| Turizm yerel kültürün yozlaşmasına ve ticaretleşmesine yol açmaktadır. | ,727 | | |
| Turizm yerel halk ile turistler arasında uyumsuzluk oluşturmaktadır. | ,694 | | |
| Turizm ahlak dışı davranışların artmasına neden olmaktadır. | ,802 | | |
| Turizm fuhuşun artmasına neden olmaktadır. | ,751 | | |
| Turizm cinsel serbestliğin artmasına yol açmaktadır. | ,812 | | |
| Turizm alkol ve uyuşturucu madde kullanımının artmasına yol açmaktadır. | ,899 | | |
| Turizm nedeniyle Beyşehir gereğinden fazla kalabalık olmaktadır. | ,785 | | |
| Turizm nedeniyle Beyşehir çok fazla göç almaktadır. | ,598 | | |
| Göçle gelenler Beyşehir'in kültürel yapısında bozulmalara yol açmaktadır. | ,632 | | |
| Turizm Beyşehir'de suç oranlarının artmasına yol açmaktadır. | ,726 | | |
| Turizm Beyşehir'in huzur ortamını bozmuştur. | ,813 | | |
| Açıklanan Varyans | 26,329 | 21,268 | 18,189 |
| Öz Değer | 7,031 | 2,264 | 1,216 |
| | | Faktör | |
| DESTEK | | 1 | 2 |
| Devlet Beyşehir'de turizmin gelişimi için çaba göstermelidir. | ,599 | | |
| Beyşehir ili turizm merkezi özelliğini korumalı ve geliştirmelidir. | ,798 | | |
| Beyşehir iline daha çok turistin gelmesini desteklerim. | ,843 | | |
| Beyşehir merkezde daha çok turistik tesis yapılmalıdır. | ,654 | | |
| Beyşehir merkezin daha çok turistin ziyaret etmesini isterim. | ,687 | | |
| Turizm Beyşehir'in geleceği için önemli sektörlerdendir. | ,730 | | |
| Bölgeye gelen turist sayısı azaltılmalıdır. | | | ,549 |
| Çevremdeki pek çok insan turizm gelişimden rahatsız olmaktadır. | | | ,561 |
| Devlet kaynaklarının turizm gelişimi için harcanması gereksizdir. | | | ,730 |
| Turizmin olumsuz etkileri nedeniyle Beyşehir'i terk etmeyi düşünüyorum. | | | ,647 |
| Açıklanan Varyans | 32,884 | 32,884 | 30,346 |
| Öz Değer | 3,314 | 3,314 | 2,909 |

Ekonomik boyut incelendiğinde 7 maddeden oluşan ve toplam varyansın %33,669'unu açıklayan birinci faktör *turizmin olumlu ekonomik etkilerini* ve toplam varyansın %23,643'ünü açıklayan ikinci faktör *turizmin olumsuz ekonomik etkilerini* olarak adlandırılarak analiz sonucu elde edilmiştir. Çevresel boyut incelendiğinde 11 soruluk likert ölçeği alt boyutlara indirgenmiş ve her bir boyutta yer alan sorular belirlenmiştir. Bu analiz sonucuna göre de 6 maddeden oluşan ve toplam varyansın %32,747'sini açıklayan birinci faktör *turizmin olumsuz çevre etkilerini* ve toplam varyansın %22,688'ini açıklayan ikinci faktör *turizmin olumlu çevre etkilerini* olarak analiz sonucu elde edilmiştir. Sosyo Kültürel boyut incelendiğinde 9 maddeden oluşan ve toplam varyansın %26,329'unu açıklayan birinci faktör *turizmin olumsuz kültürel etkilerini*, toplam

varyansın %21,268'inin açıklayan 5 maddelik faktör 2 *turizmin olumsuz sosyal etkilerini* ve toplam varyansın %18,189'unu açıklayan 5 maddelik faktör 3 *turizmin olumlu sosyo-kültürel etkilerini* olarak adlandırılarak analiz sonucu elde edilmiştir. Destek boyutu incelendiğinde 10 soruluk likert ölçeği alt boyutlara indirgenmiş ve her bir boyutta yer alan sorular belirlenmiştir. Bu analiz sonucuna göre de 6 maddeden oluşan ve toplam varyansın %32,884'ünü açıklayan birinci faktör *turizmin gelişimine destek olma* ve 4 maddeden oluşup toplam varyansın %30,346'sını açıklayan faktör 2 *turizmin gelişimine destek olmama* olarak adlandırılarak analiz sonucu elde edilmiştir.

Değişkenler Arası İlişkilerin İncelenmesi

Araştırmaya katılan yerel halkın turizmin ekonomik, çevresel, sosyo-kültürel etkileri hakkındaki düşünceleri ve Turizmin gelişimine verilen destek ölçeklerine verdikleri yanıtlardan elde edilen puanlar arasında ilişkinin incelenmesi amacıyla korelasyon analizi uygulanmıştır.

Tablo 3. Araştırmada Kullanılan Ölçekler Arasındaki İlişkiler İçin Korelasyon Analizi Sonuçları

| | | TEEÖ | TSKEÖ | TÇEÖ | TUDESÖ |
|-----------------------------------|--------------------|--------|--------|--------|--------|
| Turizmin Ekonomik Etkileri | PearsonCorrelation | 1 | ,436** | ,433** | ,367** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 388 | 388 | 388 | 388 |
| Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri | PearsonCorrelation | ,436** | 1 | ,646** | ,588** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 388 | 388 | 388 | 388 |
| Turizmin Çevresel Etkileri | PearsonCorrelation | ,433** | ,646** | 1 | ,543** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 388 | 388 | 388 | 388 |
| Turizmin Gelişimine Destek Ölçeği | PearsonCorrelation | ,367** | ,588** | ,543** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 388 | 388 | 388 | 388 |

Tablo 3'de araştırmada kullanılan ölçekler arasındaki ilişkilerin şiddeti ve yönünün incelenmesi amacı ile korelasyon analizi uygulanmıştır. Bu analiz sonucuna göre Turizmin ekonomik etkileri ile Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri ve Turizmin Çevresel Etkileri boyutu ile orta dereceli pozitif yönlü bir ilişki, Turizmin Gelişimine Destek Ölçeği ile arasında pozitif yönde zayıf bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4. Yerel Halkın Cinsiyetleri ile Turizmin Gelişimine Destek Ölçeği Arasındaki İlişkiye Ait İki Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları

| Boyut | Gruplar | \bar{X} | t Testi | | | |
|--|---------|-----------|---------|--------|-----|-----|
| | | | t | S | f | |
| <i>Turizmin Gelişimine Destek Ölçeği</i> | Kadın | 84 | 30,2500 | -1,548 | 386 | ,12 |
| | Erkek | 04 | 31,2647 | | | |

Tablo 4 incelendiğinde araştırmaya katılan yerel halkın cinsiyetleri ile turizmin gelişimine destek ölçeği tutumları ile ilgili görüşleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi amacı ile parametrik t testi uygulanmıştır. Bu test sonucuna göre yerel halkın cinsiyetleri ile turizmin gelişimine destek ölçeği arasındaki ilişki için anlamlılık değerleri ($p>0,05$) olduğu elde edilmiştir. Yerel halkın cinsiyetlerinin kadın veya erkek olması turizmin gelişimine destek olma yönü ve görüşleri bakımından farklılıklar meydana getirmedeği anlaşılmaktadır.

Tablo 5. Yerel Halkın Cinsiyetleri ile Turizmin Gelişimine Destek Ölçeği Arasındaki İlişkiye Ait Anova Testi Sonuçları

| Boyut | Gruplar | KT | sd | KO | F | I |
|--|---------------|----------|-----|---------|-----|-----|
| <i>Turizmin Gelişimine Destek Ölçeği</i> | Gruplar Arası | 805,754 | 5 | 161,151 | 4,0 | ,00 |
| | Gruplar İçi | 15332,06 | 382 | 40,136 | 15 | I* |
| | Toplam | 16137,81 | 387 | | | |
| | | 4 | | | | |

Tablo 5’de araştırmaya katılan yerel halkın yaşları ile turizmin gelişimine destek ölçeği üzerine tutumları ile ilgili görüşleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi amacı ile parametrik anova testi uygulanmıştır. Bu test sonucuna göre Yerel halkın yaşları ile turizmin gelişimine destek ölçeği görüşleri arasındaki ilişkiler için ($p<0,05$) olduğundan dolayı yerel halkın yaşları ile turizmin gelişimine destek ölçeği görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu söylenebilir. Bu boyut için farklar LSD testi ile incelendiğinde ise yaşları daha yüksek olan yerel halkın daha fazla olan turizmin gelişimine daha olumlu destekler verdiği söylenebilir.

Tablo 6. Yerel Halkın Eğitim Durumları ile Turizmin Gelişimine Destek Ölçeği Arasındaki İlişkiye Ait Anova Testi Sonuçları

| Boyut | Gruplar | KT | sd | KO | F | I |
|--|---------------|----------|-----|--------|-----|-----|
| <i>Turizmin Gelişimine Destek Ölçeği</i> | Gruplar Arası | 520,703 | 6 | 86,784 | 2,1 | ,05 |
| | Gruplar İçi | 15617,11 | 381 | 40,990 | 17 | I |
| | Toplam | 16137,81 | 387 | | | |
| | | 4 | | | | |

Tablo 6’da araştırmaya katılan yerel halkın eğitim durumları ile turizmin gelişimine destek ölçeği üzerine tutumları ile ilgili görüşleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi amacı ile parametrik anova testi uygulanmıştır. Bu test sonucuna göre yerel halkın eğitim durumları ile turizmin gelişimine destek ölçeği arasındaki ilişkiler için anlamlılık değerleri ($p>0,05$) olduğu elde edilmiştir. Yerel halkın eğitim durumlarının farklı olması ile turizmin gelişimine destek ölçeği görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar meydana getirmedeği söylenebilir.

Tablo 7. Yerel Halkın Medeni Durumları ile Turizmin Gelişimine Destek Ölçeği Arasındaki İlişkiye Ait t Testi Sonuçları

| Boyut | Gruplar | \bar{X} | t Testi | | I |
|--|---------|-----------|---------|-----|-----|
| | | | t | Sd | |
| <i>Turizmin Gelişimine Destek Ölçeği</i> | Bekâr | 29,3858 | | | |
| | Evli | 31,4636 | -3,005 | 386 | ,00 |
| | | | | | 3* |

Tablo 7’de araştırmaya katılan Yerel halkın eğitim durumları ile turizmin gelişimine destek ölçeği üzerine tutumları ile ilgili görüşleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi amacı ile parametrik t testi uygulanmıştır. Bu test sonucuna göre Yerel halkın eğitim durumları ile turizmin gelişimine destek ölçeği görüşleri arasındaki ilişkiler için ($p<0,05$) olduğundan dolayı yerel halkın eğitim durumları ile turizmin gelişimine destek ölçeği görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu söylenebilir. Bu boyut için farklar incelendiğinde ise evli olan yerel halkın turizmin gelişimine daha olumlu destekler verdiği söylenebilir.

Güvenilirlik Testi Sonuçları

Tablo 8. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

| Ölçek | Faktörler | Cronbach’s Alpha | Madde Sayısı |
|---------------------|---|------------------|--------------|
| TEEÖ | TEEÖ | ,832 | 9 |
| | Faktör 1: Turizmin olumlu ekonomik etkileri | ,822 | 7 |
| | Faktör 2: Turizmin olumsuz ekonomik etkileri | ,656 | 2 |
| TSKEÖ | TSKEÖ | ,929 | 19 |
| | Faktör 1: Turizmin olumsuz kültürel etkileri | ,856 | 9 |
| | Faktör 2: Turizmin olumsuz sosyal etkileri | ,789 | 5 |
| | Faktör 3: Turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri | ,902 | 5 |
| TÇEÖ | TÇEÖ | ,822 | 11 |
| | Faktör 1: Turizmin olumlu çevresel etkileri | ,788 | 6 |
| | Faktör 2: Turizmin olumsuz çevresel etkileri | ,803 | 5 |
| TUDESÖ | TUDESÖ | ,727 | 10 |
| | Faktör 1: Turizmin gelişimine destek olma | ,706 | 6 |
| | Faktör 2: Turizmin gelişimine destek olmama | ,698 | 4 |
| Toplam Ölçek | | ,869 | 51 |

TEEÖ ölçeğinin güvenilirliğinin çok yüksek derecede (%83), faktör 1’in (%82) ve faktör 2’nin de (%66) olduğunu göstermektedir. TSKEÖ ölçeğinin güvenilirliğinin çok yüksek derecede (%93), faktör 1’in (%83), faktör 2’nin de (%79) ve faktör 3’ün (%91) olduğunu göstermektedir. TÇEÖ ölçeğinin güvenilirliğinin çok yüksek derecede (%83), faktör 1’in (%79) ve faktör 2’nin de (%81) olduğunu göstermektedir. TUDESÖ ölçeğinin güvenilirliğinin yüksek derecede (%73), faktör 1’in (%71) ve faktör 2’nin de (%70) olduğunu göstermektedir. Diğer bir ifade ile araştırmada kullanılan ölçeklerin araştırmayı temsil etme gücünün çok yüksek derecede güvenilir olduğunu söylemek mümkündür.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kültürel kaynakların, turizm, el sanatları ve kültürel çekicilikler yoluyla ekonomik canlılık yaratmak için insan sermayesinden ve kültürden yararlanarak ekonomik canlılık yarattığı konusunda geniş bir fikir birliği vardır. Bu tür kaynaklara dayalı programlar, yeniden geliştirme ve kültürel yenilenme için bir merkez olarak hizmet ederek bir topluluğu veya mahalleyi eski haline getirebilir, canlandırabilir veya güçlendirebilir. Doğal olanaklarla bütünleşmiş, kentsel yaşam

kalitesinin artmasıyla sonuçlanan canlı kamusal alanlar yaratırlar ve iş ve vergi gelir tabanını ve olumlu bölgesel ve topluluk imajını genişletirler.

Beyşehir, tarihi, kültürü ve doğal güzellikleriyle varlığını günümüze kadar korumuş Konya'nın eşsiz ilçelerindedir. Sekiz bin yıllık geçmişinden bu yana tarihi binaları, doğal güzellikleri ile zengin bir kültüre sahiptir. Bu çalışmada Beyşehir ilçesinde yaşayan halkın turizmin Sosyo-kültürel, çevresel, ekonomik algısı ve halk tarafından verilen desteği demografik değişkenlere göre incelemiştir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre Beyşehir'in merkez ekonomisinin ve alışveriş imkanlarının turizme bağlı olmadığı tespit edilmiştir. Turizmin ekonomik etkileri ile Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri ve Turizmin Çevresel Etkileri boyutu ile orta dereceli pozitif yönlü bir ilişki, Turizmin Gelişimine Destek Ölçeği ile arasında pozitif yönde zayıf bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri ile Turizmin Ekonomik Etkileri ölçeği ile arasında pozitif yönde orta dereceli bir ilişki olduğu görülürken Turizmin Çevresel Etkileri ve Turizmin Gelişimine Destek Ölçeği ile aralarında güçlü ve pozitif yönde bir ilişki görülmüştür.

Turizmin Çevresel Etkileri ile Turizmin Ekonomik Etkileri arasında pozitif yönde orta dereceli bir ilişki olduğu görülürken Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri ve Turizmin Gelişimine Destek Ölçeği ile aralarında güçlü ve pozitif yönde bir ilişki tespit edilirken Turizmin Gelişimine Destek Ölçeği ile Turizmin Ekonomik Etkileri arasında pozitif yönde orta dereceli bir ilişki olduğu görülmüştür. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri ve Turizmin Çevresel Etkileri Ölçeği ile aralarında güçlü ve pozitif yönde bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır.

Yerel halkın cinsiyetlerinin kadın veya erkek olması turizmin gelişimine destek olma yönü ve görüşleri bakımından farklılıklar meydana getirmediği, yaşları daha yüksek olan yerel halkın daha fazla olan turizmin gelişimine daha olumlu destekler verdiği söylenebilir. Diğer bir ifade ile yerel halkın eğitim durumlarının farklı olması ile turizmin gelişimine destek ölçeği görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar meydana getirmediği söylenebilir. Bu boyut için farklar incelendiğinde ise evli olan yerel halkın turizmin gelişimine daha olumlu destekler verdiği söylenebilir.

Araştırma bulguları incelendiğinde yerel halkın turizme yönelik tutumlarının nötr olduğu görülmektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre Beyşehir'in merkez ekonomisinin ve alışveriş imkânlarının turizme bağlı olmadığı tespit edilmiştir. Yerel halk Beyşehir'de turizme olumsuz çevresel etkisi olarak trafik ve gürültü düzeyinin artmasını ifade etmişlerdir. Aynı şekilde Öztürk'ün (2017, s.112) tezinde de Beyşehir halkının turizmin gelişmesi ile birlikte trafik, gürültü ve çevre kirliliğine sebep olacağını düşünmektedir. Bu sebeple araştırmada çıkan sonuç başka bir araştırmayı destekler niteliktedir. Turizmin gelişmesi yerel kültürün yozlaşmasına ve ticarileşmesine yol açmaktadır önermesine Beyşehir halkı kararsız kalmışlardır. Fakat bu durum Öztürk'ün çalışmasında Beyşehir turizminin gelişmesi yerel kültürü olumsuz etkileyecektir önermesi kesinlikle katılmaktadır. Burada ortaya çıkan farklılık ise önermenin farklılığından kaynaklanmaktadır. Turizm planlaması yaparken Beyşehir halkının istekleri göz önünde bulundurulmalıdır önermesi ile Öztürk'ün çalışmasında ki önermenin sonuçları ise birbirine yakındır. Ayrıca Beyşehir'i turizmin olumsuz etkilerinin olmadığını düşünerek Beyşehir'i terk etmeyi düşünmediklerini ve devlet desteğinin de olumsuz karşılanmadığını ifade etmişlerdir. Yerel halk Beyşehir'de turizmin huzur ortamını bozmadığı ve yasadışı olayların da artmadığını ifade etmişlerdir.

Atalay ve Ünüvar'ın (2017, s. 474) çalışmasında yerel halk turizmin gelişmesinde Beyşehir yöresi için yatırım yapılırsa faydalı olabileceğini düşünmektedir. Hemen arkasından ise turizmin gelişmesi altyapı ve üstyapının geliştirilmesini sağlar, arkasından ise çok yakın bir yüzde ile iş istihdamı yaratır ve bir diğer ise aynı ortalama ile yörenin tanınırlığını sağlamaktadır olmuştur. Araştırmamızda ise turizm sayesinde yollar, parklar, kentin temizliği gibi hizmetler daha iyi olmuştur önermesi önemli olarak görülmektedir. Turizm sektörünün iş garantisi ve sürekliliği sağladığı konusunda ise kararsız kalmışlardır. Beyşehir yöre halkı turizm için parklar ve yolların turizm sayesinde geliştiğini düşünürken turizmin geliştirilmesi için çok önemli yatırımların yapılmadığını ifade ederek, yapılması durumunda ise turizm için ve daha fazla turist gelmesi için önemli olacağını düşünmektedirler.

Çalışmamızda yaptığımız anketteki ölçeklerini Çolak (2017)'in çalışmasından aldığımız için ölçeklerdeki bulguların karşılaştırılması daha kolay olmuştur. Sonuçlar hemen hemen birbirini destekler niteliktedir. Fakat bazı önermelerde farklılıklar olduğu görülmüştür. Bu farklılıklar turizme destek ölçeğinde karşımıza çıkmaktadır. Çolak'ın çalışmasında turizmin olumsuz etkilerinden dolayı Muğla'yı terk etmeyi düşünüyorum diyenlerin ortalaması ile turizmin olumsuz etkilerinden dolayı Beyşehir'i terk etmeyi düşünüyorum diyenlerin ortalaması ise birbirlerine zıt bir şekilde olup Muğla halkı Muğla'yı terk etmeyi düşünürken, Beyşehir halkı ise Beyşehir'i terk etmeyi düşünmemektedir. Muğla halkı devlet kaynaklarının turizmin gelişimi için harcanmasını gereksiz bulurken Beyşehir halkı ise devlet kaynaklarının turizmin gelişimi harcanmasını desteklemektedir. Muğla halkı gelişiminden rahatsız olup turist sayısının azaltılmasını isterken Beyşehir halkı ise turizmin gelişmesinden rahatsız olmamaktadır ve bölgeye gelen turist azaltılmasını istememektedir. Bu sebeple Beyşehir halkı Muğla halkına göre turizmin gelişmesine daha fazla destek olmaktadır. Tabi ki bu önermeler değerlendirilirken Beyşehir yöresinde Muğla bölgesindeki gibi yoğun bir turizmin olmaması da göz önünde bulundurulmalıdır. Muğla halkı daha yoğun bir turizmin etkisi altındadır. Özellikle de yabancı turistler Muğla'ya daha fazla gitmektedir. Beyşehir de ise yabancı turist sayısı yok denecek kadar azdır, bölgeye yakın yerlerden gelen daha az sayıdaki yerli turistlerden oluşmaktadır. Bu yüzden Beyşehir halkı turizmin olumsuz etkilerine daha az maruz kalmıştır. Mason ve Cheyne (2000); Andereck vd.,

(2005); Garcia vd., (2015), Allen vd. (1993)'nin çalışmalarında da turizmin trafik sıkışıklığına sebep olduğu önemli bir olumsuz etki olarak görülürken çalışmamızda trafik sıkışıklığı konusunda kararsız kalmışlardır yani Beyşehir de trafik artmıştır fakat çok fazla rahatsız edici bir artış yoktur.

Ay (2014) 'ın çalışmasındaki ekonomik faktör başlığı altında iş bulma garantisi ve devlet tarafından desteklenmesi; sosyal faktör başlığı altında ise suç oranının, uyuşturucu, alkol gibi olumsuz etkilerinin artmadığı; çevresel faktörü başlığı altında ise gürültü gibi çevre kirliliğine yol açmadığı gibi önermelerin sonuçları ile çalışmamızda bu önermelerin sonuçları ile çelişen bir durum söz konusu değildir. Çelikkanat (2015), Erdem (2017), Bağrı ve Kala (2016) çalışmalarında demografik özellikler bağımsız değişken olarak ele alınca tutumları etkilemiştir. Mason ve Cheyne (2000) çalışmasında cinsiyet bağımsız değişkeninde anlamlı bir farklılık görülürken bizim çalışmamızda cinsiyet bağımsız değişkeninin herhangi bir etkisi görülmemiştir. Teye vd. (2002) ve Haralampolous ve Pizam'ın (1996) eğitim seviyesinin yükselmesi ve turizme yönelik olumlu destek arasında anlamlı bir farklılık vardır fakat Beyşehir çalışmamızda eğitim değişkeninin herhangi bir etkisi görülmemektedir.

Araştırma bulguları incelendiğinde yerel halkın turizme yönelik tutumlarının nötr olduğu görülmektedir. Buna göre kurum, sektör ve yönetime yönelik öneriler aşağıda sunulmaktadır:

Yerel halkın Beyşehir'in turizmine yönelik nötr algısını artırmaya yönelik çalışmalar yapılabilir.

Halkın, yörenin turizminin gelişmesine katkıda bulunabilecek şeffaf katılımların artırılması sağlanabilir.

Kültürel turizmin artırılmasına yönelik halka mali teşvikler verilerek, yöresel ürünlerin çeşitliliğinin artırılması ve markalaşma sağlanabilir.

Merkezde toplanan bir turizm etkinliğinin aksine, ilçenin diğer yerel faaliyetlerinin etkinliğinin artırılması, halkın bilinçlendirilmesi ve yeni turizm alanlarının açılması önerilmektedir.

Yapılan çalışmanın tekrarının sağlanması, ilçede yapılan etkinliklerin takibi ve geliştirilmesi sonrası yerel halkın algısı yeniden ölçülmeli ve farkındalık oluşumuna destek verilmelidir.

Halkın kültürel miras ve turizm hakkındaki nötr algısını değiştirmek için bilinçlendirmek gerekmektedir, bunun içinde toplantı ve kongreler düzenlenmelidir. Kültürel mirasın turizme kazandırılması için yönetim halk ile iş birliği yapılmalıdır. Halk turizm planlamasına katılırsa turizme yönelik algısında değişme meydana gelebilir. Yerel halkın katılımıyla ulusal ve uluslararası festival ve fuarlar gerçekleştirilerek hem bölgenin tanıtımı hem de yerel halk için ürünlerini pazarlama imkânı oluşturulmalıdır. Yerel halka bölgesini tanıtmak için maddi manevi destek verilerek hem halkın turizme katılması hem de bölgenin tanıtılması sağlanabilir. Yöresel ürünlerin tanıtımını halkın yapmasını sağlayarak aynı zamanda gelir elde etmeleri de teşvik edilmelidir. Yerel halkın istek ve şikâyetleri doğrultusunda hem ilçenin planlaması hem de turizmin planlaması yapılmalıdır. Çalışmanın belli dönemlerde yenilenmesi sağlanarak, halkın nötr algısında değişiklik olup olmadığının ölçülmelidir. Ayrıca gelen turistlere yönelik çalışmalarda yapılarak turizm konusunda görülen eksiklerin giderilerek turizmin gelişmesi ve bölgedeki turizmin artırılması sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Acuner, E. (2015). "Zigana Turizm Merkezi'nin Sürdürülebilir Turizm Kriterleri Çerçevesinde Yerel Destinasyon Yönetim Örgütleri Tarafından Değerlendirilmesi", Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, 1, 62-93.
- Alaşan, A. (2018). "Nevşehir Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyelinin Turizm İşletme Yöneticilerinin Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi". Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Allen, L.R. vd., (1993), "Rural Residents' Attitudes Toward Recreation and Tourism Development", Journal of Tourism Research, 31 (4): 27-33.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. ve Vogt, C. A. (2005). "Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts", *Annals of Tourism Research*, 32 (4): 1056-1076.
- Ap, J. (1992). "Residents' Perceptions on Tourism Impacts", *Annals of Tourism Research*, 19 (4): 665-690.
- Apaydın, V., Çilingiroğlu, Ç. ve Özgüner, N. P. (2015). "Toplum Arkeolojisi: Dünya ve Türkiye'deki Yeri", Önemi ve Problemleri. I. Teorik Arkeoloji Grubu Türkiye Toplantısı Bildirileri Kitabı, İzmir: Ege Yayınları. 9-10 Mayıs 2013, 175-190.
- Assmann, J. ve Tekin, A. (2018). "Kültürel Bellek Eski Yüksek Kültürlerde Yazı, Hatırlama ve Politik Kimlik". İstanbul: Ayrıntı Yayınevi, 2001.
- Avruch, K. (1998). "Culture and Conflict Resolution", Washington DC: United States Institute of Peace Press.

- Ay, A. (2014). "Yerel Halkın Turizmin Etkileri ile İlgili Algı ve Beklentileri: Edirne İli Üzerine Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi Anabilim Dalı.
- Bagri, S. C. ve Kala, D. (2016). "Residents' Attitudes Toward Tourism Development and Impacts in Koti - Kanasar, Indroli, Pattur Tourism Circuit of Uttarakhand State", India. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1): 3-29.
- Bennett, A. (2006). *Kültür ve Gündelik Hayat*, N. Tokdoğan, B. Genel ve U. Y. Kara (Çev.), Ankara: Phoenix Yayınevi, 2013.
- Çelikkanat, N. (2015). "Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı: Bodrum İlçesi Örneği, Yüksek Lisans Tezi", Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı.
- Çolak, E. (2017). "Muğla Halkının Turizm Olgusuna Ve Turizm Etkilerine Bakış Açılarını Anlamaya Yönelik Bir Alan Araştırması", Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Demirci, G. (2019). "Kültürel Mirasın Aktarılmasında Ve Korunmasında Yerel Toplumun Etkisi: Bergama Örneği", Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Doğaner, S. (2013). *Türkiye Kültür Turizmi*, İstanbul: Doğu Kitabevi, 2013.
- Dolan, S. (2015). "Cross-Cultural Leadership: A Comparative Study, Esade – Escuela Superior De Administración Y Dirección De Empresas". Doctoral Thesis.
- Erdoğan, M. Ve Atak Çobanoğlu, Ş. (2019). "Sustainable Cultural Heritage Management: Example of Troy Archeological Site", *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3 (1),35-58.
- Erkan, H. ve Erkan, C. (1998). "Kültür Politikamızda Yeni Boyutlar: Türkiye'nin Geleceğe Yönelik Kültür Değerleri ve Politikaları", Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı.
- Eryılmaz, B. (2020). "Yerel Halkın Turiste ve Turizme Bakışı Amasya Örneği", *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies*. 8 (2), 1381-1395.
- Eykay, İ. (2013). "İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Antakya'nın Değerlendirilmesi", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Garcia, F. A., Vazquez, A. B. ve Macias, R. C. (2015). "Residents' Attitudes Towards the Impacts of Tourism", *Tourism Management Perspectives*, 13: 33-40.
- Güneş, N. (2014). "Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği", Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Haralambopoulos, N. ve Pizam, A. (1996). "Perceived Impacts of Tourism: The Case of Samos". *Annals of Tourism Research*, 23: 503-526.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences*. Beverly Hills, CA: Sage.
- İMRE, N. (2020). "Yerel Halkın Turizme Bakış Açısının Belirlenmesi: Kemaliye Örneği", *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 13 (1), 1-16
- Javidan, M., Stahi, G., Brodbeck, F., & Wilderom, C. P. M. (2005). "Cross-Border Transfer Of Knowledge: Cultural Lessons From Project Globe", *Academy of Management Executive*, 19 (2), 59-76.
- Mason, P. ve Cheyne, J. (2000). "Residents' Attitudes to Proposed Tourism Development", *Annals of Tourism Research*, 278 (2): 391-411.
- Özdamar, M. (2011). "Şanlıurfa'da Kültür Turizmi: Şanlıurfa'ya Kültür Turizmi Kapsamında Seyahat Acentaları İle Gelen Yerli Turistlerin Profilini Ve Anlık Satın Alma Davranışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Sağlam, D. (2019). "Trabzon İlinde Kültür Turizmi Ve Turizm Planlamasına Etkisi", Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı.
- Tekin, Y. (2017). "Tarih Boyunca Beyşehir ve Eşrefoğulları Beyliği", Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı.
- Teye, V., Sönmez, S.F. ve Sırakaya, E. (2002). "Residents' Attitudes toward Tourism Development", *Annals of Tourism Research*, 29 (3): 668-688.
- Tunç, A. S. (1998). *Genel turizm*. Ankara: Detay Yayınevi, 1998.

- Ünüvar, Ş. ve Atalay, R. (2019). “Yerli Ziyaretçilerin ve Halkın Alternatif Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisine Yönelik Algısı: Beyşehir Örneği”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22 (2), 469-480.
- Weaver, D. ve Lawton, L. (2001). “Resident Perceptions in the Urban-Rural Fringe”, *Annals of Tourism Research*, 28(2): 349-358.
- Yalçinkaya, I. (1989). “Alt Ve Orta Paleolitik Yontmataş Endüstrileri Biçimsel Tipoloji Ve Karain Mağarası”. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayını.
- Yılmaz, L. (2020). Mersin'de Somut Kültürel Miras Bilinci Ve Koruma Üzerine Bir Değerlendirme. *Amisos* 5 (8), 156-177. (Sualtı Kültürel Mirasının Korunması Sözleşmesi, 2001: 2).

Geliş Tarihi: 22/05/2022

Kabul Tarihi: 02/06/2022

THE RADIANT SIDE OF THE DARK AGES: ABU YUSUF'S ECONOMIC THOUGHT

R. Hülya ÖZTÜRK*

ABSTRACT

The general tendency in the Western literature is to assume that economic thought started with Aristotle and no contribution whatsoever was made to science in the world up until Thomas Aquinas. The aim of this article is to question the validity of this assumption. Could the argument really be true that in the period in question there was total inactivity and no scientific development was made? Could a long period of approximately 1600 years be described as a huge void? These are the type of questions that the present paper aims to answer. The period called the Dark Ages in the West is in fact the one in which the East lived its golden age. Many a scholars emerged in this period, producing invaluable works. In addition, these scholars taught great numbers of students and thus enabled the transmission of scientific thought to the West. In this period that included the foundation and development of the Islamic State, innumerable practices in many fields such as law, finance and organization of social life were based on the Holy Qur'an and the Sunnah. A disciple of Abu Hanifah, one of the major scholars of the Hanifah sect, Abu Yusuf adhered to the Holy Qur'an and the Sunnah in his role as Qadi'l-qadat (grand qadi) and was a scholar who regarded very highly the principle of justice while his invaluable book Kitab al-Kharaj, which harboured policy propositions that went beyond its time, set significant examples of the ideal of Islamic state and practices. Abu Yusuf is a prominent scholar by virtue of his views and practices and being the first practitioner of countless policy propositions that gained acceptance in the modern world. Thus, this article deals with the ideas of Abu Yusuf and their repercussions in the modern world.

Keywords: Abu Yusuf, Great Gap, Kitab al-Kharaj, Islamic Economics.

KARANLIK ÇAĞ'IN AYDINLIK TARAFI: EBU YUSUF'UN İKTİSADİ GÖRÜŞLERİ

ÖZET

Batı literatüründe genel kabul gören yargı iktisadi düşüncenin Aristoteles ile başladığı ve Aquinalı Thomas'a kadar dünyada bilime katkı sağlayan hiçbir gelişmenin yaşanmadığı yönündedir. Bu çalışmanın amacı bu yargının doğruluğunu sorgulamaktır. Gerçekten de sözü edilen bu yıllarda tamamen durgunluğun hakim olduğu, herhangi bir bilimsel gelişmenin yaşanmadığı tezi doğru olabilir mi? Yaklaşık 1600 yıl gibi bir zaman dilimi koca bir boşluk olarak nitelendirilebilir mi? Çalışmanın amacı bu sorulara yanıt bulmaktır. Batı dünyasında karanlık çağ olarak adlandırılan bu dönem esasen Doğumun altın çağını yaşadığı dönemdir. Pek çok bilim adamı bu dönemde yetişmiş, kıymetli eserler meydana getirmişlerdir. Dahası bu bilim adamları çok sayıda yabancı öğrenciye dersler vererek bilimin Batıya aktarılmasını sağlamıştır. İslam Devletinin kuruluş ve gelişme dönemlerini kapsayan bu zaman diliminde hukuk, maliye, iktisat, sosyal hayatın düzenlenmesi gibi pek çok alanda uygulanan politikalar temellerini Kuran ve sünnetten almaktadır. Kuran ve sünnete bağlı kalarak İslam devletinde kadılık görevinde bulunan, adalet ilkesine büyük önem veren ve Hanefi mezhebinin önemli alimi Ebu Hanefi'nin öğrencisi olan Ebu Yusuf tam da bu dönemde yaşamış ve zamanının çok ötesinde politika önerileri içeren Kitabül-Harac adlı çok kıymetli eseri islami devlet anlayışının ve uygulamalarının önemli bir örneğini teşkil etmektedir. Ebu Yusuf görüş ve uygulamalarıyla, modern dünyada kabul gören pek çok politika önerisinin ilk uygulayıcısı olması nedeniyle özellikle dikkat çeken bir bilim adamıdır. Bu çalışmada Ebu Yusuf'un görüşleri ve modern dünyadaki yansımaları ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ebu Yusuf, Büyük Boşluk, Kitab-ül Haraç, İslam İktisadı.

* Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, Akşehir İİBF, İktisat Bölümü, hulyaozturk@selcuk.edu.tr, Konya/Türkiye, ORCID No: 0000-0003-1396-9737

INTRODUCTION

The literature of economic thought generally begins with Aristotle (BCE 384-322) and passes on to St. Thomas Aquinas (1225-74). Schumpeter stated that there were no contributions made in this period by ignoring the part played by medieval Islamic authors and calls this period the “Great Missing Link” (“Great Gap”) (Ghazanfar, 2015; 28).

However, research in this field clearly reveals that Islamic thought was born and flourished and influenced the Western by means of the works of Islamic scholars in the very period that Schumpeter called the “Great Gap”. Between the 7th and 14th century, before the Scholastic thinkers, Islamic thinkers in both the East and the West came up with sophisticated ideas on many economic topics and institutions that affected the Scholastics thinkers (Savaş, 2007; 131). Considering the fact that they were the link that connected the Greek, pre-Islamic and Christian thought and the contributions they made, it becomes simply more important not to ignore medieval Islamic authors (Husseini, 2015; 160).

The effect of Islamic thought on the Western thought was brought about in various ways. To begin with, at the end of the 11th century and early 12th century some Western thinkers such as Constantine the African and Adelard of Bath travelled to Islamic countries and learnt Arabic, studied and passed on what they learnt to their own countries. In this period there existed educational institutions teaching philosophy, medicine, mathematics and cosmography. Many scholars teaching at the universities at Napoli, Padua, Salerno, Toulouse, Salamanca, Oxford, Montpellier and Paris were raised at Islamic education institutions (Savaş, 2007; 134).

250 years before the Scholastic thought was born with the influence of Ancient Greeks, Islamic economic thought had flourished and been practiced in the three fourths of the known world in that period. Long before the scholastics, Islamic thinkers created their own opinions about such issues as fiscal policy, monetary policy, monetary institutions, loan and loan instruments, price formation and pricing policies, market and market regulations, exchange, interest, government budgets, taxes to promote or prevent wealth accumulation, the state treasury, open budget and state budget balancing methods, supply and demand, time and demand deposits, first bank types, partnerships and monopoly issues (Savaş, 2007; 133-134). The areas in which Muslim authors included economic issues can be found in their comments on theoretical debates or in the religious views and fatwas of Islamic jurists. The Muslim authors of this period developed a comprehensive understanding of economy, economic actors and institutions. Since medieval Islamic society enjoyed some of the institutions and intellectual tools of the modern times, medieval Islamic scholars had previously the opportunity to discuss some of the economic issues that would be handled in Western Europe much later (Husseini, 2015; 163-165).

The emphasis on administrators’ economic responsibilities has been one of the vital issues foregrounded since the early days of Islam (Siddiqi, 1998; 223). Serving in the office of the Qadi and Qadi'l-qudat under the reign of the Abbasid Caliph Harun al-Rashid, Abu Yusuf set forth essential ideas about the characteristics of administrators, economy and finance in his age. *Kitab al-Kharaj*, his most important work in which his views can be collectively found, provides answers to questions posed by the Caliph. The basic economic topics in *Kitab al-Kharaj* are as follows: taxation, agriculture and animal husbandry, water resources and revitalization of waste lands. While the book deals in general with issues of public finance, it also focuses extensively on state administration, political and social considerations (Kallek, 2018; 71-74). Abu Yusuf is the first scholar of Islamic law that penned a pamphlet directly on economic policy. His *Kitab al-Kharaj* paved the way for future scholars (Siddiqi, 2017; 72).

Abu Yusuf requested the Caliph to leave aside Abbasid ve Omayyad sultans’ policy of following Byzantium and Persia as models and revert to the traditions of Rashidun Caliphate (four great caliphs). He based his views directly on either the Holy Qura’an and the Sunnah or the examples of Abu Bakr, Omar, Osman and Ali. As an exception, he also included other examples such as the Umayyad Caliph Omar bin Abdul Aziz. Since *Kitab al-Kharaj* was written upon the demand of the chief qadi, that is the Minister of Law, and the Caliph, it is not merely a book of Islamic law but an extraordinary work (Eskicioğlu, 1966; 12).

When Abu Yusuf offered policy propositions he had certain objectives in mind: growth, freedom, productivity and justice. These ideals, which were generally in line with Islamic economic thought, also resided in Abu Yusuf’s system of thought (Siddiqi, 2014; 212). Abu Yusuf borrowed certain principles from the Holy Qura’an and established his thoughts on these principles. The principles of justice, kindness, wisdom, chastity and ingenuity were of utmost importance. These principles were the main reference points not only in the field of economy but also politics, social order and administration (Bal, 2014; 5). The concept of social justice is the foundation of all moral rules and regulations in the Islamic state. All the economic rules in the Holy Qura’an are absolutely related to the concept of social justice. The backbone of social justice was found in the Holy Qura’an and therefore economic justice was placed on a high pedestal (Savaş, 2007; 133).

Abu Yusuf’s Ideas on Economy

One of the first figures that wrote on economy since the outset of Islam was Abu Yusuf, who studied Islamic law especially under the guidance of Abu Hanifah in Koofa and Medina. The works of Abu Yusuf were written before the 9th century when the Greek legacy was discovered in Syria (Ghazanfar, 2015; 228-229). Abu Yusuf’s views especially on

principles of taxation are reminiscent of the approaches of modern economics to taxation. However, one point to bear in mind is that the period in question was much too early and there was scarcity of resources available. In terms of illuminating the practices, *Kitab al-Kharaj* remained as the most important reference; therefore it was widely consulted in all matters.

Abu Yusuf's book appeared approximately 1000 years before the pioneering work of classical economics, *The Wealth of Nations* by Adam Smith, while Aquinas, the representative of Medieval Latin economic thought, emerged 500 years after *Kitab al-Kharaj*. What is more, the works of Aristotle and other Greek philosophers had not yet been translated into Arabic in Abu Yusuf's time and Arab scholastics then were not familiar with this literature (Siddiqi and Ghazanfar, 2015; 284). Abu Yusuf's *Kitab al-Kharaj*, which was penned much earlier than cornerstone works that were important in terms of the development of Western economics, provides significant arguments in terms of questioning the validity of the Missing Link thesis.

Economic Welfare and Modern Understanding of Welfare

The function of welfare in the Islamic state was highlighted in countless hadiths by Mohammed. Statements of the early Caliphs and the orders they gave to their governors reveal that the early years of the Islamic state paid considerable attention to welfare. Abu Yusuf's *Kitab al-Kharaj* explains welfare in the Islamic state clearly (Çapra 1988; 151). According to Abu Yusuf, if properly executed, the principle of justice, which he dwells upon in length, could automatically lead to economic and social welfare (Kallek, 2018; 78).

At the same time Abu Yusuf also deliberated on a range of practices that were employed in the regulation of economic life. These are (Bal, 2014; 13):

a-İhya

b-Intensification of public investments

c-Levying taxes on producers that do not exceed their ability to pay

d-Appropriation of overabundant produce

e- Preventing unearned gain by derailing the free functioning of the market through officially fixed price

f- Preventing the depreciation of the money

İhya: According to Abu Yusuf, it is a must that unexploited state soil and unowned wastelands should be rented or given as *ikta* (granting of the rights and privileges of ownership, operation or exploitation of immovable property) or managed as *bayt al-mal* (treasury of the Islamic state). The state administrator who pays regard to public interest can dispose of property by considering these alternatives. In this way, the use of resources will grow, production and income will rise, and this will in turn contribute to the boosting of economic welfare (Kallek, 2018; 80).

The Importance of Public Investments

It is observed that Abu Yusuf had an insight ahead of his time about the relationship between public investments and economic welfare in terms of boosting public investments. Abu Yusuf, referring to the importance of public investments, said, "you may spend profusely and without delay in areas where public good is concerned" (Yeşilyurt, 2015; 115). According to Abu Yusuf, the basic function of the state is to increase its citizens' welfare levels, enable them to live freely and protect them from oppression (Ergün, 2017; 128). Abu Yusuf's model is that of a welfare state. It encapsulates a comprehensive viewpoint in which citizens are given opportunities so as to increase their social and economic welfare, lead an honourable and free life and have maximal means to protect themselves from cruelty. The state, on the other hand, has the responsibility to support society's moral values and finally people's spiritual development, which is the means to their salvation (Siddiqi and Ghazanfar, 2015; 300) Abu Yusuf recommends that administrators should passionately deal with public works; construct roads, bridges, irrigation canals, improve navigation and provide all the support that agriculture is in need of (Siddiqi, 1998; 223).

According to Abu Yusuf, though increase in production is a must for the improvement of welfare of the country it is not sufficient on its own. With the increase in production, it is an imperative that transportation and exchange of goods be facilitated. To this end, major waterways must always be kept available for transport. The areas with land routes should not be impeded by opening of these areas into agriculture by means of *ihya* and *ikta* (Kallek, 2018; 81). Emphasizing the state's responsibility to provide public works, Abu Yusuf, states that economic development, fair distribution of resources and revenues are highly critical. The use of unused state soils and unclaimed wastelands by state officials and their relatives through the policies of *ikta* and *ihya* should not lead to an abuse of power for gaining advantages (Ergün, 2017; 125). Abu Yusuf's views on the roles that the state adopts in economy are reminiscent of those by Friedrich von Wieser, one of the representatives of the Austrian School of economics. Wieser claims that the state ought to take in charge some vital socio-

economic duties and the protection of the weak is also the responsibility of the state. He contends that the state must secure conditions conducive to full competition and control the market to this end in order to prevent unearned profits. Wieser further puts forward that the state must invest in social works such as transportation and irrigation canals which have low exchange value but high social use (Savaş, 2007; 546- 547). Abu Yusuf often advises the Caliph to launch projects that would contribute to people's welfare, suggesting the construction of new canals, renovating and revitalizing old ones, build levees in order to prevent floods, rehabilitation of flooded areas and taking every precaution possible to improve farmers' welfare (Siddiqi and Ghazanfar, 2015; 295).

Taking into consideration the dynamics of his time, Abu Yusuf suggests that social overhead capital investments should target the soil. He supports practices aiming to increase agricultural production since the dominant production factor is labour. Thus, he claimed, the productiveness of the soil would be improved, the amount of production would soar and finally social welfare would be higher. Abu Yusuf underlines his belief that public investments geared for the whole society should be undertaken only by the state and if a specific segment of society is to benefit from the investment then the beneficiaries should participate in the appropriate distribution of burden of such expenditure (Bal 2014; 20-21). The emphasis on the fair distribution of burden and liabilities for the betterment of the socio-economic structure demonstrates Abu Yusuf's intelligent and analytical viewpoint and his sense of mutual equality (Siddiqi and Ghazanfar, 2001; 33).

In some respects Abu Yusuf's views on public investment resemble those of Adam Smith's. Indeed Adam Smith too paid great deal of attention to public works activities that would serve the facilitation of trade. He stated that it is not mandatory to meet the expenses of these services through public revenues; instead it is possible to finance them through taxes (Smith, 2013; 805). Highlighting the importance of free trade on every occasion, Smith put forward that the obstacles to trade should be removed and the state should make necessary investments such as roads, bridges and harbours in areas where there is a vibrant commercial life.

Abu Yusuf's Ideas on Taxation

During the early Abbasid dynasty farming was highly advanced. Since a considerable part of the population was employed in farming, agriculture taxes had a significant share in state revenues. Therefore, the Abbasids took plenty of precautions to develop agriculture (Azmi, 1995; 8). The Abbasid dynasty endeavoured to determine Islamic precepts about taxation; at this point Abu Yusuf wrote *Kitab al-Kharaj* upon request and it became a guidebook for the dynasty. The Abbasids launched cadastral surveys of *harac* (tribute) lands in some regions such as Khorasan and Syria in order to determine the amount of tax to be levied. They levied in-kind taxes instead of cash taxes per unit in some lands suitable for farming in Iraq (Duri, 1991; 86).

Abu Yusuf frequently mentions taxes collected from the public while dealing with the duties of the state towards the people. The state does have the right to collect taxes from the public. However, there is a close reciprocity between the state's right to collect taxes and the public's right to expect certain services from the state. It is right to levy taxes on produce from farming lands, therefore the soil has to be protected from floods and canals have to be constructed (Siddiqi and Ghazanfar, 2015; 299).

It is possible to sum up Abu Yusuf's principles of taxation based on the hadiths and practices of the Four Caliphs (Bal, 2014; 21):

- 1- Ability to pay must be the paramount criterion in taxation.
- 2- Tax laws must be determined by the central government; their provisions must be laid out clearly and precisely.
- 3- Members of the taxing organization must have outstanding moral values.
- 4- Tax collection must not be carried out in *iltizam* (tax farming) system.

Hundreds of years after Abu Yusuf's work, Adam Smith, the founder of Classical Economy, based taxation on the principles of fairness, certainty, convenience and efficiency. Smith puts forward that citizens must contribute to the state in proportion to their economic power in order for the state to meet its expenses. The amount of tax each individual must pay ought to be certain but not arbitrary. Taxes must be collected at a time convenient for each taxpayer. In addition, the expenses of collecting taxes should be low (Smith, 2013; 927-929). Smith's principles appear to be resembling those proposed by Abu Yusuf.

Abu Yusuf insisted that tax rates should be determined by the central government and local administrators and tax collectors should have no authority to increase or decrease taxes. Local administrators should not be given the authority to levy taxes, to demand extra produce or cash for tax and, in addition, they should be forbidden to seize people's food or produce (Abu Yusuf, 1973; 182-183).

Time, venue and method of payment and centralization of decision-making processes in tax management are among the issues that Abu Yusuf dwells on (Siddiqi, 1998; 223). Abu Yusuf expressly states the importance of considering people's

capacity to pay taxes, warning about the negative consequences in the event that taxpayers are faced with sums of money that are beyond their ability to pay. Abu Yusuf did not only dwell on the principle of ability to pay in theory; he also practiced it diligently for years. This practice implemented by Abu Yusuf is still one of the burning issues of fiscal policies in our day.

After Abu Yusuf, the principle of the ability to pay was discussed also by Ibn Khaldun, who stressed the need to retain tax levels at the optimum level. In his *Muqaddimah* Ibn Khaldun tackled the issue of taxes in detail, reaching conclusions compatible with the practices foreseen in supply-side economic policies. Ibn Khaldun paid utmost attention to the need that taxes should be in step with the taxpayers' ability to pay, believing that taxes that are beyond taxpayers' ability would decrease the turnover in taxes.

The first figure in economics literature that springs to Western scholars' mind in terms of the concept of the ability to pay is Arthur Laffer. One of the leading representatives of supply-side economists, Arthur Laffer established that if deduction rates were decreased production would soar and this would boost tax revenues and graphed his assertion in the Laffer Curve (Kallek, 2015; 84). The Laffer Curve is based on the assumption that if individuals' post tax income increases they will work harder and invest more as long as their post tax income increases. If this assumption were valid, tax revenues would naturally increase when tax rates are lowered (Savaş 2007; 960). Supply-side economists refer to the Laffer Curve to support their claim that decreasing marginal tax rates would boost economic growth and tax revenues. This curve demonstrates the theoretical relation between tax rate and tax revenue. Though graphical display belongs to Laffer, the idea that there would be a decline in sciences, arts and economic activities if the state levies higher taxes on citizens was first introduced by the 13th century Muslim thinker Ibn Khaldun (Skousen, 2011; 501-502). However, an analysis of *Kitab al-Kharaj* reveals that Abu Yusuf had dealt with the issue of taxes and tax collection and presented detailed views on fiscal policy practices much earlier than Ibn Khaldun in the 8th century.

Table 1: Tax rates proposed by Abu Yusuf (income /produce rates)

| Type of farming land | Previous rates | The rates increased by Al-Mahdi | Rates proposed by Abu Yusuf |
|-------------------------------------|----------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Rain irrigated produce | %50 | %60 | %40 |
| Irrigated produce | %33 | %33 | %10 |
| Fruit orchards, vineyards | Fixed amount | Fixed amount | %33 |
| Irrigated produce (labor intensive) | %25 | %25 | - |
| Summer crops | - | - | %25 |

Source: Siddiqi, M. N. Ghazanfar, S. M. (2015). ‘‘ Erken Dönem Orta Çağ İslam İktisat Düşüncesi, Ebu Yusuf’un (731-798) Kamu Maliyesine İlişkin İktisadi Fikirleri. *Orta Çağ İslam İktisat Düşüncesi Batı İktisadındaki Büyük Kayıp Halka'nın Telifisi*’’, (ed. Shaikh M. Ghazanfar), Klasik Yayınları, İstanbul

Abu Yusuf proposes lower tax rates for the first and second categories in the table. However, in the third category he suggests a change that is almost like a reform and comes up with a tax rate of 33% instead of a fixed amount. According to the table Abu Yusuf does not support the idea of fixed taxes. He contends that fixed taxes impede the realization of social justice. If taxes are levied based on the amount of produce rather fixed amounts the state will not suffer revenue losses and the producer will not be harmed. And thus, a fair taxation system will contribute to the establishment of social welfare.

Abu Yusuf claims that taxes levied on lands based on fixed amounts run counter to the principle of justice. Such a practice will harm both social welfare and public interest in the long run (Siddiqi and Ghazanfar, 2001; 21). Abu Yusuf states that justice can be established through a system in which taxes are levied proportionate to the produce obtained instead of a fixed amount (Ergün, 2017; 127). This calls to mind Wieser's views on progressive taxes. Though Wieser suggests that progressive taxes cannot be appealed to in order to abolish social injustice, he claims that progressive taxes could be justified based on the principle of diminishing marginal utility (Savaş, 2007; 546, 547).

Stressing the necessity of determining taxes in the central government, Abu Yusuf opposes *iltizam* (tax farming) in the mechanism of tax collection. Instead, he indicates that tax collection ought to be performed by honest, dependable and experienced officials rather than by means of *iltizam* (Ergün, 2017; 127). Abu Yusuf believes that if contracts were signed with intermediaries to collect taxes, this would lead to abuse of power and a decline in agricultural activities and crops, and finally a decrease in state revenues. On the whole, it would lead to damage in the socio-economic welfare of the country (Siddiqi and Ghazanfar, 2015; 291).

In Abu Yusuf's economic viewpoint, protecting producers from subjection to injustice has a significant place. He states that the producers should have no obstacles and their produce and riches should in no way be seized so that social welfare

could be improved. Likewise, he warns that when the producers' plus produce after the tax is confiscated or a tax is levied going beyond their ability to pay the producers will produce less or give up tilling altogether (Abu Yusuf, 1973; 175-176). Officials responsible for tax collection have to demand nothing other than the exact amount. Their professional conduct should be monitored and those violating the rules should be penalized. The officials who are proved to have embezzled money must be dismissed never to be employed again (Siddiqi and Ghazanfar, 2015; 292). The state has to collect the taxes immediately after the harvest lest the produce is damaged or harmed. While grain is being allotted, the farmers' rights have to be taken into consideration and measurements have to be made with adequate tools that are free of error (Abu Yusuf, 1973; 180). Abu Yusuf was meticulous in terms of the producers' ability to pay in taxation; he was likewise sensitive in not subjecting the producer to injustice. The concept of justice, which Islam puts excessive emphasis on, was a reference point in both legal regulations and economic life.

Ricardo, who divides land into arable and barren land, introduced the term differential rent into economics literature. Those who cultivate barren land obtain less income compared to the labour and material they use. The superiority of arable land over barren land is never lost; however, this superiority ceases to be an advantage to the consumer or producer and becomes an advantage for the landowner (Ricardo, 2013; 50). Arable lands are cultivated with fewer expenses compared to others and price of produce occurs at a level to meet the production expenses of the marginal land, thus a rent emerges to the advantage over the others (Kallek, 2018; 85). Von Thunen extended the rent theory by stating that the rent does not emerge out of the difference of fertility of land only but also out of location (Savaş, 2007; 394). Abu Yusuf dwelt on the issues of difference of land in terms of fertility and the emerging rent though his account is not verbatim.

Commerce And The Free Market

Refers to sacred books, which preach that people's livelihood will be provided by God, and states that there exist religions that discredit economic activities or pursuit of profit. However, he says this attitude is not valid for Islam. According to Rodinson the Holy Qura'an justifies commercial activities while criticizing dishonest conduct and decreeing that commercial activities be suspended during certain religious services (Rodinson, 1966; 24). The fact that Islam is conceptually open to commercial activities paved the way to a glorious civilization in the Middle Ages (Çizakça and Akyol, 2012; 15). It appears that Abu Yusuf refers copiously to the principles of Islam that support commercial activities in his own economic treatise. Abu Yusuf often expresses the fact that the state and its officials ought to undertake their relevant duties fully to support and encourage commerce.

In the early economic practices of the Islamic state it is seen that free competition was encouraged and laws against monopoly and market intervention was prevalent (Tuma, 2000; 15). Making some observations about the functioning of the market and price formation, Abu Yusuf dwells on regulations aiming at protecting the taxpayer and states by referring to divine law that Allah approves of the prices chastising those who disadvantage the producers by manipulating the floor price. It is seen that by doing so Abu Yusuf aspires to alleviating the pressure of the administrators against taxpayers (Kallek, 2018; 91). During the age of the Prophet intervening the market gained currency when the prices increased; however, the Prophet did not approve of the idea of fixing the prices and opted for promoting the free market instead. This tradition envisages the need and discretion to think twice before interfering with the functioning of the market (Islahi, 2017; 98).

"If the grain is much cheaper than the normal, the grain will not suffice for the Sultan to meet his needs, he will be discontent since the grain will neither enable him to sustain the army nor will he be able to protect his borders. However, these are the kind of things he cannot give up on. If the grain is unreasonably too high, then the Sultan will not be content about the amount of grain which taxpayers demand to be left to themselves. In fact, inexpensiveness and costliness are in the hands of Allah. They are never stable. It is the same thing with money. In many cases their value goes up and down. There is no agreed limit to inexpensiveness and costliness that can be taken as a standard. They are simply divine manifestations; no one can predict what will happen. Inexpensiveness is never born out of abundance of grain and goods and, likewise, costliness does not spring from their scarcity. They are all Allah's judgement and predestination. Sometimes grain is expensive although it is abundant and sometimes it is inexpensive although it is scarce" (Abu Yusuf, 1973; 92-93).

By referring to the function of Allah's will in prices Abu Yusuf draws attention to the fundamental and natural laws of economics and highlights the risks that could emerge in the event of outside intervention to these natural laws (Abu Yusuf, 1973; 93). Natural laws in Islamic thought are "laws that are determined by Allah's will" and societies that abide by these laws develop and prosper while those who oppose them degenerate (Savaş, 2007; 133). Abu Yusuf could be claimed to have foreseen the detrimental outcomes of interfering with the prices much earlier than Adam Smith. However, he failed to develop this idea in depth. And it would be unrealistic to expect him to explicate the cause-effect relationships concerning the formation of prices in the market with today's economic reasoning. As a result, it can be argued that Abu Yusuf lived at a much earlier period and suggested policies within the framework of the conditions of the time in which he lived.

Abu Yusuf opposes monopolist structures, black market and stockpiling that hamper the effective functioning of the market. Referring to stockpiling in one of his hadiths, Prophet Mohammed says, "Whoever stockpiles with the aim of increasing the prices against the Muslims is a sinner", which sums up the Islamic world's viewpoint of monopoly and

stockpiling. Abu Yusuf extended his Master Abu Hanifah's approach, which forbade the stockpiling of foodstuff, by forbidding such engagement with all sorts of goods (Çapra, 1993; 60).

It is clearly seen that in the early years of Islam, the state had a limited role in determining market structure and price formation. This role is limited to eliminating deteriorated factors such as fixing prices and the interaction between supply and demand through the invisible agency of competition and Allah's will. Nevertheless, state intervention was kept at a minimum when it was believed to be necessary and implemented through the agency of the market itself. Likewise, the function of the state in production was minimal and comprised of preventing decline in production levels or regaining the previous levels after the decline (Tuma, 2000; 18).

International Commerce and Commercial Instruments

In Abu Yusuf's period the currency was based on bimetalism based on gold and silver. Though standard official coins were available in the market there were dirhams of different kind and weight in circulation. The state prepared exchange lists to regulate the functioning of the market and tax collectors were ordered to follow these lists. These lists served as standards in the exchange of silver coins with each other and dinar coins. Apparently Abu Yusuf wanted to stop tax collectors from swindling taxpayers by means of arbitrary transactions and manipulating exchange rates (Kallek, 2018; 94-95). Likewise, the use of exchange lists aimed at preventing taxpayers from losing money.

It is known that Muslim merchants took a close interest in international commerce. Since commerce played a major role in economic life various tools were employed that regulated economic activities. Policy, one of these instruments, has been widely used in the Muslim world since the 8th century. In the Middle Ages a deed of partnership similar to Commenda, which played an important role in the financing of Mediterranean commerce in Europe, was widely used from the 8th century onwards in the Muslim world (Güran, 2012; 90). These developments in domestic and international trade brought about arrangements pertaining to this field. Abu Yusuf's fundamental philosophy on foreign trade is shaped by the idea of securing abundance of goods in the domestic market and establishing security.

Abu Yusuf expresses his wish to prohibit the export of horses, weapons, slaved soldiers and military provisions. However, he does not mention any kind of prohibition regarding the export of goods and clothing in his writings. Abu Yusuf's main concern is to put limitations in the export of goods important in political and military terms that might be to the detriment of the Muslims in a possible war. However, he does not object to foreign merchants selling similar military provision in Muslim countries (Kallek, 201; :95).

CONCLUSION

Contrary to what Schumpeter calls the "Great Missing Link" in his famous book *History of Economic Analysis*, many Muslim scholars living in the period Schumpeter refers to in fact produced countless significant works on economy, finance, philosophy, mathematics and medicine. In this period called the Dark Ages by Western Economics, there was indeed a Golden Age in the East. Many Muslim scholars taught at universities and countless Western students attended the lectures given by these scholars. Therefore, at exactly this period, there was a flow of knowledge from the East to the West: Views and ideas of Muslim scholars began to spread in the West thanks to translations of these works and Western students who disseminated what they learnt in the East. In the same period, works of Greek scholars had not been translated into Arabic. That is to say, claiming that the flow of knowledge reached Muslim scholars thanks to the translation of Greek works is not in tune with historical facts.

Of the countless Muslim scholars who contributed to science and philosophy in this period, Abu Yusuf has a unique place. Abu Yusuf's age coincides with the end of the Four Caliphs period and the transition of the Caliphate from the hands of Umayyad dynasty into the Abbasid dynasty. Abu Yusuf paid great attention to legal and economic issues especially in the period of the Prophet and the Four Caliphs, that is, the early years of the Islamic state. The fact that he was a pupil of Abu Hanifah, the leading figure of the Hanifah sect and he occupied the office of qadi'l qudat is the major reason that made him pay a great deal of attention to legal, economic and financial issues by fulfilling all the requirements of the Islamic religion. *Kitab al-Kharaj*, which he wrote in the period of the Abbasid Caliph Harun al-Rashid, contains many pieces of advice based on Islam's commandments and prohibitions on various issues. *Kitab al-Kharaj* contains advice on taxation, methods of tax collection, the characteristics of tax collectors and administrators, duties of the state, commerce, international commerce, market, and supply and demand. Basing his advice on the Holy Qura'an, the Sunnah and the practices in the Four Caliphs period, Abu Yusuf often warned the administrators not to treat people badly.

Abu Yusuf's observations, especially those on taxation, recall major principles of classical economics. In *Kitab al-Kharaj* his principles of justice, precision, ability to pay and moral righteousness of tax collectors are reminiscent of Adam Smith's principles of fairness, certainty, convenience and efficiency. Another point to be dwelt on is the fact that Abu Yusuf established these principles approximately 1000 years before Adam Smith. Nevertheless, it is known that Ricardo established

the theory of rent and Thunen, who improved it, expanded it into location rent in the economics literature. Like these rent theoreticians, Abu Yusuf too expressed the need to levy taxes on such rents ages ago. The most striking resemblance, however, is the principle of ability to pay. Introduced into the economics literature by Arthur Laffer, this term became established, turning into a frequent reference in supply-side economic practices. The principle of ability to pay is suggestive of Laffer and Ibn Khaldun. Ibn Khaldun explained this term much earlier than Laffer and dwelt on its importance. The Western world too acknowledges Ibn Khaldun. However, one point that is usually ignored is the fact that, much earlier than Ibn Khaldun, Abu Yusuf commented upon the principle of ability and warned the Caliph that if high taxes are levied that are beyond people's capacity, it will lead to unfavourable outcomes. Abu Yusuf proposed policies inspired by the Holy Qura'an, the Sunnah and the practices in the period of the Four Caliphs and put into practice things that are based on the principles of the Islamic state and justice conducive to increasing public welfare. It is observed that the concepts introduced by Abu Yusuf as policy propositions hundreds of years ago are available in today's economics and finance policies. The most striking evidence that the East lived its Golden Age at a time which is called the Dark Ages by the West is the existence of Muslim scholars. And Abu Yusuf is one of the leading figures among these scholars.

REFERENCES

- Abu Yusuf (1973) *Kitabü'l-Haraç*, İstanbul, Özek Yayınları.
- Azmi, S. (1995). *Abu Yusuf's Contribution to the Theory of Public Finance*. Department of Economics Aligarh Muslim University, Aligarh, India
- Bal, O. (2014). "İslam İktisadi'nin Kilometre Taşlarından Ebû Yusuf'un İktisadi Düşüncesi". *Türkiye İslam İktisadi Dergisi*, Cilt 1, Sayı 2: 1-41
- Çapra, Ömer (1988). *İslam İktisadi Araştırmaları I*, İstanbul, Dergah Yayınları,
- Çapra, Ömer.(1993). *İslamda İktisadi Nizam*, İstanbul, Sebil Yayınevi,
- Çizakça, Murat. & Akyol, Mustafa (2012) *Ahlaki Kapitalizm*, İstanbul, Ufuk Yayınları.
- Duri, Abdülaziz (1991). *İslam İktisat Tarihine Giriş*, İstanbul, Endülüs Yayınları,
- Ergün, Nihat (2017). *İktisadi ve Siyasi Düşüncede Akıl, Hanefi-Maturidi Ekol Bağlamında*, Ankara, Otto Yayıncılık.
- Eskicioğlu, Osman (1996). *İslam Hukukunda Vergiler Yahya B. Adem Ve Kitab-Ül Haracı*. İzmir, Anadolu Yayınevi,.
- Ghazanfar, M. Shaikh (2015). *Skolastik İktisat ve Arap Alimleri, Büyük Kayıp Halka Tezinin Yeniden Değerlendirilmesi. Orta Çağ İslam İktisat Düşüncesi, Batı İktisatındaki 'Büyük Kayıp Halka'nın Telafisi*, (ed. Shaikh M. Ghazanfar), İstanbul, Klasik Yayınları,
- Güran, Tefvik (2012). *İktisat Tarihi*, İstanbul, Der Yayınları.
- Husseini, Hamid (2015). *Schumpeterci Büyük Kayıp Halka Tezinin Eksikliği Orta Çağ İran'ında İktisadi Düşünce. Orta Çağ İslam İktisat Düşüncesi Batı İktisatındaki Büyük Kayıp Halka'nın Telafisi*, (ed. Shaikh M. Ghazanfar), İstanbul, Klasik Yayınları.
- Islahi, Abdul, Azim.(2017). *İslam İktisat Düşüncesi ve Kurumları (16. Yüzyıl)*. İstanbul, İktisat Yayınları,.
- Kallek, Cengiz (2018). *İslam İktisat Düşüncesi Tarihi, Harac ve Emval Kitapları*, İstanbul, Klasik Yayınları.
- Ricardo, David (2013). *Siyasal İktisadın ve Vergilendirmenin İlkeleri*, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Rodinson, Maxime (1996). *İslamiyet ve Kapitalizm*, İstanbul, Gün Yayınları.
- Savaş, Vural (2007). *İktisatın Tarihi*, Ankara, Siyasal Kitabevi.
- Siddiqi, M. N. (1998). *İslam İktisat Düşünce Tarihi Üzerine Yapılan Çalışmaların Bir Tahlili*, *Journal of Islamic Research*, vol 11, no 3-4, pp:220-235.
- Siddiqi, M. N. & Ghazanfar. S. M. (2001), *Early Medieval Islamic Economic Thought: Abu Yusuf's (731-798 AD) Economics of Public Finance*, *History of Economic Ideas*, Vol. 9, No. 1, pp. 13-38.
- Siddiqi, M. Nejatullah (2014). *An Islamic Approach to Economics. Islamic Economics on Definition and Metodology*, (ed. Sercan Karadoğan), İstanbul, Askon Yayınları,.

- Siddiqi, M. Nejatullah. Ghazanfar, M. Shaikh (2015). Erken Dönem Orta Çağ İslam İktisat Düşüncesi, Ebu Yusuf'un (731-798) Kamu Maliyesine İlişkin İktisadi Fikirleri. Orta Çağ İslam İktisat Düşüncesi Batı İktisadındaki Büyük Kayıp Halka'nın Telafisi, (ed. Shaikh M. Ghazanfar), İstanbul, Klasik Yayınları.
- Siddiqi, M. Nejatullah (2017). İslam İktisat Düşüncesi Birikim ve Yönelim. İslam İktisat Düşüncesi: Temelleri, Evrimi ve İhtiyaç Duyulan Yöneli', (ed. Sercan Karadoğan), İstanbul, Maruf Vakfı İslam Ekonomisi Enstitüsü Yayınları.
- Skousen, Mark (2011). İktisadi Düşünce Tarihi, Modern İktisadın İnşası, İstanbul, , Liberte Yayınları.
- Smith, Adam (2013). Milletlerin Zenginliği, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları,.
- Tuma, Elias. (2000). *İlk Dönem Arap Ekonomi Politikaları (H. 1. yüzyıl/M. 7. yüzyıl-H. 4. yüzyıl/M. 10. yüzyıl)*, Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, No:4, pp:269-288.
- Yeşilyurt, Şahin. (2015). *İmam Ebu Yusuf'un Kamu Maliyesi Alanına Katkısı*, Maliye Dergisi, issue:169, pp:97-117.

Geliş Tarihi: 24/05/2022

Kabul Tarihi: 27/06/2022

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN AKADEMİK UMUTSUZLUK VE KADERCİLİK EĞİLİMİ SEVİYELERİNİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ali Davut ALKAN *

Salim KURNAZ **

ÖZET

Bu çalışmanın amacı; üniversite öğrencilerinin akademik umutsuzluk ve kadercilik eğilimlerini tespit ederek bu iki algı arasındaki ilişki durumunu ortaya koymak ve bu algıların belirlenmesinde demografik faktörlerin rolünü ortaya çıkarmaktır. Bu kapsamda 446 üniversite öğrencisinden anket yolu ile veri toplanmıştır. Toplanan veriler Jamovi (version 2.3.2) analiz programı yardımıyla analiz edilmiştir. Öncelikle toplanan veriler analize hazırlanmış, bu kapsamda güvenilirlik (cronbach alpha) ve geçerlilik (keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizi) değerleri incelenmiştir. Sonrasında korelasyon analizi ve parametrik testler uygulanarak elde edilen bulgular raporlanmıştır. Her iki ölçeğin alt boyutlarının birbirleri ile anlamlı ilişkili olduğu görülmüştür. Akademik umutsuzluk ve kadercilik eğilimlerinde dini ve kültürel unsurların belirleyici olabileceği tahmin edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Umutsuzluk, Akademik Umutsuzluk, Kadercilik

A RESEARCH ON THE DETERMINATION OF ACADEMIC HOPELESSNESS AND FATALISM TENDENCY LEVELS OF UNIVERSITY STUDENTS

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the academic hopelessness and fatalism tendencies of university students and to reveal the relationship between these two perceptions and to reveal the role of demographic factors in determining these perceptions. In this context, data were collected from 446 university students through questionnaires. The collected data were analyzed with the help of the Jamovi (version 2.3.2) analysis program. First of all, the collected data were prepared for analysis, and in this context, reliability (cronbach alpha) and validity (exploratory and confirmatory factor analysis) values were examined. Afterwards, the findings obtained by applying correlation analysis and parametric tests were reported. It was observed that the sub-dimensions of both scales were significantly related to each other. It is estimated that religious and cultural factors may be determinant in academic hopelessness and fatalism tendencies.

Keywords: Hopelessness, Academic Hopelessness, Fatalism

* Öğretim Görevlisi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde Sosyal Bilimler MYO, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, Özel Güvenlik ve Koruma Programı, alidavutalkan@ohu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9463-8683

** Dr. Öğretim Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sivil Havaçılık Yüksek Okulu, Uçak Gövde-Motor Bakım Bölümü, salimkurnaz@sdu.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8060-5151>

GİRİŞ

Üniversite, öğrencilerin çalışma hayatına yönelik eğitimleri aldıkları kurumdur ve geleceğine yön vermektedir. Üniversitede edinilen bilgiler, çalışma hayatının temelini oluştururken öğrencilere geleceği hakkında bir fikir vermektedir. Öğrenciler, üniversite dönemlerinde hayatlarının önemli bir parçasını oluşturacak iş yaşamına yönelik teorik ve pratik bilgiler edinmektedir. Ayrıca bu dönemin öğrencilere gelecekte karşılaştıkları fırsat ve tehditlere yönelik bilgi ve tecrübe aktarımı sağlayarak öğrencilerin iş yaşantılarına yön vermesi beklenmektedir.

Üniversite öğrencileri, eğitim sisteminin ve toplumun farklı açılardan gelişmişlik düzeyini ortaya koyan en iyi göstergelerinden biridir (Çiçek vd., 2014; 172). Toplumunu oluşturan bütün bireyler gibi üniversite öğrencilerinin de gelecek beklentisi ve geleceğe yönelik umutları vardır. Geleceğe yönelik beklentilerin kaybolması ya da olumsuz yönde şekillenmesi ise umutsuzluk olarak adlandırılmaktadır. Umutsuzluk, bireylerin ve öğrencilerin ruh sağlığını negatif yönde etkilerken depresyon gibi ruhsal problemlere sebebiyet verebileceği gibi intihar vb. daha olumsuz sonuçlara da sürükleyebilmektedir (Izgar, 2009; 16). Üniversite öğrencilerinin gelecekteki toplumsal ve iş hayatına yönelik beklentileri ise büyük ölçüde üniversite dönemlerinde aldıkları eğitim ile şekillenmektedir. Bu beklentilerin olumlu yönde olması umut düzeyini artırırken, olumsuz yönde gelişen beklentiler bireyleri umutsuzluğa veya karamsarlığa sevk etmektedir.

Öğrencilerin gelecek beklentilerine yön veren iki temel yaklaşım bulunduğu varsayılmaktadır. Bireyler geleceğinin kendi yaptıkları ile şekilleneceğini düşünürse (determinizm) geleceğine yön verebilmek için bir çaba içine girmektedir. Ancak geleceğinin kendisi üzerindeki bir güç tarafından belirlendiğini veya daha önceden belirli olduğuna inanan (fatalizm) bireyler ise geleceğini şekillendirmek yerine sadece olayları oluruna bırakmayı tercih edebilmektedir. Bu sebeple üniversite öğrencilerinin geleceğe bakış açıları önem kazanmaktadır.

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin akademik umutsuzluk ve kadercilik eğilimi seviyeleri belirlenmeye çalışılacaktır. Ayrıca bu iki değişken üzerinde diğer demografik değişkenlerin etkisi araştırılacaktır. Bu kapsamda ilk bölümde akademik umutsuzluk ve kadercilik eğilimi kavramları açıklanarak kavramlar arasındaki ilişki incelenecektir. İkinci bölümde, üniversite öğrencileri üzerine yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen verilere ait özet bilgiler ve verilerin geçerlilik ve güvenilirlik testleri ortaya konulacaktır. Son bölümde ise anket çalışması sonucunda elde edilen bulgular ışığında üniversite öğrencilerinin akademik umutsuzluk ve kadercilik eğilimleri üzerine değerlendirme ve yorumlar yapılacaktır.

LİTERATÜR TARAMASI

Akademik Umutsuzluk

Akademik umutsuzluk üzerine yapılan çalışmaların kaynağı, öncelikle umut ve umutsuzluk üzerine yapılan araştırmalardır. Bu sebeple öncelikle umut ve umutsuzluk kavramlarına değinmek yerinde olacaktır. Umud, gelecekteki bir hedefe ulaşmada olumlu bir beklenti olarak kabul edilmektedir. Umud, iradeyi ve hedeflere ulaşmanın yollarını içerir (Oğurlu, 2016; 7). Olumlu gelecek yönelimine sahip bireyler, geleceğe yönelik nispeten iyimserdir ve geleceğe umutla bakarlar. Umutsuzluk ya da umut kaybı ise, bireylerin korkulan olayların kaçınılmaz olduğu konusunda öznel yargıda bulunduğu ortaya çıkan bir olgu olarak tanımlanmaktadır (Anderson and Schwartz, 1992; 272). Ayrıca umutsuzluk, geleceğe yönelik olumsuz beklentilerin belirgin olduğu, inançsızlık, umutsuzluk ve umudun yitilmesi duygularının hâkim olduğu bilişsel şemaların gruplandırılması olarak tanımlanmaktadır (Lima et al., 2021). Geleceğe dair ümidi olmayan birey, hedeflerine ulaşamayacağını ve en önemli sorununu asla çözülmeyeceğini düşüneceği için gelecek için çabalamaktan vaz geçer. Bu nedenle, umutsuzluk genel olarak bireyin önemli korkulan olay veya olayları deneyimlemeye hazır olma hali ve söz konusu olayları muhtemel olarak görmekten ziyade kaçınılmaz olarak ele almaya başladığı nokta olarak kavramsallaştırılabilir.

Umutsuzluk, geleceğe yönelik olumsuz beklentiler olarak tanımlanabilir. Başka bir deyişle umutsuzluk, geleceğe yönelik karamsarlık düzeyidir. Okuldaki başarısızlığın en önemli nedenlerinden biri olan umutsuzluk, birçok ruh sağlığı sorununa da yol açmaktadır (Taşkesen vd., 2012; 340). Ayrıca umutsuzluğa özgü düşüncelerin ortaya çıkması, kişinin üretken ve sağlıklı faaliyetlerde bulunmasını ve hayatın sorunlarıyla yüzleşmesini zorlaştırdığından, kişinin ruh sağlığını ve sosyal çevresiyle etkileşim biçimini tehlikeye attığı değerlendirilmektedir (Akesson et al., 2020; 7). Araştırmalar, umutsuzluğun anksiyete ve depresyon belirtileriyle ilişkisinin, madde kullanımı ve intihar davranışları gibi riskli davranışları etkilediğini göstermektedir. Bu kötü sonuçlarına rağmen umutsuzluk tedavi edilebilir bir durumdur. Özellikle sistemik bir umutsuzluk tedavisi, bireyin öğrenilmiş çaresizliğine veya psikolojik eksikliklerine odaklanmak yerine, bireyi, çevresini ve toplumu asimetrik bir ilişki dahilinde incelemeyi içerir (Hall, 2020; 840).

Umutsuzluk üzerine birçok çalışma yürütülmüştür. Bu çalışmalardan ilki; Hong Kong ortaokulunda 741 öğrenci üzerine yapılan umutsuzluk ve akademik başarı arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik yürütülen çalışmadır. Bu çalışma, umutsuzluğun öğrencileri okuldan kopmaya kadar götüren olumsuz sonuçları olduğunu göstermektedir (Au et al., 2010; 135). Çalışma kapsamında öğretmenlere umutsuzluğun ortadan kaldırılmasına yönelik tavsiyelerde bulunulmuştur. Diğer bir çalışmada, Selçuk Üniversitesinden 980 öğrencinin katılımı ile düzenlenmiştir. Bu çalışmada; öğrencilerin mezun olduktan sonra iş bulmada zorluk yaşayacakları düşüncesinin öğrencilerin depresyon ve umutsuzluk düzeyleri önemli ölçüde etkilediği

tespit edilmiştir (Karakuş, 2018; 190). Son olarak, Brezilya’da 142 sağlık kursu öğrencisi üzerine yapılan çalışmada, intihar düşüncesi olan öğrencilerden 24’ü (%77,4) ciddi düzeyde umutsuzluk sergilerken, istediği kursa gitmeyen, mesleki geleceğine ilişkin güvensizlik bildiren, alkol ve uyuşturucu madde kullanan, intihar girişimi, zorbalık ve depresif duygu durum öyküsü olan erkek öğrencilerde Umutsuzluk Ölçeği puan ortalamalarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Lima et al., 2021).

Umutsuzluk üzerine son dönemde yapılan çalışmalarda iki sonuç ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlardan birincisi, üniversite öğrencilerinin öz yeterlikleri, akademik başarıları ve umutsuzlukları arasında pozitif bir ilişki kurulduğu saptanmıştır (Priya et al., 2021; 5093). İkincisi ise; anksiyete belirtileri, umutsuzluk ve depresif belirtilerin tümünün, akademik stres düzeyini önemli ölçüde etkilediği tespit edilmiştir (Zhang et al., 2022; 547).

Kadercilik Eğilimi

Kadercilik kavramı, ilahiyat, sosyoloji, psikoloji ve siyaset gibi birçok alanda ele alınabilen bir kavramdır. Kadercilik, bireylerin dünyaya, varoluş ve yaşama bakış açılarının tanımı için de kullanılmaktadır. Kadercilik inancı yaşamın belirli kuvvetler tarafından ve önceden belirlendiği anlamına gelen bir inanç şeklidir (Kaya, 2020; 8). Kadercilik kavramı, öncelikle bireyin yaşadığı veya yaşayacağı bütün olay, başarı ve başarısızlıkları daha önceden ve ilahi bir güç tarafından belirlendiği ve birey ne yaparsa yapsın bu olaylardan kaçınmayacağı, dolayısıyla bireylerin yaşayacakları hayatı kontrol etme güçlerinin olmadığını kabul etmesi gerektiğine olan inanç olarak da tanımlanmaktadır (Kasapoğlu, 2008). Benzer bir tanımlama yapan Kam (2003)’a göre de kadercilik, birey dışında bir ilahi güç tarafından bireyin hayatının daha önceden belirlendiği ve birey ne kadar uğraşırsa uğraşsın bu yazgıyı değiştiremeyeceği düşüncesine dayanmaktadır. Kadercilik kavramı, bireye kendi hayatı ve yaşantısına yönelik tercih yapma hakkı vermemektedir (Yıldırım, 2004; 211). Bu sebeple bireyler pasif bir yaşam tarzı izleyerek yaşantılarını belirlemeye yönelik bir girişimden kaçınırlar.

Son olarak kadercilik düşüncesine göre bireysel hayatın daha önceden belirlendiği dolayısı ile bireylerin ne yaparsa yapsın bu akışı değiştiremeyeceği ve bireylerin bu akışı değiştirmeye yönelik eylem ve düşüncelerinin anlamsız ve etkisiz olacağı görüşüdür (Kuh ve Erdem, 2019; 2). Dolayısı ile bireyin geleceği ve yaşamı ile ilgili olaylarda irade sahibi olmadığı sadece önceden belirlenen olguları yaşadığı ve birey ne yaparsa yapsın yaşayacaklarını değiştiremeyeceği değerlendirilmektedir (Cevizci, 2015; 247). Kadercilik eğilimi yüksek olan bireyler başlarına gelmiş veya gelecek her şeyin kendi kontrollerinde değil de dışsal bir etki ile belirlendiğine inandıkları için ne yapılırsa yapılsın sonuçların değişmeyeceğine inanma eğilimindedirler (Kuh ve Erdem, 2019; 1).

Yukarıda belirtildiği üzere mevcut literatürde kadercilik, doğası gereği bireyin hayatındaki olaylar üzerindeki kontrol eksikliği, yaşam tarzlarının daha önceden belirlendiği ve güçsüzlük, umutsuzluk ve anlamsızlık algılarından bir veya birkaçını içerdiği kabul edilmiştir. Farklılıklara rağmen, bilim adamları, kaderciliğin doğası gereği bilişsel olduğu konusunda hemfikir olma eğilimindedirler. Ayrıca, bir bütün olarak bu literatür, kaderciliğin önceden belirlenmişlik, karamsarlık ve kişinin olayları şansa atfetmesi gibi boyutları kapsayan bir dizi inanç olarak kavramsallaştırılabileceğini ileri sürmektedir (Shen, 2009; 598).

Kadercilik, irade ve hayatın talepleri ile başa çıkma yeteneğini azaltmaktadır. Başarısızlığın devam etmesi, yaşanan olaylar üzerinde dış kontrol inancını (yani kadercilik) kuvvetlendirmektedir, bu da daha fazla pasiflik ve boyun eğme ile sonuçlanmaktadır. Bu nedenle, kadercilik başa çıkma yeteneğini azaltabileceğinden, potansiyel başa çıkmada bir azalmayı ifade etmektedir (Roberts et al. 2000; 239). Kültürel risk teorisine göre, kadercilik gibi kültürel ortamlar ve değerler, bireylerin risk algısının şekillenmesinde önemli bir role sahiptir. Kaderciler, kişisel kontrollerinin dışında olduğunu düşündükleri şeyleri bilmeme ve endişe duyma eğilimindedirler ki bu durum sosyal düzen başta olmak üzere bazı alanlarda daha düşük risk algısına neden olmaktadır (Şimşekoğlu et al., 2013; 188).

Son dönemde yürütülen kadercilik ve Coronavirus önlemleri arasındaki ilişkinin tespiti için yapılan çalışmalarda kadercilik eğilimi yüksek olan bireylerde önlemleri uygulamada isteksizlik olduğu tespit edilmiştir (Jimenez et al., 2020; Akesson et al., 2020; Özdiş et al. 2021). Bodur ve Kabasakal (2002; 19) GLOBE araştırması kapsamında Türkiye’nin içinde yer aldığı Türkiye-Arap kümesindeki ülkelerin belirgin özelliklerinden biri olarak Batı temelli yöntemlere benzerliklere rağmen gelenekselliğin muhafazasının önemine dikkat çekmiştir.

MATERYAL ve METOT

Araştırma; nicel araştırma yöntemlerinden anket desenine uygun olarak tasarlanmıştır. Veri toplama aracı olarak, Kaya ve Bozkur (2015) tarafından geliştirilen Kadercilik Eğilimi Ölçeği ile Gökalp ve Soykan (2020) tarafından geliştirilen Akademik Umutsuzluk Ölçeği kullanılmıştır. Elde edilen veriler Jamovi (version 2.3.2) istatistik programı yardımıyla analiz edilmiştir.

Kadercilik Eğilimi Ölçeği, 24 madde ve dört alt boyuttan oluşmaktadır. Bunlar; önceden belirlenmişlik (1, 4, 12, 15, 18, 19, 22 ve 24. maddeler), kişisel kontrol (2, 6, 8, 11, 14 ve 21. maddeler), batıl inanç (3, 5, 10, 17, 20 ve 23. maddeler) ve şans

(7, 9, 13 ve 16. maddeler) alt boyutlarıdır. Ölçek; 1-kesinlikle katılmıyorum, 2-katılmıyorum, 3-ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4-katılıyorum, 5-kesinlikle katılıyorum seçeneklerini kapsayan beşli Likert bir yapıda düzenlenmiştir.

Akademik Umutsuzluk Ölçeği, 16 madde ve üç alt boyuttan oluşmaktadır. Bunlar; davranışsal (1, 2, 3, 4, 5, 6 ve 7. maddeler), bilişsel (8, 9, 10 ve 11. maddeler) ve çevresel (12, 13, 14, 15 ve 16. maddeler) alt boyutlarıdır. Ölçek, 1-hiçbir zaman, 2-nadiren, 3-genellikle, 4-her zaman seçeneklerini kapsayan dördümlü Likert bir yapıda tanzim edilmiştir. Sadece 6. madde ters şekilde kodlanmıştır.

Araştırma kapsamında katılımcılara yukarıdaki iki ölçek dışında yöneltilen bazı demografik sorulardan bazıları yaş, cinsiyet, kardeş sayısı, kaçınıcı sınıf öğrencisi olduğu, öğrenim gördüğü bölüm/program süresi, ailesinden aldığı aylık maddi destek miktarı, burs alıp almadığı, staj yapıp yapmadığı ve öğrenim gördüğü bölüm/programın ilk beş tercihi arasında olup olmadığı şeklindedir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Türkiye’de öğrenim gören üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Bu kapsamda, Türkiye’deki üniversitelerin lisans ve ön lisans programlarında öğrenim gören 446 öğrenci araştırmanın örneklemini teşkil etmektedir. Yükseköğretim Kurulu (YÖK) verilerine göre Türkiye’de 2020-2021 Eğitim Öğretim Yılında öğrenim gören üniversite öğrencisi sayısı 7.791.280’dir (YÖK, 2022). 10.000.000 evren büyüklüğüne kadar %95 güvenilirlik düzeyinde ölçüm yapılabilmesi için 384 örneklem büyüklüğü yeterli olmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018; 130). Bu doğrultuda 446 örneklem büyüklüğü olarak belirlenmiştir.

Araştırmaya 256 kadın (%57.5) ve 189 erkek (%42.5) öğrenci katılım sağlamıştır, bir katılımcı cinsiyetini belirtmemiştir. Katılımcıların 420 tanesi (%94.4) 18-23 yaş aralığındadır. Katılımcı öğrencilerin 213 tanesi (%48) 1. sınıf, 166 tanesi (%37.4) 2. sınıftır. 65 öğrenci (%14.6) ise hazırlık, 3., 4. ve 5. sınıfta öğrenim hayatlarına devam etmektedir. 312 öğrenci (%70.3) 2 yıl süreli ön lisans, 120 öğrenci (%27) 4 yıl süreli lisans ve 12 öğrenci (%2.7) 5 yıl ve üstü süreli program ve bölümlerde öğrenim görmektedir.

Araştırmaya katılan 331 öğrenci (%74.5) ilk 5 tercihinden birine yerleştirildiğini beyan etmiştir. 100 öğrenci (%22.5) burs aldığını belirtirken 345 öğrenci (%77.5) herhangi bir kurumdan burs almadığını belirtmiştir.

Katılımcıların kendileri dahil olmak üzere kardeş sayısı incelendiğinde; 109 katılımcının (%24.6) 2 kardeş, 161 katılımcının (%36.3) 3 kardeş, 98 katılımcının (%22.1) 4 kardeş, 36 katılımcının (%8.1) 5 kardeş olduğu görülmüştür. Geriye kalan 39 katılımcının (%8.9) farklı kardeş sayılarına sahip olduğu görülmüştür. 101 katılımcı (%22.6) öğrencim gördüğü program/bölüm kapsamında stajını tamamlamışken 345 katılımcı (%77.4) henüz staj yapmadıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların öğrenimleri süresince ailelerinden aldıkları aylık maddi desteğin miktarı sorulmuştur. Bu soruya; 246 katılımcı (%55.7) 500 TL. ve altı, 118 katılımcı (%26.7) 501-1.000 TL arası, 42 katılımcı (%9.5) 1.001-1.500 TL arası olarak cevap vermiştir. 36 katılımcı (%8.1) ise ailelerinden aylık 1.501 TL ve daha fazla miktarda destek aldıklarını belirtmişlerdir.

Geçerlilik ve Güvenilirlik

Kadercilik ölçeğinin Cronbach alpha değeri $\alpha=.850$, akademik umutsuzluk ölçeğinin Cronbach alpha değeri ise $\alpha=.880$ olarak bulunmuştur. Kadercilik ölçeğinin alt boyutlarının Cronbach alpha değerleri; önceden belirlenmişlik alt boyutu $\alpha=.842$, kişisel kontrol alt boyutu $\alpha=.805$, bati inanç alt boyutu $\alpha=.823$ ve şans alt boyutu $\alpha=.730$ olarak bulunmuştur. Akademik umutsuzluk ölçeğinin alt boyutlarının Cronbach alpha değerleri; davranışsal alt boyutu $\alpha=.702$, bilişsel alt boyutu $\alpha=.876$ ve çevresel alt boyutu $\alpha=.766$ olarak bulunmuştur. Bu değerler ölçeklerin ve alt boyutlarının güvenilir olduklarını göstermektedir.

Ölçüm araçlarının geçerliliğini tespit etmek amacıyla her iki ölçeğe de keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Keşfedici faktör analizi sonucunda her iki ölçeğin de orijinal hallerindeki faktör yapılarını koruduğu görülmüştür. Keşfedici faktör analizi sonuçları Tablo 1 ve Tablo 2’de sunulmuştur. Doğrulayıcı faktör analizleri Tablo 3 ve Tablo 4’te sunulmuştur. Bütün bu analizler sonucunda ölçeklerin geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 1. Akademik Umutsuzluk Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi (KFA)

| | Faktörler | | | Uniqueness |
|-----|-------------|----------|----------|------------|
| | Davranışsal | Bilişsel | Çevresel | |
| AU1 | 0.551 | | | 0.624 |
| AU2 | 0.815 | | | 0.381 |
| AU3 | 0.476 | | | 0.668 |

Akademik Umutsuzluk Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi (KFA)

| | Faktörler | | | Uniqueness |
|------------|-------------|----------|----------|------------|
| | Davranışsal | Bilişsel | Çevresel | |
| AU4 | 0.778 | | | 0.388 |
| AU5 | 0.718 | | | 0.459 |
| AU7 | 0.534 | | | 0.599 |
| AU8 | | 0.736 | | 0.348 |
| AU9 | | 0.671 | | 0.456 |
| AU10 | | 0.863 | | 0.306 |
| AU11 | | 0.841 | | 0.265 |
| AU13 | | | 0.716 | 0.502 |
| AU12 | | | 0.412 | 0.657 |
| AU15 | | | 0.499 | 0.458 |
| AU14 | | | 0.338 | 0.733 |
| AU16 | | | 0.447 | 0.612 |
| AU6 (Ters) | | | | 0.964 |

Tablo 2. Kadercilik Eğilimi Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi (KFA)

Kadercilik Eğilimi Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi (KFA)

| | Faktörler | | | | Uniqueness |
|-----|------------------------|-----------------|-------------|------|------------|
| | Önceden Belirlenmişlik | Kişisel Kontrol | Batıl İnanç | Şans | |
| K4 | 0.740 | | | | 0.471 |
| K19 | 0.698 | | | | 0.400 |
| K22 | 0.683 | | | | 0.437 |
| K12 | 0.596 | | | | 0.617 |
| K15 | 0.568 | | | | 0.596 |
| K24 | 0.561 | | | | 0.604 |
| K18 | 0.559 | | | | 0.594 |
| K1 | 0.500 | | | | 0.786 |
| K8 | | 0.774 | | | 0.398 |
| K11 | | 0.672 | | | 0.497 |
| K2 | | 0.621 | | | 0.640 |
| K21 | | 0.601 | | | 0.572 |
| K6 | | 0.594 | | | 0.625 |
| K14 | | 0.572 | | | 0.685 |
| K23 | | | 0.803 | | 0.358 |
| K5 | | | 0.651 | | 0.495 |
| K10 | | | 0.636 | | 0.498 |
| K3 | | | 0.611 | | 0.599 |
| K17 | | | 0.557 | | 0.587 |
| K20 | | | 0.481 | | 0.581 |

Kadercilik Eğilimi Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi (KFA)

| Faktörler | | | | | |
|-----------|------------------------|-----------------|-------------|-------|------------|
| | Önceden Belirlenmişlik | Kişisel Kontrol | Batıl İnanç | Şans | Uniqueness |
| K9 | | | | 0.639 | 0.503 |
| K13 | | | | 0.630 | 0.582 |
| K16 | | | | 0.614 | 0.534 |
| K7 | | | | 0.408 | 0.622 |

Tablo 3. Akademik Umutsuzluk Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Akademik Umutsuzluk Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

| Faktör | Madde | Kestirme/Tahmin | SE | Z | p |
|-------------|------------|-----------------|--------|-------|--------|
| Davranışsal | AU1 | 0.408 | 0.0311 | 13.11 | < .001 |
| | AU2 | 0.530 | 0.0299 | 17.76 | < .001 |
| | AU3 | 0.436 | 0.0351 | 12.45 | < .001 |
| | AU4 | 0.549 | 0.0293 | 18.74 | < .001 |
| | AU5 | 0.496 | 0.0294 | 16.87 | < .001 |
| | AU6 (Ters) | 0.157 | 0.0479 | 3.27 | 0.001 |
| | AU7 | 0.437 | 0.0303 | 14.40 | < .001 |
| Bilişsel | AU8 | 0.694 | 0.0351 | 19.75 | < .001 |
| | AU9 | 0.714 | 0.0404 | 17.68 | < .001 |
| | AU10 | 0.708 | 0.0349 | 20.32 | < .001 |
| | AU11 | 0.688 | 0.0332 | 20.74 | < .001 |
| Çevresel | AU12 | 0.452 | 0.0376 | 12.02 | < .001 |
| | AU13 | 0.533 | 0.0385 | 13.83 | < .001 |
| | AU14 | 0.461 | 0.0389 | 11.85 | < .001 |
| | AU15 | 0.570 | 0.0324 | 17.60 | < .001 |
| | AU16 | 0.489 | 0.0348 | 14.04 | < .001 |

Tablo 4. Kadercilik Eğilimi Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Kadercilik Eğilimi Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

| Faktör | Madde | Kestirme/Tahmin | SE | Z | p |
|------------------------|-------|-----------------|--------|-------|--------|
| Önceden Belirlenmişlik | K12 | 0.794 | 0.0591 | 13.44 | < .001 |
| | K22 | 0.877 | 0.0528 | 16.62 | < .001 |
| | K24 | 0.758 | 0.0554 | 13.70 | < .001 |
| | K18 | 0.810 | 0.0591 | 13.70 | < .001 |
| | K19 | 0.962 | 0.0558 | 17.23 | < .001 |
| | K15 | 0.842 | 0.0592 | 14.21 | < .001 |

Kadercilik Eğilimi Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

| Faktör | Madde | Kestirme/Tahmin | SE | Z | p |
|-----------------|-------|-----------------|--------|-------|-------|
| Kişisel Kontrol | K4 | 0.829 | 0.0533 | 15.55 | <.001 |
| | K1 | 0.542 | 0.0625 | 8.67 | <.001 |
| | K8 | 0.779 | 0.0440 | 17.73 | <.001 |
| | K21 | 0.648 | 0.0471 | 13.76 | <.001 |
| | K14 | 0.576 | 0.0530 | 10.88 | <.001 |
| | K6 | 0.588 | 0.0451 | 13.05 | <.001 |
| | K11 | 0.715 | 0.0468 | 15.26 | <.001 |
| Batıl İnanç | K2 | 0.662 | 0.0522 | 12.67 | <.001 |
| | K5 | 0.849 | 0.0664 | 12.77 | <.001 |
| | K23 | 1.004 | 0.0565 | 17.77 | <.001 |
| | K20 | 0.902 | 0.0638 | 14.15 | <.001 |
| | K17 | 0.892 | 0.0621 | 14.36 | <.001 |
| | K10 | 0.967 | 0.0579 | 16.70 | <.001 |
| Şans | K3 | 0.809 | 0.0662 | 12.23 | <.001 |
| | K7 | 0.786 | 0.0617 | 12.73 | <.001 |
| | K9 | 0.939 | 0.0613 | 15.31 | <.001 |
| | K13 | 0.690 | 0.0647 | 10.66 | <.001 |
| | K16 | 0.859 | 0.0615 | 13.97 | <.001 |

BULGULAR ve TARTIŞMA

Katılımcıların cinsiyetleri ile kadercilik eğilimleri arasında anlamlı ($p<.001$) bir farklılık olduğu görülmüştür. Kadın öğrencilerin erkek öğrencilere oranla kadercilik eğilimlerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Benzer şekilde ilk 5 tercihinin yerleşen öğrencilerle yerleşmeyen öğrencilerin akademik umutsuzluk düzeylerinin anlamlı ($p<.05$) şekilde farklılaştığı görülmektedir. Bu durum, ilk 5 tercihinin yerleşen öğrencilerin akademik umutsuzluk düzeylerinin daha düşük seviyede olması şeklinde yorumlanabilir. Öğrencilerin bilinçli tercihlerinin akademik umutsuzluklarını azaltacağı öngörülebilir.

Tablo 5. Akademik Umutsuzluk ve Kadercilik Ölçekleri Alt Boyutları Korelasyon Tablosu

Akademik Umutsuzluk ve Kadercilik Ölçekleri Alt Boyutları Korelasyon Tablosu

| | | K Ort. | K Önceden Belirlenmişlik | K Kişisel Kontrol | K Batıl İnanç | K Şans | AU Çevresel | AU Bilişsel | AU Davranışsal | AU Ort. |
|--------------------------|--------------|--------|--------------------------|-------------------|---------------|--------|-------------|-------------|----------------|---------|
| K Ort. | Pearson' s r | — | | | | | | | | |
| | p-value | — | | | | | | | | |
| K Önceden Belirlenmişlik | Pearson' s r | 0.813 | — | | | | | | | |
| | p-value | <.001 | — | | | | | | | |
| K Kişisel Kontrol | Pearson' s r | 0.371 | 0.163 | — | | | | | | |
| | p-value | <.001 | <.001 | — | | | | | | |
| K Batıl İnanç | Pearson' s r | 0.706 | 0.376 | -0.100 | — | | | | | |
| | p-value | | | | | | | | | |

Akademik Umutsuzluk ve Kadercilik Ölçekleri Alt Boyutları Korelasyon Tablosu

| | | K Ort. | K Önceden Belirlenmişlik | K Kişisel Kontrol | K Batıl İnanç | K Şans | AU Çevresel | AU Bilişsel | AU Davranışsal | AU Ort. |
|----------------|--------------|--------|--------------------------|-------------------|---------------|--------|-------------|-------------|----------------|---------|
| | p-value | <.001 | <.001 | 0.037 | — | | | | | |
| K Şans | Pearson' s r | 0.685 | 0.390 | 0.058 | 0.490 | — | | | | |
| | p-value | <.001 | <.001 | 0.230 | <.001 | — | | | | |
| AU Çevresel | Pearson' s r | 0.114 | 0.090 | 0.286 | -0.031 | -0.069 | — | | | |
| | p-value | 0.020 | 0.064 | <.001 | 0.525 | 0.155 | — | | | |
| AU Bilişsel | Pearson' s r | 0.009 | 0.005 | 0.187 | -0.039 | -0.153 | 0.642 | — | | |
| | p-value | 0.857 | 0.914 | <.001 | 0.422 | 0.001 | <.001 | — | | |
| AU Davranışsal | Pearson' s r | 0.032 | 0.026 | 0.196 | -0.019 | -0.175 | 0.559 | 0.545 | — | |
| | p-value | 0.511 | 0.591 | <.001 | 0.685 | <.001 | <.001 | <.001 | — | |
| AU Ort. | Pearson' s r | 0.070 | 0.056 | 0.269 | -0.026 | -0.149 | 0.857 | 0.857 | 0.833 | — |
| | p-value | 0.155 | 0.256 | <.001 | 0.590 | 0.002 | <.001 | <.001 | <.001 | — |

NOT: N=446

Tablo 5'te yer alan korelasyon tablosu incelendiğinde, akademik umutsuzluk ile kadercilik kişisel kontrol alt boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı ($r=.269$, $p<.001$) bir ilişki göze çarpmaktadır. Kadercilik eğilimi ile akademik umutsuzluğun çevresel alt boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı ($r=.114$, $p<.05$) bir ilişki olduğu görülmektedir ki bu durum çevresel belirleyicilerin kadercilik eğiliminde belirleyici olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Akademik umutsuzluk ile kadercilik şans alt boyutu arasında negatif yönlü anlamlı ($r=-.149$, $p<.01$) bir ilişki göze çarpmaktadır. Bu bulgu doğrultusunda şanssız olduğu algısına sahip öğrencilerin akademik umutsuzluk düzeylerinin yüksek olduğu yorumu yapılabilir. Buna paralel olarak

Akademik umutsuzluğun davranışsal alt boyutu ile kaderciliğin kişisel kontrol alt boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı ($r=.196$, $p<.001$) bir ilişki saptanmıştır. Bu bulgu, bireye mahsus davranış özelliklerinin akademik umutsuzluk ve kadercilik algısı üzerinde belirleyici olduğu şeklinde okunabilir.

Kadercilik kişisel kontrol alt boyutu ile akademik umutsuzluğun çevresel alt boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı ($r=.286$, $p<.001$) ve akademik umutsuzluğun bilişsel alt boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı ($r=.187$, $p<.001$) bir ilişki olduğu görülmüştür. Buradan hareketle kişisel kontrolün akademik umutsuzluk ile bağlantısı görünür hale gelmektedir.

Kaderciliğin şans boyutu ile akademik umutsuzluğun davranışsal alt boyutu arasında ($r=-.175$, $p<.001$) ve akademik umutsuzluğun bilişsel alt boyutu arasında ($r=-.153$, $p<.01$) negatif yönlü anlamlı ilişkiye rastlanmıştır.

Kadercilik ortalamasının alt boyutlarının tamamıyla pozitif yönlü ve anlamlı ilişkili olduğu görülmüştür. Benzer şekilde akademik umutsuzluk ortalamasının alt boyutlarının tamamıyla pozitif yönlü ve anlamlı ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir.

SONUÇ

Gençlerin yükseköğretim hayatının başlamasıyla birlikte akademik yaşama bağlı stres kaynaklarına maruz kalmaları, sosyal yaşamlarında ve günlük aktivitelerinde değişikliklere neden olmaktadır. Bu değişikliklerin akademik performansı doğrudan olumlu ya da olumsuz etkilemesi dikkat çekicidir. Bu değişikliğin olumlu yönde olması öğrencinin geleceğine daha olumlu bakmasına ve kendisine bir gelecek oluşturmak için çaba harcamasına sebep olurken, olumsuz etkiler öğrencinin denge durumunun bozulması ve umutsuzluğa kapılmasına sebep olmaktadır. Bu noktada akademik umutsuzluk düzeyinin bireyin ve buna paralel olarak toplumun geleceğinde etkili olacağını söylemek yanlış olmayacaktır.

Umutsuzluk, geleceğe yönelik olumsuz beklentilerin belirgin olduğu, inançsızlık, umutsuzluk ve umudun yitirilmesi duygularının hâkim olduğu bilişsel şemaların gruplandırılmasından oluşur. Geleceğe dair ümidi olmayan birey, hiçbir şeyin başarı ile sonuçlanmayacağını, yaptığı hiçbir işte asla başarılı olamayacağını, hedeflerine ulaşamayacağını ve en önemlisi sorununun asla çözülmeyeceğini düşünmektedir. Daha tehlikeli bir durum ise bu durumun sebeplerini araştırmadan kaderle

ilişkilendirmektir. Kadercilik; başta dinî ve kültürel olmak üzere pek çok toplumsal ve bireysel sebeple ilişkilendirilebilir. Bu noktada bireysel sebeplerin tespiti için klinik araştırmalar gerekliken toplumsal sebeplerin tespiti için bu çalışmaya benzer araştırmalar yapılması önerilebilir.

Araştırmanın en önemli kısıtlarında biri, nüfusun büyük bölümünün Müslüman olduğu Türkiye’de yapılmasıdır. Dinî değer ve normların elde edilen bulgularda belirleyici olduğu tahmin edilmektedir. Bu tahmini doğrulamak amacıyla, gelecek dönemde kuruluşundan itibaren belirli bir dinin çoğunlukta olduğu ülkelerde (örneğin Avustralya) ve sonradan farklı dinlere geçiş yaşamış ülkelerde (örneğin Nijerya) araştırmalar yapılması önerilebilir. Böylelikle, dinî değerlerin kadercilik ve akademik umutsuzluk düzeyine etkisinin daha net şekilde görülebileceği değerlendirilmektedir.

GLOBE araştırması kapsamında elde edilen bulgularla mukayese edilecek araştırmalar yapılması önerilebilir. Bu kapsamda, GLOBE araştırmasının yürütüldüğü ülke kümelerinden seçilen ülkelerden katılımcıların iştirakiyle söz konusu araştırma sonuçlarıyla benzeşen ve ayrışan hususların ortaya konulmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akesson, J., Ashworth-Hayes, S., Hahn, R., Metcalfe, R.D. & Rasooly, I. (2020). Fatalism, Beliefs, and Behaviors During the COVID-19 Pandemic. National Bureau of Economic Research, Working Paper 27245, doi:10.3386/w27245, [Online] Available at: <https://www.nber.org/papers/w27245>, [Erişim tarihi: 19.05.2022].
- Anderson, S.M., & Schwartz, A.H. (1992). “Intolerance of Ambiguity and Depression: A Cognitive Vulnerability Factor Linked to Hopelessness”, *Social Cognition*, volume: 10, issue: 3, p. 271–298.
- Au, R.C.P., Watkins, D.A., & Hattie, J.A.C. (2010). Academic Risk Factors and Deficits of Learned Hopelessness: A Longitudinal Study of Hong Kong Secondary School Students”, *Educational Psychology*, volume: 30, issue: 2, p. 125-138.
- Bodur, M. & Kabasakal, H. (2002). “Türkiye-Arap Kümesinde Kurumsal Kültür: GLOBE Araştırması”, *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, cilt: 1, sayı: 2, s. 5-22.
- Cevzici, Ahmet (2015). *Felsefe Sözlüğü*, İstanbul, Say Yayınları.
- Çiçek, H.G., Baykul, A. & Keleş, M.K. (2014). “Öğrenci Profiline Değerlendirilmesine Yönelik Bir Alan Araştırması Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği”, *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, sayı:33, s.171-186.
- Gökalp, M. & Soykan, F. (2020). “Akademik Umutsuzluk Ölçeği Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması”, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, cilt: 9, sayı: 2, s. 741-751.
- Gürbüz, Sait & Şahin, Faruk, (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- Hall, R. (2020). “The Hopeless University: Intellectual Work at the End of the End of History”, *Post Digital Science and Education*, volume: 2, issue: 3, p. 830–848.
- Izgar, A. (2009). “Engelli Çocuğu Olan Ailelerin Sosyal Problem Çözme Becerileri ve Umutsuzluk Düzeylerinin İncelenmesi”. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Özel Eğitim Öğretmenliği Anabilim Dalı.
- Jimenez, T., Restar, A., Helm, P.J., Cross, R.I., Barath, D. & Arndt, J. (2020). “Fatalism in the Context of COVID-19: Perceiving Coronavirus as a Death Sentence Predicts Reluctance to Perform Recommended Preventative Behaviors”, *SSM - Population Health*, volume: 11, Article 100615, p. 1-6.
- Kam, Ömer Ferid, (2003). *Dinî Felsefi Sohbetler*, Ankara, Diyanet İşleri Bakanlığı Yayınları.
- Karakuş, Ö. (2018). “Depression and Hopelessness Levels of University Students According to Their Opinions on Finding Employment or Falling out of Labor Force in Turkey”, *Universal Journal of Educational Research*, volume: 6, issue: 1, p. 190-194.
- Kasapoğlu, A. (2008). “Kur’an Açısından Fatalizm-İnkârcıların Bir Tutumu Olarak Kadercilik”, *Hikmet Yurdu*, cilt: 1, sayı: 1, s. 87-107.
- Kaya, A. & Bozkur, B. (2015). “Kadercilik Eğilimi Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması”, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, cilt: 11, sayı: 3, s. 935-946.

- Kaya, M. (2020). "Üniversite Öğrencilerinin Kadercilik Eğilimi ile Kişiler Arası Yeterliğin İncelenmesi". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Eğitimde Psikolojik Hizmetler Bilim Dalı.
- Kuh, Z. & Erdem, R. (2019). "Fatalizm Eğiliminin Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışları Üzerine Etkisi", SDÜ Sağlık Yönetimi Dergisi, cilt: 1, sayı: 1, s. 1-16.
- Lima, C.L., Veloso, L.U., Lira, J.A., Silva, A., Rocha, A.R., & Conceição, B.B. (2021). "Factors Related to Hopelessness in College Students", Cogitare Enfermagem, volume: 26, e76641, p. 1-10.
- Ogurlu, Ü. (2016). "Hopelessness Level and Future Expectations of Gifted Students", Turkish Journal of Education, volume: 5, issue: 1, p. 4-17.
- Özdil, K., Bulucu Büyüksoy G.D. & Çatiker, A. (2021). "Fatalism, Fear and Compliance with Preventive Measures in COVID-19 Pandemic: A Structural Equation Modeling Analysis", Public Health Nursing, volume: 38, issue: 5, p. 770-780.
- Priya, B.M., Sonika Shruthi, M.B., Sowjanya, R.S.R. & Shanjeev, K. (2021). "Impact Of Online Education on Self-Efficacy, Academic Achievement and Hopelessness Among Higher Education Students: An Analysis", Natural Volatiles & Essential Oils, volume: 8, issue: 5, p. 5088 – 5093.
- Roberts, R.E., Roberts, C.R. & Chen, I.G. (2000). "Fatalism and Risk of Adolescent Depression", Psychiatry, volume: 63, issue: 3, p. 239-252.
- Shen, L., Condit, C.M. & Wright, L. (2009). "The Psychometric Property and Validation of a Fatalism Scale", Psychology and Health, volume: 24, issue: 5, p. 597-613.
- Şimşekoğlu, Ö., Nordfjærn, T., Zavareh, M.F., Hevazeh, A.M., Mamdoohi, A.R. & Rundmo, T. (2013). "Risk Perceptions, Fatalism and Driver Behaviors in Turkey and Iran", Safety Science, volume: 59, p. 187–192.
- Taşkesen, O., Kanat, S., Cıgır, E., & Gor, T. K. (2012). "A Study on Hopelessness Levels of High School Students According to Their Need They Feel About Receiving Art Education Informally", Procedia - Social and Behavioral Sciences, volume: 51, p. 340–347.
- Yıldırım, Cemal, (2004). Çağdaş Felsefe Sözlüğü, Ankara, Doruk Yayımcılık.
- Yükseköğretim Kurulu (YÖK) (2022). <https://istatistik.yok.gov.tr/>, [Erişim tarihi: 19.05.2022].
- Zhang, C., Shi, L., Tian, T., Zhou, Z., Peng, X., Shen, Y., Li, Y. & Ou, J. (2022). "Associations Between Academic Stress and Depressive Symptoms Mediated by Anxiety Symptoms and Hopelessness Among Chinese College Students", Psychological Research and Behavioral Management, volume: 5, issue: 15, p. 547-556.

Geliş Tarihi: 28/05/2022

Kabul Tarihi: 09/06/2022

FİNANS SEKTÖRÜNDE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMCILAR VE GARANTİ BBVA ÖRNEĞİ

Bektaş OĞUZ*

ÖZET

Tasarruf sahipleri, farklı ülkelerde, sermaye transferleri ve sermaye hareketleri ile hissedar olarak veya ortak olarak ya da yeni bir girişim ile yabancı yatırımcı olmaktadır. Yabancı sermayedarların faaliyetleri, faaliyetlerine başlamalarındaki etken sebepler ve yabancı sermayedarların bir ülkeye sermaye hareketini etkileyen önemli unsurlar bulunmaktadır. Tarihsel açıdan yabancı yatırımcıların önemli gördükleri konular ve karar sürecini etkileyen faktörler değişkendir. Yabancı sermaye yatırımcılarının Türk bankacılık sistemi hakkında görüşleri ve Türk bankacılık sisteminin yabancı yatırımcılara hizmet verme ve yatırımcıları çekme konularında geçtiği aşamalar tarihsel olarak sıralanmıştır. Bu süreçte en önemli katkı Basel-I ve Basel-II standartlarına uyum süreci ve Avrupa Birliği üyelik sürecinde yapılan reform ve uygulamalardır.

Yabancı yatırımcıların ülkemizdeki faaliyet gösteren bankalara ortak olma yolu ile sermayedar olmasına örnek verilebilecek Garanti Bankası A.Ş.'nin ortak olma sürecinde yaşadığı tecrübeler ve yatırımcı BBVA'nın ülkemizde bankacılık faaliyetlerine yönelmesi kronolojik olarak incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yabancı Yatırımcı, GarantiBBVA, Bankacılık, Tasarruf

FOREIGN DIRECT INVESTORS IN THE FINANCE SECTOR AND GUARANTEE BBVA EXAMPLE

ABSTRACT

Savers become foreign investors in different countries by capital transfers and capital movements, as a shareholder or as a partner or with a new venture. There are important factors affecting the activities of foreign investors, the effective reasons for starting their activities and the capital movement of foreign investors to a country. Historically, the issues that foreign investors consider important and the factors affecting the decision process are variable. The opinions of foreign capital investors on the Turkish banking system and the stages of the Turkish banking system in providing services to foreign investors and attracting investors are listed historically. The most important contribution in this process is the process of harmonization with Basel-I and Basel-II standards and the reforms and practices made in the European Union membership process.

The experiences of Garanti Bankası A.Ş., which can be given as an example for foreign investors to become shareholders by becoming partners with banks operating in our country, and the investor BBVA's orientation to banking activities in our country are examined in chronology.

Keywords: Foreign Investor, GarantiBBVA, Banking, Savings

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Finans ve Bankacılık bölümü, bektasoguz@hotmail.com ORCID: 0000-0003-3021-2306

GİRİŞ

İnsanlığın yaşama, hayatta kalma istekleri, gelecek planları ve bitmek bilmeyen arzuları üzerine kurulu bir ekonomik düzen içerisinde, ihtiyaçları olsun olmasın hep hak sahibi olmak ve daha fazlası için çalışmak başlıca görevleri olmuştur.

Dünya üzerinde ekonomik faaliyetlerin önem kazanması, ticaretin yalnızca kendi bulunduğu ülke ve topluluk içerisinde sınırlı kalmayacağını fark edilmesi ile gelişmişlik seviyelerine, zamana ve teknolojiye ayak uyduran her topluluk kazanç elde etmiştir.

Kazançlarını ticaretle sağlayan sermaye sahipleri, elde ettikleri kazançları daha fazla getiri amacıyla farklı ülkelerde, diğer bir ifadeyle farklı ticaret merkezlerinde ya da pazarlarda değerlendirmek istemişlerdir. Ticaret sahalarının genişlemesi ile birlikte yatırım yapılması gereken başlıca konular arasında, ticaretin başlıca kaynağı olan, finansmanın kaynağı olan, bankacılıktır.

Ülkemizde ise, Cumhuriyet öncesi döneme dayanan bankacılık 1800'li yıllarda başlamış ve günümüz halini almıştır. Yabancı sermaye hareketlerini ülkemizde en cazip kılan sektörler arasında yer alan bankacılık, günümüzde de teknoloji ve altyapısı ile önemli bir sermaye çekme kabiliyetine sahip olmuştur.

Sermaye hareketleri ile birlikte gelen yönetim tecrübesi ve teknolojik transferlerde göz önüne alındığında bankacılık sektörünün yalın bir sermaye hareketinden ziyade yatırım yapılan sektörde çeşitliliği de artırdığı bilinmektedir.

Türkiye'de, Merkez Bankası verileri incelendiğinde 1990'lı yıllarda ülkenin refah düzeyi ve gelişmişlik seviyesine göre başta finans sektörü olmak üzere hizmet sektörü ve teknoloji ön plana çıkmakta iken 2000'li yıllardan sonra finans sektörü önemli pay edinmeye başlamıştır. 2000 yılı vergi rekortmeni sıralamasında ilk 10 sıralamasında 5 adet finans kuruluşu bulunmakta iken diğerleri enerji, iletişim ve hammadde üzerine kurulu şirketler oluşturmaktadır. 2019 yılı sıralamasında ise ilk 6 sırayı finans kuruluşları almaktadır. Daha sonra ise enerji sektörü diğer 4 sırayı almaktadır.

Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde yabancı yatırımcıların kimler ve hangi özelliklere sahip oldukları, ülkemizi tercih etme sebepleri incelenecektir. Yabancı yatırımcıların ülkemizdeki bankaları tercih etmelerindeki sebepler ve Garanti Bankasının satın alma süreci konuları işlenecektir.

FİNANS SEKTÖRÜNDE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMCILAR

Dünya üzerinde gelişmekte olan ülkelerin, gelişmiş ülkeler seviyesine ulaşabilmek için başta istihdam ve tasarrufların değerlendirilmesi adına yatırım yapması gerekmektedir. Sermaye yatırımı ve birikimin az olduğu gelişmekte olan ülkeler, kendi ülkesi getirisinden daha fazla kazanç elde etmek isteyen yabancı yatırımcıları ülkelerine davet etmektedirler. Yabancı yatırımcılar sermaye hareketleri ile ya da krediler ile gelişmekte olan ülkeye kaymaktadır. Bu ülke halkı ise yabancı yatırımcıyı istihdam alanı ve halka açık ise yatırım aracı olarak görmektedirler.

Bu bölümde anlaşılması gereken, tarihsel süreç içerisinde yabancı yatırımcının özellikleri incelenecektir.

DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

Elde edilen tüm bilgilere göre, 'yabancı' kelimesi bir ülkenin mevcut sınırları içinde olmayan anlamında kullanılmaktadır. Doğrudan kelimesi ise sermaye getirisi yanı sıra bilgi ve tecrübelerini de o ülkeye transfer ettiği anlamını taşımaktadır. Bu anlam bütünlüğü içerisinde 'doğrudan yabancı sermaye yatırımı', 'dolaysız yatırım', 'uluslararası doğrudan yatırım' gibi kavramlar aynı anlamı ifade etmektedir (Karluk, 2002; 472).

Bu bölüm içerisinde doğrudan yabancı yatırımların, portföy yatırımları arasındaki farkları, yabancı yatırımcının ne demek olduğunu, doğrudan yabancı yatırımın türleri, yabancı yatırımcıları etkileyen faktörler ve ülkemizdeki doğrudan yabancı yatırımcıların tarihsel gelişimleri üzerinde durulacaktır.

Doğrudan Yabancı Yatırımların Tanımı

Doğrudan yabancı yatırımcıyı en sade şekli ile, gerçek ya da tüzel kişilerin buldukları ülke dışında başka bir ülkede varlık edinimi olarak tanımlayabiliriz (Vaughan, 1995; 383). Yabancı ülkelerde fiziki varlıkların edinilmesi de doğrudan yabancı yatırımlar olarak değerlendirilebilir (Wang, 1992;3).

IMF'nin (Uluslararası Para Fonu) ödemeler dengesi el kitabında doğrudan yabancı yatırımlar tanımı için; yatırımcının bulunduğu ve kendi ülkesi olarak bilinen ülke dışında faaliyetine devam eden bir işletme bünyesine aktif ve etkin söz sahibi olması ve devamlı kazanç ya da menfaat elde etmesi amacıyla yapılan yatırımdır (IMF, 1993; 86-87).

Kendi ülkesi dışında yatırım yapan bir yatırımcının kontrol ve yönetim konularında zorluk çekeceğini varsayarak, IMF yabancı yatırımcı statüsünün %10 ve daha fazla hisseye sahip olması gerektiğini varsaymaktadır (Shatz, 2001, 5).

17.06.2003 tarihinde resmî gazetede yayınlanan 4875 sayılı ‘Yabancı Sermaye Kanunu’ doğrudan yabancı yatırımcıyı tanımlamaktadır (Resmî Gazete, 2003.). Kanuna göre doğrudan yabancı yatırım, yabancı yatırımcının getirmiş olduğu;

* ‘Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, takası yapılan devlet tahvili ve nakit sermaye dışında kalan ticari işletmelerin menkul kıymet, sınai ve fikri mülkiyet, makine teçhizat hakları ile,

* Ülke içinde kazanılan, tekrar yatırım yapmak amacıyla elde edilen kazançlar ve her çeşit gelirler ve paraya dönüştürülebilen yatırımların hakları, yeraltı zenginliklerinin işlenmesi ve incelenmesi hakları için, ticari işletme ya da şubeleşme, borsalar dışında kalan pay hakkı edinme ve borsalarda %10 pay hakkı ile oy hakkı yoluyla mevcut bir ticari işletmeye ortak olması...’ şeklinde açıklamaktadır.

DPT (Devlet Planlama Teşkilatı) ise; portföy yatırımları dışında, bir ya da birden fazla yatırımcının tamamına veya yerli firma sahipleriyle ortak yatırımlara, doğrudan yabancı yatırımlar olarak adlandırmaktadır (DPT, 2000,1).

Doğrudan Yabancı Yatırımların Türleri

Doğrudan Yabancı Yatırımların türleri altı farklı başlık altında incelenebilmektedir.

***Yeni Bir Tesis Kurma ve Şube Açma:** Doğrudan yabancı yatırımlar arasında en önemli başlık olarak karşımıza çıkan yeni bir tesis kurma ve şube açma; hizmet alımı, ham madde alımı, sabit varlık alımı yanı sıra, yabancı yatırım yapılan ülkede işgücü üretimi içinde yatırım yapılabilir. İşgücü üretimi ülkeye pozitif üretim kapasitesi oluşturmaktadır.

Yatırımcı yeni bir tesis kurma ya da şube açma yöntemi ile bir ülke ile yeni tanıştığında kurulan şirketin tamamı kendinin olabilir, bütün yetki ve sorumluluk kendisinde olabilir. Bu süreç içerisinde tanımadığı ve yeterli bilgiye sahip olmadığı pazarda zorlanacağı ve katlanması gereken maliyetler arasında iletişim maliyeti önemli yer tutmaktadır.

*** Birleşme ve Satın Almalar:** Yabancı yatırımcı yatırım yapmak istediği ülkede yeni bir şirket kurmaktan ziyade mevcut bir firmayı satın alabilir veyahut ortaklık yolu ile birleşme seçeneğini seçebilir. Birleşmenin amacı, üretim maliyetinin kısılması, yeni pazarların elde edilmesi, teknoloji ve gelişim konularında yeni kazanımlar edinilmesi, vergi avantajlarının oluşması ve birleşme yapılacak ülkenin patent ve isim haklarından kaynaklanan haklardır.

Bir işletme diğer bir işletmeyi aktif ve pasifi ile devir almasına satın alma denir. Satın alınan firmanın kişiliği ortadan kalkar. Peşin satın alma olacağı gibi vadeli işlem ve türev araçlar ile de satış yapılabilir (Çelik, 1999; 3).

***Uluslararası ortak girişimler:** Birden fazla uluslararası ticari faaliyette bulunan işletmelerin belirli bir süre, belirli bir iş, belirli sermaye konularında anlaşarak ticari kazanç elde etmek için kurulan ticari oluşumlardır (Aydın, 12). Bu tanıma göre oluşturulan şirket iradesinin tamamı yabancı yatırımcının kontrolünde olmayabilir.

Bu girişimler; ortak olan firmaların farklı özelliklerinin birbirlerini tamamlaması amacıyla kurulmuş olabilir. Teknoloji, yönetim ve pazarda oluşan rekabete karşı direnme amaçlarına yönelik oluşturulmuş olabilir (Buckley ve Casson, 1996; 854). Ortak girişimin avantajları arasında risk ve maliyetlerin bölüştürülmesi, yetenek ve kapasitelerin artırılması, mevcut ülkenin kısıtlamalarına yönelik atılmış farklı kazanç yöntemi oluşturma olarak bahsedilebilir. Dezavantajları ise; Kültür farklılıkları, karar alınmasında gecikmeler ve ülke içerisindeki milliyetçilik duygularının ön plana çıkmasıyla oluşabilecek risklerdir.

***Lisans Anlaşmaları:** Ticari kuruluşun elinde bulunan hakların, uluslararası yatırımcılara anlaşmak suretiyle belirli bir ücrete tabi olacak şekilde kullanılmasını ifade etmektedir. Bu tür girişimler sermaye hareketi gerektirmediği için ticari risk konusunda oldukça düşüktür (Alkin, 1981; 30).

Ağırlıklı olarak teknoloji üzerine yapılan lisans anlaşmaları, bakıldığında doğrudan yatırımlar alanında uzun vadeli yabancı yatırımlar için ilgili ülkeye giriş aşaması olarak değerlendirilebilir. Yabancı yatırımlar yerine ihracat öncesi hazırlık olarak nitelendirmek de söz konusu olabilir.

***Özelleştirme:** Devlete ait olan bir işletme ya da varlığın kuruluş aşamasından sonra dava verimli ve daha rekabetçi olabilmesi için yönetim faaliyetlerinin daha düzenli yürütülebilmesi için, işletme haklarının devredilmesi ya da satılması yolu ile, Yerli ve yabancı girişimlere hak ve menfaat sağlaması yöntemidir. Yabancı yatırımcıların özelleştirmeye sıcak bakmasının sebeplerini sıralamak gerekirse; (Cömert, 1998; 14) Küresel ağ kurma gereksinimi, özelleştirilen varlığın sermaye ihtiyacının büyük montanlı olması, devletlerin özelleştirmeleri düşük maliyetli oluşturması, devletlerin bu tür işletmeleri devretmek için yabancı yatırımcılara yönelik daha çok istekli olması ve yabancı yatırımcılardan teknoloji ve yüksek yönetim becerilerinin aktarılması yönünde tavır sergilemesidir.

Yabancı şirketler, özelleştirmeden beklentileri en çok pazarın büyümeye elverişli olduğu marka ve isim haklarını ele geçirmeyi hedeflemektedirler (Oğuz, 2004; 71).

Doğrudan yabancı yatırımlar konusunda ülkemize yapılan yatırımların %15 i özelleştirmeler içeriğinde yapılmıştır (ISO, 2002; 19).

***Montaj Sanayi:** Doğrudan yabancı yatırımlar türleri arasındaki son maddemiz olan montaj sanayi ana firması ülkemiz olmayan bir işletmenin basit parçalarının farklı ülkelerde imal edilmesi ve parçaların birleştirilmesi suretiyle nihai ürün oluşturulması amacıyla kurulan işletmelerdir. Bu işletmelerin temel amacı henüz gelişmişlik seviyesi düşük olan ülkede işgücü maliyetinin düşük olması suretiyle tasarruf elde etmek amaçlanmaktadır.

Bu şekilde gelişmekte olan ülkelere teknoloji transferi yapılmakta ve endüstri oluşumunda, başlangıç olarak bilinmektedir (Seyidoğlu, 675).

Doğrudan Yabancı Yatırımcıyı Etkileyen Faktörler

Doğrudan yabancı yatırımcıların ülkeye girişine etki eden önemli gelişmeler bulunmaktadır. Başlıca siyasi ve politik faktörler, sosyal ve kültürel faktörler, ekonomik faktörler (ödemeler dengesi, büyüme oranı, GSYİH, Döviz kurları) bulunmaktadır. En Büyük etken ise pazarın büyüklüğü seçilebilir (Bozkurt ve Dursun, 2006; 40).

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD)'nın Dünya Yatırım Raporu'na göre doğrudan yabancı yatırımcıyı etkileyen faktörler belirli bir düzenlemeyle şekillenmiştir.

Tablo.1: Doğrudan Yabancı Yatırımların Faktörleri

| Faktör Grupları | Ev Sahibi Ülkelerdeki Belirleyiciler | |
|---|---|--|
| I – Politik Faktörler | <ul style="list-style-type: none">• Politik sosyal ve ekonomik istikrar• İştiraklerin anlaşma şartları• Piyasanın işleyişine ilişkin politikalar• Özelleştirme politikası• Vergi politikası• Ticaret Politikası• Uluslararası anlaşmalar. | |
| II. Yatırım Ortamına İlişkin Faktörler | <ul style="list-style-type: none">• Yatırımlar hakkında imaj yaratılması ve yatırımcılara pazarlama faaliyetleri• Yatırım sonrası hizmetler• Yatırım teşvikleri• Sosyal hayat• Politik maliyetler (bürokratik etkinlik, rüşvet vb.) | |
| III. Ekonomik Faktörler | Yatırım Stratejileri | Faktörler |
| | Pazara Yönelme | <ul style="list-style-type: none">• Kişi başı milli gelir.• Tüketici tercihleri• Piyasanın yapısı• Piyasanın büyümesi• Piyasaya giriş imkanları. |
| | Kaynağa Yönelme | <ul style="list-style-type: none">• AR-GE• Hammadde• Vasıflı işgücü• Vasıfsız işgücü• Diğer yaratılmış markalar.• Altyapı (havalimanı, liman, telekomünikasyon) |
| | Etkinliğe Yönelme | <ul style="list-style-type: none">• Kaynakların maliyeti• İşgücü verimliliği• İletişim ve ara mallar maliyeti• Bölgesel entegrasyonel aşmasına üyelik, ölçek ekonomisi |

Kaynak: UNCTAD, World Investment Report 1998, Trends and Determinants, United Nations, New York and Geneva, 1998, s. 91

Türkiye de ise doğrudan yabancı yatırımcıları etkileyen faktörler, Uluslararası yatırımcılar derneği (YASED) ve Türk sanayicileri ve iş insanları derneği (TUSİAD) katkılarıyla 2004 yılında hazırlanan rapora göre doğrudan yabancı yatırımcıları etkileyen faktörler sıralanmıştır. Bu faktörler yedi farklı başlık altında toplanmıştır.

Bunlar; Genel makroekonomik durum, siyasi çevre ve kamu yönetimi, işgücü, enerji, vergiler, ulaşım-altyapı ve AR-GE dir.

Doğrudan yabancı yatırımcıları etkileyen faktörleri daha ayrıntılı incelemek gerekirse, üç başlık üzerinde durmak gerekir. Bunlar; politik faktörler, ekonomik faktörler ve yatırım ortamına ilişkin faktörlerdir.

Politik faktörler; ülkemizde veya dünyada yabancı yatırımcıları, buldukları ülkeye doğrudan yabancı yatırımcılar olarak çekebilmenin önemi üzerine durulmakta ve o ülkenin cazip hale getirilmesi için çeşitli politikalar düzenlenmekte ve izlenmektedir. Gelişmekte olan ülkeler (GOÜ) yabancı yatırımcıya sermaye talebi olması sebebi ile daha fazla ihtiyaç duymaktadırlar. Doğrudan yabancı yatırımcıların sermaye hareketlerini ülkesine katkı sağlar hale getirebilmesi için ekonomik ve hukuk alanlarında gerekli düzenlemeler gereklidir (Çankaya, 2004; 95).

Yabancı yatırımcılar, kendi ülkelerindeki yasal hükümler ve bu çerçevede dışında yatırım yapılmayı planladıkları ülke hukuk ve diğer politik özelliklerini de yakından takip etmektedirler. Öncelikli olarak, sermaye hareketleri, vergilendirme konularında daha hassas davranmaktadırlar (Tekin,1988; 231).

Yabancı yatırımcıların farklı bir ülkeye sermaye getirmesi, ya da yatırımlarını kaydırması yapmadan önce, o ülkenin ekonomisinde devletin pay oranı önemli yer tutmaktadır. Devletin payı yüksek ise yatırımcı için olumsuzluk ifade etmektedir. Gelişmekte olan ülkelere özelleştirme ne kadar büyük ise yabancı yatırımcılar için olumlu özellik taşımaktadır. Başlıca sebebi rekabet pazarının oluşmasıdır (Çankaya, 2004; 97).

Ekonomik faktörler; uluslararası yatırımcıların yatırım planları arasında önem verdiği en büyük faktörler ekonomik faktörlerdir. Bu faktörler, piyasanın ne kadar büyük olduğunu, çalışan maliyetlerini, ticari zorlukları, büyüme rakamlarını, ne kadar dışa dönük bir ticari ortam olduğunu, döviz kurunun etkisi ve yatırım yapılması planlanan ülke içerisindeki vergi avantajlarının önemini açıklar.

Piyasanın büyüklüğü, ülkeye yatırım yapmak için önemli göstergedir. Piyasa ne kadar büyükse o ülkeye ihracat yapmak yerine sermaye hareketi ile yatırım yapmak daha kazançlı olacaktır. Piyasanın büyüklüğünden ziyade tüketicilerin alım gücü de önemlidir. Yabancı yatırımcıların üzerinde durduğu önemli unsurlardır. Örneğin üretim yapılan ülke içerisinde yaşana halkın kazanç ve ürünleri alım gücü önem kazanmaktadır. Alım gücü düşük olduğunda yabancı yatırımcı için yatırım yapılabilir olmasından uzaklaşan bir ülke olmaktadır (Özalp, 1998; 180).

Doğrudan yabancı yatırımcılar için, diğer bir önemli faktör ise işgücü maliyetidir. İşgücü maliyeti ne kadar düşük olursa o kadar yatırım yapılabilir olduğu varsayılmaktadır. Ancak işgücü maliyeti ürünlerin verimi ve kalitesi konusunda da önemli fikirleri vermektedir. İşgücü maliyetinin düşük olması, verimin az olduğu pazar ve ülkelerde doğru sonuçlar verdiği bilinmektedir (Kotler ve Jatusripitak ve Maesincee, 2000; 55).

Yabancı yatırımcı için aranan en büyük özellikler arasında rekoltesi yüksek ürünler ya da verimliliği ve kalitesi yüksek işçilik olması ile birlikte düşük işgücü maliyetidir.

Bir ülkenin dış ticaret hacminin, gayri safi milli hasıla oranı o ülkenin dışa açıklık oranını vermektedir. Yatırımcılar ticaret yapılan sektörlere ağırlık verdiği varsayıldığında dışa açıklık ne kadar yüksek ise o kadar doğrudan yabancı yatırım çekebilmektedir (Kazgan, 1998; 116).

Döviz kurunun yatırım yapılmak istenen ülkede para biriminin ABD doları karşından değer kazanması ile negatif bir ilişki içerisinde. Kısaca açıklamak gerekirse ulusal para birimi olmasına karşın yatırım yapılacak ülke parası değer kazandığında maliyetler de artacağı için yatırımların daha çok gelişmekte olan ülkelere ve döviz kuru açığı yüksek olan ülkelere kayacağı bilinmektedir.

Vergi avantajı, doğrudan yabancı yatırımcılar için ana etki olmamakla birlikte diğer faktörler ile birlikte kullanıldığında özelliğini güçlendirici etki yaratmaktadır.

Yabancı yatırımcılar için yatırım yapılması için önemli faktörler arasında yatırım yapılacak ülkenin şeffaflık özelliğine sahip olması gerektiğidir. Yolsuzluk ve rüşvet gibi yasal olmayan kazançlar yatırımcılar için olumsuz etki yaratmakta ve maliyet hesabı yapılamayan ve öngörü eksikliği oluşan bir durumdur. Diğer ekonomik faktörlerin olumlu olması durumunda şeffaflık ilkesi olumlu etki yaratacaktır.

Türkiye'deki Doğrudan Yabancı Yatırımcıların Tarihsel Gelişimi

Cumhuriyet öncesi döneme baktığımızda, Osmanlı Devleti siyasi ve askeri gücünü kaybetmesi ile birlikte başta dost diye tanımladığı ülkelere ve yabancı yatırımcılara kapitülasyonlar ile çeşitli haklar tanımış. Bu haklar siyasal ve hukuki

üstünlüklerden oluşmaktadır. Verilen bu hakları fazlası ile kullanan yabancı devletler Osmanlı devletini sömürülen bir ülke konumuna getirmiştir (Bayraktar, 2003; 46).

Osmanlı devletinin vermiş olduğu imtiyazlar sayesinde yabancılar ülkemizde istedikleri gibi ticaret yapacaklar, Osmanlı devleti ise ithalat da %5 ihracat da ise %12 vergi uygulamasına geçecektir. Bu uygulamalar sayesinde yabancı yatırımcı Osmanlı devleti içerisinde imalat sektöründen ziyade, tekel haline gelmiş hizmet sektörünü barındıran faaliyetlerde bulunmuşlardır. Bunlar demiryolu, iletişim, elektrik şirketleri gibi.

Cumhuriyetin ilan edilmesinden önce 1923 yılında İzmir İktisat Kongresi'nde yabancı yatırımcılara görüşlerini aktaran Mustafa Kemal Atatürk, ekonomik kalkınma ve siyasi otorite görüşünü bildirmiştir. Siyasi otoritede aksaklıklar ve yıpranma olmaması koşuluyla yabancı yatırımcıları uyaran bir politika izleneceğini iletmiştir (Emil,2003; 110).

1950'li yıllara kadar daha geniş çaplı ve daha geniş içerikli yabancı sermaye ile ilgili çalışma ve düzenlemelerden bahsedilmemektedir. Mevzuatta herhangi bir düzenleme yapılmamıştır. Yabancı yatırımcılar ile ilgili düzenlemeler sırasıyla 1925 yılında 1447 sayılı; Menkul Kıymetler ve Kambiyo Borsaları Kanunu. Bu kanun ile serbest şekilde dolaşan yabancı hisse senetlerini kontrol altına alınması için düzenlenmiştir. 1930 yılında 1567 sayılı Türk Parasını Koruma Kanunu, bu kanun ile birlikte döviz ve yabancı sermaye hareketlerini incelemek ve denetlemek amacı ile yürürlüğe girmiştir. Bu kanun aslında yabancı sermayenin Türkiye'ye girmesine engel olmuştur. 1947 yılında ise Bakanlar Kurulu'nun13 sayılı kararı ile yabancı yatırımcının ülkeye girişi şekli ve amacı ve transferi düzenlemeler altına alınmıştır.

1950 yılında yürürlüğe yeni bir kanun girmiştir. 5583 sayılı hazinece özel teşebbüslere kefalet edilmesine ve döviz taahhüdünde bulunmasına dair kanundur. Yabancı yatırımcının sermayesine transfer garantisi verilmesi ile birlikte Türk yatırımcıların yurtdışından borçlanması ve borçların faizleri i yurtdışına çıkarma garantisidir (Emil, 2003; 110).

1951 yılında, 5821 sayılı kanun ile Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu ile, yabancı sermayeli şirketlerin karının %10 ülke dışına transfer imkânı getirilmiştir.

1954 yılında 6224 sayılı Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu çıkarılmıştır. Bu kanunun amacı diğer çıkarılan kanunların yetersiz kalması ve bazı sermaye hareketlerinin serbest bırakılmasının yetersiz kalması ve serbest bir yatırım yapılmasının önüne engeller çıkması sebebi ile daha kapsamlı bir düzenleme yapılmıştır. Bu kanun ile birlikte doğrudan yabancı yatırımcılar her sektörde istenildiği gibi yatırım yapabilecektir. Bu kanun ile birlikte sermaye kavramı da değişmiş ve yabancı yatırımcıların ülkemize getirdiği sermayenin sadece döviz ve nakit sermayeler dışında, patent, makine, lisans gibi kavramları da içinde barındırmaktadır (T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı, 2001; 2).

Bu kanun ile birlikte yurtdışına transfer serbest bırakılmıştır. Tüm karlar, faiz ödemeleri, şirketin satılması sonrası elde edilen gelir. Temettü ve diğer tüm gelirlerin yurtdışına çıkarılması serbest hale gelmiştir. Geniş kapsamlı olmasından kaynaklı 2003 yılına kadar yürürlükte kalmıştır.

Türkiye 1963 yılından itibaren Beşer yıllık kalkınma planları oluşturmaya başlamıştır. Bu planlar içerisinde il beş yıl için sermaye ithal yöntemi uygulanmaya başlanmıştır. İkinci beş yıllık kalkınma planında ise ağırlıklı olarak teknoloji transferi konularına ağırlık verilmiştir. Ayrıca teknik bilgi ve beceri gerektirmeyen turizm konularında ve ihracata yönelik sanayi yan dallarında sermaye hareketlerine önem verilmiştir (Uras, 1979).

Türkiye'de yabancı sermaye yatırımları emsal ülkeler ile karşılaştırıldığında oldukça düşük seviyede kaldığı gözlemlenmektedir. 1954 yılında çıkarılan kanunda büyük ölçüde imtiyazlar verilmesine rağmen 1980 yılına kadar beklentileri karşılayamamıştır. Beklentilerin yeterli seviyede olmaması yasal düzenlemelerin yabancı yatırımcıyı ülkeye çekmesi için tek başına yeterli olmadığını göstermektedir (Karluk,1983; 104).

1980'li yıllardan sonra 6224 sayılı Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu, yabancı yatırımcıların ülke içerisindeki yatırımlarını ne şekilde oluşturması gerektirdiği konusunda düzenlemeler yapmıştır. Yabancı yatırımcıların işlemlerinde hızlı hareket ve taleplere yeterince uygun cevaplar verilebilmesi için başta sanayi ve maliye bakanlıkları olmak üzere teknoloji bakanlığı da Devlet Planlama Teşkilatı'na bağlı Yabancı Sermaye Dairesi kurulmuştur (Karluk, 1983;104) .

1994 yılında ise yabancı yatırımcılara yeni bir yasa çıkartılmıştır. Bu yasanın ismi Yap- İşlet-Devret Yasasıdır. Bu yasanın özelliği ise devletin ya da kamunun görevleri arasında olan altyapı, ulaşım, kanalizasyon ve içme suyu gibi hizmetlerin yabancı yatırımcılara açılmasıdır (Yavan, 2006; 35).

1995 yılında Yabancı Sermaye Çerçeve Kararnamesi'nde yapılan değişiklikler ile birlikte bazı değişikliklere gidilmiştir. Bu değişikliklerin önemli olanları aşağıdaki gibidir; (DPT, 2000; 8)

- *Türk yatırımcılar ile yabancı yatırımcılar aynı haklara sahip olacaktır.
- *Yabancı yatırımcıların ortaklık hisselerinde zorunlu kısıtlamalar bulunmayacaktır.
- *Yabancı yatırımcıların sermaye hareketleri dahilinde ülkeye getirilen yabancı paralar, Türk lirasına çevrilmeden yabancı para hesaplarında incelenecektir.
- *Yabancı personel istihdamı konusu serbestleştirilmiştir.

*Kâr payı istenildiği zaman ve şekilde yurtdışına çıkarılması mümkün kılınmıştır.

1994 yılında ülkemizde ekonomik kriz ve 1997-1999 yılları arasında Güney Doğu Asya ve Rusya da meydana gelen ekonomik krizlerin etkisi ile ülkemize yabancı yatırımcıların daha az sayı ve işlem hacminde oluşmasına sebep gösterilmektedir. Avrupa Birliği ile Gümrük Anlaşması imzalanmış, bu sayede yüksek tutarda yabancı yatırımcı için izin alınmış olmasına karşın yeterli seviye yatırım yapılamamıştır. Beklentiler karşılanmamıştır. 1994 yılında ABD'nin 'Yükselen 10 Büyük Pazar' stratejisi içerisinde Türkiye'nin de gösterilmesine karşın yapılan yabancı sermaye girişi ve yatırım tutarı beklentilere cevap verememiştir (DPT, 2006).

2000 yılında Avrupa Birliği aday ülke statüsü almayı hak eden Türkiye yabancı yatırımcılar ve yatırımlar konusunda 1 milyar dolar üzerinde kazanç elde etmiştir. 2001 yılında da olumlu havanın etkisiyle yabancı yatırım rakamları katlanarak devam etmiştir. Yabancı Sermaye Geliştirme Müdürlüğü'nün OECD'nin yabancı sermaye şartlarına uygun olarak, yabancı yatırımcıların yurtiçindeki firmalara sağladığı kısa ve orta vadeli kredilerin de yabancı yatırım olarak nitelendirmesi ile ilk defa yabancı yatırımlar bu denli yükselmiştir (Emil, 2003; 116).

2003 yılında 4875 sayılı kanunun yürürlüğe girmesi ile birlikte, yabancı yatırımcı tanımı uluslararası standartlara göre güncellenmiştir. Bu kanun ile birlikte 6224 sayılı 1954 tarihli kanun kaldırılmıştır. İlgili kanun artık isteklere cevap verememekteydi. Bu kanun ile birlikte, şirket kurmak ya da şube açmak için izin alma ve onay alma işlemleri ortadan kaldırılmış olup bilgi vermekle yükümlü olacakları en belirgin özelliğidir. Ayrıca yabancı sermayedarların 50 bin Amerikan doları getirmesi zorunluluğu da kaldırılmıştır.

Bu kanunun kabulü ile Avrupa Birliği ile müzakere tarihi alınması yolu açılmıştır. Bu gelişmeler Türkiye'ye doğrudan yabancı yatırımcı gelmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu dönemde özelleştirmelerinde etkisi büyüktür. 2005 yılından sonra ödemeler dengesine özelleştirmelerin etkisi büyük katkı sağlamıştır. Türkiye için en büyük örnek Türk Telekom'un özelleştirilmesi olarak gösterilmektedir.

2001 krizinden sonra doğrudan yabancı yatırımların, gelişmekte olan ülkelere kaymasından kaynaklı Türkiye büyük ölçüde pay almaya başlamıştır. 2009 ve 2010 yıllarında ekonomik kriz etkisiyle yabancı yatırımcıların büyük ölçüde azalış göstermesine karşın 2011 yılında itibaren yeniden yükseliş grafiğine başlamıştır.

Yukarıdaki tüm bilgilere dikkate aldığımızda, doğrudan yabancı yatırımların ülkemizde yeni iş kurma, altyapı yatırımları ve gayrimenkul alımlarına yönelik yatırımları tercih ettiğini, bu süreç içerisinde siyasi ve kamu düzeninin sağlanmasını ve hukuki çerçevenin önemi yabancı yatırımcıların tercih sebepleri arasında olduğu anlaşılmaktadır.

TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE YABANCI YATIRIMCILAR

2001 ekonomik krizi sonrası Türkiye'nin AB ile görüşmelerin başlaması 2001 sonrası siyasi istikrarın oluşması ile birlikte yabancı yatırımcıların teşvik ortamının oluşması ile birlikte finans sektöründe faizlerin yüksek seyretmesinden kaynaklı bu sektör cazip yatırım ortamı oluşmasına fırsat vermiştir. Reel faizin yüksek olması uluslararası bankaların ülkemizde yatırım faaliyetlerinde bulunması süreci başlamıştır.

TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE YABANCI BANKALAR

Türk bankacılık sektöründeki yabancı bankaların ülkemizdeki faaliyetlerine başlaması ile birlikte halen devam eden ticaret döngülerinin incelenmesi ve Türkiye içerisinde faaliyet göstermelerinin başlıca sebepleri incelenmiştir.

Türk Bankacılık Sektöründe Yabancı Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

Ülkemizde yabancı sermayeli bankaların etkisi Osmanlı Devleti dönemine dayanmaktadır. İlk Bankacılık 1847 yılında Galata Bankerlerince kurulan İstanbul Bankası (Bank-ı Dersaadet-Banque de Constantinople)'dir (Yıldırım,2016).

1848 yılında Fransa'da meydana gelen ayaklanma ile birlikte Osmanlı Devleti içinde ekonomik olarak daralma söz konusu olmuştur. İstanbul Bankasının sağlamış olduğu kredilerin geri ödenmemesi sebebiyle 1852 yılların sonlarına doğru banka kapanmıştır (Başar ve Coşkun, 2006; .24).

1856 yılında İngiliz sermayeli Osmanlı Bankası kurulmuş ancak 1860 yılında henüz faaliyetine başlayamadan kapanmıştır. 1963 yılında ise Fransız sermayesinin desteğiyle Osmanlı Bankası yeniden faaliyete başlamıştır. Her ne kadar banka İstanbul'da yerleşik olsa da yönetim kademesi Fransa ve İngiltere'de bulunmaktadır (Anonim, 1983).

Kurulan bu bankanın özelliği, devlet gelirlerini toplaması ve devletin harcamalarını bu banka aracılığı ile yapmış olmasıdır. Bu banka aracılığı ile Osmanlı Devleti para basmıştır. Her ne kadar ilk banka İstanbul Bankası gibi görünse de Osmanlı Devleti

içerisinde bankacılık faaliyetlerinin tam anlamıyla başlamasına aracılık eden banka Osmanlı Bankasıdır (Yüzgün, 1982; 12). Osmanlı Devleti'nin hazine işlemlerini yapmaya yetkili tek bankadır. Banknot para basma yetkisi bulunan tek banka olarak Osmanlı Devleti döneminde isminden bahsettirmektedir. Bu bankaya verilen tüm imtiyazlar, 1930 yılına kadar devam etmiş bu tarihte tüm imtiyazlarını kaybetmiştir (Başar ve Coşkun, 2006; .24).

Cumhuriyetin ilanından sonra Osmanlı Bankası ile imzalanan 1924 ve 1925 tarihli sözleşmeler dahilinde para basma ve hazine yetkileri elinden alınmış yabancı sermayeli bir banka formuna dönüştürülmüş ve ülkedeki yabancı sermayeli firma statüsünde haklara sahip olduğu vurgulanmıştır.

Türk bankacılık sektöründe yerli sermaye yapısı ile kurulan ilk banka ise tarım kredi kooperatiflerinin II. Meşrutiyetin ilanı sonrası Ziraat Bankasına dönüştürülmesi ile devam etmektedir. (Kepenek ve Yentürk, 2000; 21) Ulusal sermaye ile kurulan bankaların birçoğu yabancı yatırımcıların kurmuş olduğu bankalar ile rekabete giremedikleri için batmış ya da kapatmak zorunda kalmıştır. Bu dönemde bankacılığın ne kadar önemli olduğu anlaşılmış ve bankacılık faaliyetlerini devam ettirilebilmesi için devlet teşvikinin olması gerekliliği üzerinde durulmuştur. (Coşkun, 2012; 4) Cumhuriyetin ilanı sonrası, Osmanlı Devleti'nde faaliyet gösteren bankaların birçoğu faaliyetine devam etmiş ancak yeni yabancı sermayeli banka kuruluşu ve faaliyete başlayan banka sayısı sınırlı kalmıştır. Yerli yatırımcı ve yabancı yatırımcının kurmuş olduğu çok sayıda banka ve bankacılık faaliyetleri 1929 yılında Dünya Ekonomik Krizi'nde faaliyetine son vermek zorunda kalmıştır. 1980 yılında Finansal serbestleşme konularında yapılan değişiklikler sonrasında yabancı sermayeli bankalarda artışlar olmuştur. 1929 yılından 1980 yılında kadar yabancı sermayeli bankaların sayısında sürekli azalışlar meydana gelmiştir. 1929 yılı Dünya Ekonomik Krizi ile başlayıp 1980 yılına kadar geçen süre içerisinde yabancı sermayeli kurulan tek banka Arap-Türk Bankasıdır. 1977 yılında kurulmuştur.

1980 yılında Finansal serbestleşme fikirleri ön plana çıkmıştır. Türkiye, dünya ekonomik krizinden etkilenmiş ve ithalat yapan bir ekonomiden çok ihracat yapan bir ekonomik model oluşturulma çabaları başlatılmıştır. Serbest piyasa modeline geçilerek arz ve talebin kesiştiği noktada fiyatın oluşması sağlanmıştır.

1980-1990 yıllarında ise yabancı sermayeli bankaların ülke içerisine girişleri serbest bırakılmıştır. Bu şekilde finansal sistemin güçlenmesi ve rekabetin artarak verimliliğin yükselmesi hedeflenmektedir.

Yabancı sermayeli bankaların ülkemize girişleri 1980'li yıllarda 4 adet ile başlayarak 2000 yılına kadar bu rakam 23 adet olarak izlenmektedir.

2000 ve 2001 yıllarında finansal krizle, mali yapısı bozuk ve güçsüz olan bankalar faaliyetlerini sürdüremez hale gelmişlerdir. 2001 yılı mayıs ayında 'Bankacılık Sektörü Yeniden Yapılandırma Programı' kapsamında uluslararası standartlarda bankacılık hedeflenmiştir (TBB, 2001).

Bankacılık Sektörü Yeniden Yapılandırma Programı kapsamında bankaların riskleri yönetilebilir değerlere ulaştığında uluslararası standartlara uygun hale getirilmiş şeffaf yapılar sayesinde, bankacılık aktifleri ve karlılıkları yükselen yerli bankalar yabancı yatırımcıların dikkatini çekmiştir. Avrupa Birliği'ne aday sürecinin başlaması ile birlikte yabancı yatırımcı için cazip yatırım olma özelliği taşımaya başlamıştır. 2001 yılında HSBC bankasının Demirbank'ı alması ile birlikte yabancı yatırımcıların Türk Bankaları satın alması süreci hız kazanmıştır.

Yıllar itibariyle ulusal banka ve toplam bankalardaki sayılarda azalma olmuştur. Güncel tarihli banka sayıları ise; Kamu Sermayeli banka sayısı 3 adet, özel sermayeli banka sayısı 9, Türkiye'de kurulmuş yabancı sermayeli banka sayısı 16'dır. Türkiye'de açılan yabancı sermayeli banka sayısı 5'dir. Özel ve yabancı olmak üzere iki farklı kalkınma ve yatırım bankası toplamı 11'dir.

Yabancı Bankaların Türkiye'ye Gelme Nedenleri

Yabancı bankalar ülkemizi seçme sebeplerini birçok konudan ele alabiliriz. Başlıca önemli olanları arasında, ülkeye girişteki mevzuat kolaylığıdır.1980'li yıllara kadar Türkiye'de banka kurmak zorlu bir süreçte iken 1980 yılından sonra Yabancı Sermaye Çerçeve Kararnamesi ile birlikte yabancı sermayeli bankaların şube açma yetki ve izinleri verilmiştir. Yabancı sermayeli bankanın Türkiye'den beklentileri, Osmanlı Devleti zamanında ve sonrasındaki Cumhuriyet döneminde iç kaynakların yetersiz kalması ve ülkenin Bankacılık faaliyetlerine ihtiyaç duyması, maliyetler ve karlılık konularında doygunluğa ulaşmış olan bir Avrupa'nın, yabancı yatırımcılara yeni açılmış bir piyasada kar elde etme iştahını oldukça artırmaktadır. Ayrıca yabancı sermayeli bankaların kendi ülkelerindeki müşterilerinin Türkiye'de yatırım yapması ile birlikte pazarda müşteri kaybetmek yerin o pazara kendilerinin de girmesini istemesi bir diğer etkenler arasındadır. Bu özelliklerin Türkiye Bankacılık sisteminde oluşmasından kaynaklı yabancı sermayeli bankalar Türk Bankacılık sektörüne girmiştir. (Erken, 1986; 96)

Ülkemize gelen uluslararası bankaların çoğunluğu perakende bankacılık konusuna önceliklerini yansıtmaktadırlar. Bunun sebebi ise karlılık seviyesinin yüksek olması ve riskin daha yönetilebilir durumda kalmasından kaynaklıdır.

Ayrıca 2000 li yılların başında Türk ekonomisindeki enflasyonun tek hanelere inmesi ve yüksek büyüme hedeflerinin oluşması siyasi istikrarın oluşması yabancı bankalar için olumlu hava oluşturmuştur. Ayrıca yüksek faiz getirisi sebebi yabancı sermayeli bankaların ülkemizi tercih etme nedenleri arasındadır.

Yabancı Bankaların Türk Bankacılık Sektörü Hakkındaki Düşünceleri

Bankaların satın alma sonrası bankacılık sektörüne olumlu ve olumsuz katkılarını en iyi şekilde tanımlayacak olursak; (Erdönmez, 2004;22-23)

Ürün hizmet gamında artış, maliyet düşürücü sebepler öncelik arz etmektedir. Ülke ekonomisine katkı sağlanması amacıyla yeni ek kredi kaynağındaki artışlar gözlemlenmektedir. Farklı risk yönetim şekilleri ile daha sağlıklı bilanço yapısı oluşturulabilmektedir. Olası kriz sonrası sermaye hareketlerinin girişi sebebiyle daha hızlı toparlanma görülmektedir.

Olumsuz yönleri dikkate alındığında ise; yerli bankaların maliyet artışları en belirgin özelliğdir. Artan risk iştahı sebebi ile yerli bankaların risk algısının, kontrol edilmesinde güçlüklerin çıkmasına sebep verebilir. Teknolojik yatırımların yerli bankalara nazaran daha kaliteli olması sebebi ile yerli bankalar geri kalmış seviyede gözlemlenebilmektedir.

GARANTİ BBVA SATINALMA SÜRECİ

Garanti Bankası A.Ş. ile Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A. arasında 2011 yılında başlayan ve 2019 yılında Garanti BBVA marka ismi ile faaliyetine devam eden Garanti Bankası A.Ş.'nin satın alma süreci aşağıda açıklanacaktır.

GARANTİ BANKASI İLE BBVA BİRLEŞMESİ

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A., Türkiye’ de faaliyet gösteren Doğu Grubu bünyesindeki Garanti Bankası A.Ş hisselerini ve General Electric’te bulunan Garanti Bankası A.Ş hisselerini satın alarak ortak olmuştur. 2011 yılında başlayan ortaklık serüveni sırasıyla 2015 yılında %14,89, 2017 yılında %9,95 lik alımlar ile toplam %49,85 lik bir paya sahip olduğunu göstermektedir. GarantiBBVA marka ismini ise 2019 yılında aktif olarak kullanıma başlamıştır. Yurtdışı piyasalarda da işlem gören GarantiBBVA hisselerinin Türkiye borsalarında, Borsa İstanbul’da Halka açık olma payı ise %50 dir.

Garanti Bankası Tarihçesi

Garanti Bankası, 103 adet sermayedarın birleşmesi ile savaştan yorgun olarak çıkan Türkiye Cumhuriyeti’nde, yatırım yapmak istedikleri birikimlerini kazançlı bir sektörde değerlendirmek istemeleri ile başlamıştır. Bu yatırımcılar ya da başka bir deyişle esnaf, bir payın değeri 100 TL olan 25.000 adet hissenin sermaye oluşumu ile Garanti bankasını kurmuştur. Firmanın kuruluş sermayesi ise 2,5 milyon liradır. İlk şube açma girişimi ise yine şirketin kuruluş şehri olan Ankara’da gerçekleşmiştir. Ticaret şehri ve öngörülü yatırımcıların tercihleri arasında Bankanın merkezinin İstanbul olmasına karar verilmiştir. 1946 yılından başlayarak, 22 adet banka şubesi sayısına ulaşan garanti bankası 7 yıllık süre geçmesiyle oluşmuştur.

Koç Holding ve Sabancı Holding’in Garanti Bankası hisselerini elinde bulundurması ile bankanın önemli söz sahibi hissedarları olmuşlardır. Türkiye’de yatırımların yavaş seyretmesi ve henüz yatırımcılar için cazip bir yatırım olmaması sebebi ile hisse senetleri yurtiçinde el değiştirmekte idi. 1980’li yıllarda Banka Hisseleri Doğu Grubu Bünyesine girmiştir.

Bu değişim ile birlikte Doğu Grubu Banka hisselerinin tamamını kendi bünyesine katmak için 1983 yılını beklemek zorunda kalmıştır. 1980 li yıllardan sonra yapılan ekonomik açılımlar ve liberalleşme adımları sonrasında 1990 yılında halka arz olan bir şirket unvanını kazandı. Bu sayede yurtdışı hisse satışı yapan ilk hisse arzı gerçekleştiren ilk Türk firması unvanını aldı.

Osmanlı Bankasının satışı sürecinde 1996 yılında bankayı bünyesine kattı. Teknoloji ve işlemlerin daha hızlı ve güvenilir süreçten geçmesi için yatırım planlarını geleceğe ve dijital çağa ayak uydurabilmek ve bu dijital çağ sürecinde geride kalmamak için hızlı aksiyon sürecine girmiştir. 1997 yılı itibarı ile online hizmet verme konusunda ilk Türk bankası unvanına da sahip olmuştur. Rakiplerine baktığında çok ileride ve sektörün öncülüğünü yaptığı banka konumuna yerleşmiştir.

Müşterilerin ihtiyaçlarına yeterli hızda ve yeterli doğruluk payı ile işlem sürelerinin kısılması ve gerek online hizmet gerekse alternatif dağıtım kanalları vasıtasıyla satış sonrası hizmetler konusunda başarısını 2000’li yılların başında ispatlamıştır. Müşteriyi anlama ve doğru çözümler üretme konusunda gelişim alanı seçilmiştir.

Müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere kredi kartı ürününü; Bonus Kredi Kartı ve Türkiye'nin Çeşitli Havayolu Şirketleri ile anlaşma yolu ile uçuş mili kazandıran Shop&Miles kredi kartının pazarını oluşturmaya başladı. Bonus markası ile bankalar arası kart merkezi kurulmasına öncülük etti.

Osmanlı Bankası'nın satışı sonrasında Garanti bankası bünyesine katılan Osmanlı bankasının tüm hakları garanti bankasına geçmiştir. General Electric ile anlaşılan Doğu Grubu 2005 yılında ortak olmuştur.

Güncel şube sayıları ise 2019 yılı faaliyet raporu içerisindeki bilgilere dayanarak, 904 adet yurtiçi banka şubesi, 7 adet Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde ve 8 adet yurtdışı şubesi olmak üzere 919 adet banka şubesinden oluşmaktadır. Yine 2019 yılsonu verilerine göre 18 binden fazla personel çalışmakta olup yaklaşık 18 milyon adet müşterisi bulunmaktadır. (URL 4)

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria Tarihçesi

BBVA, 1857'de kurulmuş, 30'dan fazla ülkede faaliyet gösteren, müşteri odaklı bir küresel **finansal hizmetler grubudur**. Grup, İspanya pazarında güçlü bir lider konuma sahiptir, Meksika'daki en büyük finans kuruluşudur, Güney Amerika ve Amerika Birleşik Devletleri'nin Sunbelt Bölgesi'nde lider franchise'lara sahip ve aynı zamanda Türkiye'nin BBVA Garanti'sinin lider hissedarı olmuştur.

1909'da Caja Postal bir kamu hukuku tüzel kişiliği olarak kuruldu ve 1916'da tasarruf hesabı cüzdanı basmaya ve yönetmeye başlamıştır.

Bankacılar ve sanayicilerden oluşan bir konsorsiyum, 1920 yılında, uzun vadeli krediler vererek sanayinin kurulmasını ve sağlamlaştırılmasını teşvik etmek amacıyla Banco de Crédito Industrial'ı (BCI) kurdu. Banco de Bilbao ve Banco de Vizcaya bu konsorsiyumun bir parçası oldu.

1923'te Ulusal Tarım Kredi Servisi kuruldu. Tarım Bakanlığı'na bağlı olarak, ortaklarının ortak ve çeşitli sorumluluğu altında tarım ve hayvancılık derneklerine kredi vermiştir.

1960'ların ekonomik gelişimi sırasında, Banco de Bilbao genişledi, diğer bankaları satın aldı ve bir finans grubu oluşturmaya başlamıştır. Bu arada Banco de Vizcaya, modern, evrensel bir banka ve önemli bir finans grubu olarak büyümeye ve yerleşmeye devam etmiştir. Ofis açma konusunda daha esnek kurallar, ticari ağını genişletmesine izin vermiştir.

1980'lerde Banco de Bilbao stratejisini, o zamanlar teknolojik gelişmelerden, deregülasyondan, menkul kıymetleştirmeden ve ulusal ve uluslararası piyasalar arasındaki etkileşimden doğan finansal işletmeye erişmesine izin verecek bir boyuta ulaştırmaya dayandırdı. Banco de Vizcaya, ekonomik krizden etkilenen bankaların kurtarılmasına katkıda bulundu ve satın almalar yoluyla güçlü bir büyüme politikası geliştirerek büyük bir bankacılık grubu oluşturmaya yol açtı. En önemli operasyonu 1984 yılında Banca Catalana'yı satın alması olmuştur.

Bu arada, resmi kredi kuruluşları pazar operasyonları ile işlerini genişletmeye devam ediyor. 1982 yılında BEX, ihracat kredisi münhasırlığını kaybetti, işini evrensel bankacılığa yönlendirdi ve bir finans grubu oluşturdu. Bu süreçte Banco de Alicante'yi (1983) satın aldı. 1988'de Banco de Bilbao ve Banco de Vizcaya, BBV'yi oluşturmak için bir birleşmeyi kabul etmiştir.

Corporación Bancaria de España, 1991 yılında bir banka statüsünde devlete ait bir işletme ve kredi kurumu olarak kurulmuştur. Tarihi bir federe bankacılık modeliyle başladı, ancak 1988'de Corporación Bancaria de España (şimdi halka arz yoluyla özelleştirildi), BEX (BCI ile birleştirildi), BHE ve Caja Postal, Argentaria markası altında tek bir bankada birleşmiştir

BBV ve Argentaria, yeni bankayı (BBVA) oluşturarak değer katmaya devam etmek amacıyla 19 Ekim 1999'da birleştiklerini duyurdular. Güçlü ödeme gücü, büyük bir mali yapı, iş ve risklerin geniş coğrafi çeşitliliği ve sonuç olarak karını büyütme potansiyeli ile önemli bir boyuta sahip olmuştur. (URL-5)

Garanti ve BBVA Birleşme Süreci

Garanti BBVA 2019 Entegre Faaliyet Raporu bilgilerine göre BBVA, 2015 yılından sonra Garanti Bankasının elinde bulundurduğu hisse oranı %39,9 dur. Bu oranla sahip olması ile birlikte, Garanti Bankası'nın BBVA Grubu altında faaliyet göstermesi şeklinde tanımlanması gerektiği bildirilmiştir.

Doğu holding'e ait olan hisse senetlerinden %6,29 oranı ile, General Electric şirketine ait olan %18,6 oranındaki hisseleri satın alarak bankanın toplam hisse payı üzerinde %24,89 oranında sahipliği 2011 yılında edinmiştir. Bununla birlikte Garanti Bankası yönetim ve faaliyetinde yetki edinmiştir. Bu sahiplik ile toplamda 1.045.388 TL nominal değere sahip hisse portföyü oluşturmuştur.

Doğu Grubu'nun BBVA grubuna hisse satışı 2011 yılında da devam etmiş bulunmaktadır. %25,01 paya sahip olması için gereken 5.032 TL değerli hisse senedini BBVA'ya satmış ve Garanti Bankası hisselerinde söz sahibi olma yolunda önemli bir yol kat edilmiştir.

2014 yılında Garanti Bankası hisselerinin büyük bölümünü satın almak fikri ile çıkılan yolda %14,89 oranında hisse payını satın almak üzere, Doğu Grubu ile varılan anlaşma sonucunda üzerine düşen yükümlülükleri yerine getirmiş ve 2015 yılı içerisinde satış ve devir işlemleri tamamlanmıştır. BBVA'nın hisse payı ilk defa Doğu Grubu hisse payının üzerine çıkmıştır. Bununla birlikte, Garanti Bankası BBVA'da ki paylarının çoğunluk kazanmasıyla birlikte BDDK kuralları gereği, Özel mevduat bankası statüsünden çıkarılarak Yabancı Mevduat Bankası statüsü kazanmıştır.

2017 yılında ise, Banka'nın %9,95 sermayesine oranla 417.900 TL değerle hisse alım işlemi tamamlanmak üzere anlaşmaya varılmıştır. Anlaşma kural ve yükümlülükleri yerine getirilmesi sonucunda hisselerin BBVA bünyesine katılması sağlanmıştır. 2017 yılında devir işlemlerinin de tamamlanmasıyla BBVA'nın Garanti bankası bünyesindeki ortaklık pay oranı %49,85 olarak güncellenmiş olmuştur.

2020 yılı itibariyle %49,85 hisse payına sahip olan BBVA'nın güncel bilgilerine bakıldığında Türkiye ve dünyanın çeşitli ülkelerinde aktif olarak hizmet verdiğini görmekteyiz. Türkiye içerisinde 904 adet şubesi bulunmaktadır. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti 'nde yedi, Malta' da bir adet ve Duesseldorf'ta ve Şangay'da temsilciliği bulunmaktadır. Personel konusunda yetmiş ve yeterli seviyede işlem hacmini ve hizmeti sağlayabilecek kapasitede 18 binden fazla personeli bulunmaktadır. (Garanti BBVA 2019 Entegre Faaliyet Raporu)

Garanti BBVA Gözünden Türk bankacılık Sektörü ve Garanti BBVA'nın yeri

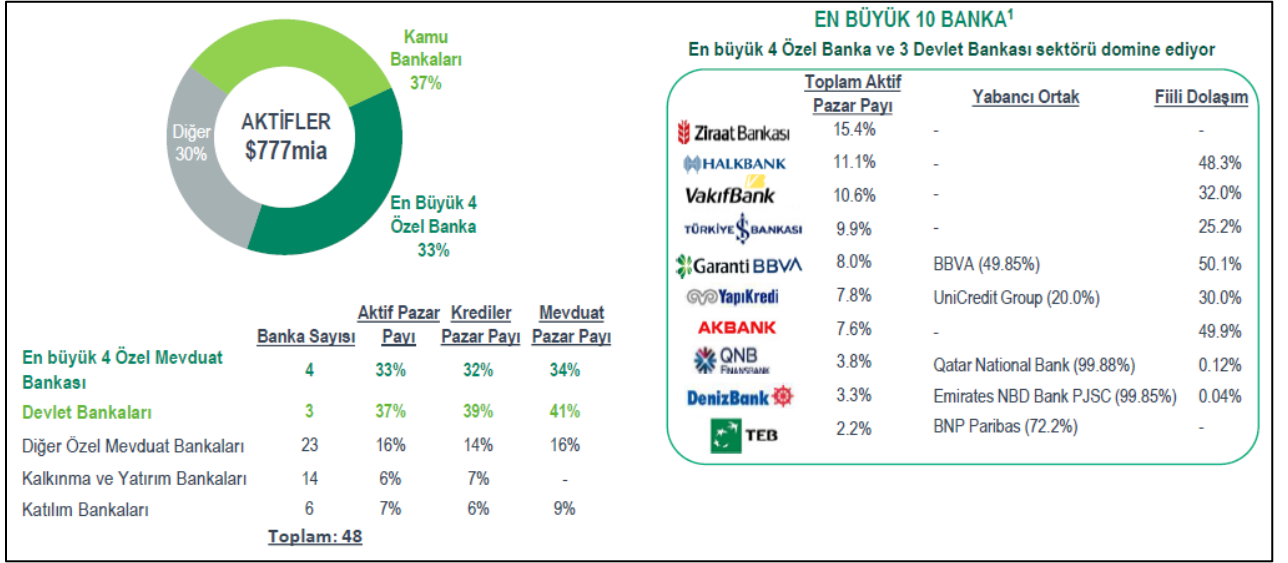
Türkiye'nin jeopolitik konumu ve güçlü bir bölgesel yapısı olması sebebi ile içinde bulunduğu gelişmekte olan ülkeler arasında büyük avantajları vardır. Bunların en başında nüfus yapısı ve dinamik görüntüsüdür. Gelişmiş ülkelerin nüfus yapısına bakıldığında yaş ortalamaları çoğunda 40 yaş seviyesinde iken önümüzdeki 10 yıl içerisinde Türkiye'nin yaş ortalaması 32 seviyelerine gelecektir. Bu veriler TÜİK rakamlarından edinilen bilgiler ışığında edinilmiş olup, genç nüfusun iş gücü istihdam ve ekonomik yapıda henüz düşük seviyelerde olduğu bilinmektedir. Kadın çalışanların da Türkiye ekonomisine katkısı henüz yeterli seviyede olmaması, Türkiye için çok büyük bir pazar konumundadır. Bu pazarda önemli etkenlerin başında dijital çağ başlaması ve potansiyel büyümenin genç nüfus üzerindeki modernleşme ve gelişime açık olması sebepleridir. Genç nüfusun diğer gelişmiş ülkelerdeki yaşlı nüfusa oranla adapte olma sorunu çekmediği bilinmektedir. Bankacılık sektörünün en önemli denetleyicisi konumunda Bankacılık denetleme ve düzenleme kurumu bulunmaktadır. Bankacılık sistemini yöneten diğer bir kurum ise T.C Merkez bankasıdır. Türkiye de halen faal olarak çalışmakta olan banka bilgilerine bakıldığında 51 adet banka bulunmaktadır. Bankaları sınıflandırdığımızda ise 3 adet kamu bankası, 13 adet kalkınma ve yatırım bankaları, 29 adet ise özel bankalardır. Özel ticari bankalarda denilmektedir. Toplam 6 adet de katılım bankası bulunmaktadır. Kamu bankaları, toplam aktif ve mevduatların %70 den fazlasını yönetmektedir. 51 adet bankanın olması ilerleyen dönem ve yıllarda birleşme, satın alma ve ortaklık için zemin hazırlamaktadır.

Yine nüfus verilerine bakarak, genç nüfusun yüksek sayılarda olması ve ortalama yaşın aşağılarda seyretmesi ve bu genç nüfusun yaklaşık %60 civarında bankacılık faaliyetlerini kullanması yatırımcılar için Türkiye'yi cazip olma özelliği kazanan bir ülke konumuna getirmektedir. Nüfus ve bankacılık faaliyetleri karşılaştırıldığında Türkiye'nin büyümesi gelişmekte olan ve gelişmiş ülkeler nezdinde oldukça yukarıdadır. 2018 yılı içerisindeki ekonomik dalgalanmalar neticesinde beklenen performansı gösteremeyen bir Türk ekonomisi izlenmiştir. 2019 yılındaki Faiz artışlarından kaynaklı büyümedeki hız istenilen seviyelere ulaşamamıştır. Büyümenin göstergeleri arasında Tüketici endeksleri dikkat çekmektedir.

GarantiBBVA'nın da içinde bulunduğu bankacılık sektörü 1980'li yıllardan sonra sağlam zeminde üzerinde kurulu bir yapı üzerine oturtulmaya çalışılmaktadır. Basel I ve Basel II standartları sonrası güçlenen sermaye yapısı şeffaflık ilkeleri ile gelişmişliğin yükselmesi ile birlikte bankacılık sektörü Basel III için de uyumlu hale getirilmiştir. Yine 2018 yılındaki ekonomik dalgalanmalar ile birlikte döviz kuruda hareketlilikler göstermiştir ancak Türk bankacılık sisteminin güçlü yapısı ile sermaye rasyoları da güçlenmiştir. Türk Bankacılık sektörünü diğer gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerin sektörlerinden ayıran en büyük özellik, sermaye yapılarının özellikleridir. Türk bankacılık sisteminde sermaye yapısı, ödenmiş sermaye, yasal yedekler ve karlardan oluşmasıdır.

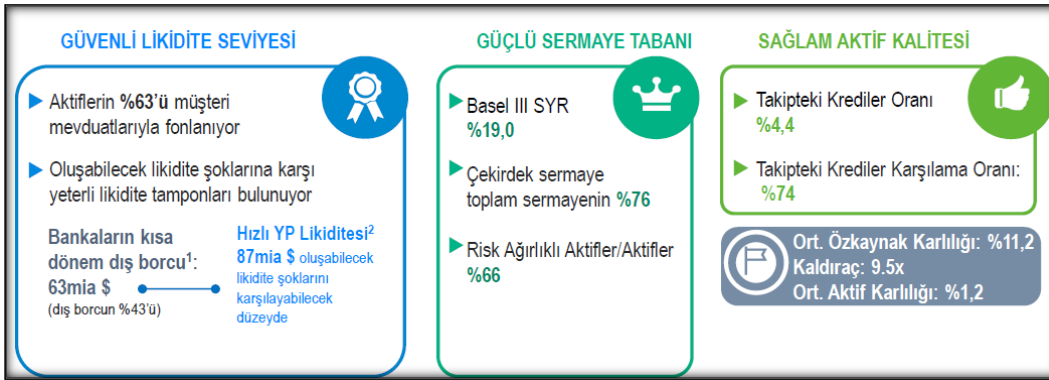
Türkiye'de faaliyet gösteren bankaların yakından incelendiği ve yatırımcılarını zor durumda bırakmayacak şekilde BDDK tarafından takip edildiği ve yakından izlendiği bilinmektedir. Yatırımcıların nakit ihtiyaçları göz önüne alınarak likidite karşılama oranları ülkemizde oldukça yüksektir. Türk bankacılık sektöründe bankaların aktiflerinin büyük bir kısmını mudilerin mevduatlarından karşılanmaktadır. Ortalama mevduat vadeleri ise 32 gün ile 75 gün arasındadır. Ortalama vadelerin kısa olmasının en büyük nedeni ise enflasyon ve yüksek faizin dalgalı ve yüksek seyretmesidir.

GarantiBBVA'nın gözünden bankacılık sistemini veriler ışığında aşağıdaki şekilde derlenmiştir. Bankacılık sektörü içerisindeki özel ve kamu bankalarının ayrımı, mevduat dağılımları gibi ayrıntılı veriler işlenmiştir. (Garanti BBVA 2019 Entegre Faaliyet Raporu)



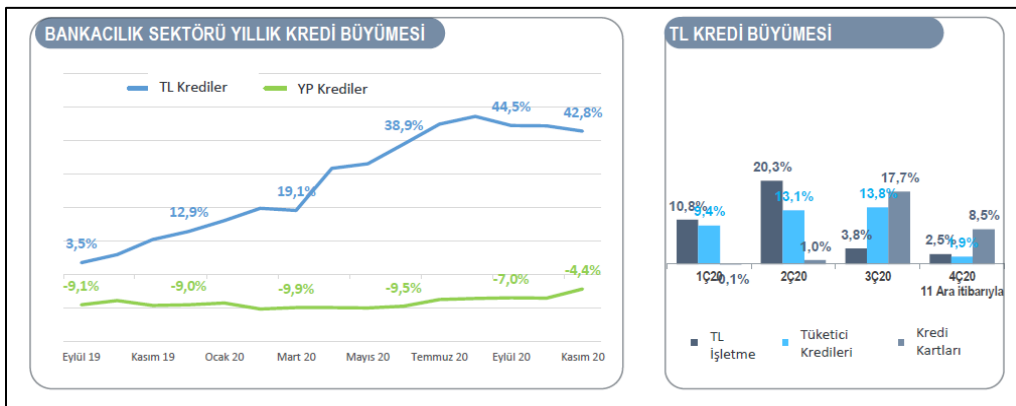
Şekil 1- Türk Bankacılık Sektörü I

Kaynak : URL-1,



Şekil 2- Türk Bankacılık Sektörü II

Kaynak :URL-2,



Şekil 3- Türk Bankacılık Sektörü III

Kaynak : URL-3

SONUÇ

Türkiye'nin kalkınması için yurtiçi kaynakların yetersizliği açıkça görülmektedir. İthalatın ön plana çıktığı Gelişmekte Olan Ülke konumundaki Türkiye, cari açık ve ödemeler dengesini koruyabilmesi için borçlanması ya da doğrudan yabancı yatırımcılara ihtiyaç duymaktadır.

Borçlanma yolu ile ihtiyaçlarını gidermeye ve gerekli sermayenin bu şekilde çözüme kavuşması sağlıklı görünmediği için öncelikli olarak doğrudan yabancı yatırımcının Türkiye'ye çekilmesi gerekmektedir. Doğrudan yabancı yatırımcı sadece sermayesi ile değil, bilgi, beceri, teknoloji ve yönetim kabiliyetlerini de getirmektedir.

Doğrudan yabancı yatırımcılar, bir ülkede şirket kuruluşu, ortaklık, şube açılışı gibi farklı özelliklerde giriş yapabilmektedirler. Yabancı yatırımcıların ülke içerisinde yatırım yapmasının başlıca nedenleri hammadde tedariki, ucuz iş gücü maliyeti, yeni pazar bulma, kendi ülkesinin ya da sermaye yatırımı yapacağı ülkenin kotasyon uygulamalarının önüne geçme gibi özelliklerdir.

Ülkemizde, doğrudan yabancı yatırımcıların Osmanlı döneminden günümüze kadar değişiklik göstermiştir. İlk başlarda altyapı, ulaşım, iletişim, bankacılık ve sigortacılık gibi alanlarda yoğunluk göstermişlerdir.

Cumhuriyet dönemi ile birlikte 1980'li yıllara kadar ülkemizde yabancı yatırımcı bulunmamaktadır. 1980 yılında alınan Ekonomik İstikrar Kararları ile daha liberal bir ekonomiye yönelmek ve dışa açık bir ülke olma yolunda ilk adımları ile yabancı sermayenin ülkemize girişlerinin başlaması sağlanmıştır.

2003 yılında çıkarılan Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu ile Avrupa Birliği üyelik aşamalarının da başlaması ile ülkemize yabancı yatırımlarda ciddi artışlar olmuştur.

Ülkemize yapılan doğrudan yabancı yatırımlar önceki yıllarda ağırlıklı olarak imalat sektöründe iken, 1980'li yıllardan sonra daha çok hizmet sektörü ve bankacılık üzerine kurulmuştur.

2001 yılında çıkan kriz sonrası 'Bankacılık Sektörü Yeniden Yapılandırma Programı' kapsamında alınan önlemler ve düzenlemeler sayesinde Türk bankacılık sektörü ve bankaları yabancı yatırımcılar için cazip bir yatırım aracı olmaya başlamıştır.

Ülkemizde yabancı yatırımcıların Türk bankalarına talep oluşturmasının en büyük sebepleri, özellikle Avrupalı yatırımcıların gerekçeleri, oluşan pazarın doymamış olması ve kâr marjının yüksek olmasından kaynaklıdır. Yabancı yatırımcıların ülkemizdeki bankalara ortak olması ya da satın alması yolu ile ödemeler dengesindeki açığa ciddi katkılar sağlamaktadır.

Çalışmada, 1946 yılında Ankara'da 103 ortağın katılımıyla bir anonim şirket olarak kurulan Garanti Bankası AŞ'nin tarihsel gelişimi ve Uluslararası bir kuruluş olan 1857'de kurulmuş, 30'dan fazla ülkede faaliyet gösteren BBVA'nın, 2011 yılında başlayan Garanti Bankası A.Ş ortaklık süreci, ülkemize giren yabancı yatırımın boyutu ve, Garanti BBVA'nın ülkemiz ekonomisine katkıları ile birlikte GarantiBBVA'nın Türkiye bankacılık sektörü içerisindeki pazarı ve önemi hakkında görüşler sunulmuştur.

Sonuç olarak, Türkiye'nin ödemeler dengesi açığını gidermek ve başta teknoloji geliri ve gelişmişlik seviyesini artırabilmek için sermaye ihtiyacına yönelik doğrudan yabancı yatırıma ihtiyaç duymaktadır. Bankacılık sektörü bu ihtiyacı karşılamak için bir sektördür. Ülkemize giren yabancı yatırımcıların bankacılık sektörünü tercih etmesi ülkemizin gelişmişlik seviyesi ile doğrudan ilişkilidir. Sektöre de yapılan düzenlemeler ve değişiklikler güncelliğini korumalı ve ülke vatandaşları refah ve gelişmişlik seviyesi için yabancı yatırımcılara duyulan ihtiyacın önemi üzerine dikkat çekilmelidir.

Yabancı yatırımcıların kazandırılması ve sermaye hareketlerinin Türkiye'ye girişinin sağlanması için gerekli hukuki düzenlemelerin yapılması, altyapı çalışmalarının tamamlanması önem kazanmıştır. Ülke refah seviyesinin artış gösterebilmesi için yabancı yatırımcıların buldukları sektörlere göre farklı özellik ve niteliklerde düzenlemelerin gereksinimleri bilinmektedir.

KAYNAKÇA

- Alpar, Cem, Çok Uluslu Şirketler ve Ekonomik Kalkınma, Ankara, Turhan Kitabevi, 1980
- ANONİM, Osmanlı'dan Günümüze Türk Finans Tarihi, ss.270- 271.
- Alkin, Erdogan, Uluslararası Ekonomik İlişkiler, İstanbul, İstanbul Üniversitesi, İ.İ.B.F. Yayınları, No:478, 1981, s. 30
- Bayraktar, Fulya, Dünya'da ve Türkiye'de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları, Ankara, Türkiye Kalkınma Bankası A.S. Genel Araştırmalar, Araştırma Müdürlüğü Yayınları, No:GA/03-1-1, 2003, s. 46
- Başar, Mehmet ve Metin COŞKUN, Bankacılık Uygulamaları, 1. Baskı, Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayını, 2006.
- BDDK, Bankacılık Sektörü Yeniden Yapılandırma Programı Gelişme Raporu (VII), Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, Ankara, Ekim 2003, s. 9
- Bozkurt, Hilal, Dursun, Gülten (2006), "Bilgi ve İletişim Teknolojileri ile Yabancı Doğrudan Yatırım Akımları Arasındaki Etkileşim: Türkiye İçin Kointegrasyon Analizi", 1980-2004, Bilgi Ekonomisi ve Yönetim Dergisi, I-I, I-II: (40-41) <http://www.bilgiyonetimi.org>, 07/01/2008
- Buckley, Peter J., Mark J. Casson, "An Economic Model of International Joint Venture Strategy", Journal of International Business Studies, Vol:27 Issue:5, 1996, s. 854
- Çankaya, Mehmet "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Etkileyen Faktörler ve Bu Faktörlerin Türkiye Açısından Değerlendirilmesi", Vergi Dünyası, Sayı:270, 2004, s. 95-97
- Çelik, Orhan, Şirket Birleşmeleri ve Birleşmelerde Şirket Değerlemesi, Ankara, Turhan Kitabevi, 1999, s. 23
- Coşkun, M. Necat ve Diğerleri, Türkiye'de Bankacılık Sektörü Piyasa Yapısı, Firma Davranışları ve Rekabet Analizi, İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği Yayın No: 280, 2012 s.4.
- Cömert, Faruk "Yabancı Sermayenin Dünü, Bugünü ve Geleceği", Hazine Dergisi, Sayı:12, Ankara, 1998, s.14
- DPT, VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, DPT Yayını, Yayın No:2514, 2000, s. 1
- DPT, V. Beş Yıllık Kalkınma Planı 1985-1989, Ankara, DPT Yayını, Yayın No:1974, 1984, s. 32
- DPT, VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, DPT Yayını, Yayın No:2514, 2000, s. 8
- DPT, Temel Ekonomik Göstergeler 2006, Ankara, www.dpt.gov.tr
- Ekren, Nazım. Uluslararası Bankacılık ve Türkiye Örneği, Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 1986.
- Erdönmez, A., Pelin . "Finansal Krizler Sonrası Gelişmekte Olan Ülkelerde Yabancı Bankalar", Bankacılar Dergisi, Sayı.51, 2004, s.22-23.
- Emil, Dilek, "Cumhuriyetin Kuruluşundan Günümüze İzlenen Yabancı Sermaye Politikaları", Hazine Dergisi Cumhuriyetin 80. Yılı Özel Sayısı, Hazine Müsteşarlığı Matbaası, Ankara, 2003 s110
- Garanti BBVA 2019 Entegre Faaliyet Raporu (2019): <https://www.garantibbvainvestorrelations.com/tr/garanti-hakkında/detay/Ortaklik-Yapisi/346/1022/>
- Göğün, Tuğrul, "Doğrudan Yabancı Yatırımların Tarihsel Gelişimi Çerçevesinde Yatırımların Geliştirilmesinin Etkin Kurumsal Yapılanmaları", Uzmanlık Tezi, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi, Ankara, 2004, s. 32
- IMF, Balance of Payments Manual, 5. Edition, IMF, Washington D.C., U.S.A., 1993, s. 86-87
- ISO, Uluslararası Doğrudan Yatırımlar ve Türkiye: Durum Tespiti ve Stratejik Plan, ISO Yayını, İstanbul, 2002, s. 19
- Karluk, Rıdvan, Uluslararası Ekonomi, Turhan Kitabevi, Ankara, 2002, s. 472
- Karluk, Rıdva, Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımları, İstanbul Ticaret Odası Ekonomi Yayınları Dizisi, No:13, İstanbul, 1983, s. 104
- Kotler, P., S. Jatusripitak, S. Maesincee, Ulusların Pazarlanması (Ulusal Refahı Oluşturmada Stratejik Bir Yaklaşım), Çeviren: Ahmet, Buğdaycı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 2000, s. 55

- Kazgan, Gülten, Ekonomide Dışa Açık Büyüme, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 1998, s. 116
- Kepek, Yakup, ve Nurhan YENTÜRK, Türkiye Ekonomisi, 10. Baskı, İstanbul: Remzi Kitabevi, 2000, s.21.
- Oğuz, Alper A., “Yatırım Yeri Faktörünün Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Üzerindeki Etkisi ve Bir Yatırım Yeri Olarak Türkiye’nin Analizi”, Uzmanlık Tezi, T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı, Ankara, 2004, s. 71
- Özalp, İnan, Çok Uluslu İşletmeler: Uluslararası Yaklaşım, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No:1022, Eskişehir, 1998, s. 180
- Resmi Gazete, Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu, Sayı:25141, 17 Haziran 2003
- Shatz, Howard J., “Expanding Foreign Direct Investment in The Andean Countries”, CID Working Paper, No:64, Harvard University, March 2001, s. 5
- Seyidoğlu, Halil, Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Uygulama, s. 675
- Tekin, Suat, Dünyada ve Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımları ve Beklentiler, YASED Yayınları, No:33, İstanbul, 1988, s. 231
- T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı, Yabancı Sermaye Mevzuatı, Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü, Ankara, Mayıs, 2001, s. 2
- Uras, T. Güngör, Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımları, Formül Matbaası, İstanbul, 1979
- Vaughan, Olufemi, “Implacation of Foreign Direct Investment for The Canadian Food and Bevarage Manufacturing Indsutry”, Agribusiness, Vol:17, Issue:3, 1995, s. 383
- Wang, Liansheng Wang, “Foreign Direct Investment and Transnational Corporations: A Review of Trade-Theoretical Approaches”, Memorandum from Department of Economics, No:26, University of Oslo, 1992, s. 3
- Yavan, Nuri, “Türkiye’de Yatırım İklimi ve Doğrudan Yabancı Yatırımlar”, YASED İnceleme Yarışması VI, İstanbul, 2006
- Yıldırım, Oğuz, "Türkiye'de Bankacılık Sektörü", <http://www.cu.edu.tr>, 11/1/2016.
- Yüzgün, Arslan, Cumhuriyet Dönemi Türk Bankacılık Sistemi (1923–1981), Der Yayınları, No:22, İstanbul, 1982, s. 12
- URL-1, <https://www.garantibbvainvestorrelations.com/tr/kutuphane/kurumsal-sunumlar/Kurumsal-Sunum/569/0/0>
- URL-2, <https://www.garantibbvainvestorrelations.com/tr/kutuphane/kurumsal-sunumlar/Kurumsal-Sunum/569/0/0>
- URL-3, <https://www.garantibbvainvestorrelations.com/tr/kutuphane/kurumsal-sunumlar/Kurumsal-Sunum/569/0/0>
- URL-4 : Garanti Bankası Tarihçesi: <https://www.garantibbvainvestorrelations.com/tr/garanti-hakkinda/detay/Tarihce/344/1013/0>
- URL-5: BBVA tarihçesi , <https://shareholdersandinvestors.bbva.com/bbva-group/bbva-in-brief/history-of-bbva/>

Geliş Tarihi: 12/06/2022

Kabul Tarihi: 27/06/2022

ÇALIŞANLARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNİN ÖRGÜTSEL ADALET ALGILARINA ETKİSİ: AFYONKARAHİSAR’DA BİR TERMAL OTEL İŞLETMESİ ÖRNEĞİ

Mehmet DEMİRTAŞ*

Hayrettin ERTAN**

ÖZET

Son yıllarda, “adalet” algısı iş dünyasında daha çok tartışılmaya başlanmıştır. Adalet algısı yüksek olan çalışanların işyerinde daha istekli ve gayretli çalışacaklarına yönelik beklentiler vardır. Bu bağlamda, örgütsel adalet algısının bileşenlerinin ve genel düzeylerinin saptanması önemlidir. Colquitt’in (2001) dört boyutlu örgütsel adalet ölçeği, adalet algısını ölçmede çok kapsamlı ve güvenilir bir ölçek olarak görülmektedir. Buna göre, çalışanların örgütlerindeki adalet algılarını dört boyut belirlemektedir: Dağıtım sal adalet, süreçsel adalet, kişilerarası adalet ve bilgilendirme adaleti. Bu çalışmada, örgütsel adalet algısının genel düzeyini belirleyen örgütsel adaletin bileşenleri (boyutları) üzerinde durulmuş ve çalışanların örgütsel adalet algılarının demografik özelliklerine bağlı olarak değişip değişmediği saptanmıştır. Araştırmanın örneklemini Afyonkarahisar’da faaliyette bulunan beş yıldızlı bir termal otel işletmesindeki 102 çalışan oluşturmaktadır. Veriler 2020 Mart/ Haziran aylarını kapsayan dört aylık sürede yüz yüze anket uygulaması yoluyla elde edilmiştir. Anket ile ilgili gerekli açıklamalar yapılmıştır. Anket çalışanlara dağıtılmış ve uygun bir süre verilerle toplanmıştır. Dolayısıyla, çalışanların özgür bir şekilde ankete cevap vermelerine imkân sağlanmıştır. 102 çalışandan anket yoluyla elde edilen veriler SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Örgütsel adalet algısının genel düzeyini belirleyen örgütsel adalet algısı ve bileşenlerinin, çalışanların demografik özelliklere bağlı olarak anlamlı değişip değişmediğini belirlemek için Ki-Kare (Chi-Square) Analizi yapılmıştır. Sonuçta yaş ile kişilerarası adalet algısı ve süreçsel adalet algısı arasında; gelir ile örgütsel adalet algısı, dağıtım sal adalet algısı, kişilerarası adalet algısı ve bilgilendirme adaleti algısı arasında; unvan ve kıdem ile sadece bilgilendirme adaleti algısının anlamlı değiştiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Adalet, Örgütsel Adalet Algısı ve Boyutları, Demografik Değişkenler

THE EFFECT OF EMPLOYEE DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS ON PERCEPTIONS OF ORGANIZATIONAL JUSTICE: AN EXAMPLE OF THE THERMAL HOTEL BUSINESSES IN AFYONKARAHISAR

ABSTRACT

In recent years, the perception of "justice" has started to be discussed more in the business world. There are expectations that employees with a high perception of justice will work more willingly and diligently in the workplace. In this context, it is important to determine the components and general levels of organizational justice perception. Colquitt's (2001) four-dimensional organizational justice scale is seen as a very comprehensive and reliable scale for measuring the perception of justice. Accordingly, four dimensions determine employees' perceptions of justice in their organizations: Distributive justice, procedural justice, interpersonal justice and informational justice. In this study, the components (dimensions) of organizational justice, which determine the general level of organizational justice perception, are emphasized and it is determined whether the organizational justice perceptions of employees change depending on their demographic characteristics. The sample of the research consists of 102 employees in a five-star thermal hotel operating in Afyonkarahisar. The data were obtained through face-to-face survey application in a four-month period covering March-June 2020. Necessary explanations about the survey were made. The questionnaire was distributed to the employees and collected in an appropriate time. Therefore, employees were allowed to freely respond to the survey. The data obtained from 102 employees through questionnaires were analyzed using the SPSS package program. Chi-Square Analysis was conducted to determine whether the organizational justice perception and its components, which determine the general level of organizational justice perception, change significantly depending on the demographic characteristics of the employees. As a result, between age and perception of interpersonal justice and procedural justice; between income and perception of organizational justice, perception of distributive justice, perception of interpersonal justice and perception of informational justice; it was observed that only the perception of information justice changed significantly with title and seniority.

Keywords: Justice, Perception and Dimensions of Organizational Justice, Demographic Variables

*Dr. Öğr. Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Bolvadin Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Lojistik Yönetimi Bölümü, mdemirtas@aku.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7567-8842

**Dr. Öğr. Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Dinar Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü, hertan@aku.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2790-335X

GİRİŞ

Karmaşıklık ve değişkenlik ile karakterize edilen küresel iş ortamında (Aggarwal vd. 2018:2309) işyerinde çalışanların istekli, heyecanlı, verimli ve başarılı olmaları şüphesiz arzu edilen bir durumdur. Ancak zaman zaman arzu, istek, heyecan ve performansları düşük ya da orta düzeyde çalışanların olduğu da bir gerçektir. Çıktıları düşük çalışanların, örgütlerine katkılarının arzu edilen düzeyde olmayacağı, devamsızlık ve çalışan devir oranlarının yüksek olacağı, işyerinde çatışma ve benzeri olumsuzlukları da beraberinde getireceği öngörülmektedir. Bununla birlikte, bu çıktıların gerçekleştirilmesi günümüzde giderek daha zor hale gelmektedir. Çünkü, günümüz iş yaşamında internetin hızla gelişmesi ve ekonomik küreselleşmenin hızlanmasıyla bölge ve bilgi paylaşımı arasındaki kısıtlamalar kalkmış ve personel devir hızı artmıştır. Bu gelişmeler çalışanların kişilik, yaşam tarzı ve alışkanlıklarının da eskiye nazaran değişmesine neden olmuştur (Liu ve Xie, 2020:361). Bu durum çalışanların işyerinde motivasyonunun çeşitli faktörlerden etkilenmesine ve şekillenmesine yol açmıştır. Çalışanların motivasyonunu etkileyen ve şekillendiren faktörler içinde örgütsel adalet ve çalışanların temel ihtiyaçlarının karşılanması önemli bir yer tutmaktadır (Azeem vd, 2015:273).

Örgütsel adalet algısı, çalışanların kendilerine dönük kazanımları, sunulan ödülleri, kuralların kendisine uygulanması ile benzer pozisyondaki çalışanlarla karşılaştırması ile oluşmaktadır. Karşılaştırmada kriterlerin genellikle sübjektif ve çok yönlü olması, çalışanların beklentilerini de artırmakta ve adalet algılarını da etkilemektedir (Yüksekbilgili vd., 2016:208). Ayrıca çalışmaların pek çoğunda, örgütsel adaletin örgüt ve çalışanlar açısından önemli sonuçları olduğunu göstermektedir. Çalışanların adalet algısı düşük olduğu zaman, moralleri düşer, örgütten ayrılma olasılıkları artar, hatta örgüt aleyhine faaliyetlerde bulunabilirler (Cihangiroğlu ve Yılmaz, 2010:199). Stres, saldırganlık ve tükenmişlik, literatürde öne çıkan önemli sonuçlardandır (San,2017:14). Örneğin stres, çıktı, ürün kalitesi, hizmet veya moralde azalma gibi (Ben-Bakr vd., 1995; Brown ve Uehara, 2008, El Shikieri ve Musa, 2012:137) negatif sonuçlara neden olabilmektedir. Örgütsel adalet algısının arzu, istek, heyecan, performans ve diğer pozitif çıktıları olumlu etkilediğine ilişkin birçok araştırma bulgusu da bulunmaktadır (İmamoğlu vd, 2019:899-906; Nadiri ve Tanova, 2010:33-41; Wei, Hisrich ve Pen, 2020:1-12; Kılıç, ve Toker, 2020:288-303; Usta, Karalar ve Demiralay, 2019:535-557).

Bu araştırmada, örgütsel adalet algısının ve bileşenlerinin çalışanların demografik özelliklerine bağlı olarak değişip değişmediği saptanmaya çalışılmaktadır.

Çalışmada, ilk başta, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kararsal örnekleme yöntemi ile seçilen Afyonkarahisar’da faaliyette bulunan beş yıldızlı bir termal otel işletmesindeki 102 çalışan ile ilgili tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir.

Bundan sonra, örnekleme yer alan çalışanların örgütsel adalet algılarının boyutlarının ve örgütsel adalet algılarının genel düzeyleri saptanmıştır. Nihayet, demografik özelliklerin örgütsel adalet algısı üzerindeki etkisi Ki-Kare analizi ile saptanmış ve elde edilen bulgular paylaşılmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Adalet Kavramı

“Adalet” kavramının İngilizce dilindeki karşılığı “justice” kelimesidir. Sözlükte, adalet, “davranışınızda ya da insanlara davranış şeklinde tarafsızlık-fairness” olarak tanımlanır (Collins Cobuild, 789). Adalet algısı insanlık tarihi boyunca olağelnmiş ve şüphesiz olmaya da devam edecektir. İşletme örgütlerinde de adalet büyük öneme sahiptir. İşletme örgütlerinde kavramsal olarak, “örgütsel adalet algısı” (perception of organizational justice) olarak literatürde incelenmektedir.

İnsanlar sosyal varlıklardır ve zamanının büyük kısmını iş yerlerinde geçirirler. Bu nedenle kuruluşlar, çalışanların sosyal olarak etkileşime girebileceği bir ortam yaratmalıdır. İnsanların sosyal etkileşime girdikleri temel alanlardan birisi de adalettir. Bu bir terfi kararı, görevlerin verilmesi, ödüllerin tahsisi ya da sadece herhangi bir sosyal ilişki kurulması sırasında ortaya çıkabilir (Srivastava, 2015:667). Dolayısıyla insanların adalet algısı sadece kendi ihtiyaç ve hedeflerinden değil, aynı zamanda fiziki ve sosyal çevresindeki gelişmelerden de etkilenebilmektedir.

Adalet kavramının tarihi eskiye dayansa da sosyal ortamlarda ve organizasyonlarda sistematik olarak araştırılması 1960'larda başlamaktadır. Bu bağlamda, örgütsel ortamlarda, “örgütsel adalet” terimi ilk kez Greenberg tarafından kullanılmıştır (Greenberg 1987; Çolak ve Erdost, 2004:54). Örgütsel adalet, kaynaklar ve ödül dağıtımı, dağıtım süreçleri ve örgütlerdeki insanlar arasındaki etkileşimler sonucunda oluşan algı olarak tanımlanabilir (Kaya vd., 2016:252). Örgütsel adalet, kuruluşların başarıya ve mükemmelliğe ulaşmasını sağlayan en önemli araçlardan biridir (Monged vd., 2019:2). Ancak örgütteki adil olma, çalışanların durum ya da davranışı nasıl gördükleri ile ilgilidir. Bu yaklaşım tanımın sübjektif ve algısal olduğunu vurgulamaktadır. Dolayısıyla adalet algısı çalışanların içinde bulunduğu durum ve koşullara göre değişebileceğini göstermektedir (İçerli, 2010:80). Kısaca, adaletin değerlendirilmesinde esas olan, örgütün bireye karşı sergilediğini düşündüğü adalet değil, bireyin örgütün davranışlarını ne kadar adil bulduğunu ile ilgilidir (Titrek, 2009:553). Bireysel farklılıkları vurgulayan bu durumdan dolayı “Örgütsel adalet” yerine “örgütsel adalet algısı” kavramını kullanmak daha doğru olacaktır. Yönetim, işyerinde çalışanlara karşı adaletli davrandığını düşünebilir. Ancak, çalışanlar böyle algılamayabilir. Dolayısıyla, işyerinde adaletin gerçek düzeyini çalışanların algıları belirlemektedir.

Günümüzde örgütsel adaletin öneminin ortaya çıkmasının başlıca üç nedeni vardır (Şahin, 2016, San, 2017:4):

- Adaletin sosyal bir olgu olması,
- Örgütlerin yönetim süreçlerinin tamamında adalet algısının belirleyici etken olması,
- Çalışanların daha eğitilmiş hale gelmesi,

Bu nedenlerden dolayı adalet algısı hayatın her alanında, özellikle işyerlerinde incelenmeye değer bir konudur. Örgütsel adalet, çalışanların hem çalışma koşulları hem de yöneticileri ile ilgili adalet algılarını ifade eden çok boyutlu bir yaklaşımdır (Özer ve Günlük, 2010:462).

Dolayısıyla, kavramı genel adalet algı düzeyini belirleyen boyutlarıyla birlikte ele almak gerekir. Çalışanların ücret, prim, terfi gibi kazanımlarıyla, örgüte yaptıkları katkının uyumlu olmadığı algısı çalışanlarda hayal kırıklığı oluşturmaktadır. Bu hayal kırıklığına sadece maddi beklentilerinin karşılanamamış olması değil, aynı zamanda çalışma şartları, alınan kararlar, uygulanan strateji ve politikaların adil olmadıklarını düşünmeleri de sebep olmaktadır (Şahin ve Kavas, 2016:123). Kişiler eğer adaletsizlik algısına sahipse, bunlar hangi konu ve alanlarda olmaktadır? Bunların ayrı ayrı ele alınmasında fayda vardır. Dolayısıyla, adalet algısı tüm boyutları ile birlikte ele alınmalıdır.

Belçika doğumlu sosyal psikolog J. Stacy Adams, Anormal ve Sosyal Psikoloji Dergisi'nin Kasım 1963 yayınında eşitlik teorisinin başlangıcına işaret eden "Adaletsizlik Anlayışına Doğru" (Toward an Understanding of Inequity) adlı bir makale yayınladı. Adams'a göre, "girdiler", kişinin sosyal bir mübadeleye (işe) getirdiği eğitim, deneyim ve en önemlisi çaba gibi değişkenlerdir. "Çıktılar", ödemeyi, içsel ödülleri ve statü sembollerini içeren, bireylerin hizmetleri karşılığında aldıkları ödüllerdir. Adams, bir kimsenin kendi girdileri ve ilgili çıktıları ile diğerlerinin (genellikle iş arkadaşı) girdileri ve ilgili çıktılarının karşılaştırmasından doğan eşitsizlik algılarını açıklamıştır. girdileri ve ilgili çıktıların karşılaştırmasından doğan eşitsizlik algılarını açıklamıştır. Bireyler kendilerini diğerleri ile karşılaştırarak adil muamele görüp görmediklerini belirler (Azeem vd, 2015:273). Ayrıca, Örgütsel adalet, işçilerin neden haksız sonuçlara veya uygun olmayan prosedürlere tepki gösterdiğinin açıklanmasına da yardımcı olur (Alsalem ve Alhaiani, 2007; Azeem vd, 2015:273).

1965 yılında, Adams, Deneysel Sosyal Psikolojideki Gelişmeler dergisinde "Sosyal Mübadeledeki Adaletsizlik" (Inequity in Social Exchange) başlıklı bir bölüm yayınlamıştır. Burada, önceki makalesinde kullanmadığı oranı kullanmış, kişinin çıktılarının girdilerine oranını diğerinin çıktıların girdilerine oranına eşit olmadığını algıladığında kişi için adaletsizliğin olduğundan bahsetmiştir (Mahoney, 2013:158-159).

Şüphesiz, Adams'ın Eşitlik Teorisi (Equity Theory), işyerinde adalet algısını ortaya çıkaran özellikle ödül-çaba arasındaki dengenin ve bu dengenin diğer çalışanlarla da kurulmasının öneminden bahsetmektedir. Ancak, adalet ya da adaletsizlik algısının belirlenmesinde başka olayların ve durumların olabileceğini de öngörmek gerekir. Çünkü, örgütsel adalet, insanlar işte eşit ve adil muamele gördüklerini fark ettiklerinde elde edilir. Bireyler, adil muamele görüp görmediklerini belirlemek için kendilerini başkalarının yaptıkları ile karşılaştırmaktadırlar. Örgütsel adalet, çalışanların temel motivasyon kaynağı olduğu için oldukça önemlidir (Azeem vd, 2015:273). Örgütsel adalet çalışanların örgütsel adaletle ilgili yargı, algı ve duygularını ifade etmektedir (Zeng ve Ye,2016:200). Öyle ki, örgütsel adalet işyerinde sosyal etkileşimin kalitesini tanımlamada yaygın olarak kullanılan bir yapıya dönüşmüştür (Srivastava, 2015:667).

Zhang ve Li (2019) tarafından yapılan bir çalışmada, cinsiyet, eğitim ve çalışma yıllarının adalet algısı ile ilişkili olmadığı görülmüştür (Zhang and Li, 2019: 565). Benzer şekilde, Monged, Raghav and Tantawi'nin (2019) yaptıkları çalışmada da örgütsel adalet türleri ile cinsiyet, mesleki kıdem, yaş ve medeni durum gibi demografik faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Örgütsel adalet algısının eğitim durumuna göre farklılık gösterdiğini savunan araştırmalar da bulunmaktadır (Yüksekbilgili vd., 2016). Örgütsel adalet türleri ile cinsiyet, eğitim, medeni durum ve çalışan bölüm gibi demografik faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmadığına ilişkin çalışmalara literatürde daha fazla rastlanmaktadır.

Son yıllarda geliştirilen adalet teorileri içinde belki de en kapsamlısı Colquitt'in (2001) dört boyutlu örgütsel adalet teorisidir. Bu neden çalışmada Colquitt'in (2001) dört boyutlu örgütsel adalet teorisi kullanılmıştır.

Colquitt'in Örgütsel Adalet Teorisi

Colquitt (2001) dört boyutlu örgütsel adalet kavramını önermiştir; dağıtımsal adalet, süreçsel adalet, kişilerarası adalet ve bilgilendirme adaleti (Enoksen, 2015:723). Adil organizasyon ortamı, mâkûl kaynak tahsisi (dağıtımsal adalet), açık ve şeffaf değerlendirme seçim mekanizması (süreçsel adalet), âdil muamele (kişilerarası adalet, bilgi adaleti vb.) anlamına gelir ve iyi bir kişilerarası ilişki ve girişim ortamı oluşturabilir (Zeng ve Ye, 2016:200; Colquitt vd., 2001). Adaletin bu boyutları işyerindeki insanlar için algılanan adaleti oluşturur (Azeem vd, 2015:273; Kim ve Leung, 2007). Eğer kuruluşlar yüksek derecede adalete sahipse ve çalışanlara eşit muamele ediyorsa, diğerlerine göre daha memnun iş gücüne sahip olacakları söylenebilir (Nawaz vd., 2018:2210; Bilal vd., 2015). Örgütsel adalet, kuruluşların başarı ve mükemmelliğe ulaşmasını sağlayan en önemli araçlardan birisidir (Monged vd. 2019:3). Çünkü, örgüt içerisindeki, terfi fırsatları, performans yönetimi ve karar alma sürecine katılım, çalışanları, örgütsel performansın iyileştirilmesinde ve çalışanlar arasındaki ilişkilerin olumlu şekilde sürdürülmesinde katkı sağlayabilir (Wu ve Xiao, 2014:177).

Dağıtımsal Adalet

Dağıtımsal adalet (distributive justice), sonuçların paylaşılmasına ilişkin kararlara yönelik algılanan adalettir (Hurst, Scherer ve Allen, 2017:412; Adams, 1965; Homans, 1961) ya da çalışanın ödeme ve terfi gibi aldığı iş çıktıının tahsisine (dağıtılmasına) yönelik "adalet" algısı şeklinde tanımlanabilir (Ölçer, 2015:3). Bu tanımlarda daha çok örgüt içine yönelik değerlendirmelerin öne çıktığı görülmektedir. Bir başka tanıma göre ise, insanların kazanç ve kayıplarına yönelik değerlendirmelerinin dağılımını temsil eder (Kaya vd., 2016:252; Greenberg, 1987, Colquitt, 2001). Sonuç olarak, dağıtımsal adalet, doğal kaynaklar ve sosyal faydalar da dahil olmak üzere kaynakların daha adil bir şekilde dağıtılmasını ifade etmektedir (Frias-Armenta vd., 2016:59). Araştırmacıların çoğu bireylerin daha çok "âdil pay" alıp almadıkları ile

ilgilendikleri gerekçesiyle dağıtımsal adaleti, adaletin ilk bileşeni olarak kabul etmişlerdir (Monged vd.,2019:3). Tanımlardan anlaşılacağı gibi, dağıtımsal adalet algısının oluşmasında sadece maddi kaynakların değil maddi olmayan kaynakların dağıtılmasının da algının oluşmasında önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Başlangıçta araştırmacılar, dağıtım adaleti ile ilgili bireylerin girdi ve çıktı oranlarını dikkate alacağı ve ardından katkılarını ve kazançlarını karşılaştıracakları üzerinde dururlarken, Adams (1965), eşitlik teorisi ile olaya farklı bir yaklaşım getirmiştir. Buna göre, öncelikle bireylerin girdi ve çıktı oranlarını hesaplayacağını ve dağıtım sonuçlarını kendileriyle (iç ve dış) ve diğerleriyle karşılaştıracaklarını öne sürmüştür (Adams, 1965, Dai ve Xie, 2016:56). Dağıtımsal adalette, bireyler işe katkı verdikleri çok sayıdaki girdilerle (örneğin deneyim, beceri, çaba, zaman, eğitim vb.), işten aldığı çıktıları (örneğin, maaş, ikramiye, takdir edilme, üstlerinden destek alma, pozitif örgüt iklimi, kişisel ve kariyer geliştirme vb.) başkalarının girdi ve çıktıları ile karşılaştırmaları (Jašková, 2015:561) ve değerlendirmeleri sonucunda gerçekleşmektedir. Öyle ise, çalışanlar örgütlerinde ücret, terfi, maddî-manevî ödül gibi çıktıların âdil dağıtıldığını düşünüyorsa, dağıtımsal adalet algılarının yüksek olacağını söylemek mümkündür.

Süreçsel Adalet

Süreçsel adalet (procedural justice), bireylerin karar alma sürecine katılabilmeleri ve karar alma sürecinin tutarlı, etik, önyargısız ve doğru işlediğine ilişkin algılarını ifade etmektedir (Altaş ve Çekmecelioglu, 2015:423; Moon vd., 2008). Kısaca, süreçsel adalet, karar verme süreçlerinde çalışanlar tarafından algılanan adalet düzeyini temsil etmektedir (Kaya vd., 2016:252; Luo, 2007, Niehoff ve Moorman, 1993). Leventhal vd. (1980) tarafından süreçsel adalet ile ilgili şu kriterler belirlenmiştir: Tutarlılık, temsil edilebilirlik, önyargının bastırılması, doğruluk, düzeltilebilirlik ve etik kurallar (Dai ve Xie, 2016:56).

Thibaut ve Walker'a göre (1975), süreçsel (işlemsel) adaletin iki alt boyutu bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, karar alma sürecinde kullanılan prosedür ve uygulamaların yapısal özellikleriyle ilgilidir. Formel prosedürler olarak da adlandırılan bu boyut, karar alınmadan önce çalışanlara söz hakkı verilmesini ve onların görüşlerinin alınmasını kapsamaktadır. İkinci boyut ise, karar alma sürecinde kullanılan politikaların uygulanma şekli ile ilgilidir (İplik, 2009:109).

Yönetimin aldığı kararlarda astların görüş ve düşüncelerine yer verilmeyen, aynı zamanda alınan kararların kişilik haklarına zarar verdiği örgütlerde süreçsel adalet algı düzeyinin düşük olacağı beklenir.

Kişilerarası Adalet

Kişilerarası adalet (interpersonal justice), saygı, nezâket ve onurlu davranışın gösterilmesini içeren kişilerarası duyarlılığı (Au ve Leung, 2016:134; Greenberg, 1993) ve süreçlerin sosyal yönlerini temsil etmektedir (Kaya vd., 2016:252; Luo, 2007). Örgütsel adaletle ilişkin olarak Bies ve Moag (1986) tarafından yapılan bir araştırmada, yöneticilerin çalışanlarına karşı ilgili davrandıklarında olumsuz bir kazanımın bile âdil olarak algılanabileceği saptanmıştır (İplik, 2009:109). Dolayısıyla adalet algısı sadece kişisel çıkarlarla ilgili değildir. Kişiler kendi çıkarlarına uygun olmasa da, kişilere adaletle davranılırsa, işbirliği yapmaları ve yetkililerin düzenlemelerine uymaları ve suç teşkil eden davranışlarda bulunmaktan kaçınmaları daha olasıdır (Frias-Armenta vd., 2016:58).

Her insan kendisine değer verilmesini, saygı gösterilmesini, nazik davranılmasını ister. Ancak zaman zaman yöneticilerin astlarına kaba davrandıkları, nezâket kurallarına uygun olmayan davranışlar içine girdikleri de görülmektedir. Böyle bir ortamda çalışanların kişilerarası adalet algılarının düşük olacağı beklenir.

Bilgilendirme Adaleti

Bilgilendirme adaleti (informational justice), durumlara, kararlara ve alınan eylemlere ilişkin doğru, yeterli ve zamanında bilgi sağlanmasını içeren bir etkileşimin bilgi yönünü ifade etmektedir (Au ve Leung, 2016:133-134; Greenberg, 1993).

Diğer boyutlarla birlikte bilgilendirme adaletinin de fiziksel, bilişsel ve duygusal işe bağlılık üzerinde olumlu etkileri olduğunu ileri süren araştırma bulguları vardır (Deepa, 2020:315).

Hemşireler üzerinde yapılan bir araştırmada ise bilgilendirme adaletinin hemşirelerin işe bağlılıkları, görevin önemi, geri bildirim ve yetenek çeşitliliği üzerinde anlamlı etkilerinin olduğu görülmüştür (Wan vd, 2018:555).

Çalışanların zaman zaman şikâyet ettikleri konu, kendilerinin yeterince bilgilendirilmedikleri ve yöneticilerin bazı bilgileri onlardan gizledikleridir. Çalışanların bilgilendirme adaleti algılarının yüksek olması için, gerek sözlü gerekse yazılı iletişim kanallarının açık olması ve özellikle çalışanları ilgilendiren bilgilerin paylaşılmasına özen gösterilmesi önemlidir.

MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmanın Amacı, Önemi ve Özgünlüğü

Çalışmanın amacı, çalışanların demografik özelliklerinin onların örgütsel adalet algıları ve alt boyutları üzerinde herhangi bir etkisinin olup olmadığını belirlemektir.

Demografik özellikler ile örgütsel adalet arasında yakın ilişki belirlendiği takdirde, başta insan kaynaklarının seçilmesi olmak üzere diğer insan kaynakları yönetimi işlevlerine atıfta bulunarak daha yüksek örgütsel adalet düzeyleri için çalışmalar yapmak gerekecektir. Araştırma bulgularının, özellikle kurumların insan kaynakları bölümleri için önemli veriler sağlayacağına inanılmaktadır.

Araştırmanın özgünlüğü, diğerlerinden farklı olarak, bütün demografik özelliklerin tek tek örgütsel adalet algısı ve boyutlarının her biri üzerindeki etkisi incelenmiş, sonunda anlamlı etkisi olanların ($p<0,05$) yüksek ve çok yüksek adalet algılarının eğrileri elde edilmiş ve bunlar üzerinde değerlendirmeler yapılmıştır. Böylece, hangi demografik özelliklere sahip olanların yüksek örgütsel adalet algı düzeylerine sahip oldukları görsel olarak ortaya konmuştur.

Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Literatürde sıklıkla çalışanların örgütsel adalet algılarının düzeyini ölçmede kullanılan, Colquitt'in (2001) dört boyutlu örgütsel adalet ölçeği kullanılmıştır. Ölçek dört boyuttan oluşmaktadır: Dağıtimsal adalet, süreçsel adalet, kişilerarası adalet ve bilgilendirme adaleti. Makalenin ekinde örgütsel adalet ölçeğine ilişkin anket soruları yer almaktadır.

Bu bağlamda, kullanılan çok boyutlu örgütsel adalet ölçeği 20 maddeden oluşmaktadır. Buna göre, ilk dört ifade (1-4) dağıtimsal adalet; 5-8 arası ifadeler kişilerarası adalet; 9-15 arası ifadeler süreçsel adalet ve 16-20 arası ifadeler bilgilendirme adaletini ölçmeye yönelik ifadelerdir. Ölçek ifadelerinin puan karşılıkları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Ölçek İfadelerinin Puan Karşılıkları

| İfadeler | Puan lar | Puan Aralığı | Değerlendir me |
|--------------------------|----------|--------------|----------------|
| Kesinlikle katılmıyorum | 1 | 1,00-1,80 | Çok düşük |
| Katılmıyorum | 2 | 1,81-2,60 | Düşük |
| Orta düzeyde katılıyorum | 3 | 2,61-3,40 | Orta |
| Katılıyorum | 4 | 3,41-4,20 | Yüksek |
| Kesinlikle katılıyorum | 5 | 4,21-5,00 | Çok yüksek |

Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın örnekleme, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kararsal örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Araştırmanın örneklemini, Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı bir termal otelde çeşitli bölümlerde görev yapan 102 çalışan oluşturmaktadır.

Veriler anket yoluyla elde edilmiştir. Anketler önce çalışanlara dağıtılmış, daha sonra toplanmıştır. Dolayısıyla, çalışanların özgür bir şekilde ankete cevap vermelerine imkân sağlanmış; ankette gerekli açıklamalar yapılmıştır. 102 çalışandan anket yoluyla elde edilen veriler SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Araştırmanın Hipotezleri

Çalışanların demografik özelliklerinin onların örgütsel adalet algıları üzerindeki etkilerini inceleyen ve anlamlı etkiler saptayan birçok araştırma bulgusu vardır (örneğin, Erer ve İraz, 2018:47; Sokhanvar, Hasanpoor, Hajjhashemi, Kakemam, 2016:359).

Çalışanların demografik özellikleri ile onların örgütsel adalet algıları arasında anlamlı ilişkiler belirlenmesi durumunda, özellikle insan kaynaklarının seçilmesi ve atanması sürecinde önemli ve kullanışlı verilerin kullanılmasına imkân sağlanacaktır. Özellikle hangi kişisel özelliklerin hangi örgütsel adalet algı boyutunu nasıl etkilediğinin bilinmesi, seçim sürecinin başarısını ve etkinliğini yükseltecektir.

Çalışanların genel örgütsel adalet algılarının ve alt boyutlarının onların demografik özelliklerine bağlı olarak değişip değişmediğini belirlemek için aşağıdaki hipotezler geliştirilmiş ve test edilmiştir.

- H₁: Çalışanların genel örgütsel adalet algıları onların cinsiyetlerine bağlı olarak değişir.
- H₂: Çalışanların genel örgütsel adalet algıları onların yaşlarına bağlı olarak değişir.
- H₃: Çalışanların genel örgütsel adalet algıları onların eğitim düzeylerine bağlı olarak değişir.
- H₄: Çalışanların genel örgütsel adalet algıları onların unvanlarına bağlı olarak değişir.
- H₅: Çalışanların genel örgütsel adalet algıları onların gelirlerine bağlı olarak değişir.
- H₆: Çalışanların genel örgütsel adalet algıları onların kıdemlerine bağlı olarak değişir.
- H₇: Çalışanların dağıtımsal adalet algıları onların cinsiyetlerine bağlı olarak değişir.
- H₈: Çalışanların dağıtımsal adalet algıları onların yaşlarına bağlı olarak değişir.
- H₉: Çalışanların dağıtımsal adalet algıları onların eğitim düzeylerine bağlı olarak değişir.
- H₁₀: Çalışanların dağıtımsal adalet algıları onların unvanlarına bağlı olarak değişir.
- H₁₁: Çalışanların dağıtımsal adalet algıları onların gelirlerine bağlı olarak değişir.
- H₁₂: Çalışanların dağıtımsal adalet algıları onların kıdemlerine bağlı olarak değişir.
- H₁₃: Çalışanların kişilerarası adalet algıları onların cinsiyetlerine bağlı olarak değişir.
- H₁₄: Çalışanların kişilerarası adalet algıları onların yaşlarına bağlı olarak değişir.
- H₁₅: Çalışanların kişilerarası adalet algıları onların eğitim düzeylerine bağlı olarak değişir.
- H₁₆: Çalışanların kişilerarası adalet algıları onların unvanlarına bağlı olarak değişir.
- H₁₇: Çalışanların kişilerarası adalet algıları onların gelirlerine bağlı olarak değişir.
- H₁₈: Çalışanların kişilerarası adalet algıları onların kıdemlerine bağlı olarak değişir.
- H₁₉: Çalışanların süreçsel adalet algıları onların cinsiyetlerine bağlı olarak değişir.
- H₂₀: Çalışanların süreçsel adalet algıları onların yaşlarına bağlı olarak değişir.
- H₂₁: Çalışanların süreçsel adalet algıları onların eğitim düzeylerine bağlı olarak değişir.
- H₂₂: Çalışanların süreçsel adalet algıları onların unvanlarına bağlı olarak değişir.
- H₂₃: Çalışanların süreçsel adalet algıları onların gelirlerine bağlı olarak değişir.
- H₂₄: Çalışanların süreçsel adalet algıları onların kıdemlerine bağlı olarak değişir.
- H₂₅: Çalışanların bilgilendirme adaleti algıları onların cinsiyetlerine bağlı olarak değişir.
- H₂₆: Çalışanların bilgilendirme adaleti algıları onların yaşlarına bağlı olarak değişir.
- H₂₇: Çalışanların bilgilendirme adaleti algıları onların eğitim düzeylerine bağlı olarak değişir.
- H₂₈: Çalışanların bilgilendirme adaleti algıları onların unvanlarına bağlı olarak değişir.
- H₂₉: Çalışanların bilgilendirme adaleti algıları onların gelirlerine bağlı olarak değişir.
- H₃₀: Çalışanların bilgilendirme adaleti algıları onların kıdemlerine bağlı olarak değişir.

Tanımlayıcı İstatistikler

Süt (2011) bilimsel çalışmalarda gereğinden az sayıda örneklem incelemenin çalışma sonuçlarının gücünü düşüreceğini, gereğinden fazla örneklem incelemenin ise boş yere emek ve kaynak israfına neden olacağını, bu nedenle çalışmanın başlangıcında çalışma hipotezine uygun olarak gerekli minimum örneklem sayısının belirlenmesiyle çalışma sonuçlarının güvenilirliğinin sağlanmasının yanı sıra kaynak israfının da önüne geçileceğini belirtmiştir (Şevgin ve Çetin, 2017:1462).

Afyonkarahisar ilinde faaliyette bulunan beş yıldızlı bir termal otel işletmesindeki toplam 102 çalışan ile ilgili veriler Tablo 2’de gösterilmiştir. Gürbüz ve Şahin (2018), farklı evrenler için kabul edilebilir asgari örneklem büyüklüğü olarak % 95 güvenilirlik düzeyinde 250 evren büyüklüğü için 151 örneklem büyüklüğünün kabul edilebileceğini belirtmişlerdir. İncelenen otel işletmesindeki çalışan sayısı (anakütle büyüklüğü) 224’tür. Dolayısıyla, örneklem büyüklüğünün 102 olması uygun kabul edilebilir.

Cronbach Alpha’ya göre bir ölçeğin güvenilir olarak kabul edilebilmesi için Alpha değerinin en az 0,70 düzeyinde olması gerekmektedir. Cronbach değeri 0,70’den düşük olan ölçekler düşük güvenilir veya güvenilir olmayan ölçek sınıfına girmektedir (<http://spssistatistik.net/2018/05/10/spss-analiz-rehberi>). Ölçeğin güvenilirlik analizi yapılmış ve Cronbach Alpha

% 60,9 olarak ölçülmüştür. Ölçeğin güvenilirliğini arttırmak için “medenî durum” ve “bölüm” değişkenleri çıkarılmış ve Cronbach Alpha % 70,2’ye yükselmiştir. Dolayısıyla, ölçek “güvenilir” olarak kabul edilebilir.

Tablo 2: Örneklemin Özellikleri

| | | Sayı | % | | | Sayı | % |
|----------|---------------|------|-------------|------------------|-----------------|------|------|
| Cinsiyet | Kadın | 49 | 48 | Kıdem | 1yıldan az | 13 | 12,7 |
| | Erkek | 53 | 52 | | 1-4 yıl | 27 | 26,5 |
| | | | | | 5-8 yıl | 34 | 33,3 |
| Yaş | 21 ve altı | 19 | 18,6 | | 9-12 yıl | 15 | 14,7 |
| | 22-28 | 17 | 16,7 | | 17-20 yıl | 4 | 3,9 |
| | 29-35 | 26 | 25,5 | | 20 yıldan fazla | 9 | 8,8 |
| | 36-42 | 18 | 17,6 | | | | |
| | 43 ve üzeri | 22 | 21,6 | | | | |
| | | | | | | | |
| | | Sayı | % | | | Sayı | % |
| Eğitim | İlkokul | 19 | 18,6 | Unvan | İşgören | 50 | 49,0 |
| | Ortaokul | 17 | 16,7 | | Şef, Usta vb | 23 | 22,5 |
| | Lise | 30 | 29,4 | | Müdür | 20 | 19,6 |
| | Ön Lisans | 13 | 12,7 | | Diğer | 9 | 8,8 |
| | Lisans | 13 | 12,7 | Gelir (TL/Ay) | 2.000'den az | 50 | 49,0 |
| | Yüksek Lisans | 3 | 2,9 | | 2.000-4.000 | 28 | 27,5 |
| | Doktora | 7 | 6,9 | | 4.001-6.000 | 8 | 7,8 |
| | | | 6.001-8.000 | | 2 | 2,0 | |
| | | | | 8.000'den fazla | 14 | 13,7 | |
| | | | | | | | |

BULGULAR VE TARTIŞMA

Çalışanların Örgütsel Adalet Algıları ve Boyutları

Afyonkarahisar’da faaliyette bulunan beş yıldızlı bir termal otel işletmesindeki 102 çalışanın dağıtımsal adalet (DAA), süreçsel adalet (SAA), kişilerarası adalet (KAA), bilgilendirme adaleti (BAA) ve nihayet genel örgütsel adalet algılarının (ÖAA) genel düzeyleri belirlenmiş ve Tablo 3’de gösterilmiştir. Çalışanların genel örgütsel algıları orta düzeydedir (3,01). En düşük boyut, dağıtımsal adalet algısı olup (2,85), en yüksek boyut ise bilgilendirme adaleti algısıdır (3,16).

Tablo 3: Çalışanların Örgütsel Adalet Algıları

| | DAA | KAA | SAA | BAA | ÖAA |
|--------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Aritmetik Ortalama | 2,8480 | 2,9975 | 3,0462 | 3,1627 | 3,0138 |
| Standart Sapma | 0,94604 | 0,95018 | 0,88455 | 0,95595 | 0,85784 |

Çalışanların Demografik Özellikleri ve Örgütsel Adalet Algıları

Verilerin normal dağılıma uygunluğu, Tek Örneklem Kolmogorov Smirnov Testi kullanılarak belirlendi. Tablonun Assymp.Sig. (Anlamlılık) satırındaki değerlerin istatistiksel anlamlılık hesaplamalarında sınır değeri kabul edilen 0,05'den küçük olduğundan (faktörler normal dağılmadığından) parametrik olmayan test yöntemlerinden Kikare testi kullanılmıştır.

Çalışanların örgütsel adalet algılarının ve boyutlarının (dağıtımsal adalet algısı, kişilerarası adalet algısı, süreçsel adalet algısı ve bilgilendirme adaleti algısı) onların demografik özelliklerine bağlı olarak anlamlı değişip değişmediğini belirlemek için Kikare (Chi-Square) Analizi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 4'de gösterilmiştir.

Tablo 4: Demografik Özellikler ve Örgütsel Adalet Algısı

| | DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER | Cinsiyet | Yaş | Eğitim | Unvan | Gelir | Kıdem |
|------------------------------|------------------------|----------|-------------|--------|-------------|-------------|-------------|
| ÖRGÜTSEL ADALET ALGISI | değer | 71,82 | 304,24 | 443,57 | 226,16 | 351,71 | 392,48 |
| | df | 70 | 280 | 420 | 210 | 280 | 350 |
| | p | 0,42 | 0,15 | 0,21 | 0,21 | 0,00 | 0,06 |
| Dağıtımsal Adalet Algısı | değer | 13,70 | 77,34 | 102,26 | 47,48 | 99,28 | 71,64 |
| | df | 16 | 64 | 96 | 48 | 64 | 80 |
| | p | 0,62 | 0,12 | 0,31 | 0,49 | 0,00 | 0,74 |
| Kişilerarası Adalet Algısı | değer | 22,91 | 92,97 | 87,52 | 36,46 | 84,99 | 79,71 |
| | df | 14 | 56 | 84 | 42 | 56 | 70 |
| | p | 0,06 | 0,00 | 0,38 | 0,71 | 0,01 | 0,20 |
| Süreçsel Adalet Algısı | değer | 26,70 | 128,05 | 152,18 | 66,65 | 102,76 | 110,38 |
| | df | 21 | 84 | 126 | 63 | 84 | 105 |
| | p | 0,18 | 0,00 | 0,06 | 0,35 | 0,08 | 0,34 |
| Bilgilendirme Adaleti Algısı | değer | 17,56 | 85,95 | 99,83 | 71,70 | 97,98 | 120,23 |
| | df | 17 | 68 | 102 | 51 | 68 | 85 |
| | p | 0,42 | 0,07 | 0,54 | 0,03 | 0,01 | 0,01 |

Tablo 4'e göre, çalışanların örgütsel adalet algısı ve boyutlarının cinsiyet, eğitim, medeni durum ve çalışılan bölüm ile anlamlı olarak değişmediği görülmektedir. Çalışmada elde edilen sonuçlar Zhang and Li, (2019) tarafından yapılan cinsiyet, eğitim ve çalışma yılları adalet algısı ile önemli ölçüde ilişkili değildir sonucu ile benzerlik göstermektedir (Zhang and Li, 2019: 565). Benzer şekilde Monged, Raghav and Tantawi'nin (2019) yaptıkları çalışmada da örgütsel adalet türleri ile cinsiyet, mesleki kıdem, yaş ve medeni durum gibi demografik faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır sonucu ile benzerlik göstermektedir. Araştırma sonucumuzla uyumlu olmayan, örgütsel adalet algısının eğitim durumuna göre farklılık gösterdiğini savunan araştırmalar da bulunmaktadır (Yüksekbilgili vd., 2016). Örgütsel adalet türleri ile cinsiyet, eğitim, medeni durum ve çalışılan bölüm gibi demografik faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmadığına ilişkin çalışmalara literatürde daha fazla rastlanmaktadır.

Tablo 4'e göre, çalışanların gelirlerinin genel örgütsel adalet, dağıtımsal adalet, kişilerarası adalet ve bilgilendirme adaleti algıları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır ($p < 0,05$). Bu sonuçlar, Kaya vd.'nin (2016), ücretlerin dağıtımsal adalet, süreçsel adalet ve kişilerarası adalet üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğuna ilişkin bulguları ile benzerlik göstermektedir.

Yapılan çalışmada elde edilen ortalama skorların sırası ile dağıtımsal adalet (2,84), kişilerarası adalet (2,99), süreçsel adalet (3,04), bilgilendirme adaleti (3,16) ve örgütsel adalet algısı (3,01) bulunmuştur. Bu sonuçlar, Monged, Raghav and Tantawi'nin (2019) yaptıkları çalışmada, dağıtımsal adalet (3,46), süreçsel adalet (3,24), kişilerarası adalet (3,58) ve toplam örgütsel adalet (3,34), bulunduğu sonuçlarla uyumludur. Ancak çalışmada dağıtımsal adalet algısının (2,84), kişilerarası adalet algısının (2,99) düşük çıkması, kültürel yapı ile ya da sektör farklılıkları ile ilişkili olabileceği şeklinde değerlendirilmektedir. Nitekim Dai ve Xie (2016) tarafından ifade edildiği gibi, bu konuda yapılan araştırmalarda batılı ülkelerden elde edilen sonuçların doğu ve batı kültürel farklılığından dolayı aynı sonuçlar veremeyeceği, sonuçları aynen uygulamanın hatalı olacağı belirtilmiştir (Dai ve Xie, 2016).

Geliştirilen hipotezlerin durumu Tablo 5'de özet olarak verilmiştir.

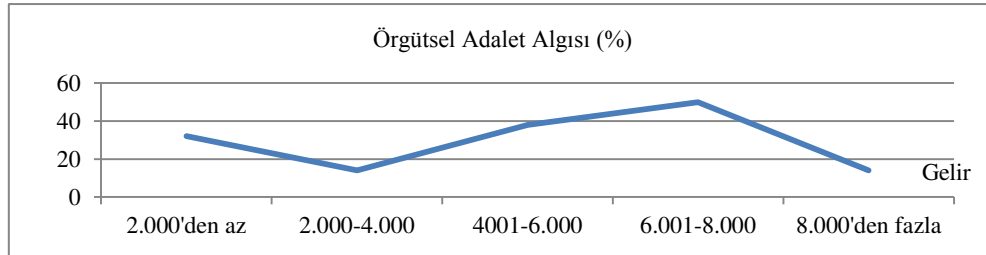
Tablo 5: Geliştirilen Hipotezlerin Durumu

| Hipotez | Değişkenler | Durum | | Hipo- tez | Değişkenler | Durum | |
|---------|---------------|-------|-----|--------------|---------------|-------|-----|
| | | Kabul | Ret | | | Kabul | Ret |
| 1 | ÖA & Cinsiyet | | √ | 16 | KA & Unvan | | √ |
| 2 | ÖA & Yaş | | √ | 17 | KA & Gelir | √ | |
| 3 | ÖA & Eğitim | | √ | 18 | KA & Kıdem | | √ |
| 4 | ÖA & Unvan | | √ | 19 | SA & Cinsiyet | | √ |
| 5 | ÖA & Gelir | √ | | 20 | SA & Yaş | √ | |
| 6 | ÖA & Kıdem | | √ | 21 | SA & Eğitim | | √ |
| 7 | DA & Cinsiyet | | √ | 22 | SA & Unvan | | √ |
| 8 | DA & Yaş | | √ | 23 | SA & Gelir | | √ |
| 9 | DA & Eğitim | | √ | 24 | SA & Kıdem | | √ |
| 10 | DA & Unvan | | √ | 25 | BA & Cinsiyet | | √ |
| 11 | DA & Gelir | √ | | 26 | BA & Yaş | | √ |
| 12 | DA & Kıdem | | √ | 27 | BA & Eğitim | | √ |
| 13 | KA & Cinsiyet | | √ | 28 | BA & Unvan | √ | |
| 14 | KA & Yaş | √ | | 29 | BA & Gelir | √ | |
| 15 | KA & Eğitim | | √ | 30 | BA & Kıdem | √ | |

Kısaltmalar: Örgütsel Adalet (ÖA); Dağıtımsal Adalet (DA); Kişilerarası Adalet (KA); Süreçsel Adalet (SA); Bilgilendirme Adaleti (BA)

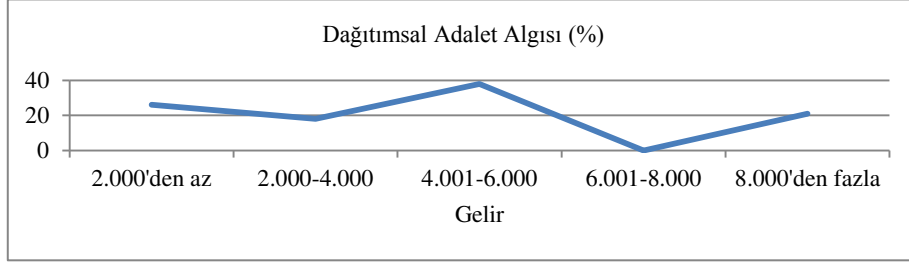
Tablo 5'e göre, çalışanların gelirlerinin onların örgütsel adalet algıları (H₅), dağıtımsal adalet algıları (H₁₁), kişilerarası adalet algıları (H₁₇) ve bilgilendirme adaleti algıları (H₂₉) üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır. Çalışanların yaşlarına bağlı olarak kişilerarası adalet algıları (H₁₄) ve süreçsel adalet algıları (H₂₀) anlamlı olarak değişmektedir. Çalışanların unvanları onların sadece bilgilendirme adaleti algıları (H₂₈) üzerinde etkili iken, kıdem sadece bilgilendirme adaleti algıları (H₃₀) üzerinde etkilidir (p<0,05).

Çapraz tablo analizi ile algı düzeyi 3,41-5,00 (yüksek ve çok yüksek) olanların sayıları ve oranları dikkate alınmış ve Şekil 1 elde edilmiştir. Aylık geliri 2.000 TL'den az olanlarla 8.000 TL'den fazla olanlar istisna tutulduğunda, gelir düzeyi yüksek çalışanların genel olarak örgütsel bağlılık algılarının da yüksek olduğu anlaşılmaktadır. 8.000 TL'den yüksek geliri olanların örgütsel adalet algılarının düşük olması, onların beklentilerinin çok yüksek olması ile açıklanabilir.



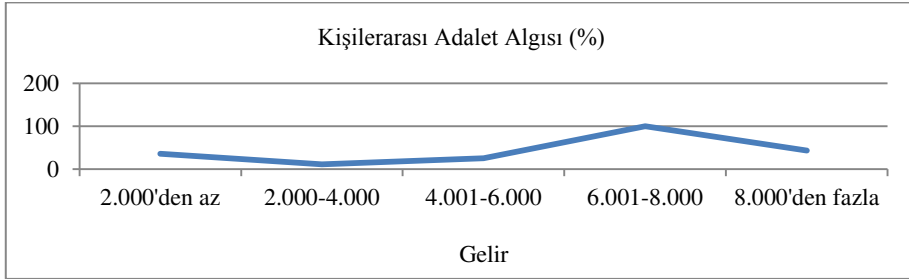
Şekil 1: Gelir ve Örgütsel Adalet Algısı

4.001-6.000 TL gelir düzeyindekilerin dağıtımsal adalet algı düzeylerinin önceki ve sonraki gelir düzeyindekilerden yüksek olması anlamlıdır. Gelir düzeyi yükseldikçe dağıtımsal adalet algılarının da yükseldiği görülmekle beraber, daha yüksek gelir düzeyindekilerde düşmekte; doğrusal değil, eğrisel bir ilişki den bahsedilmektedir (Şekil 2).



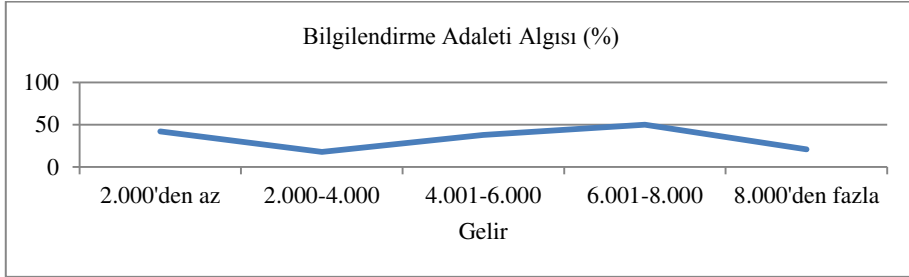
Şekil 2: Gelir ve Dağıtımsal Adalet Algısı

2.000 TL'den az ve 8.000 TL'den yüksek geliri olanlar istisna tutulduğunda, gelir düzeyi arttıkça kişilerarası adalet algılarının da yükseldiği görülmektedir. Gelir düzeyi düşük ve çok yüksek olanlar genel olarak yöneticilerin kendilerine nâzik ve kibar davranmadıklarını düşünmektedirler (Şekil 3).



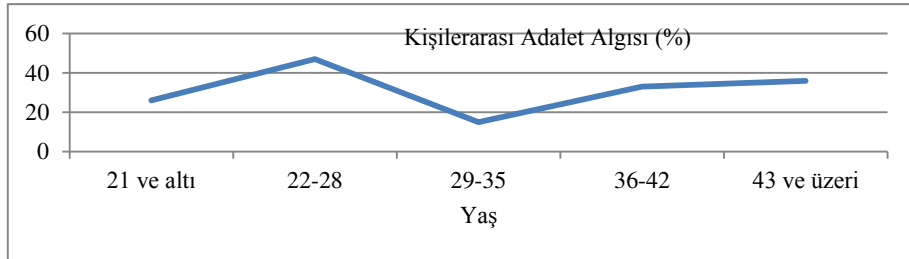
Şekil 3: Gelir ve Kişilerarası Adalet Algısı

Yine, 2.000 TL'den az ve 8.000 TL'den yüksek geliri olanlar istisna tutulduğunda, gelir düzeyi arttıkça bilgilendirme adaleti algılarının da yükseldiği görülmektedir. Gelir düzeyi düşük ve çok yüksek olanlar genel olarak yöneticilerin kendilerini bilgilendirmediklerini düşünmektedirler (Şekil 4).



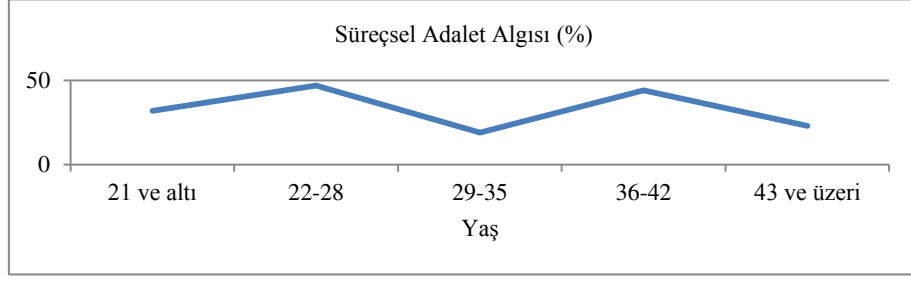
Şekil 4: Gelir ve Bilgilendirme Adaleti Algısı

29-35 yaş grubundakilerin kişilerarası adalet algılarının en düşük olması dikkat çekicidir. Burada da doğrusal değil, eğrisel bir ilişkiden bahsedilebilir (Şekil 5).



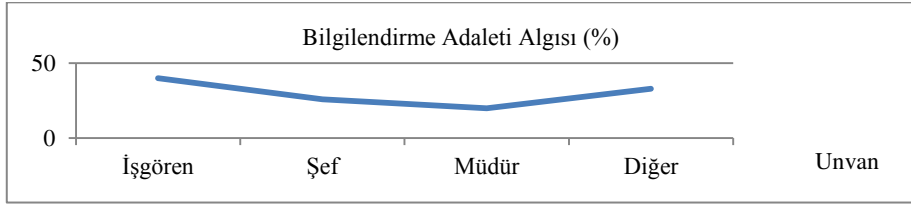
Şekil 5: Yaş ve Kişilerarası Adalet Algısı

29-35 yaş grubundakilerin süreçsel adalet algıları en düşüktür. Burada da doğrusal değil, eğrisel bir ilişkiden bahsedilebilir (Şekil 6).



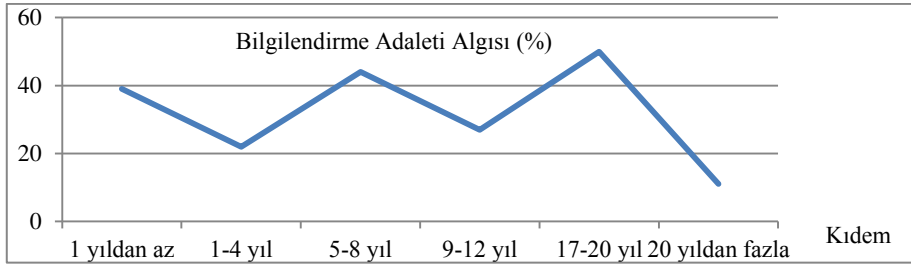
Şekil 6: Yaş ve Süreçsel Adalet Algısı

Yönetim düzeyi yükseldikçe çalışanların bilgilendirme adaleti algıları düşmektedir. Dolayısıyla negatif eğimli bir eğriden bahsetmek mümkündür (Şekil 7).



Şekil 7: Unvan ve Bilgilendirme Adaleti Algısı

En yüksek bilgilendirme adaleti algısı, 17-20 yıl kıdemli olanlardadır. Burada da doğrusal değil, eğrisel bir ilişki söz konusudur (Şekil 8).



Şekil 8: Kıdem ve Bilgilendirme Adaleti Algısı

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde işletme yöneticilerinin en önemli amaçlarından birisi, tüm çalışanların uygulamaları âdil olarak algıladıkları bir iş ortamı oluşturmaktır. Ancak tam anlamıyla çalışanlar için âdil bir iş ortamını sağlamak mümkün olmayabilir. Bu çalışma ile yöneticilerin çok boyutlu bir yapıya sahip olan çalışanların adalet algısının iyileştirilmesine yönelik strateji geliştirmelerine yardımcı olmak ve yöneticilere ve diğer ilgililere örgütsel adalet konusunda farklı bir bakış açısı sağlamak hedeflenmiştir.

Çalışanların genel örgütsel adalet algılarının ve boyutlarının düzeyinin yeterli olmadığı söylenebilir. Yöneticiler belirtilen düzeyleri yükseltmek için somut adımlar atmalıdır. Bunun için, her bir örgütsel adalet boyutunun arzu edilen düzeylere gelmesi için bazı öneriler geliştirilmiştir.

-Çalışanların dağıtımsal adalet algısını yükseltmek için; çalışanların kazançları ile (ücret, prim, ödül, maddî ve manevî tüm kazanımlar) verdikleri çaba, yerine getirdikleri görev, kuruma verdikleri katkı ve performansları arasında bir dengenin kurulmasına özen göstermelidirler. Örgüt içi ve örgüt dışı dengeler dikkate alınmalıdır.

-Çalışanların kişilerarası adalet algısını yükseltmek için; astlarına nazik davranmalı, onurlarını incitmeye özen göstermeli, saygılı davranmalı, uygunsuz söz ve yaklaşımlardan kaçınmalıdırlar.

-Çalışanların süreçsel adalet algısını yükseltmek için; astlarına uygulamalar sırasında görüşlerini ifade etmelerine imkân vermeli, uygulamaların tutarlı, tarafsız, bilgiye dayalı, etik ve ahlâkî standartlara uygun olmasına dikkat etmeli, astların uygulamaların sonucuna itiraz edebilmelerine imkân sağlamalıdırlar.

-Çalışanların bilgilendirme adaleti algısını yükseltmek için; astları ile iletişimlerinde samimi olmaları, prosedürleri açıklamaları, zamanında bilgilendirmeleri ve onların özel ihtiyaçlarını dikkate alarak iletişimde bulunmaları gerekmektedir.

Araştırmadan elde edilen bulgu ve sonuçlara dayalı olarak daha özel olarak şunlar söylenebilir:

-Adalet algısının belki de en zor tarafı, sürekli bu algıyı sürdürmek zorunda olunmasıdır. Bu nedenle adalet algısı işletmelerin sürekli ilgi alanı içerisinde olmalıdır. İşletmelerin örgütsel adaleti kurumsal hafıza bilgisi olarak içselleştirmeleri gerekmektedir.

-Yöneticilerin örgütsel adalet algısını sadece maddî değil maddî olmayan boyutları ile de ilgilenmeleri beklenmektedir.

-Yöneticiler örgütsel işleyişe çalışanların katılımını sağlayacak ve karar vericilerin keyfi karar almalarını önleyici etik ve yasal çerçeve oluşturmalarıdır.

-Karar verici konumundaki yöneticilerin, pozitif örgütsel adalet algısının değerlendirilmesinde çalışanlardan oluşan kalite çalışma grubu oluşturulmasında fayda olacağı düşünülmektedir.

SINIRLILIKLAR VE GELECEK ARAŞTIRMALAR İÇİN ÖNERİLER

Araştırma yapılırken birçok sınırlama vardı. Öncelikle, sadece bir otel işletmesinde çalışanların bir kısmı örnekleme dâhil edilebilmiştir. Bunda Covid-19 ve işletmenin yoğun sezonunda olması en önemli etken olduğu değerlendirilmektedir. Örneklemin sınırlı olması işletme ve yönetici kültürlerinde anlayış farklılıklarından dolayı genel sonuçlar için yanıltıcı sonuçlara neden olabilir. Gerçek durumu daha iyi gösteren sonuçlar için araştırma, farklı sektörlerde daha çok işletmede yapılarak ve daha fazla faktör eklenerek araştırma kapsamı genişletilebilir.

İkincisi, cevap verenlerde sorulan sorulardan kaynaklı kavramlar hakkında anlayış eksikliği olabilir. Ayrıca çalışanların değerlendirmeleri gerçeklerden uzak ve taraflı sonuçlar gösterebilecek algılarına göre ölçülmüştür.

Üçüncüsü, işsizlik oranının yüksek olduğu ortamlarda, yönetimin ankete katılan çalışanlara olumsuz bakmalarını önlemek için çalışanların olumsuzdan daha çok olumlu değerlendirmelerde bulunabilecekleri öngörülmektedir. Bu nedenle çalışanların subjektif bir değerlendirme yapabilecekleri ve kendini kayırma güdüsü ile cevap verebilecekleri değerlendirilmektedir.

Ayrıca literatürde tartışılan yönetim politikalarının ve uygulamaların emek-yoğun özelliği olan turizm sektöründe tam olarak uygulanamaması da sonuçları etkileyebilecek sınırlılık olarak değerlendirilmektedir.

Gelecekte yapılacak araştırmalar farklı sektörleri kapsayacak şekilde genişletilebilir. Algı çalışmalarında çalışmanın yapıldığı kültürün etkileri de dikkate alınmalıdır. Bu nedenle sonuçların genelleştirilmesinde çalışmanın farklı ülkeleri de kapsayacak şekilde genişletilmesi önerilmektedir. Ayrıca gelecekte yapılacak çalışmalar kamu kurumlarında da yapılarak iş güvencesinin adalet algısına etkisi ölçülebilir.

Bu çalışmanın bu alanda yazılacak eserlere esin kaynağı olmasını diliyoruz.

KAYNAKÇA

- Aggarwal, A. vd., (2018). "Examining the Impact of Leader-Member Exchange on Perceptions of Organizational Justice: The Mediating Role of Perceptions of Organizational Politics, Theoretical Economics Letters", 2018, 8.
- Ağca, V., 2005, Denizli Tekstil Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalardaki İç Girişimcilik Yapısı ve Performans İlişkisine Yönelik Bir Araştırma, Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi (yayınlanmamış).
- Altaş, Sabiha Sevinç ve Hülya Gündüz Çekmeceliolu (2015). "Örgütsel Adalet Algısının İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık ve İş Performansı Üzerindeki Etkileri: Okul Öncesi Öğretmenleri Üzerinde Bir Araştırma", İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 29, Sayı: 3, 421-439.
- Au, Al K. C. ve Kwok Leung (2016). "Differentiating the Effects of Informational and Interpersonal Justice in Co-Worker Interactions for Task Accomplishment", Applied Psychology: An International Review, 65 (1), 132-159.
- Azeem vd,(2015). "Impact of Organizational Justice and Psychological Empowerment on Perceived Organizational Performance: The Mediating Role of Organizational Citizenship Behaviour., American Journal of Industrial and Business Management", 5.
- Cihangiroğlu, N, Yılmaz, A . (2010). "Çalışanların Örgütsel Adalet Algısının Örgütler İçin Önemi", Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 10 (19) , 194-213.
- Collins Cobuild English Language Dictionary, Printed and Bound in Great Britain by Harper Collins Manufacturing, Glasgow, 1994.
- Çolak, M. ve Erdost, H.E. (2004). "Organizational Justice: A Review Of The Literature And Some Suggestions For Future Research ", H.Ü. İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 22, Sayı 2, 2004, 51-84.
- Dai, L.T. and Xie, H.X. (2016), "Review and Prospect on Interactional Justice", Open Journal of Social Sciences, 2016, 4, 55-61.
- Deepa, S.M. (2020). "The Effects of Organizational Justice Dimensions on Facets of Job Engagement", International Journal of Organization Theory & Behavior, Vol. 23, No. 4, 2020, 315-336.

- El Shikieri, A. B. ve Musa, H. A. (2012). “Factors Associated with Occupational Stress and Their Effects on Organizational Performance in a Sudanese University”, (<http://www.SciRP.org/journal/ce>), Vol.3, No.1, 134-144.
- Enoksen, E. (2015). “Examining the Dimensionality of Colquitt’s Organizational Justice Scale in A Public Health Sector”, *Psychological Reports: Employment Psychology & Marketing*, 2015, 116, 3, 723-737.
- Erer, B. ve İraz, R. (2018). “Algılanan Örgütsel Adaletin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkisi: Hemşirelere Yönelik Bir Araştırma”, *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2018, 47-51.
- Frías-Armenta, M., López-Escobar, A. E., & Silveira, G. J. (2016). Procedural & Distributive Justice and Amenability to Psychological Treatment in Juvenile Delinquents. *Advances in Applied Sociology*, 6, 57-66. <http://dx.doi.org/10.4236/aasoci.2016.62006>
- Gürbüz, S. ve Şahin, F., (2018), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, 5. B., Ankara. <http://spssistatistik.net/2018/05/10/spss-analiz-rehberi> sitesinden alınmıştır.İ.T.16.06.2022.
- Hurst, C., Scherer, L. ve Allen, J. (2017). “Distributive Justice for Volunteers”, *Nonprofit Management&Leadership*, Vol. 27, No. 3, Spring 2017, 411-421.
- İçerli, L. (2010).”Örgütsel Adalet: Kuramsal Bir Yaklaşım”, *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, 5(1): 67-88.
- İmamoğlu, S. Z., İnce, H., Türkcan, H. Ve Atakay, B. (2019). “The Effect of Organizational Justice and Organizational Commitment on Knowledge Sharing and Firm Performance”, *Procedia Computer Science* 158, 899-906.
- İplik, F. N. (2009). “Algılanan Örgütsel Adaletin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Süpermarket Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma: Adana İli Örneği” *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 25, Aralık 2009, 107-118).
- Jašková, I. (2015). “Organizational Justice, Employee Motivation and Performance”, *Proceedings of the European Conference on Management, Leadership & Governance*, 2015, 560-568.
- Kaya, N., Aydın, S. and Ayhan, O. (2016). The Effects of Organizational Politics on Perceived Organizational Justice and Intention to Leave. *American Journal of Industrial and Business Management*, 6, 249-258. <http://dx.doi.org/10.4236/ajibm.2016.63022>
- Kılıç, S., ve Toker, K. (2020). “Örgütsel Adalet ile Örgütsel Sinizm Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, *Journal of Yasar University*, 15/58, 288-303.
- Liu, M. J., Xie, Z. L., (2020). The Impact of High-Performance Work System on New Generation Employees’ Turnover Intention:Psychological Capital as Mediator and Perceived Organizational Support as Moderator”, *American Journal of Industrial and Business Management*, February.
- Mahoney, K. T. (2013). “Equity Theory at 50”, *The Industrial Organizational Psychologist*, October 2013, Volume 51 Issue 2, 158-161.
- Monged, T.M. vd.(2019). “The Effect of Demographic Factors on Organizational Justice and Intention to Leave in the Private Higher Education Sector in Egypt”, *Open Access Library Journal Online*.
- Nawaz, K. vd.(2018). “Impact of Organizational Justice on Engineering Workers Job Satisfaction (a Research on 100 Engineering Workers Are Working in Department of Electrical at Al-Arabia Sugar Mill, Noon Sugar Mill and Shakarganj Sugar Mill Manufacturing Plants in Sugar Industry of Pakistan)”, *American Journal of Industrial and Business Management*.
- Nadiri, H. ve Tanova, C. (2010). “An Investigation of The Role of Justice in Turnover Intentions, Job Satisfaction, and Organizational Citizenship Behavior in Hospitality Industry”, *International Journal of Hospitality Management* 29, 33-41.
- Ölçer, F. (2015). “The Investigation of the Relationship Between Organizational Justice and Turnover Intention: The Mediating Role of Organizational Commitment”, *Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research*, 1-20.
- Özer, G. ve Günlük, M.(2010). “Örgütsel Adaletin Muhasebecilerin İş Memnuniyeti ve İşten Ayrılma Eğilimine Etkisi”, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2).
- San, İ.(2017). “Örgütsel Adalet İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Ampirik Bir Çalışma”, *İstanbul Ticaret Üni., Sos. Bil. Enstitüsü, Y. Lisans Tezi*, İstanbul.
- Sokhanvar, M., Hasanpoor, E., Hajjhashemi, S. ve Kakemam, E. (2016). “The Relationship between Organizational Justice and Turnover Intention: A Survey on Hospital Nurses”, *Patient Safety and Quality Improvement Journal*, 358-362.
- Srivastava, U. R. (2015). “Multiple Dimensions of Organizational Justice and Work-Related Outcomes among Health-Care Professionals”, *American Journal of Industrial and Business Management*.
- Süt, N. (2011). “Klinik Araştırmalarda Örneklem Sayısının Belirlenmesi ve Güç (Power) Analizi”, *RAED Dergisi*, 3(1-2).

- Şahin, R. ve Kavas, E. (2016). “Örgütsel Adalet İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Belirlenmesinde Öğretmenlere Yönelik Bir Araştırma: Bayat Örneği”, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Yıl: 2016, Cilt: 7, Sayı: 14, Isparta
- Şevgin, H ve Çetin, B. (2017). “Eğitim Araştırmalarında Güç Analizi ve Bir Uygulama”, YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi (YYU Journal Of Education Faculty), 2017; 14(1), 1462-1480.
- Titrek, O. (2009). “Okul türüne göre okullardaki örgütsel adalet düzeyi”. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, Cilt: 6:2.
- Usta, I., Karalar, S. ve Demiralay, T. (2019). “Örgütsel Adalet Algısı ve Örgütlerde İntikam Niyeti Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.9, S.2, 535-557.
- Yüksekbilgili, Z., Akduman, G. ve Hatipoğlu, Z. (2016). “Eğitim Düzeyine Göre Örgütsel Adalet Algısı”, The Journal of Academic Social Science Yıl: 4, Sayı: 32, Kasım.
- Wan, Q., Zhou, W., Li, Z. ve Shang, S. (2018). “Associations of Organizational Justice and Job Characteristics with Work Engagement Among Nurses in Hospitals in China”, Wiley Research in Nursing&Health, wileyonlinelibrary.com/journal/nur, 555-562.
- Wei, X., Hisrich, R.D. ve Peng, X. (2020). “Chinese Employees’ Psychological Empowerment and Voice Behavior: Organizational Justice as a Moderator”, Social Behavior and Personality, Vol.48, Issue 6, 1-12.
- Wu, S.Q. and Xiao, J. (2014). “Organizational Justice as Mediator of the Discretionary Human Resource Practice-Organizational Citizenship Behavior Relationship: Evidence from Enterprises in China”, Journal of Human Resource and Sustainability Studies, 2, 173-181.
- Zeng, Z. ve Ye, M.,(2016). “The Influence of Organizational Justice on Employees Compulsory Citizenship Behavior: The Mediation Effect of Psychological Security”, Open Journal of Social Sciences.

Ek 1: ÖRGÜTSEL ADALET ALGISI ÖLÇEĞİ

| | |
|--|------------------------------|
| 1) Kazançlarım işime verdiğim çabayı yansıtır 2) Kazançlarım tamamladığım işime uygundur 3) Kazançlarım kuruma olan katkımı yansıtır 4) Kazançlarım performansımın hakkıdır | Dağıtım Adalet Algısı |
| 5) Amirim bana nazik davranır 6) Amirim onurumu incitmez 7) Amirim bana saygılı davranır 8) Amirim uygunsuz söz ve yorumlardan sakınır | Kişilerarası Adalet Algısı |
| 9) Uygulamalarda görüşlerimi ifade edebilirim 10) Uygulamalarla ulaşılan sonuç üzerinde etkim olur 11) Uygulamalar tutarlı bir şekilde yapılır 12) Uygulamalar tarafsızdır 13) Uygulamalar kesin bilgiye dayanır 14) Uygulamaların sonucuna itiraz edebilirim 15) Uygulamalar etik ve ahlâkî standartlara uygundur | Süreçsel Adalet Algısı |
| 16) Amirim benimle iletişimde samimidir 17) Amirim prosedürleri ayrıntılı bir şekilde açıklar 18) Amirim prosedürler hakkında mantıklı açıklamalar yapar 19) Amirim ayrıntıları zamanında iletir 20) Amirim bireyin özel ihtiyaçlarına göre iletişimde bulunur | Bilgilendirme Adaleti Algısı |

Geliş Tarihi: 18/04/2022

Kabul Tarihi: 16/05/2022

DÜNYADA YAĞ GÜLÜ PİYASASI VE TÜRKİYE'NİN ROLÜ¹

Orhan Orçun BITRAK***Selim Adem HATIRLI****

ÖZET

Kozmetik sektörü insanlığın varoluşundan beri sürekli gelişmekte ve katma değeri yüksek olan imalat sanayi kollarından birisidir. Kozmetik sektörünün önde gelen firmaları Avrupa'da yer almakla birlikte bu şirketler dünyada yüksek ihracat hacmine sahiptir. Kozmetik ve parfümeri sektöründe kullanılan en değerli girdilerden bir tanesi de içerisinde barındırdığı yüksek koku bileşenlerinden dolayı dünyadaki en pahalı uçucu yağlardan birisi olan gül yağıdır. Bu çalışmanın temel amacı kozmetik sektörü için büyük önem taşıyan gül ve gülden elde edilen uçucu yağların dünyadaki üretim ve ticaret yapısının ele alınmasıdır. Bu amaçla çalışma, dünya gül ürünleri talebinin yaklaşık %90'ını karşılıyor olması nedeniyle, Türkiye ve Bulgaristan kapsamında, ulusal ve uluslararası istatistiksel veriler, sektör raporları ve konu ile ilgili yapılan mevcut araştırmalardan yararlanılarak yapılmıştır. 2016-2020 yılları arasında, gül ürünleri ortalama ihracat hacmi Türkiye'de 12,6 milyon Euro olarak gerçekleşirken, Bulgaristan'da ise 17,5 milyon Euro olarak gerçekleşmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, dünya gül ürünleri sektöründeki en önemli sorunların yüksek maliyetler, fiyat dalgalanmaları ve dünya talebi olduğu tespit edilmiştir. Nitekim 2016 yılından 2020 yılına gelindiğinde, gül ürünleri ihracat gelirleri Türkiye'de yaklaşık %42 oranında, Bulgaristan'da ise %76 oranında azalmıştır. Gül yağı ihracat fiyatları ise, 2016 yılından 2019 yılına gelindiğinde, Türkiye'de yaklaşık %51 oranında azalırken Bulgaristan'da ise %33 oranında azalmıştır. Bu durum dünya gül ürünleri piyasasının geleceğine ilişkin birtakım önlemlerin alınması gerektiğini göstermektedir. Buna ek olarak, Türkiye'nin gül ürünleri sektöründe önde gelen ülkelerden birisi olmasına rağmen ihracatın nihai ürün olarak yapılmaması, ihracat gelirlerini sınırlandırmaktadır. Türkiye'nin daralan dünya talebi ve fiyat dalgalanmalarına karşı alacağı önlemlerin yanı sıra sektörde katma değerli üretim yaparak kozmetik ve parfümeri alanına ağırlık vermesi, mevcut ihracat gelirlerini arttıracaktır.

Anahtar Kelimeler: Yağ Gülü, Gül Ürünleri, Gül Yağı, İhracat-İthalat, Kozmetik Sektörü.

OIL ROSE MARKET IN THE WORLD AND ROLE OF TURKEY

ABSTRACT

Cosmetics sector has been one of the manufacturing industry branches with high added-value and constant development since the existence of humankind. Leading companies of the cosmetics sector take place in Europe, with a significant export volume. One highly valuable input of the cosmetics and perfumery industries is the rose oil, considered to be one of the most expensive essential oils in the world due to high fragrance components. The main goal of this study is to focus on oil rose, which carries great importance for cosmetics sector, as well as the global production and trade of the essential oils obtained from rose. To that end, the study has been conducted with, on account of supply nearly 90% of the global rose products demand, within the scope of Turkey and Bulgaria, national and international data, sectoral reports along with present studies in the field. Average export volume of rose products between the years of 2016 and 2020 were as 12.6 million Euros for Turkey, and 17.5 million Euros for Bulgaria. In accordance with results of the study, the most major problems in the global rose products sector were determined to be high costs, price fluctuations as well as global demand. Thus, from 2016 to 2020, the rose oil exports income of Turkey and Bulgaria reduced by 42% and 76% respectively. For the prices of rose oil export from 2016 to 2019, the rates lowered by around 51% for Turkey and 33% for Bulgaria. This indicates the necessity of taking certain precautions regarding the future of rose product market. In addition, although Turkey is one of the leading countries in the rose product market, the fact that exports are not made as a final product makes export revenues limited. Alongside the measures will take against the price fluctuations and the narrowing global demand, supplementing the cosmetics and perfumery industry by making added-value productions will increase the present export income in response to narrowing global demand.

Keywords: Oil Rose, Rose Products, Rose Oil, Export-Import, Cosmetics Sector.

¹ Bu makale, Orhan Orçun BITRAK'ın Süleyman Demirel Üniversitesi SBE İktisat Anabilim Dalında Prof. Dr. Selim Adem HATIRLI danışmanlığında yürütülmemekte olan "Yağ Gülü Yetiştiriciliği Yapan İşletmelerin Etkinlik Analizi" adlı doktora tez çalışmasının bir kısmından üretilmiştir.

* Doktora öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, SBE, İktisat Anabilim Dalı, bitrak.orcun@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5648-4161

** Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, selimhatirli@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9632-3071

GİRİŞ

Parfümeri ve kozmetik sektörünün en önemli hammaddelerinden birisi olan gül yağı, dünyadaki uçucu yağ sektöründe çok önemli bir yere sahiptir. Dünyada gül yağı üretiminde, ticari amaçla kullanılan birçok gül çeşidi bulunmaktadır. Bunlar; “Rosa damascena Mill”, “Rosa gallica L.”, “Rosa alba L.”, “Rosa centifolia L.”, Rosa moschata Herrm” ve “Rosa rugosa L.” olarak sıralanabilir. Bu gül çiçeği türlerinden en fazla gül yağı elde edilebilen ve içerisindeki yüksek kaliteli koku bileşenlerinden dolayı en kokulu olanı Rosa damascena Mill, ekonomik değeri en yüksek gül çiçeğidir. Rosa damascena Mill aynı zamanda, “Isparta gülü”, “Kazanlık gülü”, “Şam gülü”, “Pembe yağ gülü” veya sadece “Yağ Gülü” olarak anılmaktadır (Timor, 2011; 93-94).

Yağlık gül çiçeğinden önceleri sadece gül yağı ve gül suyu üretilirken günümüzde 40’tan fazla gül ürünü elde edilebilmektedir. Gül çiçeğinden elde edilen yağ, kozmetik ve parfümeri sektörünün yanı sıra gıda, temizlik ve sağlık sektöründe de kullanılmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020; 3). Koku bileşenleri açısından çok yüksek bir frekansa sahip olan ve yağ gülünden elde edilen (Gökdoğan, 10; 2011) gül yağı dünya uçucu yağ piyasasındaki en değerli ve en pahalı uçucu yağlardan birisidir (Oktavianawati vd., 2019; 67).

Dünyada yılda ortalama 15-16 bin ton yağ gülü üretilmektedir. Dünya yağ gülü üretiminin yaklaşık %90’lık bir kısmı Türkiye ve Bulgaristan tarafından gerçekleştirilmektedir. Bunun yanı sıra, Fas, İran, Afganistan, Hindistan, Çin, Kafkas ülkeleri, Arabistan ve Kuzey blok ülkelerinde kısmi olarak yağ gülü üretimi yapılmaktadır. Bu ülkeler dünya talebinin en fazla %10’luk kısmını karşılamakta olup, bu ülkelerin üretim miktarı tam olarak bilinmemektedir. Çin’de ise yılda, yaklaşık olarak 6-7 bin ton dolaylarında “Rosa Chinensis” olarak anılan gül çiçeği türünün üretimi yapılmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020; 3-4).

Literatürde konuya ilişkin teknik ve ekonomik perspektifte yapılan birçok çalışma bulunmaktadır. Konuya ilişkin teknik araştırmalarda başlıca, gül yağının verimini artırıcı yeni yöntemler (Kıncı, 2005), yağ gülü ve gül yağı üretiminde mekanizasyon uygulamaları (Gökdoğan, 2011), yağ gülünün uçucu yağ içeriği (Oktavianawati vd., 2019), organik ve konvansiyonel yağ gülünün koku kalitesi (Baydar ve Gökürk Baydar, 2010), yağ gülü tarımı ve işlenmesi (Baydar, 2015) konularına yoğunlaşıldığı görülmektedir. Konuyu ekonomik yönden ele alan çalışmalarda ise, gül yetiştiriciliğinin ve işleyiciliğinin maliyet ve karlılığı (Singh ve Singh, 2001; Demircan, 2005; Giray ve Örmeci Kart, 2012; Aslanca Ateş ve Toprak, 2018), Türkiye’de yağ gülü yetiştiriciliğinin ekonomik yapısı (Öztürk vd., 2008; Gökdoğan ve Demir, 2011) ve Bulgaristan’da gül yağı sanayinin yapısı (Georgiev, 2016), Isparta gülünün Türkiye ekonomisindeki yeri (Gökdoğan, 2013), organik gül yetiştiriciliğini etkileyen sosyo-ekonomik faktörler (Chalova vd., 2017) ve Türkiye yağ gülü sektörünün sorunları (Dağlı, 2019) konularında çalışmalar yapılmıştır.

Literatürde dünyada yağ gülü yetiştiriciliği konusunda yapılan bazı çalışmalar (Timor, 2011) bulunmakla birlikte güncel olarak, Türkiye ve Bulgaristan’ın üretim ve ticaret yapısının detaylı olarak ele alındığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bununla birlikte yapılan çalışmalar konuyu farklı açılardan ele alsa da karmaşık bir yapıya sahip olan yağ gülü sektörüne yönelik, literatüre katkı sağlayacak araştırmalara ihtiyaç bulunmaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, dünyada kozmetik ve parfümeri sektörü için önemli bir girdi konumunda olan yağ gülünün dünya ticaretindeki yerini ve gelişimini iktisadi bir bakış açısıyla ortaya koymaktır. Bu amaçla Türkiye ve Bulgaristan dünya yağ gülü üretim ve ticaretinin yaklaşık %90 gibi önemli bir kısmını karşılaması ve bu ülkelerin dünya ticaretindeki önemi nedeniyle, bu çalışmada dünya yağ gülü piyasasındaki gelişmelerde özellikle bu iki ülkeye odaklanılmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçların, politika uygulayıcılara, sektörde faaliyet gösteren firmalara ve gelecekte konu ile ilgili yapılacak araştırmalara katkı sağlaması beklenmektedir.

DÜNYADA YAĞ GÜLÜ VE YAĞ GÜLÜNDEN ELDE EDİLENÜRÜNLERİN ÜRETİM YAPISI

Yağ gülünün kökeni hakkında farklı görüşler bulunmaktadır. Bu bitkinin ilk olarak İran ve Hindistan’da üretildiği ve daha sonra Anadolu, Avrupa ve Kuzey Afrika üzerinden İspanya’ya kadar ulaştığı tahmin edilmektedir. Başka bir görüş ise, Haçlıların Şam’dan Güney Fransa’ya kadar taşıdığı yönündedir (Timor, 2011; 96). Günümüzde ise, dünyada yağ gülünün ana üretim merkezleri, bu türün asıl menşei yerinden farklı olarak Türkiye ve Bulgaristan’dır. Yağlık gül ilk olarak 16. yüzyılda Bulgaristan (Georgiev, 2016; 3) ve bundan üç yüz yıl sonra Türkiye’de popüler hale gelmiştir (Widrechner, 1981; 43).

Türkiye’de Isparta bölgesinde gül yetiştiriciliği sayesinde yaklaşık 10.000 aile geçimini sağlamak ve ülkedeki yağ gülü üretiminin %80’lik kısmı bu bölgede gerçekleştirilmektedir. Üretimin geri kalan kısmı, Burdur, Afyon ve Denizli illerinin belirli bölgelerinde gerçekleşmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020; 4-12). Bulgaristan’da ise yağ gülü üretimi, “Güller Vadisi” olarak bilinen Kazanlık bölgesinde yoğunlaşmış olup, bu bölgede yaşayan insanların ana gelir kaynağını oluşturmaktadır. Bulgaristan’da Kazanlık Vadisi dışında ayrıca, Stara Zagora, Nova Zagora, Karlova, Plovdiv ve Chirpan gibi yerleşim yerlerinde de gül tarımı yapılmaktadır (Timor, 2011; 96).

Yağ gülünün (*Rosa damascena* Mill türü) dünyada, %90'lık bir pay ile en yoğun biçimde üretildiği ülkeler Türkiye ve Bulgaristan'dır. Bunun yanı sıra, üretim miktarı verisine ulaşamamakla birlikte İran, Pakistan, Hindistan, Arabistan, Lübnan, Suriye, Fas, Fransa ve son yıllarda Afganistan ve Etiyopya gibi ülkelerde gül tarımı yapıldığı bilinmektedir. Bu ülkeler, dünya gül çiçeği üretiminin küçük bir kısmını gerçekleştirmekte olup, bu ülkelerdeki ekili alan 120 ile 18000 dekar arası değişmektedir (BAKA, 2020; 29-31). Çin ise yılda ortalama olarak 6000-7000 ton civarında "Rosa Chinensis" türündeki gül çiçeğinin üretimini yapmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020; 4).

Dünya yağ gülü piyasasının neredeyse tamamını elinde tutarak pazarda lider ülke konumunda olan Türkiye ve Bulgaristan'ın 2015-2019 yıllarına ilişkin yağlık gül çiçeği üretim ve alan bilgisi Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Dünyada Gül Çiçeği Ekili Alanı, Üretimi ve Verimi (2015-2019)

| Yıllar | Türkiye | | | Bulgaristan | | |
|--------|--------------------|-----------------|-------------------|--------------------|-----------------|-------------------|
| | Ekili Alan (Ha) | Üretim (Ton) | Verim (Ton/Ha) | Ekili Alan (Ha) | Üretim (Ton) | Verim (Ton/Ha) |
| 2015 | 2842 | 9483 | 3336 | 3708 | 8487 | 2288 |
| 2016 | 2975 | 12267 | 4123 | 3580 | 8915 | 2490 |
| 2017 | 3327 | 13372 | 4019 | 4189 | 12756 | 3045 |
| 2018 | 3420 | 14773 | 4319 | 4279 | 14483 | 3384 |
| 2019 | 3845 | 16560 | 4306 | 4563 | 13306 | 2916 |

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020; 5-6; Ministerstvo Na Zemedelieto, Khranite i Gorite (MZH), 2020; 20-21)

Gül çiçeği dikili alan ve üretim miktarında, Türkiye'de yıllar itibariyle artışların söz konusu olduğu, Bulgaristan'da ise hafif de olsa dalgalı bir seyir izlediği ancak genel olarak artışlar yaşandığı görülmektedir. 2015-2019 yılları arasındaki üretim miktarları incelendiğinde, Türkiye'de gül çiçeği üretimi yaklaşık %74, Bulgaristan'da yaklaşık %56 oranında artış göstermiştir. Ayrıca genel olarak bakıldığında, Bulgaristan'daki ekili alanların Türkiye'ye göre nispeten daha geniş hektarda olmasına rağmen Türkiye'nin daha yüksek verime sahip olması nedeniyle gül çiçeği üretiminin Bulgaristan'a nazaran daha yüksek miktarda seyretmesi dikkat çekmektedir (Tablo 1). Bunun nedeni olarak, gül çiçeğinin mevsimsel koşullardan etkilenmesi ve ürün fiyatları gösterilebilir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020; 11). Ele alınan iki ülkedeki üretim ve verim farklılığının bir diğer sebebi olarak, söz konusu iki ülkenin gül çiçeği dikim metodlarındaki farklılıklar gösterilebilir (Baydar, 2015; 3).

Bununla birlikte üretilen gül miktarının yanında, gülden elde edilen yağın koku bileşenleri ve kalitesi de önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim Bulgaristan yağ gülü yetiştiriciliğinde miktar olarak Türkiye'nin gerisinde olmasına rağmen üretilen gül yağındaki koku ve dayanıklılık bileşenlerinin Türk gül yağına göre %30 daha fazla olması nedeniyle dünya gül yağı piyasasında lider ülke konumundadır (Bozhkov, 2021; 18).

Yağ gülü piyasasındaki önemli faktörlerden bir tanesi de gül çiçeği alım fiyatlarıdır. Türkiye'de Gülbirlik kooperatifi, yağ gülü fiyatlarında belirleyici bir konumda olmakla birlikte Gülbirlik dışındaki özel firmalar da bu fiyatları baz almaktadırlar. Gül çiçeği alım fiyatları, gül çiçeğinin yetiştirildiği yer ve kalitesine bağlı olarak değişmektedir. Ancak genel olarak, özel firmalar, Gülbirlik alım fiyatlarına yaklaşık olarak %10-15 kadar bir fark ödemektedir. Bu firmalar toplam rekoltenin yaklaşık olarak %75-80'ini satın almaktadır. Bulgaristan'da ise gül çiçeği alım fiyatlarında tek fiyat uygulaması olmadığından fiyatlar sezon boyunca dalgalanmaktadır. Gül çiçeğinin dünya fiyatı ise 2019 yılında 1,10 dolar/kg seviyesinde gerçekleşmiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020; 9-10).

2019 yılında, gerek Türkiye gerekse Bulgaristan'daki gül çiçeği alım fiyatlarının dünya gül çiçeği fiyatının üzerinde seyrettiği belirlenmiştir (Tablo 2). Tabloya genel olarak bakıldığında, söz konusu yıllarda, Türkiye'deki gül çiçeği alım fiyatlarının Bulgaristan fiyatlarının kısmen üzerinde seyrettiği görülmektedir. Her iki ülkede, gül çiçeği alım fiyatları 2016 yılına kadar yükselmiş ve 2017'de daralan dünya talebi ile sürekli bir düşüş eğilimine girmiştir (Yalçın Hackman, 2019; 85). Özellikle Bulgaristan'da gül çiçeği alım fiyatlarına bağlı sorunların Covid-19 salgını izleyen dönemlerde daha da ağırlaştığı görülmektedir. Düşen gül çiçeği fiyatlarından dolayı, gül hasadı yapacak işçi bulma sıkıntısı yaşandığı ve gül yetiştiricilerinin mevcut tarlalarını terk ettiği gözlemlenmiştir. Bu durumun devam etmesi halinde, Bulgaristan'da gülden elde edilen yağın, üretim ve kalitesinde azalma riski yaşanacağı öngörülmektedir (<https://bnr.bg/tr/post/101472596>, Erişim Tarihi: 18.11.2021).

Tablo2: Dünyada Gül Çiçeği Fiyatları (Usd/Kg)*

| Yıllar | Türkiye | Bulgaristan |
|--------|---------|-------------|
| 2011 | 1,34 | 1,21-1,28 |
| 2015 | 2,29 | 2,10-2,15 |
| 2016 | 2,53 | 2,66-2,83 |
| 2017 | 2,38 | 2,19-2,30 |
| 2018 | 1,90 | 1,51-1,81 |
| 2019 | 1,35 | 1,37-1,49 |

*Worldbank tarafından yayımlanan, yıllık ortalama USD/TL ve USD/LV kurlarından yararlanılarak hesaplanmıştır.

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020; 9-10; Bozhkov, 2021; 19)

Gül çiçeği doğrudan tüketilen bir ürün olmamakla birlikte gülün işlenmesiyle elde edilen ürünlerin tüketimi söz konusudur. Gül çiçeğinden gül yağı ve gül konkriti olmak üzere iki ana ürün, yan ürün olarak da gül suyu elde edilmektedir (Bektaşoğlu, 2006; 2; Örmeci Kart vd., 2012; 127). Gül yağı, doğal karıştırıcı özelliği göstermekte olup diğer koku maddelerini birleştirme özelliği taşımaktadır (Öztürk vd., 2008; 375). Bununla birlikte katı gül yağı olarak bilinen gül konkritinden elde edilen absolüt, parfümeri sanayinin en önemli hammaddelerinden birisini oluşturmaktadır (Örmeci Kart vd., 2012; 125). Dünyada üretilen kadın parfümlerinin yaklaşık %98’inde, erkek parfümlerinin ise yaklaşık %46’sında, gül esansı kullanılmaktadır (Örmeci Kart, 2012; 127; Aslanca Ateş ve Toprak, 2018; 320). Gül çiçeğinden elde edilen yağın parfümeri sektöründe koku verici ve koku kalıcılığını sağlayan bir hammadde olarak kullanılmasının yanında, likör, şekerlik, sakız, jöle ve pudinglerde, diş macunlarında, sabun ve deterjanlarda koku verici, tıpta antiseptik, tütüne koku ve lezzet kazandırıcı bir hammadde olarak kullanılmaktadır (Kıncı, 2005; 5; Gökdoğan, 2011; 10; Örmeci Kart vd., 2012; 125). Ayrıca gül yağı, parfümeri sektörü dışında gül kremi, gül losyonu gibi çeşitli kozmetik alanlarında da kullanılmaktadır (Dağlı, 2019; 11).

Gül yağı elde etme işlemi, geleneksel yöntemler kullanılarak köylerde imbik yöntemiyle veya fabrikalarda endüstriyel distilasyon tekniğiyle yapılabilmektedir. Fabrika tipi distilasyon ve köy tipi imbik işlemleri arasında hem yöntem olarak hem de kalite ve miktar açısından belirgin farklılıklar bulunmaktadır. Ancak her iki usulde de damıtma işlemi sonrasında gül yağının altında biriken aromatik su, gül suyu olarak değerlendirilmektedir. Bunun yanı sıra katı gül yağı olarak bilinen gül konkriti ve gül konkritinden elde edilen absolüt üretimi modern fabrikalarda ekstraksiyon yöntemi ile yapılmaktadır (Baydar, 2015; 7-8). Gül yağı üretiminde, maliyetin en önemli kısmını yaklaşık %75’lik bir oran ile gül çiçeği oluşturmaktadır. Mevsimsel koşullara bağlı olarak değişmekle birlikte, 1 kg gül yağı elde edebilmek için genel olarak 3500 kg gül çiçeği, 1 kg gül konkriti elde edebilmek için 350 kg gül çiçeği işlenmektedir (Bektaşoğlu, 2006; 2). 1 kg gül absolütü elde edilebilmesi için ise yaklaşık 1,25 kg gül konkriti kullanılmaktadır (Aslanca Ateş ve Toprak, 2018; 321).

DÜNYADA GÜL ÜRÜNLERİNİN TİCARETİ

Dünyada gül yağı üretimi yılda yaklaşık 4500 ton (Al Dirani, 2016; 35), gül yağı tüketimi yılda ortalama olarak 3000-4500 kg (Kovacheva vd., 2010; 1795), gül konkriti tüketimi ise yılda ortalama 15 ton (Hocaoğlu ve Çakmakçioğlu, 2016; 3800) civarında olup, üretilen gül yağı ve gül konkriti genel olarak büyük kozmetik ve parfümeri şirketleri tarafından satın alınmaktadır (Kovacheva vd., 2010; 1795). Gül yağı üretiminin nispeten tüketime göre daha fazla olması üreticilerin ellerinde stok kalmasına ve fiyatlarda sürekli bir dalgalanmanın ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Al Dirani, 2016; 35).

1930’lu yıllara kadar dünyanın gül yağı ihtiyacının %80’i Bulgaristan tarafından karşılanırken (Bozhlov, 2020; 17) günümüzde dünya gül yağı ihtiyacının yaklaşık %80-90’ı Türkiye ve Bulgaristan tarafından karşılanmakta ve gerek Bulgaristan (Kovacheva vd., 2010; 1795), gerekse Türkiye ünlü kozmetik markalarının tedarikçisi konumundadır (Hocaoğlu ve Çakmakçioğlu, 2016; 3800). Dünya gül yağı ve gül konkriti ihtiyacının küçük bir kısmı ise Fas, İran, Meksika, Fransa, İtalya, Lübnan, Hindistan, Rusya ve Çin tarafından karşılanmaktadır. Ayrıca Afganistan, Suudi Arabistan ve Mısır gibi ülkeler, son zamanlarda gül ürünleri piyasasında faaliyet göstermeye başlamıştır (Kovacheva vd., 2010; 1795).

Dünya gül yağı ihracatının neredeyse tamamını karşılayan Türkiye ve Bulgaristan’ın yıllık ortalama gül yağı üretimi 3 ton civarındadır. Dünya gül yağı ihtiyacının küçük bir kısmını karşılayan ülkelere olan Hindistan’da yılda ortalama 100 kg, Arabistan’da yılda ortalama 75 kg, Etiyopya’da yılda ortalama 5 kg, Afganistan’da ise yılda ortalama 120 kg kadar gül yağı üretimi yapılmaktadır (BAKA, 2020; 28-31).

2016-2020 yıllarına ilişkin, gülden elde edilen ürünlerin dış ticareti değerlendirildiğinde, Bulgaristan'ın ihracat miktarı açısından 2020 dışında, ihracat geliri açısından ise 2019 ve 2020 yılları dışında Türkiye'ye nazaran daha yüksek ihracat hacmine sahip olduğu göze çarpmaktadır (Tablo 3). Bu durum, sektörün Türkiye'deki verimliliği ve dış ticaretine ilişkin sorunların var olup olmadığının nedenleriyle ortaya koyulmasını gerektirmektedir. Nitekim 2016-2019 yılları arasında Türkiye'nin gül ürünleri üretim miktarı ihracat miktarının çok üzerinde seyretmiştir. 2019 yılında, Türkiye'de, gülden elde edilen tüm uçucu yağların üretim miktarı toplamda 20900 kg olarak gerçekleşirken (BAKA, 2020; 27) ihracat miktarının 8624 kg olarak gerçekleşmesi bu duruma dikkat çekmektedir. 2020 yılına gelindiğinde ise Türkiye'nin üretim miktarı yaklaşık 18000 kg olarak (BAKA, 2020; 27), ihracat miktarı ise 47923 kg olarak gerçekleşerek söz konusu durum toparlanmaya başlamıştır. Bunların yanında Türkiye ve Bulgaristan'ın ihracat gelirleri değerlendirildiğinde, her iki ülkede de, 2016 yılından sonra yaşanan talep daralmasıyla birlikte, ihracat gelirlerinin yıldan yıla bir azalış sergilediği göze çarpmaktadır.

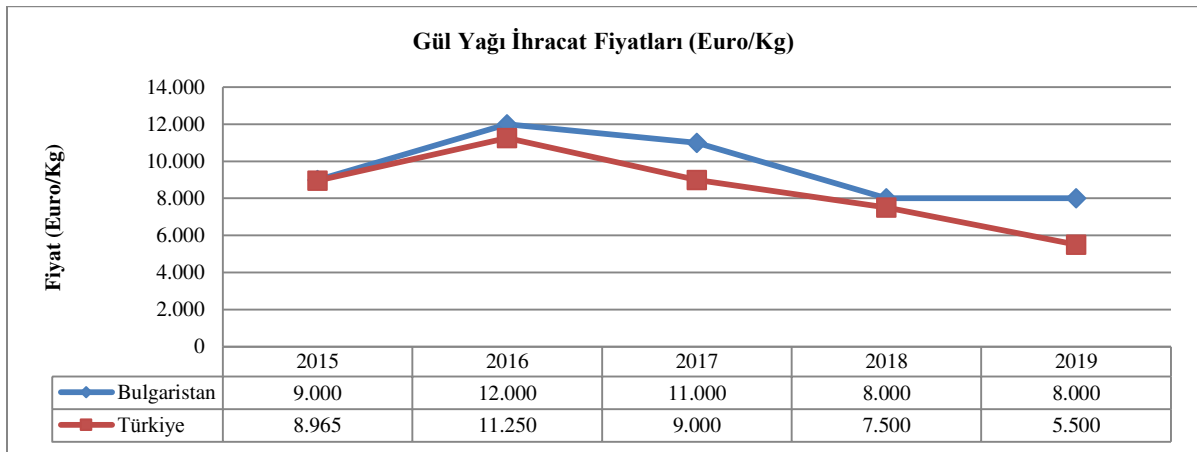
Tablo 3: Türkiye ve Bulgaristan'ın Gülden Elde Edilen Uçucu Yağ İhracatı (2016-2020)*

| Ülke | Türkiye | | Bulgaristan | |
|------|-------------|-------------------|-------------|------------------|
| | Miktar (Kg) | Gelir (1000 Euro) | Miktar (Kg) | Gelir(1000 Euro) |
| 2016 | 7683 | 14 053 | 89877 | 26 639 |
| 2017 | 19512 | 15 972 | 38905 | 29 713 |
| 2018 | 10546 | 12 498 | 38913 | 16 543 |
| 2019 | 8624 | 11 853 | 47133 | 8 062 |
| 2020 | 47923 | 8 749 | 33755 | 6 913 |

*İlgili ürünlere ilişkin TÜİK GTİP'e göre dış ticaret ve Bulgaristan İstatistik Enstitüsü (NSI) HS 8 tarife pozisyonu uçucu yağların dış ticareti kayıtlarından elde edilmiş verilerdir.

Kaynak: (TÜİK, 2021; National Statistical Institute of Bulgaria (NSI), 2021)

Türkiye ve Bulgaristan'ın, 2015-2019 dönemindeki, gül yağı ihracat fiyatlarının verildiği Şekil 1 incelendiğinde, gül yağı ihracat fiyatlarının her iki ülkede de 2016 yılında en yüksek seviyesinde olduğu, takip eden yıllarda ise, fiyatların sürekli bir düşüş eğilimine girdiği görülmektedir. Bunun nedeni olarak, söz konusu ürüne ilişkin daralan dünya talebi gösterilebilir. Nitekim 2016 yılında en yüksek seviyesinde olan gül yağı fiyatı, 2019 yılına gelindiğinde, Türkiye'de yaklaşık %51 oranında, Bulgaristan'da ise yaklaşık %33 oranında azalmıştır. Ayrıca, söz konusu 5 yılda Bulgaristan'daki ihracat fiyatları Türkiye'ye göre nispeten daha yüksek seviyelerde gerçekleşmiştir.



Şekil 1: 2015-2019 Döneminde Türkiye ve Bulgaristan'ın Gül Yağı İhracat Fiyatları (Euro/Kg)

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020; 10; Bozhkov, 2020; 19)

Tablo 4'te Türkiye'nin gül yağı dışındaki gül ürünlerine ilişkin ihracat fiyatları verilmiştir. Tabloda belirtilen ürünlere ilişkin fiyatların gül yağı fiyatları ile aynı trende sahip olduğu söylenebilir. Nitekim tabloda yer alan tüm ürünlerdeki en yüksek fiyat seviyelerinin 2016 yılında gerçekleştiği, 2019 yılına gelindiğinde ise, gül koncreti fiyatının yaklaşık %48 oranında, gül absollütü fiyatının yaklaşık %18 oranında ve feniletil alkol fiyatının ise yaklaşık %16 oranında azaldığı görülmektedir.

Tablo 4: Türkiye'de Gül Yağı Dışındaki Gül Ürünlerinin İhracat Fiyatları (Euro/Kg)

| Yıllar | Gül Konkreti | Gül Absolütü | Feniletıl Alkol |
|--------|--------------|--------------|-----------------|
| 2015 | 993 | 2.000 | 500 |
| 2016 | 1.250 | 2.200 | 600 |
| 2017 | 1.000 | 2.000 | 600 |
| 2018 | 800 | 1.900 | 600 |
| 2019 | 650 | 1.800 | 500 |

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020; 10; BAKA, 2020; 27)

Güle dayalı uçucu yağların üretim ve fiyatları sektörde az sayıda aktör bulunmasından dolayı etkilenmektedir. Nitekim sektör temsilcileri ile yapılan görüşmeler sonucunda, Türkiye'deki gül yağı ticaretinde, iç ve dış satış fiyatlarının, Tablo 3'te verilen rakamların çok altında gerçekleştiği anlaşılmıştır. Sektördeki üreticilerin, genellikle, fiyat rekabeti stratejisinde bulunduğu görülmektedir. Türkiye'de küçük ölçekli üreticilere, KOSGEB gibi kuruluşlar tarafından yapılan destek projelerine rağmen, bu işletmelerin pazarlama sorunu yaşadıkları ve sektörün oligopolistik yapısının korunduğu gözlemlenmektedir. Özetle, piyasanın karmaşık ve ürünün sırlı bir yapıda olmasından dolayı durum tespitinin zorlaştığı söylenebilir.

Türkiye'nin gül ürünleri ihracatında en önemli pazarı, ihracat gelirlerinin %90'ından fazlasını sağladığı Avrupa ülkeleridir. 2016-2020 yılları arasındaki 5 yıllık dönemde, Türkiye'nin ortalama ihracatı 12,6 milyon Euro olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'nin bu dönemde en fazla ihracat geliri elde ettiği ülke, 7,8 milyon Euro ile toplam ihracat gelirinin %62'sini oluşturan Fransa'dır. 2016-2020 döneminde, Fransa'dan sonra, ortalama olarak en fazla ihracat yapılan ülkelerin dağılımı, İngiltere (%13), Almanya (%7), İsviçre (%5) ve İspanya (%3) olarak sıralanmaktadır. Bu dönemde, Türkiye'nin dış ticaretinde diğer ülkelerin payı %10 olarak gerçekleşmiştir. Gül ürünleri ihracat gelirleri 2020 yılında ise 8,7 milyon Euro olarak gerçekleşmiştir. Bu dönemde ihracat geliri içinde önemli paya sahip olan başlıca ülkeler, Fransa (%53), İsviçre (%11), İngiltere (%10), Almanya (%8) ve İspanya (%4) olarak sıralanmaktadır. İhracat geliri elde edilen diğer ülkelerin payı ise bu dönemde %14 olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2021).

Bulgaristan'ın en fazla gül ürünleri ihracatı yaptığı ülkelerin dağılımı ele alındığında, Türkiye'nin dış ticaretine göre bir takım farklılıkların olduğu belirlenmiştir. Nitekim 2016-2020 döneminde, Bulgaristan'ın 17,5 milyon Euro seviyelerinde gerçekleşen gül ürünleri ihracatında, ortalama olarak en fazla ihracat yapılan ülkelerin dağılımı, ABD (%22), Fransa (%21), İsviçre (%6), Almanya (%5) ve İngiltere (%4) olarak sıralanmaktadır. Bu dönemde ihracat yapılan diğer ülkelerin payı ise %42'dir. Bulgaristan'ın ihracat yaptığı ülkelere ilişkin dağılımın Türkiye'ye nazaran daha eşit dağıldığı ve ihracat yaptığı ülkelerin daha fazla çeşitlenmiş olduğu gözlemlenmiştir. Bulgaristan'ın, 2020 yılında 6,9 milyon Euro olan ihracat gelirlerine göre en fazla ihracat yaptığı ülkelerin dağılımı, ABD ve Almanya (%16), Hong Kong (%10), Fransa ve Japonya (%9) olarak sıralanmaktadır. Bulgaristan'ın en fazla ihracat yaptığı ülkeler arasında, gül ürünlerinin geleneksel pazarı konumunda olan Avrupa ülkelerinin dışında, Hong Kong ve Japonya gibi uzak doğu ülkelerinin de yer alması dikkat çekmektedir. Bu dönemde, Bulgaristan'ın ihracatta bulunduğu diğer ülkelerin payı ise %40 olarak gerçekleşmiştir (NSI, 2021).

Gül ürünleri sektöründe pazar lideri olan Türkiye ve Bulgaristan, gül yağı dışında farklı uçucu yağların da üretim ve ticaretini yapmaktadır. Türkiye'nin gül yağından sonra ihracatını yaptığı en önemli uçucu yağlar sırasıyla, kekik, stearopten ve portakaldır. Ülkemiz ithalatında en önemli uçucu yağlar ise sırasıyla, nane, portakal, limon, diğer turuncgiller ve lavantadan elde edilen uçucu yağlardır (Temel vd., 2018; 198). Bulgaristan'ın ihracatında ise gül yağından sonra en önemli uçucu yağlar lavanta, kişniş, melisa ve rezenedir. Bulgaristan'ın son yıllarda lavanta yağı üretim ve ticaretinde, dünyada, lider ülke konumuna geldiği (MZH, 2020; 19) ve lavanta yağı ihracat değerlerinin gül ürünleri ihracat değerlerini geçtiği gözlemlenmiştir (VUZF, 2021; 138).

DÜNYADA KOZMETİK SEKTÖRÜ VE TÜRKİYE'NİN KONUMU

Gülde elde edilen ürünler, kozmetik ve parfümeri sektöründe değerli bir hammadde olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünya kozmetik sektörünün önde gelen firmaları genel olarak Avrupa'da yer almakta olup, sektörün en önde gelen ülkeleri başta Fransa olmak üzere sırasıyla, Almanya, İtalya, İspanya ve İngiltere'dir. Katma değeri yüksek olan kozmetik sektöründe, Avrupa'da yaklaşık olarak 500 bin kişi istihdam edilmektedir (Uysal, 2016; 28).

Temel kozmetik ve parfümeri mal gruplarını temsil eden 3303 kodlu Güzellik ve Makyaj Müstahzarları ve Cilt Bakımı için Müstahzarlar ve 3304 kodlu Parfümler ve Tuvalet Suları kategorisi baz alındığında, Avrupa ülkelerinin 2020 yılı ihracat hacmi sırasıyla, Fransa'da yaklaşık 12 milyar Euro, Almanya'da yaklaşık 4,5 milyar Euro, İtalya, İspanya ve İngiltere'de ise yaklaşık 2,5 milyar Euro seviyesinde gerçekleşmiştir. Avrupa ülkelerinden farklı olarak kozmetikte söz sahibi ülkelerden birisi olan ABD'nin 2020 yılı ihracat hacmi ise 5 milyar Euro civarındadır. Söz konusu kodlara ilişkin, aynı yılda, Türkiye'nin ihracat hacmi 290 milyon Euro civarındayken, Bulgaristan'ın ihracat hacmi 98 milyon Euro civarındadır (Trade Map, 2021). Söz konusu ihracat değerleri, katma değerli üretim ve ticaretin önemini gözler önüne sermektedir.

Türkiye’de gül yağı ve gül konkriti üretiminde bulunan Gülbirlik kooperatifi, Rosense markasıyla, dünya kozmetik pazarının büyük bir kısmını elinde tutan Fransa, İngiltere, Almanya, İtalya, İsviçre ve Amerika gibi ülkelerin yanında, Türkiye’nin yerel bir markası olarak yer almaya çalışmaktadır (Hocaoğlu ve Çakmakçıoğlu, 2016; 3800). Gülbirlik kooperatifinin bu adımından sonra Türkiye’de güle dayalı kozmetik şirketlerinin sayısı ve ürün gamının sürekli arttığı görülmektedir.

Dünya kozmetik sektöründe çeşitli kümelenme faaliyetleri mevcuttur. Bu kümelenme faaliyetlerinden en bilineni, sektörde pazar lideri olan Fransa’daki “Kozmetik Vadisi”dir. Kökeni, 1970’li yıllara dayanan ve bölgesine birçok doğrudan yabancı yatırımı çekmeyi başaran bir kümelenme olan Kozmetik Vadisi (Bretonès ve Scheel, 2011; 4-5), günümüzde yaklaşık 16 milyar Euro ciroya sahip 550 şirketi barındırmaktadır. Bu şirketlerden %75’i KOBİ statüsündedir. Kozmetik Vadisi’ndeki firmalar 47000’den fazla kişiyi istihdam etmekte olup, yaklaşık 7000 bilim insanı ile çalışmaktadır. Bunların yanında, bu yapı, kozmetik ve parfümeri konusunda AR-GE yönünden gelişmiş 6 adet üniversite ile işbirliğinde bulunmakla birlikte, 200 araştırma laboratuvarı, 75 milyon Euro değerinde 41 araştırma projesi ve 136 eğitim birimine ev sahipliği yapmaktadır (Özçelik ve Korkmaz, 2015; 2).

Fransa’da bulunan Kozmetik Vadisine benzer bir proje de, BAKA öncülüğünde, “Isparta Kozmetik ve Sağlık Vadisi Güdüllü Projesi”dir. Bu amaçla Süleyman Demirel Üniversitesi yerleşkesi içerisinde bir iş geliştirme merkezi kurulması planlanmıştır. Projenin hayata geçirilmesi halinde kozmetik sektöründeki firmaların yenilikçi ve standartlara uygun üretim yapabileceği bir ortamın oluşturulması, ayrıca kurulması planlanan iş geliştirme merkezi ve girişimlere yönelik, KOSGEB tarafından yönetim ve danışmanlık hizmetleri sağlanması hedeflenmektedir (ITSO, 2020; 9). Nitekim konu ile ilgili Güneş’in (2005) araştırmasında, Türkiye’de kozmetik ve parfümeri sektörünün yetersiz olmasından dolayı, üretilen gül yağının tamamına yakınının ihraç edildiğini dile getirmiştir. Türkiye’de gül yağının işlenmesine yönelik yapacağı yeni yatırımlar sayesinde, mevcut ihracat gelirlerinin beş katına çıkacağı öngörülmektedir (Güneş, 2005; 1874). Kozmetik vadisi projesi ile Türkiye, sektörde yüksek rekabet gücü potansiyeline sahip olacak ve dünya kozmetik piyasasında söz sahibi olacağı bir konumuna gelebilecektir (Örmeci Kart vd., 2012; 133).

SONUÇ VE ÖNERİLER

İçerisinde barındırdığı uçucu yağ miktarından dolayı, gül yağı üretiminde, ekonomik değeri en yüksek ve en değerli olan gül çiçeği “Rosa damascana Mill”dir. Yağlı gül çiçeği olarak da anılan bu bitkiyi, dünyada en yoğun üreten ülkeler, Türkiye ve Bulgaristan’dır. Bu ülkeler dünya gül yağı talebinin yaklaşık %90’lık bir kısmını karşılamaktadır. Dünya talebinin yaklaşık %10’luk kısmını karşılayan ülkeler, İran, Fas, Pakistan, Hindistan, Arabistan, Suriye, Afganistan, Fransa ve Etiyopya gibi ülkeler olup, bu ülkelerdeki üretim miktarı tam olarak bilinmemektedir. Gül yağı, içerisinde barındırdığı koku bileşenlerinden dolayı dünyadaki en pahalı uçucu yağlardan birisidir. Özellikle parfümeri, kozmetik ve ilaç sanayinde önemli bir girdi konumunda olan gülden elde edilen ürünler, gerek kalitesi gerekse değeri açısından ilgili sektörlerde stratejik bir öneme sahiptir.

Dünyada, gülden elde edilen uçucu yağların geleneksel alıcıları Avrupa’da bulunan kozmetik ve parfümeri şirketleridir. Dünyada gül ürünleri alımında en önde gelen başlıca ülkeler ise, Fransa, ABD, Almanya, İngiltere, İsviçre, İspanya olarak sıralanmaktadır. Bu ülkelerin dışında, Hong Kong ve Japonya gibi ülkeler dünya gül yağı ihracatının önemli uzak doğu destinasyonları arasında yer almaktadır.

Dünya gül ürünleri piyasasının lider ülkelerinden olan Türkiye’nin, 2016-2020 yılları arasında, ortalama gül ürünleri ihracatı yaklaşık 12,6 milyon Euro olarak gerçekleşirken Bulgaristan’ın ise 17,6 milyon Euro olarak gerçekleşmiştir. Dünya gül ürünleri piyasasının en önemli sorunları olarak yüksek maliyetler, fiyat dalgalanmaları ve dünya talebi gösterilebilir. Nitekim gerek Türkiye’nin gerekse Bulgaristan’ın gül ürünleri ihracat hacimleri 2016 yılı sonrasında daralan dünya talebi ile düşüş eğilimine girmiştir. 2016 yılından 2020 yılına gelindiğinde, gül ürünleri ihracat gelirleri Türkiye’de yaklaşık %42 oranında, Bulgaristan’da ise %76 oranında azalmıştır. Gül yağı ihracat fiyatları ise, 2016 yılından 2019 yılına gelindiğinde, Türkiye’de yaklaşık %51 oranında azalırken Bulgaristan’da ise %33 oranında azalmıştır. Bu durum gül ürünleri sektörünün geleceğine ilişkin bir takım önlemlerin alınması gerektiğini göstermektedir.

Türkiye’nin dünya gül ürünleri piyasasında, Bulgaristan başta olmak üzere İran, Fas, Çin gibi rakipleri bulunmaktadır. Bulgaristan’daki üreticilerin gerek AB’den gerekse Bulgar hükümetinden tarımsal destekler aldığı bilinmektedir (Gökdoğan, 2013; 56; Dağlı, 2019; 12-19; BAKA, 2020; 82). Türkiye’de gül tarımı ve gülün işlenmesi üzerine uygulanabilecek tarımsal ve ihracata yönelik destekler sayesinde Türkiye, sektördeki mevcut ve potansiyel rakiplerine karşı rekabet gücünü koruyabilecektir.

Bunun yanında, ürünün dikim aşamasından satış aşamasına kadar olan sürece ilişkin planlı bir üretim politikası gerçekleştirilmesi, fiyat istikrarını sağlamada büyük önem arz etmektedir. Ayrıca, Türkiye’deki tüm üreticilerin ortak bir platform altında beraber hareket etmesi, sektördeki dalgalanmaların engellenmesine yardımcı olacaktır. Türk gül ve gül yağının kalitesine ve verimine ilişkin organik gül üretimine ağırlık verilmesi, yeni distilasyon ve ekstraksiyon yöntemlerinin geliştirilmesi, ülkenin dünya piyasasındaki rekabet gücüne olumlu bir etkide bulunacaktır. Bunlara ek olarak, Türkiye’nin gül yağı ihracatında Avrupa’da bulunan geleneksel pazarların yanı sıra farklı pazarlara yönelmesi sektördeki talep daralmasına karşı etkili bir önlem olabilecektir.

Dünya talebindeki dalgalanmalara karşı, gül ürünlerinin yeni kullanım alanlarına ilişkin yapılacak çalışmalar sayesinde, gül yağının iç pazarda kullanılması ve katma değerli üretim yapılması, mevcut ihracat gelirlerini önemli ölçüde arttıracaktır.

Türkiye'deki kozmetik ve parfümeri sektörünün gelişimi için çeşitli kurumların işbirliğiyle "Kozmetik Vadisi" projesinin uygulanması, dünya kozmetik sektöründe önemli bir rekabet gücü elde etmede yardımcı olabilecektir. Bu doğrultuda, somut adımların atılmasında gecikmeler olduğu görülen kümelenme projesinde, resmi kuruluşların yanı sıra mevcut firmaların ve yeni girişimcilerin de özverili davranmaları gerekmektedir.

Mevcut literatürdeki araştırmalar, sektör raporları ve resmi istatistiksel verilerden yararlanılan bu çalışmanın sonuçlarına göre, dünya gül ürünleri piyasasında birtakım istikrarsızlıkların bulunduğu tespit edilmiştir. Sektörün başlıca problemlerinin yüksek maliyetler, fiyat dalgalanmaları ve dünya talebi olduğu söylenebilir. Ürünün karmaşık ve sırlı yapısından dolayı gerek Bulgaristan'da gerekse Türkiye'de var olan kalite standartlarına ilişkin dünyada geçerli olan bir denetim mekanizmasının aktif faaliyet göstermesi oligopol yapıda olan bu sektördeki talep ve fiyat dalgalanmalarına karşı etkili olabilecektir. Özellikle kozmetik sektörüne yönelik olarak böyle bir mekanizmanın işlemesi, doğal olmayan girdilerle yapılan iptidai üretime karşı üreticiyi korumasının yanı sıra tüketiciyi de insan sağlığını tehdit eden kozmetik ürünlerinden koruyacaktır.

KAYNAKÇA

- Al Dirani, A. A. (2016). "Exploring the Determinants of an Agricultural Anomaly: The Case of the Damask Rose (Rosa damascena) Value Chain in Qasraba, Lebanon", Yüksek Lisans Tezi, Environmental Sciences of the Interfaculty Graduate Environmental Sciences Program (Ecosystem Management) of the Faculty of Agriculture and Food Sciences at the American University of Beirut, Beirut, Lebanon.
- Aslancan Ateş, B ve Toprak, A. (2018). "Gül Ürünleri Üreten İşletmelerde Birleşik Mamul Maliyetlerinin Belirlenmesi", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, sayı: 23-1, s. 319-331.
- BAKA, (2020), Yağ Güllü Tarımı ve Endüstrisi Fizibilite Raporu, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı.
- Baydar H. (2015). "Yağ güllü Tarımı ve Endüstrisi", Harmantime, 29; 1-11, ISSN 2147-6004.
- Baydar, H. ve Göktürk Baydar N. (2010). "Organik ve Konvansiyonel Gül (Rosa damascena Mill.) Yağlarının Koku Kalitesinin Karşılaştırılması", Ziraat Fakültesi Dergisi, sayı: 5-2, s. 9-14.
- Bektaşoğlu, S. (2006), Uçucu Yağlar, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME).
- Bozhkov, S. (2021). "Oil-Bearing Rose Production in Bulgaria and the Activities of Nikola Pushkarov Institute to Increase Its Saturation with Machinery", Proceedings of the Scientific Forum with International Participation Ecology and Agrotechnologies-Fundamental Science and Practical Realization, volume 2, Agricultural Academy, Nikola Pushkarov Institute of Soil Science, Agrotechnologies and Plant Protection, Sofia, 2021.
- Bretonès, D. D. ve Scheel, C. (2011). "Transforming an Industrial District into a High-Tech Cluster: Assessing the Cosmetics Valley's Readiness and Benefits", International Business Research, sayı: 4-4, s. 3-14.
- Chalova, I. C., Manolov, I. G. ve Manolova, V. S. (2017). "Challenges for Commercial Organic Production of Oil-bearing Rose in Bulgaria", Biological Agriculture & Horticulture, sayı: 33-3, s. 183-194.
- Dağlı, İ. (2019). "Türkiye'de Yağ Güllünün Son On Yıldaki Ekonomik Gelişimi ve Sektöre İlişkin Mevcut Sorunların Analizi", Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Uygulamalı Bilimler ve Güzel Sanatlar Dergisi (SOSGÜZ), sayı: 1-1, s. 10-20.
- Demircan, V. (2005). "Isparta İlinde Güllün Üretim Girdileri, Maliyeti ve Karlılığının Belirlenmesi", Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, sayı: 9-3, s. 64-71.
- Georgiev, P. V. (2016). "What Can Be Learned About the Development of the Bulgarian Rose Oil Industry by Employing the Cluster Approach?", Yüksek Lisans Tezi, Lund University School of Economics and Management.
- Giray, F. H. ve Örmerci Kart, M. C. (2012). "Economics of Rosa damascena in Isparta, Turkey", Bulg. J. Agric. Sci., sayı: 18, s. 658-667.
- Gökdoğan, O. (2011). "Isparta Yöresinde Gül ve Gülyağı Üretiminde Mekanizasyon Uygulamalarının Araştırılması", Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Makineleri Anabilim Dalı, Konya.
- Gökdoğan, O. (2013), "Isparta Yöresinde Yağ Güllü Yetiştiriciliğinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Gül Özel Sayısı, s. 51-58.
- Güneş, E. (2005). "Turkey Rose Oil Production and Marketing: A Review On Problem And Opportunities", Journal Of Applied Science, sayı: 5-10, s. 1871-1875.
- Hocaoğlu D. ve Çakmakçioğlu, B. A. (2016). "Yerel Bir Markanın Tasarım ile Yeniden Konumlandırılması: Gülbirlik Rosense Örneği", International Congress of Management Economy and Policy (ICOMEPE), Proceedings Book, s. 3794-3807.
- <https://bnr.bg/tr/post/101472596>, (Erişim Tarihi: 18.11.2021).

- ITSO. (2020), E Bülten, Isparta Ticaret ve Sanayi Odası, Haziran, 2020.
- Kıncı, S. (2005). "Gülyağı Eldesinde Verim Artırıcı Yeni Tekniklerin Araştırılması", Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta.
- Kovacheva, N., Rusanov, K. ve Atanassov, I. (2010). "Industrial Cultivation of Oil Bearing Rose and Rose Oil Production in Bulgaria During 21st Century, Directions and Challenges", *Biotechnol Equip.*, sayı: 24-2, s. 1793-1798.
- MZH, (2020). *Vüzmozhnostiza Sütrudnichestvo v Zemedeliето*, Ministerstvo na Zemedeliето, Khranite i Gorite, Sofiya, 2020 g.
- NSI, (2021), *Foreign Trade of Essential oils by Harmonized System*, National Statistical Institute of Bulgaria, (Erişim Tarihi: 29.09.2021).
- Oktavianawati, I., Letisya, N., Citra, P., Utari, D. P., Wineta, I. N. A., Handayani, W. ve Nugraha, A. S. (2019). "Essential Oil Composition of Rose Flowers from Karangpring Village Jember District Extracted by Distillation and Enfleurage", *Jurnal Ilmu Dasar*, sayı: 20-2, s. 67-74.
- Örmeci Kart, M. Ç., İkiz, M. ve Demircan, V. (2012). "Türkiye’de Yağ Gülü (*Rosa damascena*) Üretimi ve Ticaretinin Gelişimi", *Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, sayı: 7-1, s. 124-134.
- Özçelik, H. ve Korkmaz, M. (2015). "Çeşitli Yönleriyle Türkiye Gülleri", *SDU Journal of Science (E-Journal)*, sayı: 10-2, s. 1-26.
- Öztürk, P., Karamürsel, D., Emre, M. ve Kaçal, E. (2008). "Türkiye’de Yağ Gülü (*Rosa damascena* Mill.) Yetiştiriciliği ve Yakın Gelecekte Beklenen Gelişmeler", VIII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, Gıda İşletmeciliği, s. 374-384, Bursa.
- Singh, K. ve Singh, V. (2001). "Economics of Cultivation and Distillation of Damask Rose: A Case Study in Palampur (Himachal Pradesh)", *Indian Journal of Agricultural Economics*, sayı: 56-4, s. 696-707.
- T.C. Ticaret Bakanlığı, (2020), 2019 Yılı Gül Çiçeği Raporu, Esnaf, Sanatkarlar ve Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, Nisan 2020.
- Temel, M., Tınmaz, A. B., Öztürk, M. ve Gündüz, O. (2018). "Dünyada ve Türkiye’de Tıbbi-Aromatik Bitkilerin Üretimi ve Ticareti", *KSÜ Tar Doğa Derg.*, sayı: 21 (Özel Sayı), s. 198-214.
- Timor, A. N. (2011). "World Production Oil Rose and Rose Oil", *e-Journal of New World Sciences Academy Nature Sciences*, sayı: 6-2, s. 93-110.
- Trade Map (2021), *List of Exporters for Selected Products*, International Trade Centre (ITC), (Online) Available at: <https://www.trademap.org/>, (Erişim Tarihi: 09.12.2021).
- TÜİK, (2021), *GTİP ve Ülkeye Göre Dış Ticaret*, Türkiye İstatistik Kurumu, (Erişim Tarihi: 23.11.2021).
- Uysal, M. (2016). "Isparta’da Kozmetik Sektörü Rekabet Analizi", Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Isparta.
- VUZF, *Vunshna Turgoviya I Pandemiya, Visshe Uchilishtepo Zastrakhovane i Finansi*, Sofiya, 2021, ISBN 978-619-7622-09-6.
- Widrechner, M. P. (1981). "History and Utilization of *Rosa damascena*", *Economic Botany*, sayı: 35-1, s. 42-58.
- Worldbank (2022), *Local Currency Units Relative to the U.S. Dollar*, The World Bank, (Online), Available at: <https://data.worldbank.org/indicator/PA.NUS.FCRF?locations=TR-BG>, (Erişim Tarihi: 17.03.2022).
- Yalçın-Heckmann, L. (2019). "Pecunianolet but Does Rose Money Smell? On Rose and Rose Oil Prices and Moral Economy in Isparta, Turkey", *The Politics and Ethics of the Just Price: Ethnographies of Market Exchange Research in Economic Anthropology*, sayı: 39, s. 71-90.

Geliş Tarihi: 30/05/2022

Kabul Tarihi: 15/06/2022

TEDARİKÇİ TERCİHLERİNİN TOPSİS YÖNTEMİ İLE ANALİZİ: BİR HEDİYELİK EŞYA MAĞAZASI ÜZERİNE ARAŞTIRMA

Mete SEZGİN*

Tuba BAĞCI**

ÖZET

Turistlerin, bir destinasyonu ziyaret ettiğini hatırlaması ve yanlarında bir anı götürmesi için birçok hediyelik ürünün satıldığı hediyelik eşya mağazalarının, bölgenin pazarlanması, daha fazla talep alması, bölgede istihdam oranının artması gibi olumlu etkileri bulunmaktadır. Bu olumlu etkiler dikkate alındığında, hediyelik eşya mağazalarının, turiste arz edeceği ürünleri temin ederken karar verme sürecini doğru yönetmeleri gerekmektedir, aksi durumda işletmenin alanında rekabet etme ve istihdam sağlama gücünün azalması ayrıca öz kaynaklarında kayıplar meydana gelmesi gibi olumsuz sonuçlar doğacaktır. Bu araştırmada Türkiye’de en çok turist çeken destinasyonlar arasında ikinci sırada bulunan Mevlânâ Müzesi’ne yakın konumda faaliyet göstermesi sayesinde yoğun müşteri ağırlayan bir hediyelik eşya mağazasının tedarikçi tercihi, çok kriterli karar verme yöntemlerinden TOPSIS yöntemiyle değerlendirilmiştir. Analiz sonucuna göre; mağaza için en fazla öneme sahip olan ürün kalitesi, ürün çeşitliliği, indirim gibi kriterler açısından tedarikçiler sıralanmıştır.

Anahtar Kelimeler: TOPSIS, turizm, hediyelik eşya mağazaları

ANALYSIS OF DETERMINING SUPPLIER PREFERENCES BY THE TOPSIS METHOD: A RESEARCH ON A SOUVENIR SHOP

ABSTRACT

Souvenir shops, where many souvenirs are sold to remind tourists that they have visited a destination and to take a memory with them, have positive effects such as marketing the region, getting more demand, and increasing the employment rate in the region. Considering these positive effects, souvenir shops need to manage the decision-making process correctly while supplying the products they will offer to the tourist, otherwise, there will be negative consequences such as a decrease in the power of the business to compete in the field and provide employment, as well as losses in its resources. In this research, the supplier preference of a souvenir shop near the Mevlana Museum, which is the most visited second museum in Turkey, was evaluated by the TOPSIS method, which is one of the multi-criteria decision-making methods. According to the results of the TOPSIS analysis, the suppliers were listed in terms of criteria such as product quality, product variety, and discount, which had the greatest importance for the souvenir shop.

Key Words: TOPSIS, tourism, souvenir shops

* Prof. Dr. Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği A.B.D., metesezgin@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-9079-2520

** Doktora Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği A.B.D., tubabagci7@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8560-625X

GİRİŞ

Turistler, ziyaret ettikleri bir destinasyondan, orada bulduklarını hatırlamak, sevdiklerine o yerden bir hediye götürmek gibi amaçlarla hediyelik eşya satın alma davranışı sergilerler. Turistin bir destinasyondan hediyelik eşya satın alması ve çevresindeki insanlarla hediye olarak ya da yaşam alanında kullanarak gösterip paylaşması, turistin çevresindeki kişilerde o destinasyonu görme isteği yaratabilir ve ilgili destinasyonun pazarlanmasına katkı sağlayabilir, zira turistik hediyelik eşyalar genellikle ilgili bölgenin kültürüne, coğrafyasına dair özellikleri gösterir. Turistin o eşyaya bakarak satın aldığı yeri hatırlaması ve tekrar görmek istemesi de o destinasyona doğru bir sadâkatin oluşmasında rol oynayabilir.

Turistler için vazgeçilmez olan ve ticarî amaçlarla üretilen hediyelik eşyalar; evrensel olarak turizm olgusunun bir yapıtaşı olarak değerlendirilmekte ve turistlerin seyahat anılarını başka insanlarla paylaşma, satın aldığı hediyelik eşya ile farklı bir destinasyonda, kültürde bulunduğunu hatırlama ve başka insanlara bunu kanıtlama, o eşya aracılığıyla güven ve saygınlık kazanma, o mekânla duygusal bir bağ kurma, sevilen kişilere hediye olarak onları mutlu etme, estetik algıya uygun olan ürüne sahip olma ve yanında götürme arzusu gibi amaçlara hizmet etmektedir. (Swanson ve Horridge, 2006; 671; Akyürek ve Özdemir, 2019; 197-198).

Bu amaçların yanı sıra, turistin hediyelik eşya satın alma davranışı sonucunda, hediyelik eşya mağazalarındaki istihdam sayısında artış, ürün arz-talep hızının artması, mağazanın ödeyeceği vergiler sayesinde yerel ve ulusal kalkınma, mağaza sahibinin, çalışanlarının ve ürün tedarikçilerinin hane içi gelirinin artması gibi önemli sonuçlar da doğacaktır. Turistik hediyelik eşya satışlarından elde edilen turizm geliri verileri, bu eşyaların satılmasının birey, bölge ve ülke ekonomisinde ne kadar önem arz ettiğini anlamakta faydalı olacaktır. TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) verileri incelendiğinde hediyelik eşyalar “diğer mal ve hizmetler” kapsamı altında değerlendirilmektedir. Kurumun, 2021 yılı üçüncü çeyreğine (Temmuz- Ağustos- Eylül) ait harcama türlerine göre turizm geliri verilerinde “diğer mal ve hizmetler” geliri toplamda 2 milyar 362 milyon 201 bin dolar olarak belirtilmiştir. Bu meblağın içine dahil edilmiş olan “hediyelik eşya” gelirleri kalemi ise 479 milyon 547 bin dolar olarak belirtilmiştir. Hediyelik eşyadan oluşan turizm geliri kaleminin 2020 yılı ilgili çeyreği verilerine bakıldığında ise 136 milyon 4 bin dolar olarak kaydedildiği görülmektedir (TÜİK, 2021). İncelenen veriler, Covid 19 Pandemi sürecinin, hediyelik eşya kaleminden elde edilen gelirleri dikkate değer şekilde etkilediğini göstermektedir.

Turistlerin hediyelik eşya satın alma davranışı neticesinde turizm sektörünün paydaşlarından biri olan hediyelik eşya mağazaları; rekabet, tercih edilme, mevcuttan daha yüksek ciro ve kâr elde etme gibi amaçlarla, turist ya da yerel müşteriye en yüksek kalitedeki ürünü piyasadaki en uygun fiyatla arz etme çabası içine girecektir. Dolayısıyla, turistik eşya mağazasının aynı alanda faaliyet gösteren diğer mağazalarla rekabet ortamında olması, müşterinin beğenisine sunabileceği ürünlerin satış devamlılığını, kalitesini, maliyet ve fiyat istikrarını sağlaması, müşteri sadâkatini, memnuniyetini kazanması ve bu memnuniyetin devamlılığı için de doğru tedarikçi seçiminin ne kadar önemli olduğunu algılaması gerekmektedir. Turistik hediyelik eşya mağazası, bahsedilen gerekçelerle amaçlarına ulaşmak istiyorsa tedarikçi tercihlerinde doğru karar vermelidir ve tercih sürecinde bazı değişkenleri ve kriterleri göz önünde bulundurmalıdır. Bu değişken ve kriterlerin kendi içinde de birbirini tamamlayıcılığı da ayrıca önem arz eder ki işletme için maliyeti diğer ürünlere göre daha az olduğu için tercih edilen bir ürün, müşteri tarafından tercih edilmiyorsa işletmeye ciddi bir zarar oluşturabilir. Bir hediyelik eşya mağazasının tedarikçi tercihinin doğru yapmasının, mağazanın gelirlerinde olabileceği gibi mikro ve makroekonomik etkileri, destinasyona olan ilginin artması ya da azalması, destinasyonun kültürünün doğru ya da yanlış tanıtılması, müşteri sadakati ve daha fazla turist ağırlaması gibi etkileri de olabilmektedir (Supçiller ve Çapraz, 2011; 2).

Türkiye’de en fazla turist çeken destinasyonlar arasında Mevlânâ Müzesi göze çarpmaktadır; dolayısıyla turist sayısından önemli ölçüde etkilenen hediyelik eşya mağazaları müze etrafında yoğunluk göstermektedir. İldeki turizm paydaşlarından olan bu mağazaların doğru tedarikçiyi seçmesi önem arz etmektedir. Bu araştırmada, Mevlâna Müzesi yakınında faaliyet gösteren bir hediyelik eşya mağazası örneğinde, mağazanın tedarikçi tercihlerini, çok kriterli karar verme yöntemleri arasındaki TOPSIS yöntemiyle belirlemek amaçlanmıştır. Çok kriterli karar verme yöntemleri, karar vericilere, birbirinden farklı özellikleri bulunan alternatifleri birden fazla kriter ölçütünde değerlendirme, sıralama ve nihai bir sonuca ulaşma imkânı sunmaktadır (Türkmen ve Çağır, 2012; 63). Hediyelik eşya mağazalarının turist ile doğrudan iletişim içinde, şehrin pazarlanmasında etkili ve ekonomik açıdan da etkin rol oynamaları açısından çalışmanın önem arz edebileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın ikinci adımında turizm alanında TOPSIS yöntemiyle gerçekleştirilmiş çalışmaların literatür verilerine yer verilecektir. Üçüncü bölümde araştırma yöntemi kapsamında çalışmanın amacı, kapsamı, TOPSIS yöntemi ve adımlarına değinilecek, dördüncü bölümde ise analiz bulguları sunulacaktır. Sonuç kısmında ise elde edilen bulgular neticesinde, sektöre ve yapılması muhtemel çalışmalara yönelik öneride bulunulacaktır.

LİTERATÜR TARAMASI

Çalışmanın kavramsal çerçevesinde çok kriterli karar verme yöntemleri uygulanarak turizm alanında gerçekleştirilmiş çalışmalara değinilecektir. Ulusal ve uluslararası literatürde TOPSIS yöntemi kullanılarak birçok çalışma yapıldığı ancak bu çalışmalar arasında turistik hediyelik eşya mağazaları üzerinde bir uygulamanın olmadığı görülmüştür. Turizm sektöründe faaliyet gösteren diğer paydaşlar ve sektör üzerine TOPSIS yöntemiyle yapılmış bazı çalışmalar ise kronolojik olarak sıralanmıştır:

Zhang vd. (2011; 443)'nin Çin'deki Yangtze Nehri Deltası'nın turizm destinasyonu olarak rekabet gücünü değerlendirmek için TOPSIS yöntemini uyguladığı ampirik çalışma iki aşamalı bir prosedüre dayanmaktadır. İlk prosedür, bilgi entropi ağırlığı (IEW- Information Entropy Weight) ile ağırlıklandırılan üç hiyerarşi, dört yön ve otuz beş değerlendirme indeksinden oluşmuştur. İkinci aşamada ise sıralama analizinde TOPSIS yöntemi uygulanmıştır. Çalışmada Yangtze Nehri Deltası'ndaki on altı şehrin dört yöne göre sıralaması elde edilmiş, bu şehirlerin turizm rekabet güçlerini artırma yöntemleri tartışılmıştır. Araştırmacılar, TOPSIS ve IEW'nin turizm destinasyonu rekabet gücü değerlendirmesinde etkili bir yöntem olarak uygulanabileceği sonucuna ulaşmıştır.

Manap Davras ve Karaatlı (2014; 87,103)'nin AHP ve BAHP yöntemlerini beş yıldızlı bir otel işletmesinde uyguladığı çalışmada fiyat, ürün kalitesi, teslimat performansı, güvenilirlik, ödeme kolaylığı, referans olmak üzere altı ana kriter belirlenmiş ve altı alternatif tedarikçi üzerinden belirlenerek her iki yöntemde elde edilen sonuçlar karşılaştırılmıştır.

Şimşek, Çatır ve Ömürbek (2015; 134) Muğla'nın Fethiye ilçesinde faaliyet gösteren bir otel işletmesi üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada altı alternatif tedarikçiyi fiyat, kalite, teslimat, ilişki ve hizmetten oluşan beş ana kriter ve yirmi alt kriterle, TOPSIS ve MOORA yöntemlerini kullanarak uygulamış ve işletme için en uygun tedarikçiyi belirlemeyi amaçlamıştır.

Bagheri, Shojaei ve Khorami (2017; 87)'nin turizmde altyapının önemini göz önüne alarak yaptığı çalışmada İran'ın farklı eyaletlerindeki ağır turizm altyapısını incelemiştir. VIKOR ve TOPSIS yöntemlerinin kullanıldığı çalışmada analiz ve sıralama için İran İstatistik Merkezi'nin istatistik yıllığında kayıtlı verilerinden faydalanılmıştır. Araştırmacılar, ağır altyapı sıralamasında en iyi koşullara sahip olan eyaletin Tahran, en kötü koşullara sahip olan eyaletin ise İlam olduğu sonucuna ulaşmıştır ki bu sonuçların İran turizm sektörünün geleceğe yönelik planlanmasında gereken veriyi sağlayabileceğini düşünmüşlerdir.

Erdoğan ve Yamaltdınova (2018; 19) BIST'te (Borsa İstanbul) işlem gören on üç turizm şirketinin 2011-2015 yıllarına ait finansal performanslarını belirlemek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada TOPSIS yöntemini kullanmış ve bu şirketlerin finansal performans puanlarının yıllara göre değiştiği sonucunu elde etmişlerdir.

Manap Davras (2020; 1439)'ın on altı Akdeniz ülkesinin turizm destinasyonları arasındaki rekabet etme düzeyini belirlemeyi amaçladığı çalışmada, belirlediği on iki kriterin AHP yöntemiyle ağırlık yüklenmesini belirleyip TOPSIS ve VIKOR yöntemi kullanarak her iki yöntemden elde ettiği sonuçları karşılaştırmıştır.

Joshi, Sharma ve Singh (2020; 7)'in Hindistan'da gerçekleştirdiği, tarım turizmi kümelerinin performansını belirleyen kilit kritik başarı faktörlerini ortaya koymayı amaçladıkları çalışmada AHP ve TOPSIS yöntemi kullanılmıştır. Tarım turizmi kümelerinin işlevsel performansını belirlemiş; literatür taraması ve uzman desteğiyle tarım turizmi ağının sürdürülebilir performansını belirlemeye yönelik dokuz kritik başarı faktörü elde etmişlerdir. Uygulayıcılar ve tarım turizmi tedarik zinciri ortakları da dâhil olmak üzere on beş uzman veri toplama sürecinde yer almıştır. Çalışmanın, Hindistan, Uttarkand'daki kümelenmelerin performansını değerlendirmek için kritik başarı faktörlerinin belirlenmesinin, tarım turizmi uygulayıcıları için yol gösterici olabileceği düşünülmüştür. Araştırmacılar; sürdürülebilir tarım turizmi faaliyetlerinin temel faydalarına ve en yaygın sürdürülebilir uygulamalara odaklanılırsa, Hindistan'daki sürdürülebilir tarım turizmi temelli iş kolları hakkında yeni bir anlayışın doğacağını ümit etmektedir.

Gülşen (2021; 87) tarafından gerçekleştirilen, Edirne ilinde faaliyet gösteren üç restoran işletmesinin hizmet kalitesini belirlemeye yönelik çalışmada AHP ve TOPSIS yöntemleri kullanılmış, dört temel ve on iki alt kriter bazında, bu işletmelerden hizmet almış doksana üç katılımcıya uygulanan anket aracılığıyla restoranların sıralanması sağlanmıştır.

AMAÇ, KAPSAM ve YÖNTEM

Bu bölümde ilk olarak, çalışmada kullanılan çok kriterli karar verme yöntemlerinden; kriterlerin ağırlık hesaplamasında kullanılan AHP yöntemi ve tedarikçi alternatiflerinin sıralanması amacıyla başvuru TOPSIS yöntemi hakkında bilgi verilecektir. Bu yöntemlerin adımlarına değinilmesinin ardından ise çalışmanın kapsamı, kriterleri, uygulama süreci, sınırları hususlarına bu bölümün sonunda değinilecektir zira yöntem adımları konu bağlamının bozulmaması amaçlanmıştır.

1970'li yıllarda Thomas L. Saaty tarafından geliştirilen AHP (Analytic Hierarchy Process- Analitik Hiyerarşi Süreci) birden fazla kriter, alternatif ve amacın dâhil olduğu karmaşık problemlerin çözümünde kullanılan bir karar verme yöntemidir. Uygulama alanının oldukça geniş olduğu bu yöntemde; karar vericinin yargılarını sayılarla ifade ederek kriterlere biçtiği değer ve bu kriter değerlerinin ağırlıklandırılması, normalleştirilmesi, rassallığının ölçülmesi gibi adımlarla analiz edilmesiyle alternatifler arasında doğru kararı verme amacına ulaşılır. Yöntem uygulanırken; amaç, kriter ve alternatiflerin belirlendiği hiyerarşik modelin oluşturulmasının ardından AHP yönteminin diğer adımları şöyle sıralanmaktadır (Saaty, 1994; 26- 28; Keskin ve Altan, 2020; 45- 55; Önder ve Önder, 2018; 42; Ömürbek, vd., 2015; 69- 71):

Karar vericinin, kriterlerin birbirlerine olan önem önceliklerini karşılaştırarak belirleyebilmesi için yine Thomas Saaty tarafından ikili karşılaştırma ölçeği geliştirilmiştir. Her bir kriterin diğer bir kriterle göre olan önemlilik seviyesi, bu ölçekte yer alan 1 ilâ 9 arasında bir sayıyla değerlendirilir. Bu ölçek Tablo 1.'de gösterilmiştir:

Tablo 1. Saaty'nin Kriterleri İkili Karşılaştırma Matrisi Oluşturmada Kullanılan 1-9 Tablosu

| Dereceler | Derecelerın Tanımları |
|------------|------------------------------|
| 1 | Eşit derecede önemli |
| 3 | Biraz önemli |
| 5 | Kuvvetli derecede önemli |
| 7 | Çok kuvvetli derecede önemli |
| 9 | Aşırı derecede önemli |
| 2- 4- 6- 8 | Ara değerler |

Kaynak: SAATY, T. L. (1994). "How to Make a Decision: The Analytic Hierarchy Process". *Interfaces*, 24(6),s.26

Karar vericinin kriterler hakkındaki yargıları bu tablodaki sayılarla ifade edilmekte ve iki kriterin karşılaştırılması sağlanmaktadır. Kriterlerin birbirleriyle ikili karşılaştırılması Tablo 2.'de sunulduğu gibidir. Tablo incelendiğinde Kriter 1'in Kriter 1 ile; Kriter 2 ise Kriter 2 ile eşit derecede önemlidir zira bir kriter kendi kendisine karşı bir üstünlük yüklenemeyecektir. Kriter 1, Kriter 2'ye göre, dolayısıyla Kriter 2 de Kriter 1'e göre değerlendirilip oranları belirtilecektir.

Tablo 2. Kriterlerin İkili Karşılaştırma Matrisi

| | Kriter 1 | Kriter 2 | ... | Kriter n |
|----------|----------|----------|-----|----------|
| Kriter 1 | a1/a1 | a1/a2 | ... | a1/an |
| Kriter 2 | a2/a1 | a2/a2 | ... | a2/an |
| ... | ... | ... | ... | ... |
| Kriter n | an/a1 | an/a2 | ... | an/an |

Kriterlerin birbirlerine olan önem değerlerinin belirtilmesinin ardından bu değerlerin normalizasyonu ve kriter ağırlıklarının hesaplanması işlemleri gerçekleştirilir. Elde edilen değerlerin tutarlılık oranının da kontrol edilmesi gerekmektedir. Tutarlılık oranı (CR), tutarlılık göstergesi (CI) değerinin, rassallık göstergesi (RI) değerine bölünerek hesaplanmaktadır. Tablo 3.'te hesaplamaya dâhil edilen kriter sayıları ve bu sayıların altında ise rassallık gösterge değerleri yer almaktadır. Tablo incelendiğinde; 9 adet kriterin bulunduğu bir problemde hesaplamada kullanılacak rassallık değerinin 1,45 olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Rastgele Değer İndeksi (RI) Tablosu

| N | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|----------------------|---|---|------|-----|------|------|------|------|------|------|
| Rassallık Göstergesi | 0 | 0 | 0,58 | 0,9 | 1,12 | 1,24 | 1,32 | 1,41 | 1,45 | 1,49 |

Karar matrisinin tutarlı olarak görülmesi için tutarlılık oranının 0,1'den küçük olması gerekmektedir (CR < 0,1). CR değerinin 0'a yakın olması, karşılaştırma sonuçlarının tutarlılık gösterdiği anlamına gelmektedir, aksi halde karar vericinin sayısal yargılarını kontrol etmesi gerekmektedir.

Araştırmada en iyi tedarikçinin belirlenmesi amacıyla başvurulan TOPSIS yöntemi (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution) ise; Hwang ve Yoon (1981) tarafından geliştirilen çok kriterli karar verme yöntemlerinden biridir ve uygulama alanı geniştir. Ekonomi, politika ve planlama, muhasebe ve finans, yatırım, üretim, pazarlama, ürün tasarımı, müşteri portföyü oluşturma, başvuru değerlendirmeleri, tesis yeri seçimi, ulaşım (Subaşı, 2011'den aktaran Uzun, 2015: 21) turizm gibi alanlarda kullanılmaktadır. TOPSIS yönteminin temel prensibi, pozitif ideal çözüme en yakın uzaklığa ve negatif ideal çözüme en fazla uzaklığa sahip olan alternatifini seçmektir. Bu uzaklıkların karşılaştırılması ile tercih sıralaması yapılır. TOPSIS yönteminin aşamaları şu şekildedir (Hwang ve Yoon, 1985; 352-353; Yurdakul ve İç, 2003; 11-12; Akyüz, Bozdoğan ve Hantekin, 2011; 78; Bagheri vd., 2017; 94-95; Özdemir, 2018; 134- 139; Keskin ve Altan, 2020; 73- 75; Manap Davras, 2020: 1444):

1. Karar Matrisinin (A) Oluşturulması: Karar vericinin ilk önce oluşturacağı başlangıç matrisidir. Karar matrisleri, satırlarında alternatifler, sütunlarında ise değerlendirme kriterleri bulunacak şekilde oluşturulur. Karar matrisi aşağıdaki gibi gösterilir

$$A_{ij} = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \cdots & \vdots \\ \vdots & \vdots & \cdots & \vdots \\ a_{m1} & a_{m2} & \cdots & a_{mn} \end{bmatrix}$$

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

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

2. Normalize Karar Matrisinin (R) Oluşturulması: Karar matrisi (A) oluşturulduktan sonra vektör normalleştirme için aşağıdaki eşitlik kullanılır:

$$r_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sqrt{\sum_{k=1}^m x_{kj}^2}}$$

Elde edilecek normalize matrisi şu şekildedir:

$$N = \begin{bmatrix} n_{11} & n_{12} & \cdots & n_{1p} \\ n_{21} & n_{22} & \cdots & n_{2p} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ n_{m1} & n_{m2} & \cdots & n_{mp} \end{bmatrix}$$

3. Ağırlıklandırılmış Normalize Matrisinin (V) Oluşturulması: Bu adımda normalize matrise ait her değer w_i gibi bir değerle ağırlıklandırılır. Ağırlıklandırma işlemi TOPSIS yönteminin öznel yönünü ortaya koyan bir adımdır zira yöntemin öznellik gösteren tek değişkeni ağırlıklardır. Değerler toplamı 1'e eşit olacak ($\sum_{i=1}^n w_i = 1$) ve R matrisinin her bir sütunu ile ilgili w_i değeri çarpılarak oluşturulur.

$$v_{ij} = w_i * r_{ij} \quad (i=1, 2, \dots, m; \quad j= 1, 2, \dots, n)$$

$$V = \begin{bmatrix} w_1 r_{11} & w_2 r_{12} & \cdots & w_n r_{1n} \\ w_2 r_{21} & w_2 r_{22} & \cdots & w_n r_{2n} \\ \vdots & \vdots & \cdots & \vdots \\ \vdots & \vdots & \cdots & \vdots \\ w_1 r_{m1} & w_2 r_{m2} & \cdots & w_n r_{mn} \end{bmatrix}$$

4. Pozitif (A^+) ve Negatif (A^-) İdeal Çözümlerin Oluşturulması: İdeal çözüm kümesinin oluşturulması için aşağıdaki eşitlik kullanılır ve hesaplanan kümeler pozitif çözümler için $A^+ = (v_1^+, v_2^+, v_3^+, \dots, v_n^+)$ şeklinde, negatif küme için ise $A^- = (v_1^-, v_2^-, v_3^-, \dots, v_n^-)$ şeklinde ifade edilir:

$$A^+ = \{(\max_i v_{ij} | j \in J), (\min_i v_{ij} | j \in J)\}$$

$$A^- = \{(\min_i v_{ij} | j \in J), (\max_i v_{ij} | j \in J)\}$$

5. Alternatiflerin Pozitif ve Negatif İdeal Çözümden Uzaklığının Hesaplanması: Bu adımda her bir karar noktasının faktör değerinin pozitif ideal ve negatif ideal çözüm kümesinden sapma uzaklığının hesaplanabilmesi için Öklidyen uzaklık yaklaşımı kullanılır. Uzaklığın hesaplanmasında aşağıdaki eşitlikler kullanılır:

6. İdeal Çözüme Göreceli Yakınlık Derecelerinin Hesaplanması: Her bir alternatifin ideal çözüme göreli yakınlığının (C_i^*) hesaplanabilmesi için pozitif ideal ve negatif ideal çözümden uzaklık değerleri kullanılır ve hesaplama için kullanılan eşitlik şöyledir:

$$S_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^+)^2} \quad S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2}$$

$$C_i^* = \frac{S_i^-}{S_i^- + S_i^+}$$

C_i^* değeri $0 \leq C_i^* \leq 1$ aralığında olacaktır. $C_i^* = 1$ ise karar noktasının pozitif ideal çözüme, $C_i^* = 0$ ise karar noktasının negatif ideal çözüme mutlak yakınlığını ifade etmektedir.

7. Her Bir Alternatifin Göreceli Sıralaması ve Sonuç: Bu adımda, altıncı adımda elde edilen değerler büyüken küçüğe nominal değerine göre sıralanır ve alternatiflerin önem sıralaması elde edilir.

Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmada, Mevlânâ Müzesi yakınında faaliyet göstermesi nedeniyle yoğun müşteri ağırlayan ve araştırmaya katılmayı kabul eden bir mağazanın hediyeelik eşya satın almadaki tedarikçi tercihini TOPSIS yöntemi kullanılarak belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma evrenini oluşturan Konya ili Mevlâna Müzesi yakınında faaliyet gösteren hediyeelik eşya mağazası verileri hakkında; Konya Bakır Kalaycılar, Alüminyum, Züccaciye, Banyo Kazancıları, Güneş Enerjicileri ve Hırdavatçılar Esnaf ve Sanatçılar Odası Başkanı İbrahim Işık'tan şifahi bilgi alınmıştır. Edinilen bilgiye göre Mevlâna Müzesi civarında on sekiz mağaza, İstiklâl Harbi Şehitleri Âbidesi yanında altı mağaza, yıkılan Mevlâna çarşısı esnafına geçici mekân olarak sağlanan hediyeelik eşya çadırında ise on sekiz olmak üzere, toplamda kırk iki adet hediyeelik eşya mağazası faaliyet göstermektedir. Görüşme sağlanan ve mağazanın malî verilerinin istenmeyeceği ya da mağaza isminin araştırma metninde kesinlikle yer almayacağı özellikle vurgulanmasına rağmen mağazaların araştırmaya katılmak istememesi sadece bir mağaza üzerinde çalışma olanağı sunarak bir sınırlılık doğurmuştur. Araştırmanın gerçekleştirildiği mağaza İzzet-i İkrâm Hediyeelik Eşya Mağazası'dır ve satın alma sorumlusu mağaza adının belirtilmesinde de hiçbir sakınca olmadığını, bilakis, bu araştırma sonuçlarının mağazaları için de faydalı olabileceğini ifade etmiştir. Araştırma 2021 yılı Aralık ve 2022 yılı Ocak ayında yapılan iki görüşmeyle sonuçlandırılmıştır.

Araştırmanın gerçekleştirildiği hediyeelik eşya mağazası ve diğer mağazalarda yapılan gözleme göre, çoğunlukla satılmakta olan ürünlerin başında Mevlânâ şekeri (Konya Peynir Şekeri), Mevlânâ temalı seramik biblolar, ahşap, metal, cam, deri, keçe, kağıttan yapılmış ürünler ve kolonya gelmektedir. Konya ilinde üretim yapan hediyeelik eşya tedarikçisi işletmelere bakıldığında ise başta Konya Peynir Şekeri ve kolonya üreticileri gelmektedir. Mevlânâ şekeri (Konya Peynir Şekeri) 2019 yılı itibarıyla Türk Patent Kurumu'ndan Mahreç İşareti almıştır. Konya Ticaret İl Müdürlüğü 2020 yılı verilerine göre Konya ili Karatay ilçesindeki organize sanayi bölgelerinde yirmi dokuz adet Mevlânâ şekeri üreticisi işletme bulunmaktadır (URL-1). Yöresel kültür ve semâzen temalı kolonya üretimi de gerçekleştirilmektedir ve ildeki kolonya üreticisi fabrika sayısı yetmiş civarındadır. Sille bölgesinde üretilen el yapımı seramik ürünler de tedarik edilebilmektedir, bununla birlikte yoğunlukla Kütahya ilinden Mevlevîlik temalı ürünler tedarik edilmektedir.

TOPSIS yöntemiyle en uygun tedarikçinin belirlenmesi amaçlanan bu çalışmada ihtiyaç duyulan kriterler; ilgili literatür (Supçiller ve Çapraz, 2011; 13) ve mağazanın satın alma sorumlusu aracılığıyla belirlenmiştir. Belirlenen kriterler; fiyat kriteri başlığında vade ve indirim; kalite kriteri başlığında ürün kalitesi ve ürün çeşitliliği; teslimat başlığında zamanlama ve paketleme; iletişim başlığında ise ulaşılabirlik ve çözüm odaklılık şeklinde ortaya çıkmıştır. Kriterlerin analizi sürecinde ise; kriterlerin birbirleri arasındaki önem oranlarının belirlenmesi amacıyla ikili karşılaştırma matrisi oluşturma ve hesaplamaları için Thomas L. Saaty tarafından geliştirilen AHP yöntemi ve 1-9 aralıklı ölçeğinden faydalanılmıştır. Mağazanın satın alma sorumlusuna bu ölçeğin mantığı ifade edilmiştir. Mağaza sorumlusu, kriterleri bu ölçeğin önem değerlerine göre tekrar izahata gerek kalmadan yazılı olarak değerlendirmiştir. Mağaza sorumlusundan ürün tedarik ettikleri firma sayısının on olduğu öğrenilmiştir. Tedarikçi firmaların isimleri talep edilmemiş ve "T1, T2, ... T10" şeklinde kodlanmıştır. Kriter başlıklarında bir kodlamaya ihtiyaç duyulmamış, olduğu haliyle belirtilmiştir. Mağaza satın alma sorumlusundan bu on tedarikçi alternatifini de 1- 10 aralığında bir değerle ve kriterleri göz önünde tutarak değerlendirmesi istenmiş ve kendisine müdahale edilmemiştir; sorumlu kendisine sunulan tabloya bu verileri el yazısıyla aktarmıştır. Elde edilen verilerin ikili karşılaştırma önem ağırlıkları hesaplaması, sorumludan edinilen verilere göre Excel 2016 programıyla hesaplanarak elde edilmiştir.

BULGULAR

TOPSIS yöntemiyle en uygun tedarikçinin seçilmesi amacıyla gerçekleştirilen çalışmada kriter ağırlıkları AHP yöntemiyle hesaplanmış ve Tablo 4.'te belirtilmiştir. İkili karşılaştırma ve ağırlık hesaplamalarının tamamlanmasıyla TOPSIS yönteminin işlem adımlarına geçilmiş ve sonuçları tablolarda sırayla belirtilmiş, tablo incelemesinin kolaylaşması amacıyla elde edilen veriler virgülden sonra üç haneli olarak sunulmuştur. Bu bölümün son adımında ise sıralama sonuçlarına yer verilmiştir.

Mağaza satın alma sorumlusunun kriterleri birbirleri arasındaki önem derecelerine göre değerlendirme verilerine göre oluşturulan ikili karşılaştırma matrisi Tablo 4.'te sunulmuş, takip eden 5 No.'lu tabloda ise kriterlerin ağırlık hesaplaması sonuçlarına yer verilmiştir:

Tablo 4. Kriterlerin İkili Karşılaştırma Matrisi

| KRİTERLER | | Fiyat | | Kalite | | Teslimat | | İletişim | |
|-----------|------------------|-------|---------|---------------|------------------|-----------|-----------|-----------------|-----------------|
| | | vade | indirim | ürün kalitesi | ürün çeşitliliği | zamanlama | Paketleme | ulaşılabilirlik | çözüm odaklılık |
| Fiyat | Vade | 1 | 0,333 | 0,333 | 0,333 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| | İndirim | 3 | 1 | 0,333 | 0,333 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| Kalite | Ürün Kalitesi | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| | Ürün çeşitliliği | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| Teslimat | Zamanlama | 0,5 | 0,5 | 0,333 | 0,5 | 1 | 0,5 | 2 | 2 |
| | Paketleme | 0,5 | 1 | 0,333 | 0,5 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| İletişim | Ulaşılabilirlik | 0,333 | 0,5 | 0,333 | 0,333 | 0,5 | 0,5 | 1 | 1 |
| | Çözüm odaklılık | 0,333 | 0,5 | 0,333 | 0,333 | 0,5 | 0,5 | 1 | 1 |

Tablo 5.'teki kriter ağırlıkları incelendiğinde ise işletme için en önemli kriterin “ürün kalitesi (0,239)” olduğu görülmektedir. Bu kriteri 0,217 değerle “ürün çeşitliliği” takip etmektedir. Bu kriterleri sırayla; indirim (0,125), vade (0,122), paketleme (0,103) ve zamanlama (0,081) takip etmektedir. Görece en az önem arz eden iki kriter ise “ulaşılabilirlik” ve “çözüm odaklılık” (0,055)’tir.

Tablo 5. Kriter Ağırlıkları

| Ağırlıklar | Fiyat | | Kalite | | Teslimat | | İletişim | |
|------------|-------|---------|---------------|------------------|-----------|-----------|-----------------|-----------------|
| | vade | indirim | ürün kalitesi | ürün çeşitliliği | zamanlama | paketleme | ulaşılabilirlik | çözüm odaklılık |
| | 0,122 | 0,125 | 0,239 | 0,217 | 0,081 | 0,103 | 0,055 | 0,055 |

Kriterlerin 0,070 olarak elde edilen uyum indeksi (CI), rassallık indeksinde kriter sayısı 8 iken baz alınacak değere (RI: 1,41) bölünmüş ve tutarlılık oranı (CR) 0,049 olarak elde edilmiştir. Tutarlılık oranının 0,1'den küçük olması gerekmektedir ki bu şart; kriter karşılaştırmalarında ortaya çıkan uyumsuzlukların kabul edilebilecek durumda olduğunu göstermektedir (0,049 < 0,1).

Tablo 6. Karar Matrisi

| Tedarikçi | Fiyat | | Kalite | | Teslimat | | İletişim | |
|-----------|---------------|------------------|---------------------------|------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------------|-----------------------------|
| | Vade 0,122 | İndirim 0,125 | Ürün kalitesi 0,239 | Ürün çeşitliliği 0,217 | Zamanlama 0,081 | Paketleme 0,103 | Ulaşılabilirlik 0,055 | Çözüm odaklılık 0,055 |
| T1 | 10 | 10 | 8 | 8 | 7 | 10 | 10 | 8 |
| T2 | 10 | 8 | 8 | 8 | 7 | 10 | 10 | 8 |
| T3 | 1 | 8 | 8 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| T4 | 5 | 10 | 10 | 10 | 10 | 8 | 8 | 10 |
| T5 | 10 | 10 | 10 | 8 | 8 | 7 | 7 | 10 |
| T6 | 10 | 10 | 10 | 10 | 7 | 5 | 10 | 10 |
| T7 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 5 | 5 | 10 |
| T8 | 1 | 9 | 9 | 1 | 9 | 10 | 10 | 10 |
| T9 | 10 | 10 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 7 |
| T10 | 10 | 10 | 10 | 7 | 5 | 3 | 5 | 10 |

Yukarıda Tablo 6.'da gösterilen karar matrisinde; sütunlarda kriterler, satırlarda ise tedarikçiler (T1, T2,...) yer almaktadır. Tabloda araştırmanın uygulandığı işletmenin satın alma müdürü tarafından yapılan, tedarikçileri kriterler bazında değerlendirme (1-10 arası) görülmektedir. Karar matrisinin oluşturulması adımıyla sonra normalize karar matrisi oluşturulması adımıyla geçilmiş ve aşağıda, Tablo 7.'de gösterilmiştir:

Tablo 7. Normalize Karar Matrisi

| Tedarikçi Alternatif | Fiyat | | Kalite | | Teslimat | | İletişim | |
|-------------------------|-------|---------|------------------|---------------------|-----------|-----------|-----------------|--------------------|
| | Vade | indirim | ürün kalitesi | ürün çeşitliliği | zamanlama | paketleme | ulaşılabilirlik | çözüm odaklılık |
| T1 | 0,370 | 0,331 | 0,276 | 0,312 | 0,278 | 0,413 | 0,384 | 0,278 |
| T2 | 0,370 | 0,265 | 0,276 | 0,312 | 0,278 | 0,413 | 0,384 | 0,278 |
| T3 | 0,037 | 0,265 | 0,276 | 0,273 | 0,278 | 0,289 | 0,269 | 0,243 |
| T4 | 0,185 | 0,331 | 0,345 | 0,390 | 0,398 | 0,330 | 0,307 | 0,347 |
| T5 | 0,370 | 0,331 | 0,345 | 0,312 | 0,318 | 0,289 | 0,269 | 0,347 |
| T6 | 0,370 | 0,331 | 0,345 | 0,390 | 0,278 | 0,206 | 0,384 | 0,347 |
| T7 | 0,370 | 0,331 | 0,345 | 0,390 | 0,398 | 0,206 | 0,192 | 0,347 |
| T8 | 0,037 | 0,298 | 0,311 | 0,039 | 0,358 | 0,413 | 0,384 | 0,347 |
| T9 | 0,370 | 0,331 | 0,276 | 0,312 | 0,318 | 0,330 | 0,307 | 0,243 |
| T10 | 0,370 | 0,331 | 0,345 | 0,273 | 0,199 | 0,124 | 0,192 | 0,347 |

Karar matrisinin normalize edilmesi aşamasında her bir alternatife ilgili kriter değeri, karar matrisindeki (Tablo 6) her bir kriterin altındaki sütunda yer alan her bir değer için karesi alındıktan sonra bu karelerin toplanması ve elde edilen değer için karekökünün alınması sonucu elde edilmektedir.

Karar matrisini normalize etme işleminin ardından ise ağırlıklandırılmış normalize karar matrisi hesaplaması adımıyla geçilmiştir. AHP yöntemi kullanılarak elde edilen kriter ağırlıkları ile normalize karar matrisinin (Tablo 7) değerleri çarpımıyla ulaşılan ağırlıklandırılmış karar matrisi ise Tablo 8.'de görülmektedir.

Tablo 8. Ağırlıklandırılmış Normalize Karar Matrisi

| Tedarikçi Alternatif | Fiyat | | Kalite | | Teslimat | | İletişim | |
|----------------------|-------|---------|---------------|------------------|-----------|-----------|-----------------|-----------------|
| | Vade | indirim | ürün kalitesi | ürün çeşitliliği | zamanlama | paketleme | ulaşılabilirlik | çözüm odaklılık |
| T1 | 0,045 | 0,041 | 0,066 | 0,067 | 0,022 | 0,042 | 0,021 | 0,015 |
| T2 | 0,045 | 0,033 | 0,066 | 0,067 | 0,022 | 0,042 | 0,021 | 0,015 |
| T3 | 0,004 | 0,033 | 0,066 | 0,059 | 0,022 | 0,029 | 0,014 | 0,013 |
| T4 | 0,022 | 0,041 | 0,082 | 0,084 | 0,032 | 0,034 | 0,017 | 0,019 |
| T5 | 0,045 | 0,041 | 0,082 | 0,067 | 0,025 | 0,029 | 0,014 | 0,019 |
| T6 | 0,045 | 0,041 | 0,082 | 0,084 | 0,022 | 0,021 | 0,021 | 0,019 |
| T7 | 0,045 | 0,041 | 0,082 | 0,084 | 0,032 | 0,021 | 0,010 | 0,019 |
| T8 | 0,004 | 0,037 | 0,074 | 0,008 | 0,029 | 0,042 | 0,021 | 0,019 |
| T9 | 0,045 | 0,041 | 0,066 | 0,067 | 0,025 | 0,034 | 0,017 | 0,013 |
| T10 | 0,045 | 0,041 | 0,082 | 0,059 | 0,016 | 0,012 | 0,010 | 0,019 |

Her bir kriterin alternatiflere göre ağırlıklandırma hesaplanması adımından sonra ise kriterlerin her alternatifin ideal ve negatif ideal çözüm uzaklığı hesaplanması aşamasına geçilmiştir.

Tablo 9. İdeal ve Negatif İdeal Çözümleri

| | Vade | indirim | ürün kalitesi | ürün çeşitliliği | zamanlama | Paketleme | ulaşılabilirlik | çözüm odaklılık |
|---------|-------|---------|---------------|------------------|-----------|-----------|-----------------|-----------------|
| S_i^+ | 0,004 | 0,033 | 0,082 | 0,084 | 0,032 | 0,042 | 0,021 | 0,019 |
| S_i^- | 0,045 | 0,041 | 0,066 | 0,008 | 0,016 | 0,012 | 0,010 | 0,013 |

İdeal ve negatif ideal çözüm değerlerini belirleme adımında ise; ağırlıklandırılmış normalize karar matrisindeki (Tablo 8) her bir kriterin altındaki sütundan ideal ve negatif ideal değerler seçilmektedir. Elde edilen veriler yukarıda Tablo 9’da görülmektedir.

Tablo 10. İdeal (A^*) ve Negatif İdeal (A^-) Uzaklık Çözümleri

| İdeal Uzaklık Değerleri | | | |
|-------------------------|---|--------------|---|
| Tedarikçiler | Pozitif İdeal Uzaklık Değerleri (A^+) | Tedarikçiler | Negatif İdeal Uzaklık Değerleri (A^-) |
| | S_i^+ | | S_i^- |
| T1 | 0,049 | T1 | 0,067 |
| T2 | 0,048 | T2 | 0,068 |
| T3 | 0,035 | T3 | 0,068 |
| T4 | 0,022 | T4 | 0,086 |
| T5 | 0,047 | T5 | 0,065 |
| T6 | 0,047 | T6 | 0,079 |
| T7 | 0,047 | T7 | 0,080 |
| T8 | 0,077 | T8 | 0,054 |
| T9 | 0,049 | T9 | 0,064 |
| T10 | 0,060 | T10 | 0,053 |

Tablo 10. incelendiğinde ise ideal (pozitif ideal) ve negatif ideal çözüme uzaklık değerleri görülmektedir. Pozitif ideal uzaklık değerlerini elde etmek için matrisin her bir sütunundaki kriter değerleri en büyük değerden sırayla çıkarıldıktan sonra ulaşılan değer kendisiyle çarpılarak karesi hesaplanmaktadır. Negatif ideal çözüme uzaklık değerlerinin elde edilmesi için ise matrisin her bir sütunundaki kriter değerlerinin en küçük değerden çıkarılarak ve elde edilen değerlerin ise karesi alınarak hesaplanmaktadır.

Tablo 11. İdeal Çözüme Göreceli Yakınlık Değerleri ve Sıralama

| Sıra | Tedarikçiler | S_i^+ | S_i^- | C_i^* |
|------|--------------|---------|---------|--------------|
| 1 | T4 | 0,022 | 0,086 | 0,795 |
| 2 | T3 | 0,035 | 0,068 | 0,658 |
| 3 | T7 | 0,047 | 0,080 | 0,626 |
| 4 | T6 | 0,047 | 0,079 | 0,625 |
| 5 | T2 | 0,048 | 0,068 | 0,585 |
| 6 | T1 | 0,049 | 0,067 | 0,580 |
| 7 | T5 | 0,047 | 0,065 | 0,577 |
| 8 | T9 | 0,049 | 0,064 | 0,564 |
| 9 | T10 | 0,060 | 0,053 | 0,471 |
| 10 | T8 | 0,077 | 0,054 | 0,413 |

TOPSIS yönteminin son aşaması olan ideal çözüme göreceli yakınlık değerlerinin hesaplanması aşamasında ise; her bir alternatifin negatif ideal çözüm değeri; pozitif ideal değer ve negatif ideal çözüm değerinin toplamına bölünerek elde edilmektedir. Tablo 11’de elde edilen değerler görülmektedir.

C_i^* değeri $0 \leq C_i^* \leq 1$ aralığında olmalıdır ve $C_i^* = 1$ karar noktasının pozitif ideal çözüme, $C_i^* = 0$ ise karar noktasının negatif ideal çözüme mutlak yakınlığını ifade etmektedir. TOPSIS yönteminin verileri sonuçlandırıldığı bu aşamada Tablo 11. üzerinde gösterilen veriler incelendiğinde; tedarikçi şirketlerin sıralamasının belirlenmesinde dikkate alınacak veriler olduğu görülmektedir.

Bu tablodaki C_i^* değerlerine göre; hediyeelik eşya mağazası için ideal çözüme en yakın olan ve öncelikle tercih edilmesi gereken tedarikçi şirket “T4” kodlu şirkettir. T4 şirketini takip eden sıralamada ise tedarikçiler T3, T7, T6, T2, T1, T5, T9, T10 ve son sırada T8 şeklinde sıralanmaktadır. Dolayısıyla, analiz sonucuna göre öncelik verilmesi gereken T4 kodlu tedarikçinin, mağaza için ürün kalitesi, ürün çeşitliliği, indirim gibi önem ağırlığı görece yüksek kriterler açısından ve bu kriterler bazında karar matrisinde daha yüksek değerler aldığı görülmektedir. Tablonun sonunda konumlanan T8 kodlu tedarikçinin ise bu kriterler bazında mağazanın öncelikli kriterlerini karşılamakta zayıf kaldığı görülmektedir. Üçüncü sırada bulunan T7 (C_i^* değeri 0,626) ve dördüncü sırada bulunan T6 (C_i^* değeri 0,625) kodlu iki tedarikçi arasında analiz sonucunda aldıkları değer açısından önemli bir farklılık olmadığı düşünülebilir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu araştırma Mevlânâ Müzesi’ne yakın konumda bulunması nedeniyle yoğun müşteri çeken ve araştırmaya katılmayı kabul eden bir hediyeelik eşya mağazası üzerinde, mağazanın tedarikçi tercihini belirlemeye yönelik olarak TOPSIS yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonucunda mağazanın öncelikle tercih etmesi gereken tedarik şirketi belirlenmiştir. İlgili literatür incelemesinde turizm sektörünün otel, restoran gibi diğer paydaşları üzerine yapılmış araştırmalar mevcut iken hediyeelik eşya mağazaları üzerine bir araştırma olmadığı görülmüştür. Gelecekte hediyeelik eşya mağazaları üzerinde çalışmak isteyebilecek araştırmacıların bu çalışmada kullanılan yöntemin yanı sıra karşılaştırma yapma amacıyla diğer yöntemleri de eş zamanlı olarak kullanabileceği önerilebilir. Gelecekte yapılabilecek araştırmalarda, katılımcı mağaza sayısında artış sağlanması araştırmacılara geniş çaplı veri elde etme imkânı sağlayabilir ancak mağaza yetkililerinin araştırmaya katılmada gönüllü olmamasının da bir sınırlılık yaratabileceği göz ardı edilmemelidir. Bir başka açıdan bakıldığında ise; araştırmada baz alınan ana ve alt kriterler arasında “kalite” gibi ürün özelliklerini betimleyici kriterler söz konusu olduğunda bu kritere katılımcı işletmenin vereceği öncelik değerinin yüksek olması kuvvetle ihtimal dâhilinde olacaktır zira işletme kaliteyi gerçekte son planda dikkate alıyorsa bile bir araştırmaya katılacağı için gerçek dışı bilgi sunabilir, bu bağlamda da katılımcı işletme sayısının yüksek olmasından ziyade katılımcılardan doğru bilgi alınması esas alınmalı ve veri güvenilirliği sağlanmalıdır. İlgili literatürde bir işletme üzerinde yapılan araştırmaların yapıldığı da görülmüştür; Supçiller ve Çapraz (2011), Türkiye’de oluklu mukavva kutu üreten bir firmanın, dört kağıt tedarikçisi şirket arasından yapması gereken tercihi dört ana

kriter ve on bir alt kriter bazında belirlemeye yönelik araştırmada da tek bir firma üzerinde TOPSIS yöntemiyle çalışmışlardır ki araştırmada işletme için en yüksek öncelik değerine sahip olan kriterin, bu araştırmada da olduğu gibi, “kalite” değeri olduğu görülmüştür. Şimşek, Çatır ve Ömürbek (2015) de araştırmalarında Fethiye ilçesinde faaliyet gösteren bir otel işletmesi üzerinde çalışmışlardır ve otel işletmesinin tedarikçi tercihini beş ana ve yirmi alt kriter bazında, altı adet tedarikçi firmayı TOPSIS ve MOORA yöntemleriyle belirlemeye çalışmışlardır. Hediyeelik eşya mağazalarına yönelik önerilerde ise; mağazaların turizmden sağlayacakları fayda açısından değerlendirildiğinde, ürün temininde doğru tedarikçiyi belirlemelerinin ekonomi ve pazarlama disiplinleri açısından önemli vurgulanmalı, doğru ürünü satın almalarının ve müşteriye sunmalarının müşteri sadakati sağlayacağı ve dahi şehre gelen ziyaretçi sayısı üzerinde etkili olacağı, böylece daha fazla müşteri ağırlayabilecekleri, şehirde ya da bölgede turizmin sürdürülebilirliğine katkı sağladıkları net olarak ifade edilmelidir.

KAYNAKLAR

- Akyürek, S. ve Özdemir, Ö. (2019). “Kırsal Turizmde Turistik Ürün Olarak Hediyeelik Eşyaların Değerlendirilmesi”. 8. Ulusal Kırsal Turizm Kongresi Tam Metin Kitabı, 193-204, Muğla-Bodrum.
- Akyüz, Y., Bozdoğan, T. ve Hantekin, E. (2011). “TOPSIS Yöntemiyle Finansal Performansın Değerlendirilmesi ve Bir Uygulama”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 13(1): 73-92.
- Bagheri, M., Shojaei, P & Khorami, M. (2018). “A Comparative Survey of the Condition of Tourism Infrastructure in Iranian Provinces Using VIKOR and TOPSIS”. *Decision Science Letters*, 7(1), 87-102.
- Joshi, S., Sharma, M. & Singh, R. K. (2020). “Performance Evaluation of Agro-tourism Clusters Using AHP–TOPSIS”. *Journal of Operations and Strategic Planning*, 3(1), 7–30.
- Erdoğan, M. ve Yamaltdinova, A. (2018). “Borsa İstanbul’a Kayıtlı Turizm Şirketlerinin 2011-2015 Dönemi Finansal Performanslarının TOPSIS ile Analizi”. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5 (1), 19-36.
- Gülşen, Ç. (2021). “AHS ve TOPSIS Yöntemleri ile Restoranların Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: Edirne İli Örneği”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Edirne: Trakya Üniversitesi.
- Hwang, C. L. & Yoon, K. (1985). “Manufacturing Plant Location Analysis by Multiple Attribute Decision Making: Part I- Single Plant Strategy”. *International Journal of Production Research*. 23(2). 345-359.
- Keskin, İ. ve Altan, Ş. (2020). Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS). Atan, M. ve Altan, Ş. (Editörler). *Örnek Uygulamalarla Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri*. 1. Baskı. Ankara: Gazi.
- Keskin, İ. ve Altan, Ş. (2020). TOPSIS Yöntemi. Atan, M. ve Altan, Ş. (Editörler). *Örnek Uygulamalarla Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri*. 1. Baskı. Ankara: Gazi.
- Manap Davras, G. (2020). “Akdeniz Turizm Destinasyonlarının Rekabet Gücü Açısından TOPSIS ve VIKOR Yöntemleri ile Karşılaştırılması”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 1439-1456.
- Ömürbek, N., Makas, Y. Ve Ömürbek, V. (2015). “AHP ve TOPSIS Yöntemleri ile Kurumsal Proje Yönetim Yazılımı Seçimi”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 59- 83.
- Önder, G. ve Önder E. (2018). Analitik Hiyerarşi Süreci. Yıldırım, B. F. ve Önder, E. (Editörler). *Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri*. 3. Baskı. Bursa: Dora.
- Özdemir, M. (2018). TOPSIS. Yıldırım, B. F. ve Önder, E. (Editörler). *Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri*. 3. Baskı. Bursa: Dora.
- Saaty, T. L. (1994). “How to Make a Decision: The Analytic Hierarchy Process”. *Interfaces*, 24(6), 19- 43.
- Swanson, K. K. & Horridge, P. E. (2006). “Travel Motivations as Souvenir Purchase Indicators”. *Tourism Management*, 27, 671-683.
- Şimşek, A., Çatır, O. Ve Ömürbek, N. (2015). “TOPSIS ve MOORA Yöntemleri ile Tedarikçi Seçimi: Turizm Sektöründe Bir Uygulama”. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(33), 133-161.
- Supçiller, A. A. Ve Çapraz, O. (2011). “AHP-TOPSIS Yöntemine Dayalı Tedarikçi Seçimi Uygulaması”. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 13, 1-22.
- Türkmen Yılmaz, S. Ve Çağıl, G. (2012). “İMKB’ye Kote Bilişim Sektörü Şirketlerinin Finansal Performanslarının TOPSIS Yöntemi ile Değerlendirilmesi”. *Maliye ve Finans Yazıları*, 26 (95). 59-78.
- Uzun, S. (2015). “Gemi İnşa Sürecinde Ana Makine ve Jeneratör Seçimi: AHP, TOPSIS ve PROMETHEE Uygulaması”. Yüksek Lisans Tezi. Gebze: Gebze Teknik Üniversitesi.

Yurdakul, M. ve İç, Y. T. (2003). “Türk Otomotiv Firmalarının Performans Ölçümü ve Analizine Yönelik TOPSIS Yöntemi Kullanan Bir Örnek Çalışma”. *Gazi Üniversitesi Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 18(1), 1-13.

Zhang, H., Gu, C., Gu, L. & Zhang, Y. (2011). “The Evaluation of Tourism Destination Competitiveness by TOPSIS & Information Entropy – A Case in the Yangtze River Delta of China”, *Tourism Management*, 32 (2), 443-451, ISSN 0261-5177.

TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU (TÜİK) <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-III.-Ceyrek:-Temmuz---Eylul,-2021-37445> Erişim Tarihi: 29/10/2021

URL-1

<https://konya.ticaret.gov.tr/data/5fe451e613b8764580939e78/konya%20y%C3%B6resel%20%C3%BCr%C3%BCnler%20kesin%20liste-2020.pdf> Erişim Tarihi: 30/03/2022

Geliş Tarihi: 09/06/2022

Kabul Tarihi: 20/06/2022

TÜRKİYE’DE EVDE SAĞLIK HİZMETLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

İldan KIRAN*

Abdulkadir GÜÇLÜ**

ÖZET

Evde sağlık hizmetleri, hastalara kendi evlerinde verilen sağlık hizmetleridir. Gelişen dünya teknolojisi sağlık alanında da birçok değişikliğe yol açmıştır. Değişiklikler ile evde sağlık uygulamalarına ihtiyaç gün geçtikçe artmıştır. Sağlık sistemlerinin bir parçası olan evde sağlık hizmeti uygulamalarının önemi oldukça fazladır. Evde sağlık hizmetlerinin ülkemizde ki tarihi 15. yüzyıla kadar uzanmaktadır. Fakat gerekli yasal düzenlemelerin yapılması uzun yıllar sürmüştür. Bu çalışma ile evde sağlık uygulamalarına genel bir bakış ve ülkemizdeki tarihsel yasa düzenlenmelerine, finansmanın sağlanmasına ve uygulamalarına değinilmiştir.

Anahtar kelimeler: Evde bakım hizmetleri, Sağlık hizmetleri, Evde sağlık hizmetleri,

EVALUATION OF HOME HEALTH SERVICES IN TURKEY

ABSTRACT

Home health services are services provided to patients in their own homes. The developing world technology has also led to many changes in the field of health. With the changes, the need for home health applications has increased day by day. Considering it to be a part of health systems the importance of home health care applications is quite high. The history of home health services in our country dates back to the 15th century. However, it took many years to make the necessary legal arrangements. In this study, an overview of home health practices and historical regulations in our country, financing and practices are mentioned

Keywords: Home care services, Health services, Home health services

GİRİŞ

Evde sağlık hizmetleri, kişilerin sağlık durumunu iyileştirmek üzere yaşadıkları ortamda sunulan sağlık hizmetidir. Hastanelerde oluşan yoğunluk ve yatak kapasitelerinin yetersiz kalması ile evde sağlık hizmetleri önem kazanmıştır. Sağlık hizmetlerinde bütüncül bakıldığında önemli bir rolü olan evde sağlık hizmetleri, sağlık personelleri ile sağlık kurumlarınınca sağlanmaktadır (Kavuncubaşı ve Yıldırım, 2010;60).

Evde sağlık, hastalara evinde sunulan sağlık hizmeti (Bentur, 2001; 55), sağlık personelleri tarafından hastaya ve hasta yakınlarına kişinin tedavisinde sağlanan destek ve yardımlardır. Evde sağlık hizmetlerinin amacı tüm ülkelerde aynı olup terimleri değişiklik göstermektedir. Amerika Birleşik Devletleri evde bakım (home care), İsrail ev hastanesi (hospital at home), Batı Avrupa evde sağlık bakımı (home health care) ve ev ziyareti (home visiting) terimlerini kullanmaktadır (Çoban ve Esatoğlu, 2004:109-110).

Bilimin gelişmesi ile beraber ülkelerde tıp alanında önemli gelişmeler ve ilerlemeler söz konusudur. Tıp alanında yaşanan gelişmeler ile erken tanı ve tedavi yöntemlerinde gelişmeler yaşanmıştır. Gün geçtikçe kronik hastalıklarda artma meydana

* Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sağlık Yönetimi ABD, ildankiran@stu.aydin.edu.tr
İstanbul/Türkiye, ORCID No: 0000-0001-8394-993X

** Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, aguclu@aydin.edu.tr,
İstanbul/Türkiye, ORCID No:0000 0001 8005 5367

gelmiş ve tıp alanında ki bu gelişmelere paralel olarak insan ömrü de uzamıştır (Utku, 2007; 53). Evde bakım hizmetlerinin amaçları arasında hasta bireylerin kendi yaşam alanlarında bağımsız olarak yaşam kalitesini yükselterek ömürlerini sürdürmelerini sağlamaktır (Öztop vd., 2008;1).

EVDE SAĞLIK HİZMETLERİ

Evde sağlık hizmetleri ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde 1965 yılında sigorta sisteminin ortaya çıkması ile başlamıştır. O dönemlerde Amerika Birleşik Devletleri'nde bu alanda gelişmeler gözlemlenmiştir. Yaşanan ekonomik ve finansal büyümede evde sağlık hizmetlerinin etkisinin önemli bir rolü olduğu belirtilmiştir (Cindoruk vd., 2010;2). Günümüzde Amerika Birleşik Devletlerinde 17.000 evde sağlık hizmeti sağlayan kuruluş bulunmaktadır (Koçer ve Uysal, 2008; 125).

Kronik hastalıkların ve yaşlı sayısının artışla orantılı olarak sağlık hizmetlerine duyulan ihtiyaç da artmaktadır. Sağlık kuruluşlarında sunulan hizmetin maliyet olarak yüksek olması ve sağlık kuruluşlarının yatak kapasite sayısının sınırlı olması hasta memnuniyet oranını düşürmektedir (Subaşı ve Öztekin, 2006; 20). Oluşan memnuniyet düzeyini artırma hedefiyle sağlık uygulamalarının evde yapılabilmesi için evde sağlık uygulamalarına başlanmıştır. Bu sayede sağlık kuruluşlarının maliyetinin düşürülmesi hedeflenmiştir (Karataş, 2011;35).

Evde sağlık hizmetleri uygulaması sağlık ve sosyal hizmetlerin bir bütün olarak organize bir şekilde sunularak koruyucu ve tedavi edici hizmetlerdir. Evde sağlık hizmetlerine ihtiyaç duyan kişilerin sosyal ve ekonomik durumu da ele alınarak multidisipliner çalışılmaya gereksinim vardır (Fadıloğlu, 2004; 1).

Dünya Sağlık Örgütü(WHO) tarafından Evde bakım hizmetleri, 'Profesyonel sağlık çalışanları gibi formal ya da hasta bakıcı gibi informal türde yetişmiş bireylerce hastaya kendi ev ortamında bakım hizmetinin verilmesi' olarak tanımlanmıştır (Yaşar, 2009, s. 23).

Evde sağlık hizmetleri, hastanın ev ortamında sağlık hizmetinin sağlanması ve gerekli olan araç-gereçlerin tedarik edilmesidir. Evde sağlık uygulamaları zaman içerisinde teknolojinin gelişmesi ile değişikliklere uğramıştır. Hasta grupları arasında evde sağlık hizmetine ihtiyaç duyan belirli bir kesim sürekli mevcuttur.

Toplumun ihtiyaç duyan her kesimine evde sağlık hizmetleri verilmelidir. Evde sağlık uygulamalarında hasta yakınının tedaviye katılım sağlaması gerekmektedir. Bu sayede sağlık personeli ile uyum içerisinde hastanın tedavi sürecine olumlu ve hızlandırıcı bir katkı sağlamış olur.

Evde sağlık uygulamalı ev ziyaretleri ile gerçekleşmekte olup, sağlık durumu bozulan kişilerin sağlığına kavuşması hedeflenmektedir. Evde sağlık hizmetlerini sunan kişiler ev ziyaretçileridir. 20. Yüzyılda ev ziyaretçiliği kavramı içerisinde sağlık uygulamalarının sunulması hemşireler tarafından kişilerin diğer ihtiyaçlarının karşılanması ise sosyal hizmetler görevlisi tarafından karşılanmaya başlamıştır. Ev ziyaretleri ile evde sağlık uygulamalarına ihtiyacı olan kişilere ulaşmak hedeflenmektedir (Dawson, 1980; 272).

Evde bakım hizmetleri üç grupta incelenebilir. Bunlar; tıbbi uygulamaların verilmesi, kısa süreli ve uzun süreli evde bakım hizmetleri ve farklı meslek gruplarının evde uyguladıkları bakımlardır (Karabağ, 2007).

Evde sağlık hizmetleri içerisinde; doktorluk hizmetleri, hemşirelik hizmetleri, fizyoterapi hizmetleri, psikolojik danışmanlık hizmetler, araç-gereç temin edilmesi yer almaktadır. Evde sağlık uygulamaları sağlık kuruluşlarına yatış sayısında azalmaya neden olmuştur (Subaşı ve Öztekin, 2006;20).

Dünya'da bakıma muhtaç hastalarda evde verilen hizmetler benzerlik göstermektedir. Günümüzde ise evde bakım hizmetlerine duyulan ihtiyacın artması ile nakil hizmetleri, bakıcı ve kuaför destekleri de sağlanmaktadır (Akdoğan, 2019:18).

DÜNYA'DA EVDE SAĞLIK HİZMETLERİ

Evde sağlık hizmetleri ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde 1883 yılında ev hemşireliği şeklinde görülmüştür. İlk uygulamalar arasında 1893 yılında New York'ta kar amacı gütmeyen bir kuruluş olan Henry Street Nursing Settlement ile toplum sağlığı hemşireliği olarak faaliyete geçmiştir (Altuntaş vd., 2010;20).

20. yüzyıla gelindiğinde bilimde yaşanan gelişmeler dünya ülkelerinin değişimine neden olmuştur. Yaşanan değişimler ülkelerde yalnızca ekonomiyi değil sağlığı da içine alan birçok sektörü etkilemiştir (Sarp vd., 2001;40).

1909 yılında evde sağlık hizmetlerinde büyük gelişmeler yaşanmıştır. Halk sağlığı hizmetlerinde yaşanan bu gelişmeler hemşirelik kurumları sayesinde olmuştur. Amerika Birleşik Devletleri'nde Metropolitan Yaşam Sigortası Şirketi evlere düzenlenen sağlık hizmetlerini ödeme kapsamı içerisinde almıştır. Evde sağlık hizmetlerinin hastaneden sunulması ve desteklenmesi New York Montefiore Hastanesinde yapılmıştır. Bu uygulama ile evde sağlık hizmetleri sadece hemşirelik hizmetleri sınırlı kalmayarak diğer sağlık personellerini de içine alacak şekilde genişletilmiştir. Amerika Birleşik

Devletleri’nde 1965 yılında Sosyal Güvence Sistemleri de evde sağlık hizmetlerine dahil edilmiştir (Yılmaz vd., 2010; Oral, 2002).

Amerika Birleşik Devletleri’nden sonra Avrupa ülkeride evde sağlık uygulamalarına başlamışlardır (Yılmaz vd., 2010; Oral, 2002). Avrupa’da evde sağlık uygulamaları ilk olarak 1937 yılında Danimarka’da başlamıştır. Sonra bebek ölüm hızında ki artışlar evde sağlık uygulamalarının önemini arttırmış ve sivil toplum kurumları tarafından desteklenmiştir. Avrupa’da Danimarka’yı takiben Hollanda, İsveç ve İngiltere gibi ülkelerde evde sağlık uygulamaları devlet tarafından uygulanmaya başlanmıştır (Karabağ, 2007). Avrupa ülkelerinden İngiltere’de evde sağlık uygulamaları kiliselerin öncülüğünde uygulanmaya başlanmış ve uzun yıllar devam etmiştir (Sancak, 2020). Evde sağlık hizmetleri uygulamalarında Almanya finansmanı devlet, belediyeler, sivil toplum kuruluşları ve sigorta şirketleri tarafından karşılanmaktadır. Erken tedavi öncelikleri arasında yer almaktadır. Sağlık personelleri tarafından ev ziyaretleri gerçekleştirilir, risk faktörleri belirlenir, risk faktörlerinin azaltılması konusunda hizmet alan kişiler bilgilendirilir (Torun ve ark., 2016).

Dünya’da tarih boyunca evde sağlık uygulamaları eğitilmiş kişiler, gönüllüler, sosyal yardım kuruluşları, kamu sağlık kurumları ve özel sağlık kuruluşları tarafından sunulmuştur. Dünya’nın birçok ülkelerinde evde sağlık hizmetleri verilmektedir. Fakat evde sağlık hizmetlerinin yönetmelikler tarafından düzenlendiği, ekonomik açıdan sorunsuz ilerletilen ülke sayısı ise oldukça azdır (Çayır, 2013;40).

Günümüzde Kanada, İngiltere, Fransa, İspanya, Hollanda, Belçika, Danimarka gibi birçok ülkede evde sağlık hizmetleri mevcuttur. Avrupa Birliği’ne üye olan ülkelerin hepsinde evde sağlık hizmetleri bulunmaktadır (Ünlüoğlu ve Saatçi, 2015).

TÜRKİYE’DE EVDE SAĞLIK HİZMETLERİ

Evde sağlık hizmetlerinin ülkemizdeki tarihi 15. Yüzyıla kadar dayanmaktadır. Anadolu Selçuklu döneminde doktorlar evlerde, çarşı ve pazarlarda hizmet verdiği bilinmektedir (Yasa, 2002;1). Osmanlılarda ise padişah Fatih Sultan Mehmet döneminde, başvurmaları halinde yatağa bağımlı hastaların evlerine doktor gönderme hizmeti verilmekteydi (Vakıflar Genel Müdürlüğü, 2010).

Türkiye Cumhuriyeti kurulduktan sonra evde sağlık hizmetleriyle ilgili ilk yasal düzenleme 1930 yılında çıkan 1593 sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanunu ile olmuştur. Bu yasal düzenleme hastanın tedavi sürecinin düzenlenmesi, evde doktor muayenesinin yapılmasına yöneliktir.

1946 yılında sağlık kurumları tarafından bir plan hazırlanarak evde sağlık hizmetleri sunulmaya başlanmıştır. Sağlık personelleri tarafından ekipler oluşturularak köyler ve gereken durumlarda hastaların evlerinde ziyaretler gerçekleştirilmiştir (Ünlüoğlu ve Saatçi, 2015).

1961 yılına gelindiğinde sağlık hizmetlerinin sosyalleştirilmesi hakkında yönetmelik yürürlüğe girmiştir. 09.09.1964 yılında Resmi Gazete’de yayımlanan “Sağlık Hizmetlerinin Sosyalleştirildiği Bölgelerde Hizmetin Yürütülmesi Hakkında Yönetmelik” ile sağlık hizmetlerinin esasları belirlenmiştir. Bu yönetmelik ile birlikte köyde bulunan ebelerin hemşirelere yardımcı olması ev ziyaretleri gerçekleştirmesi gerekli olduğu zamanlarda hemşirelerin köyde bulunan ebelere destek vereceği belirtilmiştir (Resmi Gazete, 11802).

1980 yılından önce koruyucu sağlık hizmetleri altında verilen evde sağlık hizmetleri sonrasında özel sağlık kurumları ve bağımsız kişiler tarafından hizmet verilmiştir (Bahar vd., 2009;4).

1993 yılında Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu Genel Müdürlüğü tarafından evde sağlık uygulamalarına ilişkin proje yapılmıştır. Proje; İstanbul, Ankara, İzmir ve Adana’da uygulamaya alınmıştır. Proje istenildiği gibi ilerlememiş ve diğer illerde yaygınlaşmamıştır.

10.03.2005 yılında ‘25751 sayı ile Evde Bakım Hizmetleri Hakkındaki Yönetmelik’ Resmi Gazete’de yayınlanmıştır. Bu yönetmelik ile birlikte sağlık kuruluşlarının denetime açılmasına ilişkin usuller düzenlenmiştir. Evde sağlık hizmetlerinin hastaların talepleri doğrultusunda kesintisiz hizmet verilmesi taleplerin karşılanması ve sürekliliğinin sağlanması amaçlanmıştır. Yönetmelikle birlikte evde sağlık hizmetlerinin kapsamı belirlenmiştir (Resmi Gazete, 25751).

Türkiye’de evde sağlık uygulamaları üç şekilde yürütülmektedir; Bunlar;

- Umumi Hıfzıssıhha Kanunu (UHK) ile yürütülen evde sağlık uygulamaları,
- Sağlık Hizmetlerinin Sosyalleştirilmesi Hakkındaki Kanun (SHSHK) ile yürütülen evde sağlık uygulamaları,
- 1980 sonrasında uygulanan evde sağlık uygulamalarıdır.

2005 yılına kadar evde sağlık hizmetleri uygulamalarında bir netlik olmadığı görülmektedir (Karabağ, 2007).

Umumi Hıfzıssıhha Kanunu ile bulaşıcı hastalıklarla mücadele kapsamında sağlık hizmetlerinin sunumudur. Umumi Hıfzıssıhha Kanunu kapsamında uygulamalar sağlık ve sosyal boyutta ele alınmaktadır. Sağlık Hizmetlerinin Sosyalleştirilmesi

Hakkında Kanunu (SHSK) ile koruyucu sağlık hizmetlerine yönelim sağlanmıştır. SHSK ile hedef alınan çalışmalar gebe ve bebek takipleridir (Karadağ, 2006).

Günümüze doğru geldiğimizde, 2014 yılında kamu hastaneleri tarafından evde sağlık uygulamalarına başlanmıştır. İlk önce Balıkesir Devlet Hastanesi'nde uygulanmaya başlamıştır. Türkiye'de evde sağlık uygulamaları İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük illerde özel sağlık kurumları tarafından çoğunlukla yapılmaktadır. Evde sağlık uygulamalarına ilişkin sağlıklı verilere ulaşılamamaktadır. Evde sağlık hizmetleri incelemesinde uygulamaların hastane destekli olduğu gözlemlenmektedir. Hastane destekli olmayan özel kurumlar tarafından sağlanan evde sağlık hizmetleri de bulunmaktadır (Çoban ve Esatoğlu, 2004).

Özel sağlık kurumları, kamu kurumları, yerel yönetimler ve diğer özel kurumlar tarafından evde sağlık hizmetleri uygulamaları yapılmaktadır. Günümüzde halen devam etmekte olan evde sağlık hizmetlerinin uygulanabilirliğinde sorunlar olduğu bilinmektedir. Sorunları dört başlık altında belirtilmektedir. İşleyişi ve uygulamaları, kalite ve standartları, ekonomisinin sağlanması ve insan kaynaklarına ilişkin sorunlardır (Altuntaş vd., 2010;20).

'Sağlık Bakanlığınca sunulan Evde Sağlık Hizmetlerinin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönerge' kapsamında; Sağlık Müdürlüğü bünyesinde 34 adet ekip, sağlık kurumlarına bağlı 408 evde sağlık birimi Sağlık Bakanlığı'nca onaylanarak toplam 442 Birim faaliyet göstermektedir.

Evde sağlık hizmetleri günümüzde üç şekilde faaliyet göstermektedir. Bunlar;

- Aile Hekimliği yasal düzenlemesi ile Aile hekimleri tarafından
- Sağlık kurumları tarafından faaliyet gösteren evde sağlık hizmetleri tarafından
- Sağlık Müdürlüğü ekipleri tarafından taşra bölgelerde uygulanan evde sağlık hizmetleridir (Mergen vd., 2009;6).

Ülkemizde kamu kurumları tarafından evde sağlık hizmetlerinden yararlanılabilmesi için Sağlık Bakanlığı'na ait 4443833 numaralı telefon ile başvurular gerçekleştirilmektedir. Başvuru sonucunda talepler uygun Müdürlükler ile paylaşılmaktadır.

Evde sağlık hizmetleri ekipleri hastayı evinde ziyaret eder. Hastanın tedavi süreci belirlenir. Gerekli olan konsültasyonlar yapıldıktan sonra evde sağlık hizmeti tedavi planı oluşturularak devam eder. Acil durumlar evde sağlık hizmetlerinde görev yapan sağlık personelinin görev alanına girmemektedir.

EVDE SAĞLIK HİZMETLERİ FİNANSMANI

Ülkemizde bakım hizmetleri, sosyal güvenlik hizmetleri içerisinde yer almaktadır ve konu ile ilgili yeterli mevzuat bulunmamaktadır. Bakım hizmetlerinden yararlanmak isteyen fakat Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu kapsamı dışında kalan kişiler belirli bir ücret ödeyerek bakım hizmetlerinden yararlanmaktadır. Ülkemizde bakıma ihtiyaç duyan herkesin ücretsiz bir şekilde bakım hizmetlerinden faydalanabilmesi gerekmektedir. Bakım hizmetleri için gerekli olan kaynak ise genel bütçeden sağlanmalıdır.

Evde bakım hizmetlerinin finansmanı yalnızca ülkemiz de değil bütün dünya ülkeleri için önemli bir konudur. Ülkelerin sağlık sistemleri arasındaki farklar, sigorta koşulları ve sigorta firmalarının rolleri değişmektedir. Evde bakım hizmetleri finansman desteği oluşturulurken beş konu üzerinde durulmalıdır (Oğlak, 2007).

- Evde bakım hizmetlerinden kimler faydalanabileceği,
- Finansman kaynağı,
- Yararlanma hakkı belirleme,
- Hizmetin sunum şekli,
- Sağlık hizmetleri ve sosyal hizmetlerin uyum içerisinde sunulmasının sağlanması.

Bu konular doğrultusunda bakım ihtiyacı olan kişilere verilecek olan evde sağlık hizmetlerinin yüksek kalitede verilmesinin, finansal, fiziksel ve duygusal yükü azaltacak şekilde tercih edilmesinin kamunun sorumluluğu açısından önemli görülmüştür (Yılmaz ve Şara, 2004:121).

Ülkelerin gelişmişlik seviyelerine göre sağlık hizmetlerinin sunumunda farklı yöntemler kullanılmaktadırlar. Az gelişmiş ülkelerde evde sağlık hizmetleri için kamu kurumları tarafından bütçe oluşturulamaması sebebiyle sağlanamamaktadır. Evde bakım hizmetleri gereksinimi olan kişilerin ise bakım hizmetleri aileleri tarafından verilmektedir.

Dünya'da sağlık hizmetlerinin finansmanının sağlanması için üç yöntem kullanılmaktadır. Bunlar; genel vergiler, sağlık sigortaları ve özel harcamalardır. Bismarck modeli, prim gelirleriyle sosyal sigorta uygulamalarıdır. Bismarck modeli ile devlet sağlık hizmetlerinde sağlık politikalarının belirlenmesinde ve denetlenmesinde rol oynamaktadır. Beveridge modeli ise kamu mali kaynakları ile sosyal güvenlik modellerinin oluşturulmasıdır. Beveridge modeli ile devlet sağlık hizmetlerini finanse etme ve düzenlemede rol oynamaktadır (Tatar, 2006).

Evde bakım hizmetlerinin finansmanının sosyal sigortalar fonu tarafından karşılanması üzerine düzenlenen yasal girişimler mevcuttur. Yasal girişimlerde bulunan ülkelerde evde bakım hizmetlerinin finansmanı vergiler üzerinden karşılanmaktadır (WHO, 2000).

Ülkemizde Sağlık Uygulama Tebliği'nde (SUT) 1 Mart 2011 tarihinde yapılan değişiklikle birlikte evde sağlık hizmetleri gününbirlik tedavi uygulamalarında SGK tarafından ödenmeye başlanmıştır. Sağlık Bakanlığı tarafından sunulan evde sağlık uygulamalarında hastalara uygulanan ilaç, enjeksiyon, pansuman malzemeleri SGK tarafından ödenmektedir. Ödemelerin SGK tarafından yapılabilmesi için hastanın tedavi gördüğü hastanenin otomasyon sistemi üzerinden gününbirlik tedavi kısmına hastaya kullanılacak olan malzemeler eklenerek SGK'ya faturalandırılmaktadır. Evde sağlık hizmetleri malzemelerinin karşılanabilmesi için hastaların sağlık hizmetini hastaneye bağlı olan evde sağlık hizmetleri biriminden almaları gerekmektedir.

EVDE SAĞLIK HİZMETLERİ İLE İLGİLİ YASAL DÜZENLEMELER

Türkiye'de Umumi Hıfzıssıhha Kanunu (UHK) kapsamında 19 Temmuz 1931 tarihinde 1852 sayılı 21 no'lu tamim yayınlanmıştır. Evde sağlık hizmetleri uygulamasında “ev ziyaretleri” teriminden ilk defa resmi olarak bahsedilmiştir. Ev ziyaretleri, çocukların evlerinde büyüme ve gelişmelerinin sağlık görevlileri tarafından sağlanmasıdır. Umumi Hıfzıssıhha Kanunu ile salgın hastalık sebebiyle tecrit altında olan hastaların ve ailelerinin beslenme ihtiyaçlarının giderilmesi ve bu hizmetlerin devlet tarafından sağlanması hüküm altına alınmıştır. Bu düzenleme ile evde sağlık hizmetlerinin yanı sıra kişisel ihtiyaçların karşılanmasına yönelik hizmet sunulması da amaçlanmıştır. 1931 yılında yürürlüğe giren bu uygulama günümüzde belediyeler tarafından uygulanan evde sağlık hizmetlerine rehberlik etmiştir (Çoban ve ark., 2014).

Ülkemizde evde sağlık hizmetleri uygulamaları içerisinde yaşlılara yönelik sunulan ve sağlık hizmetleri dışında sosyal ihtiyaçların da karşılanması konusundaki uygulamalar hakkındaki yasal düzenleme 1989 yılında yayınlanmıştır. Yayınlanan karar “1990 yılı programının uygulanması, koordinasyonu ve izlenmesine dair Bakanlar Kurulu Kararı” ile hüküm altına alınmıştır (Resmi Gazete, 1989). Evde sağlık uygulamaları içerisinde sosyal hizmetler odaklı çalışma ile yatalak yaşlı hastalar için 1990 yılında Ankara'da bir merkez kurulmuştur (Resmi Gazete, 1990).

1934 yılında yayınlanan Zührevî Hastalıklar ve Fuhuşla Mücadele Nizamnamesi'nin 14 üncü maddesinde evde muayene kavramı ilk kez kullanılmıştır. Evde muayene uygulaması sadece evden çıkamayacak kadın hastalar için kullanılmıştır. O dönem antibiyotiklerin bulunmaması ve bulaşıcı hastalıkların kontrolünü sağlamak hedeflenmiştir. 6 kim 1934 yılında evde sağlık uygulamalarının içeriği düzenlenmiş “Seyyar Tabiplerin Vazifeleri Hakkında Talimatname” yayınlanmıştır (Resmi Gazete, 1934). Bu kapsamda evde sağlık hizmetlerinin köylerde sunulması amaçlanmış ve o dönem nüfusun çoğunluğu köylerde yaşadığı için hizmet verilen kişi sayısı oldukça fazla olmuştur.

12 Haziran 1937 tarihinde “Emniyet Teşkilatı Kanunu” ile kamu personeline evde sağlık hizmeti sunulmasından bahsedilmiştir (Resmi Gazete, 1937). 2 Temmuz 1953 tarihinde Devlet Demiryolları ve Limanları İşletme Genel Müdürlüğü'nün 1 Nisan 1938 çıkarmış olduğu Memurün ve MüstahdemİN Talimatnamesi'nde yapılan değişiklik ile evde uygulanan sağlık hizmetlerine sınırlar ve cezalar getirilmiştir (Resmi Gazete, 1953). 8 Şubat 1963 tarihinde Birinci Kalkınma Planı ile evde sağlık hizmetlerinin örgütlenmesi ve pilot bölge çalışma önerisi yapılmıştır (Resmi Gazete, 1963).

20 Ekim 1965 tarihinde “Futbol Müsabakalarında Müşterek Bahis Müdürlüğü Personel Yönetmeliği” ile evde sağlık hizmetleri tarafından uygulanan hizmetin ödemesinin kamu tarafından karşılanması hükme bağlanmıştır (Resmi Gazete, 1965). 15 Kasım 1976 tarihinde “Millî Eğitim Bakanlığı'na Bağlı Sağlık Merkezlerinin Kuruluş ve Çalışmaları Hakkında Yönetmelikte” uzun süreli evde sağlık uygulamalarının yapılması sağlanmıştır (Resmi Gazete, 1976).

31 Aralık 1982 tarihinde evde sağlık hizmetleri içerisinde ruh sağlığı hizmetlerinin dahil edilmesi ve geliştirilmesi amaçlanmış olup, 1988 Yılı Programı 18 Şubat 1988 Gün ve 19729 Sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 12 Şubat 1988 Gün ve 88/12616 Sayılı 1988 Yılı Programının Uygulanması, Koordinasyonu ve İzlenmesine Dair Bakanlar Kurulu kararı ile yürürlüğe girmiştir (Resmi Gazete, 1982). 29 Ağustos 1983 tarihinde “Yargıtay İç Yönetmeliği” ile evde sağlık hizmetleri içerisinde uzman hekim ve dış hekimlerinin hizmetlerine yer verilmiştir.

30 Ekim 1989 tarihinde 1990 Yılı Programının Uygulanması, Koordinasyonu ve İzlenmesine Dair Bakanlar Kurulu kararı ile evde sağlık hizmetlerinin sunmuş olduğu tedavi edici sağlık hizmeti dışında hastaların sosyal ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik düzenlemeler yapılmıştır (Resmi Gazete, 1988). 22 Ekim 1989 tarihinde “Türk Hükûmeti ile UNICEF Arasında 1988–1992 İş Birliği Programı Uygulama Planında”, ilk defa uluslararası bir anlaşmada “evde tedavi (home care)” kavramı kullanılmıştır (Resmi Gazete, 1989). 19 Ağustos 1993 tarihinde “Özürlülerin Tespiti, İncelenmesi, Bakım ve Rehabilitasyonuna Dair Yönetmelik” ile evde sağlık hizmetleri içerisine engelliler de dahil edilmiştir (Resmi Gazete, 1989).

4 Aralık 2004 tarihinde “İş Kolu Tespit Kararı” ile evde sağlık hizmetlerinde çalışanlar sağlık hizmetlerinin bir dalı olarak kabul edilmiştir (Resmi Gazete, 2004). 10 Mart 2005 tarihinde “Evde Bakım Hizmetleri Hakkında Sunumu Hakkında Yönetmelik” yalnızca evde sağlık hizmetlerini konu alan ilk yasal düzenleme yapılmıştır (Resmi Gazete, 2005). 06 Temmuz 2005 tarihinde “Aile Hekimliği Pilot Uygulaması Hakkında Yönetmelik” ile evde sağlık hizmetlerinde aile hekimlerinin görevleri belirlenmiştir (Resmi Gazete, 2005).

28 Mayıs 2008 tarihinde “Uludağ Üniversitesi Halk Sağlığı Eğitim, Araştırma ve Uygulama Merkezi Yönetmeliği” ile evde sağlık hizmetlerinde uygulanan bakım ve tedavi uygulamalarını birleştirerek sağlık hizmeti verilmesi olarak tanımlanan metin yayınlanmıştır (Resmi Gazete, 2008). 21 Ocak 2012 tarihinde Sağlık Uygulama Tebliği’nde evde sağlık hizmetleri ödemelerinin kamu bütçesinde yapılacağı belirtilmiştir (Resmi Gazete, 2012).

SONUÇ

Ülkemizde son yıllarda yaşlı nüfusunun artması ile beraber evde sağlık hizmetlerine duyulan ihtiyaç ve önem artmıştır. Evde sağlık hizmetlerinin etkin bir şekilde uygulanması ile sağlık sisteminde oluşan maliyetlerde düşüş ve hasta memnuniyetinde artış gözlemlenmektedir (Altuntaş vd., 2010;20).

Sosyal güvenlik sistemi olmayan ülkelerde evde sağlık hizmetlerinde hastaların maddi olarak karşılayacakları maliyet çok yüksektir. Ülkemizde evde sağlık hizmetleri hem kamu tarafından hem özel kurumlar tarafından sağlandığı için maliyetini karşılayamayan kişiler kamunun sunduğu evde sağlık hizmetlerinden yararlanabilme imkanına sahiptir (Çoban ve Esatoğlu, 2004).

Evde sağlık hizmetlerini etkileyen faktörler arasında kişilerin gelir durumları, yaşam alanları, aileler tarafından sağlanan bakıcıları, evinin sabit olmaması değişiklik göstermesi, evin bulunduğu konum, toplumun altyapısı gibi durumlar sunulan hizmetin içeriğini etkilemektedir (WHO, 2000).

Mevcut kaynakların yeterli olmaması ve oluşan talebin fazla olması durumunda sağlık uygulamalarında yapılması gereken "toplumda herkese eşit davranmak ve herkesin mevcut kaynaklardan eşit olarak faydalanma hakkının var olduğunu topluma hissettirmek" tir. Aksi takdirde, evde sağlık hizmetlerinin erişilebilir olmaması durumunda temel etik ve ilkelerin hasar göreceği söylenebilir (Elçioğlu ve Kırımoglu, 2003).

KAYNAKÇA

- 16 Ekim 1989 Gün ve 20314 Sayılı Resmî Gazete'de Yayımlanan 13 Ekim 1989 Gün ve 89/14622 Sayılı "1990 Yılı Programının Uygulanması, Koordinasyonu ve İzlenmesine Dair" Bakanlar Kurulu Kararı (Resmi Gazete Tarihi: 30.10.1989 Resmi Gazete Sayısı: 20327).
- 1989 Yılı Programı 16 Ekim 1988 Gün ve 19961 Sayılı Resmî Gazete'de Yayımlanan 14 Ekim 1988 Gün 88/13388 Sayılı "1989 Yılı Programının Uygulanması, Koordinasyonu ve İzlenmesine Dair" Bakanlar Kurulu Kararı (Resmi Gazete Tarihi: 30.10.1988 Resmi Gazete Sayısı: 19979).
- 1991 Yılı Programı 15 Ekim 1990 Gün ve 20666 Sayılı Mükerrer Resmî Gazete'de Yayımlanan 11 Ekim 1990 Gün ve 90/1005 Sayılı "1991 Yılı Programının Uygulanması, Koordinasyonu ve İzlenmesine Dair" Bakanlar Kurulu Kararı (Resmi Gazete Tarihi: 28.10.1990 Resmi Gazete Sayısı:20679).
- 657 Sayılı Devlet Memurları Kanunu, 211 Sayılı Türk Silahlı Kuvvetleri İç Hizmet Kanunu, 5434 Sayılı T. C. Emekli Sandığı Kanunu ve 12/2/1982 Tarih ve 2595 Sayılı Kanun'da Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun (Resmi Gazete Tarihi: 31.12.1982 Resmi Gazete Sayısı: 17915).
- Aile Hekimliği Pilot Uygulaması Hakkında Yönetmelik (Resmi Gazete Tarihi: 06.07.2005 Resmi Gazete Sayısı: 25867).
- Akdoğan, N. (2019). “Evde sağlık ve bakım hizmetlerinde kapsayıcı tanım/hizmet sunumunda kurumlar arası organizasyonun önemi: Maltepe ilçe örneği”. Yayımlanmış yüksek lisans tezi, Acıbadem Mehmet Ali Aydınlar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Altuntaş, M., Yılmaz, T. T., Güçlü, A. Y., Öngel, Y. (2010). “Evde sağlık hizmeti ve günümüzdeki uygulama şekilleri”. Tepecik Eğitim ve Araştırma Hastanesi Dergisi, 20 (3), ss. 153-158.
- Bahar, G., Bahar, A., Savaş, H. A. (2009). “Yaşlılık ve yaşlılara sunulan sosyal hizmetleri” Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi, 4(12), ss. 85-98.
- Bentur, N. (2001). “Hospital at home: what is its place in the health system”, *Health Policy*, 55, ss. 71-9.
- Cindoruk, M. Vd. (2010). “Evde Bakım Hizmetleri”, *Akademi Geriatri*, 2, ss.121-127.
- Çayır, Y. (2013). “Birinci Basamakta Evde Sağlık Hizmetleri: Neler Yapabiliriz?” *Dicle Tıp Dergisi*, 40 (2), ss. 340-344.
- Çoban, M., Esatoğlu, A. (2004). “Evde bakım hizmetlerine genel bir bakış”. *Türkiye Klinikleri Tıp Etiği Hukuku-Tarih*, 12, ss. 109-120.

- Çoban, M., Esatoğlu, E. A., İzgi, C. M. (2014). ‘Türkiye’de evde sağlık ve bakım hizmetleri uygulamalarının mevzuat içindeki tarihsel değişimi’, Türkiye Biyoetik Dergisi, 1(3), ss. 154-176.
- Dawson, P. (1980). “Home visiting in Europe”, *Conference Exploring the Use of Home Visitors to Improve the Delivery of Preventive Services to Mothers With Young Children*, American Academy of Pediatrics, 272- 274.
- Devlet Demiryolları ve Limanları İşletme Genel Müdürlüğü "Memurün ve MüstahdemİN Talimatnamesi"nde Yapılan Değişiklik (Resmi Gazete Tarihi: 02.07.1953 Resmi Gazete Sayısı: 8447).
- Doktorluk, Hemşirelik, Ebelik, Diş Hekimliği, Veterinerlik, Eczacılık ve Mimarlık Eğitim Programlarının Asgari Eğitim Koşullarının Belirlenmesine Dair Yönetmelik (Resmi Gazete Tarihi: 02.02.2008 Resmi Gazete Sayısı:26775).
- Elçioğlu, Ö., Kırmıhoğlu, N. (2003). “Tıp Etiği İlkeleri”, Çağdaş Tıp Etiği, Ed.: Erdemir, A.D., Öncel, Ö., Aksoy, Ş., İstanbul: Nobel Tıp Kitabevi,
- Emniyet Teşkilat Kanunu (Resmi Gazete Tarihi: 12.06.1937 Resmi Gazete Sayısı: 3629).
- Evde Bakım Derneği Yönetim Kurulu. Evde Bakım Tanımı, Kapsamı, Temel Kavramlar ve Ülkemizde Mevcut Durum. İstanbul, 2010.
- Evde Bakım Hizmetleri Sunumu Hakkında Yönetmelik (Resmi Gazete Tarihi: 10.03.2005 Resmi Gazete Sayısı: 25751).
- Evde Sağlık Hizmetleri Yönetmelik ve Yönergeler Uygulama Örnekleri,
http://www.ailehekimleri.net/index.php?option=com_content&view=article&id=4042:evde-salik-hizmetleri-yonetmelikve-yoenergeler-uygulama-ornekleri&catid=82:ulusal (Erişim 05.06.2022)
- Fadıloğlu, Ç. (2004). “Kronik Hastalıklarda Evde Bakım, I. Uluslararası Katılımlı Evde Bakım Kongresi Kitabı”, ed. Prof. Dr. Çiçek Fadıloğlu, Yard. Doç. Dr. Gül Ertem, İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
<http://www.saglik.gov.tr/TR/belge/1-339/yonergeler.html> erişim tarihi: 12.05.2022.
<https://hasekieah.saglik.gov.tr/TR-468701/evde-saglik-hizmetleri-birimi.html>
<https://www.saglik.gov.tr/TR,11271/saglik-bakanliginca-sunulan-evde-saglik-hizmetlerinin-uygulama-usul-ve-esaslari-hakkinda-yonerge.html>
- İşkolü Tespit Kararı (Resmi Gazete Tarihi: 04.12.2004 Resmi Gazete Sayısı: 25660).
- Karabağ, H. (2007). “Evde Sağlık Bakım Hizmetlerinin Türkiye’de Uygulanabilirliğine İlişkin Hekimlerin Görüşleri ve Kardiyoloji Hastaları için Hastane Destekli Evde Bakım Hizmetleri Model Önerisi”. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ankara.
- Karataş, Z. (2011). “Evde bakım hizmeti sunan aile bireyi bakıcıların moral ve manevi değerlerinin başa çıkmadaki etkisi”. Yayımlanmış yüksek lisans tezi, Rize Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Ve Din Bilimleri Anabilim Dalı Din Psikolojisi Bilim Dalı.
- Kavuncubaşı, Ş., Yıldırım, S. “Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetimi”, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2010:60
- Koçer, A., Uysal, A. (2008). “Yaşlılara Yönelik Sağlık Hizmetleri ve Evde Bakım”. Aile ve Toplum Dergisi, 4(13), ss. 121-128.
- Mergen, H., Ongel, K., Mergen, E.B. (2009). “Is medical check- up useful for physician among new university students during enrolling time to university? A survey of 640 new university students”. Eur J General Med, 6(2), ss.10-4.
- Oğlak, S. (2007). “Uzun Süreli Evde Bakım Hizmetleri ve Bakım Sigortası”. Turkish Journal of Geriatrics, 10(2), ss.100- 108.
- Oral, A. I. (2002). “ABD ve İngiltere kamu sağlık sigortası programları üzerine karşılaştırmalı bir değerlendirme”. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(2) ss. 61-77.
- Öztop, H., Şener, A., Güven, S. (2008). “Evde Bakımın Yaşlı ve Aile Açısından Olumlu ve Olumsuz Yönleri”. Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi, 1, ss. 39-49.
- Sağlık Hizmetlerinin Sosyalleştirildiği Bölgelerde Hizmetin Yürütülmesi Hakkında Yönetmelik (Resmi Gazete Tarihi: 09.09.1964 Resmi Gazete Sayısı: 11802).
- Sancak, E. Z. (2020). “Evde sağlık hizmeti için başvuran hastalarda kırılabilirlik durumunun belirlenmesi”. Yayımlanmış uzmanlık tezi, Sağlık Bilimleri Üniversitesi Bursa Yüksek İhtisas Eğitim Ve Araştırma Hastanesi Aile Hekimliği Kliniği.
- Sarp, N., Esatoğlu, A. E., Akbulut, Y. (2001). “Globalleşmenin Türk sağlık sektörüne etkileri”. Yeni Türkiye (Sağlık Özel Sayısı), 40, ss. 1116-23.
- Seyyar Tabiplerin Vazifeleri Hakkında Talimatname (Resmi Gazete Tarihi: 6 Teşrinievvel 1934 Resmi Gazete Sayısı: 2821).

- Sosyal Güvenlik Kurumu Sağlık Uygulama Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Resmi Gazete Tarihi: 21.01.2012 Resmi Gazete Sayısı: 28180).
- Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu Genel Müdürlüğü Özürlülerin Tespiti, İncelenmesi, Bakım ve Rehabilitasyonuna Dair Yönetmelik (Resmi Gazete Tarihi: 19.08.1993 Resmi Gazete Sayısı: 21673).
- Subaşı, N., Öztekin, Z. (2006). “Türkiye’de Karşılanamayan Bir Gerekseim: Evde Bakım Hizmeti”. TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni, 5(1), ss. 19-31.
- Tatar, M. (2006). “Genel Sağlık Sigortası: Türkiye Uygulamalarının Teoride ve Uluslararası Uygulamalardaki Yeri”, Makro Bakış, 2.
- Torun, N., Tengilimoğlu, D., Khan, M. M. (2016). ‘Home health services in Turkey: A case study based on patient survey of home health services users in the province of Ankara’. International Journal Of Health Management And Tourism, 1(2), ss.77-97
- Türk Hükümeti İle UNICEF Arasında 1988 – 1992 İşbirliği Programı Uygulama Planı Ocak 1989 (Resmi Gazete Tarihi: 22.10.1989 Resmi Gazete Sayısı: 20320).
- Uludağ Üniversitesi Halk Sağlığı Eğitim, Araştırma ve Uygulama Merkezi Yönetmeliği (Resmi Gazete Tarihi: 28.05.2008 Resmi Gazete Sayısı: 26889).
- Umumi Hıfzıssıhha Kanunu (Kabul Tarihi: 24.04.1930 Kanun No: 1593).
- Utku, U. (2007). “İnme tanımı, etyolojisi, sınıflandırma ve risk faktörleri”, Türk Fizyoterapi Tıp Rehabilitasyon Dergisi, 53, ss. 1-3.
- Ünlüoğlu, İ., Saatçi, E. (2015). “Aile Hekimliğinde Evde Bakım”. İstanbul.
- Vakıflar Genel Müdürlüğü, Türk Vakıfları Araştırma Merkezi (2010), Bazı Vakfıyelerin Hayır Şartları, <http://www.vgm.gov.tr/>
- WHO, "Home-Based Long-Term Care" WHO Technical Report Series 898, Geneva, 2000.
- WHO, Long Term Care Laws in Five Developed Countries: A Review. Available from: 2000 http://www.who.int/chp/knowledge/publications/ltc_laws_5developed_countries.pdf
- Yasa A. A. (2002). “13. Yüzyıl Selçuklu Konya’ında Eğitim Kurumları”. Düşünen Siyaset;1, ss. 118-131.
- Yaşar, E.Ş. (2009). “Yaşlıya Evde Bakım Veren Aile Bireylerinin Bakım Yükü ve Etkileyen Faktörler”. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi.
- Yılmaz, M., Sametoğlu, F., Akmeşe, G., Tak, A., Yağbasan, B., Gökçay, S. (2010). “Sağlık hizmetinin alternatif bir sunum şekli olarak evde hasta bakımı”. İstanbul Tıp Dergisi, 11(3) ss. 125- 32.
- Yılmaz, M., Şara, E. (2014). ‘Yaşlılık ve Evde Sağlık Hizmetinde Finansman’. Sağlık Akademisyenleri Dergisi, 1(2), ss.117-127.
- Zührevî Hastalıklar ve Fuhuşla Mücadele Nizamnamesinin 14 üncü Maddesine Tevfikan Yapılmış Olan Talimatname (Resmi Gazete Tarihi: 17.05.1934 Resmi Gazete Sayısı:2703).
- <https://www.statista.com/study/48401/sweden/> (Erisim Tarihi; 08.06.2022).

Geliş Tarihi: 09/06/2022

Kabul Tarihi: 27/06/2022

MÜLTECİLİĞİN KIRSAL KALKINMA VE İSTİHDAM ÜZERİNE POZİTİF VE NEGATİF DIŞSALLIKLARI

Yılmaz UZER*

ÖZET

Mültecilik ve göçmen sorunu geçmişte olduğu gibi 21. Yüzyılda da ülkelerin ekonomilerini, sosyal ve demografik yapısını etkileyen önemli bir sorundur. Dışsallık ise ekonomik karar birimlerinin ekonomik faaliyetlerinden dolayı diğer ekonomik karar birimlerine vermiş olduğu fiyatlandırılmayan olumlu veya olumsuz bir etki yapmasıdır. Mülteciler ulaştıkları ülkelerde bir ekonomik karar birimi olarak o ülkenin ekonomisine negatif ve pozitif dışsallıklar üretir. Mülteciler ulaştıkları şehrin nüfusunu artırırken talep artışı meydana getirerek üretime, tüketime, istihdama, kırsal kalkınma ve ekonomik büyüme ve mali yapıya çoğunlukla olumsuz dışsallık üretir iken pozitif dışsallık etkileri de vardır. Negatif dışsallıkları; şehirlerin nüfusunun artması belediyelerin bütçelerini zorlaması ve merkezi bütçeye de yük oluşturmaları, işsizlik sorununu artması, kayıt dışı ekonomi etkisi, talep artışı gibi negatif dışsallıklar oluşturur. Buna karşılık pozitif dışsallıkları ise bölge ekonomilerinin canlanması, vasıfsız işgücü ile kırsal kalkınma ve ekonomik büyümeye etkisi, zengin mültecilerin sermaye ve finans yönünden etkisi sayılabilir.

Anahtar Kelimeler: Dışsallık, Mülteci, İstihdam, Kırsal Kalkınma.

POSITIVE AND NEGATIVE EXTERNALITY OF REFUGEE ON RURAL DEVELOPMENT AND EMPLOYMENT

ABSTRACT

The problem of refugees and immigrants is an important problem that effects the economy, social and demographic structure of countries in the 21st century as in the past. Externality, on the other hand, is the unpriced positive or negative effect of economic decision making units on other economic decision making units due to their economic activities. Refugees, create negative and positive externalities to the economy of that country as an economic decision unit in the countries they reach. While refugees, increase the population of the city they reach, they create an increase in demand and generate negative externalities to production, consumption, employment, rural development and economic growth and financial structure, while they also have positive external effects. Negative externalities; the increase in the population of the cities creates negative externalities such as the strain on the budgets of the municipalities and the burden on the central budget, the increase in the unemployment problem, the effect of the informal economy, and the increase in demand. On the other hand, positive externalities can be counted as the revival of regional economies, the impact of unskilled labor on rural development and economic growth, and the impact of wealthy refugees in terms of capital and finance.

Keywords: Externality, Refugee, Employment, Rural Development.

GİRİŞ

Mülteciler, ulaştıkları ülkelerde bir ekonomik karar birimi olarak ülke vatandaşlarının ekonomik kararlarını olumlu ve olumsuz yönde etkilerler. Ülkedeki ekonomik karar birimleri üretim ve tüketim kararı vermeyip bir fiyat ödemedikleri halde mültecilerin ülkeye gelmesi ile pozitif ve negatif yönde etkilenirler. Bu etkiler mültecilerin üretim ve tüketim faaliyetleri sonucu ortaya çıkar ve diğer ekonomik karar birimlerini etkiler.

2011 yılında Arap Baharının Suriye'ye sıçraması ile birlikte ülkede iç savaş ortamı ve devamında dış güçlerin güç mücadelesi sonucunda 6. 600 000 kişi göç etmiştir. Türkiye'de, Suriye iç savaşının çıktığı günden bu yana 3 milyon Suriyeli

* Dr. Öğretim Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Bolvadin Uygulamalı Bilimler Fakültesi, yuzer@aku.edu.tr, ORCID:000-0003-3806-8863

mülteci geçici koruma statüsüne sahip iken bunun yanı sıra 300 binin üzerinde olan, Afganistan, Irak ve Pakistan gibi Afrika ve Asya ülkelerinden gelen düzensiz göçmenler de bulunmaktadır. 2011 yılından günümüze Türkiye gerek AB,ve Uluslar arası örgütler gerekse kendi bütçesinden harcama yaparak konteynır yerleşim merkezleri kurmuş veya şehir merkezlerine yerleştirmiştir. Buda o şehirlerin ekonomik, sosyal ve kültürel yapısına dışsal etkiler ortaya çıkarmıştır.

Mültecilerin genellikle olumsuz dışsallık ürettiği kabul edilmesine rağmen olumlu ekonomiye katkısı olan dışsallıkları da söz konusudur. TÜİK verilerine göre Türkiye’de nüfusun %92,5 şehirlerde yaşamaya başlamış iken ve okuma –yazma oranı %97, 4 çıkmış iken eski deyimle amele diye tarif edilen vasıfsız işgücüne ihtiyaç çoğalmıştır. Bu vasıfsız işgücü istihdam alanları, tarım işçiliği, çobanlık, sanayi kesiminde çıraklık, orman işçiliği, garsonluk, inşaat işçiliği vs. sayılabilir.

Bu çalışmada öncelikle mültecilik ve dışsallık kavramının kavramsal çerçevesi çizilecek sonrada mülteciliğin genel ekonomi,kırsal kalkınma ve istihdama pozitif ve negatif dışsallık etkisi ortaya konmaya çalışılacaktır.

GÖÇMEN, MÜLTECİ KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İç göç, ülke vatandaşlarının çeşitli sebepler (daha iyi bir yaşam, iş bulma ümidi, çocuklarının eğitimi veya can güvenliği gibi) ile ikamet ettiği yerden başka bir şehir veya köy-kasabaya yer değiştirmesidir. İç göçe sebep olan faktörler şöyledir: Ekonomik nedenler, doğal afetler, terör ve güvenlik sorunları, kırsal kesimdeki yüksek doğurganlık ve hızlı nüfus artışı, tarımsal toprak yetersizliği, kentlerin sosyal ve kültürel yönlerden çekiciliği, eğitimidir (Çatalbaş ve Yazar, 2015). BM’ce de yapılan çalışmalarda demografik değişikliklere yani göçlere; çevresel faktörler, yoksulluğun azaltılması, güvenlik ihtiyacı, sağlık, kaliteli yaşam, gelir seviyesini artırma isteği, okula ulaşım, mesleki eğitim, kişisel istekler ve kendini güçlendirme gibi ihtiyaçların neden olduğu belirtilmiştir (UN, 1992). Türkiye için bunlara ilave olarak terör ve orman kanununun katı uygulamaları da eklenebilir. Uzun yıllardır süregelen erozyon kontrol çalışmaları ve ağaç dikme seferberliği ilk zamanlar orman köylerinde ağır cezai müeyyide uygulamaları sebebiyle o köyde ikamet eden vatandaşların hayvanlarını satarak şehirlere göç etmesine sebep olmuştur. Türkiye kır-kent nüfus dağılımına bakıldığında 2020 yılında TÜİK verilerine göre %93 ‘u şehirlerde %7’si kasaba ve köylerde ikamet etmektedir. 1950’li yıllarda tam tersi bir oranlama var iken 1970 yıllardan itibaren köyden kentlere göç hızlanmış ve 2020 yılında zirve yapmıştır. İç göç sonucunda köylerde yaşayanlar azalmış ve köyler, yaşlıların yaşadığı viraneler haline gelmiştir. Şehir yaşamında ise birçok sorunu beraberinde getirerek (suç oranında artış, trafik sorunu, gürültü kirliliği vs.) yerel yönetimlerin yüklerini ağırlaştırmıştır.

Dış göç ise bir ülke vatandaşlarının çeşitli sebeplerle (iç savaş ve can güvenliğinin olmayışı, kuraklık gibi doğal afetler, daha müreffeh bir yaşam ümidi vs.) başka ülkelere yasal veya gayri yasal yoldan geçici veya sürekli gitmeleridir. İnsanoğlu toplum halinde yaşamından bugüne göç etmiştir. Göç, hareket edilen yere bir yük olma, terk edilen yerin ise beşerî sermaye kaybına sebebiyet vermektedir (Genç Yusuf v.d.2019). Bir ülkeye yasadışı yollardan giriş yapmak, bir ülkede yasadışı şekilde konaklamak ya da bir ülkeye yasal olarak giriş yapıp, yasal süre içerisinde ülkeyi terk etmemek durumları düzensiz göç unsurlarını oluşturmaktadır (T.K.G.ve M. M., 2017). Göçmenler ve mülteciler arasında bir fark var mı? Ve önemli mi? Temel fark seçimdir: Basitçe söylemek gerekirse, göçmen taşınmayı seçen kişidir ve mülteci ise evinden zorla çıkarılan kişidir (A. Edwards, 2016). Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği’ne (UNHCR) göre mülteciler, "silahlı çatışma veya zulümden kaçan" ve "iltica talebinin reddedilmesinin potansiyel olarak ölümcül sonuçları olabilecek" kişilerdir. Mülteciler, ülkelerinde kalmaları tehlikeli olduğu için ülkelerini terk ediyorlardır. Başka bir tanıma göre vatandaşı olduğu ülke dışında olan ve "ırkı, dini, tabiiyeti, belirli bir sosyal gruba mensubiyeti veya siyasi düşüncesi nedeniyle zulme uğrayacağından haklı sebeplerle korktuğu" için vatandaşı olduğu ülkeye dönemeyen veya dönmek istemeyen kişilere mülteci denir. (T.K.G.ve M.M.,2017). Mültecileri geri çevirmek, onları ölüme mahkûm etmek anlamına gelebilir. Genellikle kişisel eşyaları olmadan, bazen de önceden planlamadan başka ülkelere zor koşullarda yaya veya ilkel araçlar ile yolculuk yaparlar. Mülteciler uluslararası hukukta tanımlanmış ve korunmuştur. 1951 Mülteci Sözleşmesi ve 1967 Protokolü yanı sıra 1969 gibi diğer hukuki metinler, ABÖ Mülteci Sözleşmesi ve modern mülteci korumasının temelini oluşturur. 1951 Sözleşmesi, kimin mülteci olduğunu tanımlar ve devletlerin mültecilere sağlaması gereken temel hakları ana hatlarıyla belirtir. Uluslararası hukukta ortaya konan en temel ilkelerden biri, mültecilerin sınır dışı edilmemeleri veya hayatlarının ve özgürlüklerinin tehdit altında olacağı durumlara geri gönderilmemeleri gerektiğidir. Mültecilerin korunmasının birçok yönü vardır. Bunlar, vatandaşı olduğu ülkeden kaçtıkları tehlikelere geri döndürülmeye karşı güvenlik; adil ve verimli sığınma sağlamak, yasal prosedürleri azaltarak kolaylaştırıcı ve uzun vadeli, onurlu ve güvenli bir şekilde yaşamalarını sağlamak için temel insan haklarına saygı gösterilmesini sağlayacak önlemler olarak özetlenebilir. Devletler bu korumanın birincil sorumluluğunu taşır. Bu nedenle BMMYK, hükümetlerle yakın bir şekilde çalışarak, sorumluluklarını yerine getirmeleri için gerektiğinde onlara tavsiyelerde bulunur ve onları destekler. 2019’da dünyadaki 270 milyon insan, doğdukları ülkeden çeşitli sebeplerle başka ülkelere göç etmişlerdir. Mutlak anlamda, göçmen nüfusu 1990’dan bu yana neredeyse 120 milyon artmıştır. Bu artış ile birlikte, göçmenlerin sayısı dünya nüfusuyla orantılı olarak çarpıcı bir şekilde sabit kalmıştır ve son 60 yılda yaklaşık her yıl %3’artmıştır. (De Haas vd., 2019). Göçün çok maliyetli, güvensiz ve zor koşullarda yapılması sebebi ile dünyadaki insanların yalnızca çok küçük bir oranı göç etmektedir. 2018 yılı sonu itibarıyla dünya çapındaki toplam mülteci sayısı, 25,9 milyon olarak kayıtlara geçmiştir. Toplam mülteci sayısını yansıtan bu sayı, bu yıla kadar kayıtlara geçen en yüksek kişi sayısıdır. Uluslararası koruma talebinde bulunan ve mülteci statülerin tespiti için bekleyen ve “sığınmacı” olarak nitelendirilen kişilerin sayısı ise yaklaşık 3,5 milyon olmuştur (B. Büyükbayrak, 2021).

Birleşmiş Milletler verilerine göre 18 yaş altı kişiler 2018 yılı sonu itibarıyla küresel mülteci nüfusunun yaklaşık %52'sini oluşturuyor. Suriye'de 2011 yılından bugüne süregelen olaylar sebebiyle ülkeden çıkış yapan mültecilerin sayısı yaklaşık 6,7 milyona ulaştı. Afganistan ise El kaide ve IŞİD gibi terör örgütleri ve ABD'nin müdahalesi sebebiyle 2,7 milyon mülteci sayısı ile Suriye'den sonra dünyadaki en büyük ikinci menşe ülke konumuna ulaşmıştır. Dünyada en fazla göç alan ülkeler sıralamasında ABD, Almanya ve Suudi Arabistan gelmektedir. Türkiye ise 11. Sırada 5 876 829 göçmen sayısı ile yer alır. Dünyada en çok göç veren ülkeler ise Hindistan, Meksika, Çin, Rusya ve Suriye olarak sıralanır. BM Mülteci Örgütü'nün Küresel Eğilimler raporuna göre 2019 yılında Türkiye'ye mülteci ve sığınmacı olarak gelen yaklaşık 3,7 milyon Suriye vatandaşı bulunmaktadır. Aşağıdaki tabloda da görüleceği üzere geçici koruma kapsamına alınan Suriyeli mülteci sayısı 2011 yılından itibaren sürekli artmış ve 2015 yılından itibaren 2 503 549 sayısına ulaşarak 2021 yılında 3 737 369 kişi ile zirve yapmıştır.

Tablo:1: 2012-2022 Yılları Geçici Koruma Kapsamındaki Suriyeli Mülteci Sayısı

| | |
|---------|----------|
| 2012-14 | 237 kişi |
| 2013- | 224 655 |
| 2014-1 | 519 286 |
| 2015-2 | 503 549 |
| 2016-2 | 834 441 |
| 2017-3 | 426 786 |
| 2018-3 | 623 192 |
| 2019-3 | 576 370 |
| 2020-3 | 641 370 |
| 2021-3 | 737 369 |
| 2022-3 | 724 240 |

Kaynak: Türkiye Göç İdaresi Başkanlığı İstatistiği,2022

Ayrıca Türkiye, diğer milletlerden 330 bine yakın kayıtlı mülteci ve sığınmacıya da ev sahipliği yapmaktadır. 2019 raporuna göre en çok mülteci bulunduran ülkeler arasında ikinci sırada Kolombiya ve Pakistan yer alırken, 1 milyonun üzerindeki mülteci sayısı ile Almanya da en çok mülteciye ev sahibi yapan ülkeler arasında dördüncü sırada yerini alır. Afganlar da 2003 yılından itibaren El-Kaide terör örgütü'nün iç savaş çıkarması ile birlikte o tarihten bugüne kadar uzun ve zahmetli bir yolculuktan sonra Türkiye'ye iltica etmektedirler. Türkiye, Asya ve Ortadoğu ülke vatandaşlarının transit geçiş özelliğine sahiptir. Türkiye Afgan mülteciler için hem Avrupa ülkelerine geçiş kapısı hem de coğrafi konumu sebebiyle hedef ülkedir (S. Talwasa, 2020). UNHCR'nin verilerine göre, Türkiye 'de üç ülke, Suriye, Irak ve Afganistan sığınmacıları en fazladır. Düzensiz göç olarak kayıt altına alınanların çoğu Afganistan vatandaşlarından oluşur.2020'de Türkiye'de kayıt altına alınan Afgan sığınmacıların sayısı 116 bin civarındadır.

Tablo:2:Türkiye'ye Gelen Düzensiz Göçmen ve Ülkeleri (Kişi)

| Ülke/Yıllar | 2015 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|-------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Irak | 7 247 | 17 629 | 12 097 | 3 836 | 4 408 |
| Afganistan | 35 921 | 100 841 | 201 437 | 50 161 | 70 252 |
| Pakistan | 3 792 | 50 438 | 71 645 | 13 487 | 16 133 |
| Suriye | 73 422 | 34 053 | 55 236 | 17 562 | 23 469 |
| Diğer | 26 103 | 66 962 | 114 247 | 37 256 | 48 714 |
| TOPLAM | 146 485 | 268 003 | 454 662 | 122 302 | 162 996 |

Kaynak: Türkiye Göç İdaresi Başkanlığı, Düzensiz göç İstatistiği,2022

Düzensiz göçte ilk sırayı Suriyeli göçmenler almış iken 2018 yılından itibaren Afgan göçmenler ilk sırayı almaktadır. Pakistanlı göçmenler de 2018 ve 2019 yıllarından küçümsenmeyecek artış yaşanmıştır. Diğer düzensiz göçmenler ise Moldova, Filistin, Myanmar, Gürcistan ve İran gibi ülkelerden kaçak yollarla Türkiye'ye gelmektedir.

Birazda Afgan mültecilerin yolculukları, ulaşmak istedikleri ülkeler, yaşam koşulları ve çalıştıkları işlerden bahsedilsin. 2003 yılından bugüne Afganistan'daki iç savaş ve yaşam koşullarının zorluğu Afganları ülkelerinden göçe zorlamıştır. Göç yolu Pakistan, İran, Türkiye ve oradan Yunanistan'a geçip Avrupa'ya ulaşmak şeklindedir. Fakat Pakistan ve İran'ın geri çevirmeleri göç yolculuğunun daha uzamasına ve zorlaşmasına sebep olmaktadır. İran'da çok sayıda Afgan mülteci vardır, yasal statü ne olursa olsun çeşitli zorluklarla karşı karşıyadırlar. Afganlar sadece ikamet ettikleri yerde çalışma iznine sahiptirler ve sadece belirli işlerde çalışma yetkisine sahiptirler. 2007'de İran, Afgan mültecilerin ülke içindeki hareket ve yaşam alanlarını sınırlamak için birkaç vilayetini 'gidilemez bölge' ilan etti. (Farzin ve Jadali, 2013). Afganlar genellikle eğitim ve ayrımcılığa maruz kalma, keyfi gözaltı, sınır dışı etme riski ve ciddi kısıtlamalar ile İran'da karşılaşmaktadırlar. Aynı durum ilk çıkış ülkesi Pakistan'da da geçerlidir. İran ve Pakistan'ın bu tavrı Collyer'in (2010) tanımladığı **Parçalı Göç** hareketleri durumuna yol açmıştır. Yani bir takım yasal engeller ve zorluklar sebebi ile göçlerin parçalar halinde şehirlerden uzak dağlardan yaya olarak belirli noktalardan araba ile yapılmasıdır.

Afganistan göç aşamaları 3 aşamadır: İlk aşama Afganistan, Pakistan veya İran'dan ayrılıp Türkiye'ye yolculuktur. En yaygın bu aşama, bazen hava yoluyla yapılsa da yaya ve/veya araçla yapılmaktadır (Donini vd., 2016). Bu Afgan mültecilerin zorlu yollardan uzun yolculuklardan oluşan oldukça tehlikeli, günlerce aç ve susuz yürüme, aşırı sıcak ve soğuğa maruz kalma koşulları ve kaçakçılar tarafından özellikle İran ve Türkiye arasındaki dağ geçitlerinde taciz ve gaspa maruz kalma şeklinde gerçekleşir (Kaytaç, 2016). İkinci aşama, Türkiye'den Yunanistan'a harekettir. Şu anda, bu akış büyük ölçüde AB-Türkiye anlaşması nedeniyle azalmıştır. 2015 yılında bu yolculuk en çok deniz yoluyla küçük plastik tekneler ile yapılıyordu. Geçmişte, yolculuğun bir kısmı Bulgaristan'a yürüyerek veya boğaz'ı geçerek de yapılıyordu. Türkiye'den Yunanistan'a deniz yoluyla yapılan yolculuk, dünyanın en tehlikeli kısmı olarak kabul edilir. Üçüncü aşama, genellikle Yunanistan'dan ileriye doğru olan harekettir. (Kuschminder, 2017). Yol boyunca boğulma, sömürü veya istismar, alkoyma ve sınır dışı etme hallerine maruz kalırlar.

Türkiye 1951 Cenevre Sözleşmesini İmzalamış ve 2013 yılında Parlamento, Yabancılar Yasası olarak adlandırılan Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanununu ülkenin ilk göç yasasını kabul etmiştir ve Nisan 2014'te yürürlüğe girmiştir. Bu kanuna göre mülteci statüsü Avrupa'dan gelenlere verilir iken şartlı mülteci ise Avrupa dışındaki mülteci sözleşmesi vakalarına uygulanır. Mülteci veya şartlı mülteci statüsüne sahip olmayan ancak ölüm, işkence, insanlık dışı muamele veya dönüştürme ayırım gözetmeyen şiddete maruz kalacak kişiler için 'ikincil koruma' uygulanır. Suriyeli mültecilere İkincil koruma uygulanmıştır. Afganlar '**şartlı koruma**' için başvururken bir dağılım programına alınmaktadır ve bir "**uydu kent**"e gönderilmektedir. (Kuschminder, 2017). Bu uydu şehirlerde iki haftada bir veya ayda bir emniyete rapor vermek zorundadırlar ve ikametleri onaylanması gerekir. Yasal olarak çalışmalarına izin verilmemektedir. Afganlar da bu uydu şehirlerden kaçıp iş bulup başka şehirlerde gayri yasal çalışmaktadırlar. Uluslararası mülteci hukukuna göre geçmişte, Afganlar geniş çapta, koruma altında ilk bakışta bir hak iddiasına sahip olarak kabul ediliyordu. Ancak bu son on yılda Avrupa'daki politika değişiklikleriyle Afganlar artık birçok AB'de uluslararası koruma hakkına sahip olarak görülmemektedir (Crawley ve Skleparis, 2017) ve aynı şartlar üye ülkeler ve üyelik başvurusunda bulunan Türkiye gibi ülkelerde de geçerlidir.

DIŞSALLIKLAR KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Piyasa başarısızlığının ve refah kaybının en önemli nedenlerinden birisi dışsallıklardır. Bir ekonomik karar biriminin kendi amacını gerçekleştirmek için yapmış olduğu iktisadi faaliyet dolayısı ile diğer karar birimlerine fiyatlandırılmayan olumlu veya olumsuz bir fayda veya zarar oluşturmasına denir. (Dinler Z., 2013 ; Pehlivan, O., 2012; Will, K., 2020)) Dışsallığın en önemli özelliği başkalarına verilmiş olan fayda ve zararın fiyatının olmamasıdır. Dışsallık sebebiyle ortaya çıkan dış fayda veya zarar üretilen ve tüketilen malın piyasa fiyatına girmez. Bu durum etkin kaynak dağılımını etkilediğinden devlet müdahalesini gerektirir. Bu amaç ile devlet yararlı dışsallıkların üretimin teşvik eder iken zararlı dışsallıkları önleyici faaliyetlerde bulunur.

Eğer piyasa da dışsallık söz konusu değil ise marjinal özel maliyet ile marjinal sosyal maliyet birbirine eşit ve marjinal özel fayda ile marjinal sosyal fayda birbirine eşit olacaktır. Ancak karar birimleri olan üreticiler ve tüketicilerin dışsallıkları sonucunda kar elde eder iken zarara da uğrar iseler marjinal özel yarar ile marjinal sosyal fayda arasında farklılık olabileceği gibi marjinal özel maliyet ile marjinal sosyal maliyet arasında farklılık ortaya çıkacaktır. (STEFANİE, S., 2017; Dinler Z., 2013) Bu dışsallıkların etkisi sonucunda fiili üretim optimal üretimin üzerinde yada altında gerçekleşecektir. Bu durumda piyasa başarısızlıkları ortaya çıkacaktır.

Dışsallık Çeşitleri

Dışsallık türleri ekonomik karar birimlerinin birbirini etkilemesine göre dörde ayrılıp incelenebilir:

a) Üreticiden üreticiye dışsallıklar: Bir üreticinin yapmış olduğu üretim faaliyeti sebebiyle başka üreticilere olumlu veya olumsuz fiyatlandırılmayan etki oluşturmasına denir. Üreticiden üreticiye dışsallıkta olumlu dışsallıkta marjinal özel maliyet marjinal sosyal maliyetten daha büyük ve az üretim olması negatif dışsallıkta ise Marjinal sosyal maliyet özel maliyetten

büyük olması sebebiyle daha fazla üretim yapılması şeklinde ortaya çıkar. (Will, K.,2020)Üreticiden üreticiye en önemli olumsuz örnek çevre kirliliğidir. Mültecilerin gittiği şehirde girişimci olması oradaki üreticileri etkilediği için başka bir olumsuz dışsallık örneğidir. Mültecilerin girişimci(ICMC, 2020) olarak şehir ekonomisine katkısı ve bir yöredeki arıcılık ve meyvecilik ilişkisi ise olumlu dışsallıktır.

b) Üreticiden Tüketiciye dışsallıklar: Bir üreticinin yapmış olduğu üretim faaliyeti sebebiyle başka tüketicilere olumlu veya olumsuz fiyatlandırılmayan etki oluşturmaya denir. Örneğin bir sanayi üretim tesisinin çevre kirliliğinin tüketicileri etkilemesi olumsuz yine özel araba fabrikalarının aşırı üretim yapması o yolu kullanan toplu taşıma araçlarını etkilemesi olumsuz dışsallıktır. Bilgi iletişim teknolojisindeki gelişme sonucunda navigasyon sisteminin gelişmesi tüketici açısından olumlu dışsallıktır.

c) Tüketiciden Üreticiye dışsallıklar: Bir tüketicinin yapmış olduğu tüketim faaliyeti sebebiyle başka üreticilere olumlu veya olumsuz fiyatlandırılmayan etki oluşturmaya denir.(Alberto Bisin vd., 2017) Örneğin bir tüketicinin bir otobüs firmasına ait veya kargo firmasına ait taşımacılık hizmetlerin iyi reklamı olumlu kötü reklamı ise olumsuz dışsallığa örnektir. Mülteci açısından ise İstanbul gibi büyükşehirlerde ev kiralama talebinin artması inşaat sektörünün canlanmasına pozitif etki eder iken tarım alanlarının inşaata açılması negatif dışsallığa örnek verilebilir.

d) Tüketiciden Tüketiciye dışsallıklar: Bir tüketicinin yapmış olduğu tüketim faaliyeti sebebiyle başka tüketicilere olumlu veya olumsuz fiyatlandırılmayan etki oluşturmaya denir. Örneğin; sadece bir şehir merkezine girmek, şehirde yaşayanlar için daha fazla kirlilik ve tıkanıklık gibi dışsal maliyetlere neden olacaktır. (Tejvan Pettinger,2006; Alberto Bisin vd., 2017) Mülteci açısından ise İstanbul gibi büyükşehirlerde ev kiralama talebinin artması kiracı Türk vatandaşlarının daha fazla kira ödemesine sebep olur. Kısaca her nüfus artışı talep oluşturacağı için yerli tüketicilerin gerek mal gerekse hizmet sektöründe olumsuz etkilenmesine sebep olacaktır. Yine arabanın müzik sesinin ve eksoz sesinin yükseltilmesi diğer tüketicilere zarar oluşturduğu için olumsuz dışsallığa örnektir. En olumsuz dışsallığı gürültü kirliliği ve sera gazı salınımı ile atmosferde oluşturduğu zarardır.

Dışsallıklara İlişkin Politikalar

Dışsallıkların olumsuz etkilerinin üstesinden gelmek, pozitif etkilerini arttırmak için mevcut çözümler vardır. Bunlar hem kamu hem de özel sektörden olanları içerebilir. Bunlar:

a)Coase Teoremi:Dışsallık tarafların mülkiyetinde olan alanlar ile sınırlı ise ve taraflar az ise ve yapılacak pazarlık maliyeti düşük ise devletin müdahalesine gerek olmadan dışsallık ile ilgili sorun taraflar ile çözüme kavuşturulur. (Stefanie, S.,2017)

b)Vergiler, dışsallıkların üstesinden gelmek için bir çözümdür. Kirlilik gibi belirli dışsallıkların olumsuz etkilerini azaltmaya yardımcı olmak için hükümetler, dışsallıklara neden olan mallara vergi uygulayabilir. Pigou vergisi olarak adlandırılan ve ekonomist Arthur C. Pigou'nun adını taşıyan ve bazen Pigou vergisi olarak adlandırılan verginin, negatif dışsallığın değerine eşit olduğu kabul edilir. Bu vergi, ilgisiz bir üçüncü tarafa net maliyet getiren faaliyetleri caydırmak içindir. (Will, K.,2020) Bu tür bir verginin uygulanmasının, dışsallığın piyasa sonucunu etkin kabul edilen bir miktara indireceği anlamına gelir.

c)Sübvansiyonlar, ayrıca, pozitif bir dışsallığın tüketimini teşvik ederek olumsuz dışsallıkların üstesinden gelebilir. Örnekler; tohumluk ayçiçeğin iyi döllenmesi için arıcılara tarla sahipleri tarafından destek verilmesi, mültecilerin kayıt altına alınarak vasıfsız işgücünde istihdamı (Alberto Bisin vd., 2017) sıralanabilir.

d)Hükümetler ayrıca dışsallıkların etkilerini dengelemek için düzenlemeler uygulayabilir. Düzenleme en yaygın çözüm olarak kabul edilir. Kamuoyu, dışsallıkların olumsuz etkilerini dizginlemek için yasaları ve düzenlemeleri kabul etmek ve yürürlüğe koymak için genellikle hükümete yönelir. Birkaç örnek, çevre düzenlemelerini veya sağlıkla ilgili mevzuatı (Will, K.,2020) gösterilebilir.

KIRSAL KALKINMA VE ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Kırsal kalkınmanın ilk kez Birleşmiş Milletler (BM)'ce "toplum kalkınması" şeklinde tanımlanmıştır. Ayrıca sürdürülebilir kalkınma deyimini de kullanılır. Dünyada kırsal kalkınma alanında ön plana çıkan konulardan birisi de "kapsayıcı kalkınma" dır. Kapsayıcı kalkınma yaklaşımında "sürdürülebilir toplum" hedefi öncelikli olarak öne çıkmaktadır. **Kırsal kalkınma**, kent, kırsal alanlar arasındaki sosyo-kültürel ve ekonomik farklılıkların ortadan kaldırılarak bir dengeye kavuşturulmasını, kırsal nüfusun mahallinde kalkındırma, bir başka deyişle, şehre göçü azaltmayı ve istihdam sorunlarını ikamet ettiği köy, kasaba gibi yerlerde çözmeyi amaçlayan politikalarlardır. Kırsal alandaki yaşlanma ve bunun meydana getirdiği sorunların çözümünde kırsal kalkınma politikaları günümüzün temel odak noktalarından birini oluşturmaktadır (Kan, vd., 2018). Genç nüfusun kırsal alanda kalmasını sağlamak ve kırsala çekmek amacı ile dünyada birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de son yıllarda önemli politika argümanları devreye sokulmuştur. Nüfus yapısındaki değişiklik oluşan yeni yapının ihtiyaçlarının da değişmesine sebep olmaktadır.

Nüfus yoğunluğu, tarımın ekonomideki payı, arazi kullanımı ve coğrafi uzaklık gibi temel parametrelerle açıklanmaya çalışılan kırsal alanlar için küresel düzeyde kabul edilmiş bir tanım yoktur (Tarım Orman Şurası,2019). Özellikle Dünya Bankası tarafından belirlenen kriterler çerçevesinde politika tasarımı göz önünde bulundurulması gereken kavramlar aşağıdaki şekilde açıklanmaktadır. (World Bank, 2018)

a) Çevresel sürdürülebilirlik; çevreye duyarlı ve çevreyi koruyan bir toplumsal farkındalık oluşturmak amaçlı politikalar üretilmelidir.

b) Kapsayıcı; ülkedeki tüm sosyal grupları bir araya getiren toplumsal yapının oluşturulması,

c)Yenilikçi (Innovative); dogmatiklikten uzak, sorun ve fırsatlara insanların yaşamını daha kaliteli kılacak yaratıcı çözümler getirebilen ve uygulayabilen bir toplum yapısı oluşturulması,

d) Ekonomik, sosyal ve doğal şoklara dayanıklı; örgütlü, riski en aza indirebilen, beşerî kapasitesi ve sosyal sermayesi güçlü, iklim değişimi gibi doğal şoklara dayanabilen ve adapte olabilen bir toplumun oluşturulması,

e) Üretken-rekabetçi; dinamik bir toplumsal gelişim (iş, çevre, bilgi gibi) ortamının oluşturulması. Kapsayıcı kalkınma yaklaşımında en önemli ilke; toplumun bütünü bir araya getiren sürdürülebilir kalkınma ilkesidir.

Bir yandan genç nüfusun yerinde kalması sağlanırken ekonomik olarak iyileşmenin her zaman sosyal yapıda iyileşme getirmeyeceği görülmüştür. Bu nedenle kalkınmanın ekonomik boyutunun yanında sosyal ve kültürel boyutu daha çok ön plana çıkmıştır. Eğitim, sağlık, altyapı ve üstyapı gibi hizmetlerin yanı sıra yenilikçi hizmet anlayışı ile kırsalda yaşam kalitesinin artırılması gerekliliği kırsal kalkınmanın önemli parçaları haline gelmiş ve kırsal kalkınmanın sadece ekonomik refahı değil sosyal refahı da gözeten kapsayıcı ve çok sektörlü bir yapı haline gelmesi gerekliliği belirtilmeye başlanmıştır (Gülçubuk, 2017). Küresel ısınma, gıda fiyat dalgalanmaları, kentlere yoğun göç hareketi ve doğal çevrenin hızla bozulması bugün, aile çiftçiliğinin stratejik önemini her zamankinden daha fazla öne çıkarmaktadır (Tarım Orman Şurası, 2019).

Kırsal kesimdeki temel ekonomik faaliyetler tarımsal faaliyetlerdir ve aile çiftlik işletmeleridir. Tarım; bitkisel üretim, hayvancılık, balıkçılık ve ormancılık gibi alt kısımlara ayrılır. Bitkisel ve hayvansal üretimin büyük çoğunluğu köy ve kasaba gibi kırsal alanda yapıldığı için kırsal kalkınmanın en önemli ekonomik faaliyeti tarımdır. Oysa bir ülkede köy ve kasabalarda tarımsal üretimin artması ve devam etmesi bilhassa canlı hayvan üretiminin artması ülkenin makro ekonomisini oluşturan sanayi, tarım, hizmet sektörünün güçlenmesi ile olacaktır. En eski ekonomik faaliyet olan tarım, sanayi ve hizmet sektörüne hammadde ve yarı mamul kaynak üretir. Tarımsal üretim olmadan sanayi ve hizmet sektörünün birçok alt birimi gelişemez. Örneğin; kırmızı et olmadan lokanta ve turizm hizmetlerinin çok gelişmesi düşünülemez.

Kırsal kalkınmanın önemi açısından bir örnek,1980-1984 arası canlı hayvan ihracatı alınmıştır. Türkiye, 1980-1984 yılları arasında toplam ihracatı 5 milyar dolar iken, Ortadoğu ülkelerine yılda 300-400 milyon dolarlık kırmızı et ihracatı gerçekleştirmiştir. 1980 yılı içerisinde yapılan damızlık ithalatı, 1990 yılında başlayan kasaplık hayvan ve et ithalatları, küçükbaş hayvan sayılarımızda çok daha fazla olmak üzere hayvan sayılarında hızlı bir düşüş yaşanmasına neden olmuştur (Kaymakçı vd., 2005; Tüik, 2009). Bu düşüş 2020 yılında da devam etmiştir. Et ve Süt Kurumu'nun "2019 Sektör Değerlendirme Raporu"na göre 2019'da 765 bin 768 baş canlı hayvan ithalatı yapılmıştır. Et ve Süt Kurumu Raporu'na göre, 2019 yılında gerçekleşen besilik büyükbaş hayvan ithalatının yüzde 33'ü Uruguay, yüzde 27'si Brezilya, yüzde 11'i Çekya'dan yapılmıştır. B u verilere göre kırsal kalkınma da canlı hayvan üretimi önemli yer tutmasına rağmen Türkiye, göç sebebiyle ithalatçı ülke durumuna düşmüştür. Besi hayvancılığı mera hayvancılığına göre maliyeti daha yüksek bir üretim şekli iken mera hayvancılığı maliyeti düşük bir üretim şeklidir. Mera hayvancılığının gelişebilmesi için köye dönüşün hızlanması ve kırsal kalkınmanın teşvik edilmesi ve sorunlarının giderilmesi gerekir. Bunun da olabilmesi için iç göçün azaltılarak hayvanların bakımı ve güdülmesinde çobancılık işinin cazipleştirilmesi gerekir.

Özellikle dünyada, kendi toprağını işleyen küçük işletme sahipleri, tarım işçileri, kiracılık-ortakçılık yapanlar, çobanlar, küçükbaş hayvancılıkla uğraşanlar yoksulluktan daha fazla etkilenmektedir. Dünyadaki aşırı yoksulların neredeyse yarısı (%45) 15 yaşın altındaki çocuklardır (Castaneda vd., 2018). Eğitime ve temel sağlık hizmetlerine erişim eksikliğinin yanı sıra açlık ve kötü beslenme çocukları olumsuz olarak etkilemekte, öğrenme güçlükleri çekmelerine, sağlıklarının bozulmasına ve hayatları boyunca düşük üretim yapmalarına ve düşük ücretler kazanmalarına sebep olmaktadır. Küresel olarak, tarımda %70 oranında çocuk işçi çalışmaktadır ve bu durum yaşları 15-17 arasındaki çocukları yaklaşık 108 milyon erkek ve kız çocuğunu etkilemektedir. Bu kesim genellikle çok uzun saatler çalışmakta ve iş kazalarına maruz kalmaktadırlar. (ILO, 2007)

Çobancılık, kırsal kalkınmanın hayvancılık işletmelerinin en önemli tetikleyici faktörüdür. Çoban, genellikle bir ücret karşılığında küçükbaş ve büyükbaş hayvan sürülerini güderek otlatan, sonra çiftliğe getirip götüren kimse olarak tanımlanır. Tarım ve Orman Bakanlığı verilerine göre 150 bin çobana ihtiyaç olmasına rağmen ve TÜİK verilerine göre Türkiye'de toplam işsiz sayısı 4 milyon 20 bin kişi iken çobancılığı dolgun ücret ve sosyal haklar sunulduğu halde tercih edilmemektedir. 2008 yılında Dünya Bankası raporuna göre kırsal kalkınmanın önündeki engelin iç ve dış göç olduğu ve bunu önleyici politikaların yapılması gerektiği vurgulanmıştır.

MÜLTECİLERİN GENEL EKONOMİ, KIRSAL KALKINMA VE İSTİHDAMA DIŞSALLIK ETKİLERİ

Bir ülkenin ekonomisine mültecilik dışarıdan gelen ve etki oluşturan sosyal ve ekonomik oluşumdur. Dolayısı ile mülteciler iç savaş, yoksulluk ,kıtlık vb. sebepler ile ülkesini terk eden hedef ülke ekonomisine dışsal etki ederek bazen olumlu bazen de olumsuz dışsal etki oluşturan göçmenlerdir. Pozitif dışsallıklar, yapılan insani yardımların talebi artırarak bölge ekonomilerinin canlanması, sermaye girişi, girişimci olmaları ile üretim artışı, vasıfsız işgücünde istihdam artışı ve ucuz işgücü şeklinde sıralanabilir. Buna karşılık negatif dışsallıkları ise ülkedeki mal ve hizmetlere talep artışı ile beraberinde fiyat artışlarına etki, merkezi yönetim bütçesi ve yerel yönetim bütçelerine etki, kamu harcamalarının artması, kayıt dışı ekonomi, işsizliğin artması, emek sömürüsü gibi dışsal etkileri sayılabilir.(Alberto Bisin vd., 2017; Tejvan Pettinger,2006; ICMC, 2020)

Mülteciler, Türkiye’de yerli halkın yapmak istemediği, vasıf gerektirmeyen amele diye tabir edilen sektörlerin ihtiyaç duyduğu işgücü açığını kapatmaktadır. Mülteciler işsizliğin artmasına ve ücretlerin düşmesine neden olmaktadır. Mülteciler ulusal işgücüne rakiptir. Türkiye’de işsizlik oranı yüksektir. Ancak mülteciler genellikle ulusal işgücünün talep etmediği vasıfsız işgücünde çalıştıkları için çok sorun olmamaktadır. Mülteciler, başta Tarım olmak üzere İnşaat, sanayi,tekstil, imalat gibi çeşitli sektörlerde geçici olarak veya mevsimlik çalışanlar; ayrıca ev hizmetleri, seyyar satıcılık, çöp toplama, çiftlik işçisi, çoban, çocuk ya da yaşlı bakıcısı olarak çalışmaktadırlar.

En fazla mültecinin olduğu ülke ABD’dir. Mülteciler, ihtiyaç duyulan işleri doldurarak ABD işgücü piyasası için hayati öneme sahiptir ve bir grup olarak ABD doğumlu nüfustan daha yüksek bir istihdam oranına sahiptir. 2009’dan 2011’e kadar çalışma çağındaki erkek mültecilerin istihdam oranı yüzde 67 iken, aynı dönemde yerli doğumlu erkeklerin istihdam oranı sadece yüzde 60’tır. Mülteci kadınların istihdam edilme olasılığı, yerli doğumlu kadınlar kadar yüksektir. Mülteciler arasındaki nispeten yüksek istihdam oranı, aynı zamanda yerli nüfustan daha yüksek oranda çalışan tüm yabancı doğumlu nüfusun işgücü piyasasına katılımını yansıtmaktadır (R. Capps et al,2015). Mültecilerin çalışma çağında (25-64 yaş) olma olasılığı ABD doğumlu nüfusa ve diğer göçmenlere göre daha olasıdır. Mültecilerin yüksek istihdam oranı ve çalışma çağındaki önemli nüfuslarının birleşimi, onların yerel ekonomilerine önemli katkılar sağlayacaklarının sinyalini veriyor (NAE,2015). ABD ‘deki bu veriler de gösteriyor ki göçmen veya mülteci ABD ekonomisi için vazgeçilmezlerdendir.

TÜİK’e göre Türkiye’de istihdamın yapısı incelendiğinde tarım sektörünün her zaman önemli olduğu görülmektedir. Yıllar itibarıyla incelendiğinde toplam istihdam içerisinde tarımsal istihdamın payının giderek azaldığı görülmektedir. 2000 yılında tarımsal istihdamın oranı %36 iken bu oran 2021 yılında %17,6’ye düşmüştür. Türkiye genelinde 15 ve daha yukarı yaştakilerde işsiz sayısı 2021 yılında bir önceki yıla göre 121 bin kişi azalarak 3 milyon 919 bin kişi oldu. İşsizlik oranı 0,5 puanlık azalış ile %12 seviyesinde gerçekleşti. İstihdam edilenlerin %17,2’si tarım, %21,3’ü sanayi, %6,2’si inşaat, %55,3’ü ise hizmet sektöründe yer aldı. Bir önceki yıl ile karşılaştırıldığında sanayi sektörünün istihdam edilenler içindeki payı 0,8 puan, inşaat sektörünün payı 0,4 puan artarken, tarım sektörünün payı 0,5 puan, hizmet sektörünün payı 0,6 puan azaldı. 2021 yılında 4 milyon 948 bin kişi tarım sektöründe, 6 milyon 143 bin kişi sanayi sektöründe, 1 milyon 777 bin kişi inşaat sektöründe, 15 milyon 928 bin kişi hizmet sektöründe istihdam edildi. Bir önceki yıl ile karşılaştırıldığında istihdam edilenlerin sayısı tarım sektöründe 211 bin, sanayi sektöründe 661 bin, inşaat sektöründe 231 bin, hizmet sektöründe 998 bin kişi arttı. Bu duruma istihdam edilen kişi sayısı olarak bakıldığında da tarımda 2000 yılında yaklaşık 7,7 milyon kişi istihdam edilirken 2021 yılında bu rakam yaklaşık 2 milyon 102 bin kişi artarak 28 milyon 797 bin kişi olarak gerçekleşmiştir. Türkiye’de tarımsal işletme sahipleri, tarımda istihdam açığı ve işsizlerin tarımsal işleri tercih etmemesi sebebiyle ve iş talep eden ve yerli tarım işçisine göre kısmen daha ucuza çalışan yabancı iş gücü göçmenlerini de çalıştırmaya başlamışlardır. Türkiye’de tarım sektöründe çalışan yabancı işgücü göçmenleri genellikle kayıt dışı olarak ve yasal olmayan bir şekilde çalıştırılmaktadırlar. Türkiye’de tarım sektöründe, işveren ile çalışan arasında genellikle herhangi bir iş anlaşması imzalanmamaktadır. Bu sebeple Türkiye’de yabancı iş gücü mültecilerinin istihdamı ile ilgili herhangi bir istatistiki bilgi mevcut değildir.

Türkiye’de bu Suriyeli ve Afgan göçmenleri entegrasyonunu sağlayıp istihdam edebilir ise tarımdaki ve diğer alanlardaki vasıfsız işçi ihtiyacını kapatabilir. Böylece makro ekonomiye pozitif dışsallık etkisi gerçekleşir. IOM’un “Göçmen Mevcudiyet Tespiti Projesi” kapsamında gerçekleştirilen DTM Akım İzleme Anketi sonuçlarına göre mültecilerin %33’ü ortaokul, %24’ü ilkokul, %16’sı yükseköğretim, %10’u lise, %1’i lisansüstü, %16’sı hiçbir örgün eğitim almamıştır. Mültecilerin işgücü piyasasında emek yoğun sektörlerde ve ağırlıklı olarak vasıfsız iş kollarında çalıştıkları (bağımlı olarak çalıştıkları ve/veya zamana dayalı çalıştıkları) görülmektedir. İnşaat, tarım, tekstil, imalat gibi çeşitli sektörlerde geçici/mevsimlik çalışanlar; ayrıca ev hizmetleri, seyyar satıcılık, çöp toplama, çiftlik işçisi, çoban, çocuk ya da yaşlı bakıcısı olarak çalışan mülteciler de bulunmaktadır. Türkiye işgücü piyasasında, toplumsal cinsiyete dayalı geleneksel roller istihdam alanlarını ve ilişkilerini belirli ölçülerde etkilemektedir. Benzer şekilde mülteciler açısından da kadınlara atfedilen geleneksel roller, onların istihdam alanlarını daraltmaktadır. Bu nedenle genellikle ev hizmetlerinde çalışan, çocuk ya da yaşlı bireyin bakımını üstlenen ya da kadınların yoğun bir şekilde istihdam edildiği örneğin tekstil gibi çeşitli sektörlerde çalışan kadın mülteciler bulunmaktadır.(Aygü, I H.H. ,2018)

Afgan ve Suriyeli mültecilerin en fazla tercih ettiği meslekler, çobancılık ve inşaat işçiliği, orman kesimi, gibi amele diye tabir edilen alanlar olmaktadır. Gözlemlerim Konya’nın Akşehir ve Afyonkarahisar’ın Bolvadin, Çay, Sultandağı ilçelerinde

hayvan bakımı yani çobancılık, ormanda ağaç kesimi, inşaat işçiliği gibi alanlarda çalışmaktadırlar. Bugün Anadolu'nun hemen hemen her köy ve kasabasında bir Afgan çobana rastlamak mümkündür. Güler'e göre ise Afgan mülteciler, Türkiye emek piyasasında göçmenlerin kendilerine formal ya da enformel yer buldukları sektörler genel olarak, turizm, eğlence, perakende satış, ev içi hizmetler, inşaat, konfeksiyon ve tarımdır. (H. GÜLER,2020) Göçmen işgücüne olan ihtiyaç iki temel alanda ortaya çıkmaktadır. İlki, yerli emek tarafından çoğunlukla boş bırakılan turizm ve ev içi bakım hizmetleridir. İkinci alan ise, tekstil, inşaat ve konfeksiyon gibi hem yerli emek hem de diğer göçmenler ile rekabete girdikleri alanlardır. (Dedeoğlu, 2016)

Bir ülkenin ekonomik kalkınmasında beşeri sermaye yani insan gücü çok önemli tetikleyici faktördür. Bununla birlikte, göçmenlerin homojen olmadıklarını söylenebilir. Kim oldukları, nereden geldikleri ve hangi becerilere ve diğer özelliklere sahip oldukları önemlidir. Ülke genç nüfusunun başka ülkelere göçün ekonomisi ve geleceği için tehlike oluşturur. Yapısalcı yaklaşım bu olumsuzluğu anlatır. Yapısalcı yaklaşım genel olarak göçün bağımlılık ve beyin göçü kavramlarını ön plana çıkartarak göçü azgelişmişliği besleyen olumsuz bir gelişme olarak görmektedir. Burada göç, ucuz işgücünün sermaye lehine hareketliliği olarak yorumlanmaktadır. Göç, özellikle beyin göçü azgelişmişliği beslemekte ve dengesiz büyümeye yol açmaktadır. (Aktaş G.,2014)

Varılan ülke açısından da bazı negatif dışsallıkları olsa da pozitif etkileri de olmaktadır. Şöyle ki ülkenin bütçesine bir yük oluşturmakta mültecilerin entegrasyonu için harcamaları arttırmaktadır. Ulusal işgücü için rekabet oluşturup ücretlerin düşmesine ve işsizliğin ortaya çıkmasına sebep olabilir. İyimser yaklaşım ise işgücü göçü olarak çalışma niyetiyle başka ülkelere giden göçmenlerin zamanla işçi olmaktan çıkarak girişimci haline geldiklerini, göç edilen ülkeye ve kendi ülkelerine önemli katkılar sağladıklarını savunmaktadır. (Alberto Bisin v.d.,2017) Suriyeli yatırımcıların Türkiye'de gerçekleştirmiş olduğu yatırımlar, banka mevduat hesapları, ticari ilişkiler ağı vb. Türkiye ekonomisi için olumlu dışsal etki oluşturur. Türkiye'ye yaklaşık 3 milyar dolarlık bir sermaye girişinin olduğu iddia edilmektedir. Yukarıda da ifade edildiği üzere yabancı sermaye ile kurulan şirket sayısı bakımından Suriye, Almanya'dan sonra ikinci sıradadır. Ayrıca Suriyeli tüccarların Orta Doğu pazarına yönelik olarak Türkiye'de üretilen mallar üzerinden gerçekleştirmiş olduğu ihracatlar da söz konusudur. Bütün bunları dikkate aldığımızda Suriyeli mültecilerin özellikle Türkiye'nin güney bölgelerine önemli sayılabilecek ekonomik girdilerinin olduğunu belirtebiliriz.

Bağımsız işyeri açan mülteci esnaf ve zanaatkarlar da bulunmaktadır: özellikle lokanta, tatlıcı, pastane, hazır giyim, berber, kahvehane, kuyumculuk gibi. Mültecilerin işgücü piyasalarına katılımı ile ilgili yasal düzenlenmelerin yeni yapılmış olması ve bu konuda henüz bir farkındalığın oluşmaması nedeniyle bu işletmelerin çoğu kaçak durumundadır. Dolayısıyla mülteciler vergi mükellefi olamamakta ve işletme ruhsatı da alamamaktadırlar. Söz konusu durumun haksız rekabet ortamı oluşturması, kaçak işletmelerin sürekli olarak mühürlenmesine; ayrıca açılan bu işletmelerde Arapça tabela, menü vs. olması, yerel halk ile mülteciler arasında gerginliklerin yaşanmasına neden olmaktadır. (Aygül, H.H.,2018) Mültecilerin işleri elinden alacağına dair olağan korkuya aykırı olarak, kanıtlar, diğer göçmen gruplara veya yerli vatandaşlara göre iş yaratma olasılıklarının daha yüksek olduğunu gösteriyor. İş kurmak risk alma, dayanıklılık ve kararlılık gerektirir ve birçok mültecinin yaşam deneyimleri onlara bu becerileri sağlayarak onları mükemmel girişimci haline getirmiştir. ABD'de mültecilerin %13'ü girişimcidir, diğer göçmenlerin %11,5'i ve yerli nüfusun sadece %9'u girişimcidir. 2001 yılında, Afganistanlı bir mülteci olan Haroon Mokhtarzada, kardeşleriyle birlikte bir web sitesi tasarımı şirketi olan "Webs"i kurdu. On yıl sonra, onu Vistaprint'e 117,5 milyon dolara satmayı başardı. Mokhtarzada, "Buraya geldiğinizde azağınız yok ve daha az iş seçeneğiniz var iken bu yüzden kendinize fırsatlar yaratıyorsunuz" diyor. (ICMC,2020)

Göçülen ülkenin ekonomisine ise olumlu dışsallıkları olumsuz dışsallıklarından daha çoktur. Bu faydalar, tamamlayıcı üretim faktörleri, göçmenler tarafından üretilen mal ve hizmetlerin daha düşük nispi fiyatları, gelişmiş işgücü piyasası verimliliği ve mal ve hizmetlere yönelik daha yüksek talepten kaynaklanan ekonomik büyüme, istihdam yaratma gibi çeşitli kanallardan gelebilir (Borjas, 2001). Mültecilere yönelik gerçekleştirilen insani yardımlar bölge ekonomisinin canlanmasını sağlamaktadır. Mültecilere yapılan yardımlar doğrudan bulunduğu şehirlerde harcamaya dönüştürüldüğü için talep artışı oluşturacak bu ekonomik faaliyette şehir ekonomisinin canlanmasına sebep olacaktır. Ancak bu talep artışı beraberinde yerli tüketicilerin kullandığı mal ve hizmetlerin fiyat artışını da beraberinde getirebilir. İstanbul, Hatay, Şanlı Urfa, Gaziantep, Mersin, Kilis gibi birçok ilde ev kiralari başta olmak üzere diğer mal ve hizmet fiyatlarının yükselmesine sebep olmaktadır.

Kayıt dışı ekonomi, gayri resmi yapılan, kayda geçirilemeyen ve bu sebeple denetlenemeyen faaliyetler olarak tanımlanabilir. Toplam üretime bir katkısı olmasına rağmen GSYİH hesaplamalarında yer almaz. 15/1/2016 tarihinde resmi gazetede yayımlanan "Geçici Koruma Sağlanan Yabancıların Çalışma İzinlerine Dair Yönetmelik" 13/10/2014 tarihli 6883 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile yürürlüğe konulan "Geçici Koruma Yönetmeliği"nin 29. maddesine dayanılarak hazırlanmıştır. Buna göre "geçici koruma kimlik belgesi" sahibi olan göçmenler, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'na çalışma izni için başvuruda bulunabilecektir. Çalışma izni başvurularının değerlendirilmesinde, "geçici koruma sağlanan yabancı sayısı, işyerinde çalışan Türk vatandaşı sayısının %10'u geçemez", "toplam çalışan sayısı ondan az olan iş yerlerinde, en fazla bir geçici koruma sağlanan yabancıların çalışmasına izin verilir" gibi çeşitli kotalar uygulanmakta ayrıca "geçici koruma sağlanan yabancılara asgari ücretin altında ücret ödenemez" ibaresi de yer almaktadır. (Resmi Gazete, 2016)

Mülteciler de örgütsüz ve gayri resmi istihdam edilmektedir. Sosyal güvenlik haklarından yoksun, ucuz ücretle ve bir iş sözleşmesine dayalı olmadan araçlar vasıtasıyla çalıştırılmaktadır. Araçlar da bu işin rantını almakta ve mülteciler mağdur olmaktadır. Türkiye için ucuz işgücü oluşturur iken kendileri açısından insan haklarına ve yaşamına uygun olmayan sorunlar

ortaya çıkmaktadır. Türkiye’de son yıllarda özellikle Orta Doğu’da yaşanan gelişmeler nedeniyle yabancı tarım ve orman işçisi artış göstermiştir. Bu durum bir yandan ucuzlayan emek nedeniyle tarımsal istihdamın azalışını hızlandırmakta diğer yandan gelecek açısından tarımda iş gücü planlamasını zorunlu hale getirmektedir. Yapılan bazı araştırmalara göre özellikle Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde tarımsal iş gücü piyasasında kayıt dışı çalışan Suriyeli işçilerin %50’lere varan payının olduğunu ortaya koymuştur. Gelecekte tarımsal iş gücü açısından sıkıntılar yaşanmaması için gerek yerli tarımsal işçilerin gerekirse mültecilerin sosyal güvenlik, ücretlendirme, kalifiye işçi yetiştirme konularında çalışmaların yapılması önem taşımaktadır.

Mültecilerle ilgili MCKİNSEY G.I., İngiltere için tavsiyeler sunmuştur, Türkiye’de bu şekilde politikalar izleyebilir. Bu tavsiyeler; göçmenlerin Entegrasyonu yerli ve göçmen topluluklar arasında iki yönlü bir süreç haline getirmek ve özel sektör ve STK’lar ile ortaklıklar kurmak gerekir. Göçmen ve yerli işçiler arasındaki ücret farkının yüzde 20-30’dan yüzde 5-10’a düşürülmesi daha iyi ekonomik, sosyal ve sivil entegrasyon, istihdam, eğitim, sağlık ve konut gibi alanlarda entegrasyon sağlamak ve yoksulluğun tuzağından kurtarmak gerekir. (MCKİNSEY G.I., 2016) Tüm insanlara saygılı ve onurlu bir şekilde davranılmalıdır. Göçmenlerin insan haklarına saygı gösterilmesini sağlanmalıdır. Aynı zamanda, içinde buldukları zor durum nedeniyle mülteciler için uygun bir yasal çerçeve çizilmelidir (Adrian Edwards, 2016). Peki, bir ülke ticaret veya göçün önündeki engelleri azaltırsa bunun etkisi ne olur? Teori hem ticaret hem de göç için engelleri azaltmanın etkisinin olumlu olacağını, ancak bölümsel sorunların olacağını öne sürülebilir. Yani, GSYİH ve daha da önemlisi, kişi başına düşen GSYİH artacak, ancak en azından kısa vadede bazı bireyler ve haneler kaybedecektir. Özellikle ticaret, ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığı sektörlerde çalışanlara zarar verirken, göç, göçmen işçilerle doğrudan rekabet halinde çalışanlara zarar verecektir (j. portez, 2019). Göçten başlıca yararlananlar muhtemelen göçmenlerdir. Çünkü, tanımı gereği, farklı bir ülkede (ekonomik veya daha geniş anlamda) daha iyi durumda olacaklarına inanarak ve haklı çıkarmak için yeterli miktarda hareket etme fırsatından yararlanıyorlar. Bireyler bu konuda yanılıyor olsa da (gelecekle ilgili belirsizlik olduğunda karar veren herkeste olduğu gibi), genel olarak göçten elde edilen kazanımların çoğunun, sunduğu fırsatları değerlendirenlere tahakkuk etmesi beklenebilir. Ancak mesele şu ki, göçmenler (doğrudan veya dolaylı olarak) emek arzına olduğu kadar emek talebine de katkıda bulunurlar; para kazanırlar ve harcarlar (j. portez, 2019). Bununla birlikte, göçmenlerin homojen olmadıklarını belirtmek tartışmasıdır. Kim oldukları, nereden geldikleri ve hangi becerilere ve diğer özelliklere sahip oldukları önemlidir. Sağduyu, vasıflı göçmenlerin vasıfsız olanlardan daha faydalı olacağını ve göç edilen ülke tarafından seçilen veya seçilen göçmenlerin, mülteciler veya ailevi nedenlerle taşınanlar gibi diğerlerinden daha faydalı olacağını önermektedir (Borjas, 1995). Ancak ampirik kanıtlar bu konuda beklenenden daha az nettir. Yukarıdaki tartışmanın gösterdiği gibi, vasıfsız göçün de olumlu olabileceği durumlar vardır. Çünkü işgücü piyasasındaki belirli boşlukları doldurur veya daha yüksek vasıflı yerlilerin çalışmalarını tamamlar ve ekonominin genel olarak daha verimli çalışmasını sağlar. Göç, çalışma çağındaki nüfusu artırıyor. Göçmenler becerilerle gelir ve göç alan ülkelerin insan sermayesinin gelişimine katkıda bulunur. Göçmenler de teknolojik ilerlemeye katkıda bulunur. Toplumlarımız göçün rolünü faydalı bir şekilde tartışılacak ise, bu etkileri anlamak önemlidir. (MCKİNSEY G.I., 2016)

Mültecilerin belirli illerde yoğunlaşması (İstanbul, Hatay, ŞanlıUrfa, Gaziantep, Mersin,Kilis) belediye hizmetlerinin artmasına ve yetersiz kalmasına neden olmaktadır. Böylece kısıtlı belediye gelirleri ile yapılan harcamalar artmakta ve yerel yönetimlere yük oluşturmaktadır. Ayrıca şehir halkı ile ortak paylaşım olacağı için toplu taşıma ve diğer hizmetlerde yerel halkın tepkisini çekmektedir.

Mültecilerin Türkiye’ye olan maliyeti gün geçtikçe büyümektedir. Türkiye’nin mültecilere yönelik olarak yapmış olduğu kamu harcamaları 25-30 milyar doları bulmuştur. “Global Humanitarian Assistance Report 2017” verilerine göre Türkiye, 2016 yılında 6 milyar dolar insani yardımda bulunmuştur. 2015’e göre %119’luk bir artış söz konusudur. Türkiye’nin yardımlarının %99 Suriyeli mültecilere, %1’i ise diğer ülkelere yapılan yardımları kapsamaktadır. Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri’nden sonra en çok insani yardımda bulunan ülke konumundadır. Öyle ki Avrupa Birliği’nin kurum ve kuruluşlarının gerçekleştirdiği insani yardım 2.3 milyar dolardır. ABD ve Türkiye’nin yapmış oldukları insani yardımlar (toplam insani yardım 2016’da 20.3 milyar dolar, 2015’te ise 19.2 milyar dolardır ve %6’lık bir artış var olsa da, önceki üç yıla göre %8, 26 ve 20’lik bir düşüş söz konusudur) bütün yardımların üçte ikisine karşılık gelmektedir. (Aygül, H.H.,2018) Mülteci kendi ülkesi içinde fayda oluşturur. Yurt dışında uzun süre çalıştıktan sonra orada elde ettiği bilgiler, kazandığı deneyimler, beceriler, ilişkiler ve tasarrufları yatırıma dönüştürerek anavatanına geri dönen göçmenler, kendi yöresinin ve ülkesinin kalkınmasına önemli yararlar sağlayacaktır (Aktaş G ,2014). Örneğin; Bugün ABD’nin mültecileri yerleştirme çabaları, ülkeye önemli ekonomik faydalar sağlarken önemli bir insani misyonu yerine getiriyor. Mülteciler, tüketici harcamaları ve iş kurma yoluyla ekonomiye her yıl milyarlarca dolar katkıda bulunuyor ve bu da net bir pozitif mali etkiyle sonuçlanıyor. Ek olarak, mülteciler, geri kalmış bölgeleri canlandırmaya ve Amerikalıların gururla evi diyebilecekleri canlı toplulukların yaratılmasına yardımcı olmaktadır. Trump yönetimi 2018 yılında ulusal güvenlik kaygıları temelinde mülteci girişini sınırlaması mültecilerin ABD, ekonomisine katkılarının kaybedilmesine sebeptir (N.I.F, 2018).

SONUÇ

Mülteciler iç savaş, yoksulluk ,kıtlık vb. sebepler ile terk ettikleri ülkelerinden vardıkları hedef ülke ekonomisine dışsal etki ederek bazen olumlu bazen de olumsuz dışsal etki oluştururlar. Pozitif dışsallıklar, yapılan insani yardımların talebi arttırarak bölge ekonomilerinin canlanması, sermaye girişi, girişimci olmaları ile üretim artışı, vasıfsız işgücünde istihdam artışı ve ucuz işgücü şeklinde sıralanabilir. Buna karşılık negatif dışsallıkları ise ülkedeki mal ve hizmetlere talep artışı ile beraberinde fiyat artışlarına etki, merkezi yönetim bütçesi ve yerel yönetim bütçelerine etki ederek kamu harcamalarının artması, kayıt dışı ekonomi, işsizliğin artması, emek sömürüsü gibi dışsal etkileri sayılabilir.

Kırsal kalkınmanın en önemli ekonomik faaliyeti tarımdır. Tarım, hem sanayi hem de hizmet sektörüne girdi sağlayan en önemli ekonomik faaliyettir. Tarımsal istihdam ise 2021 yılına kadar sürekli düşüş göstermiştir. Yani köy ve kasabalar sürekli şehirlere göç vererek bu ekonomik faaliyetlerde çalışmak isteyenlerin sayısı sürekli azalmaktadır. Bilhassa tarım sektörünün alt kolu olan hayvancılık adeta durma noktasına gelmiştir. Gerek besihane hayvancılığı gerekse mera hayvancılığının emek faktöründe istihdam sorunu vardır. Bakıcı veya çoban dolgun ücretler ve imkanlar olmasına rağmen Türkiye'deki işsizler tarafından talep edilmemektedir. Onun için mülteciler, bu alanda istihdam açığını kapatabilir. Afgan mültecileri yasal bir statüye kavuşturularak kayıt dışı ekonomiden kurtarılmalıdır. Türkiye, Suriyeli mültecilere verdiği şartlı mülteci hakkını Afgan mültecilere de verir ve kayıt altına alırsa ve tarımsal faaliyetlere yönlendirir ise önemli bir eksiklik giderilmiş olacaktır.

ABD ve İngiltere gibi ülkeler, göçmen ve mültecilerden faydalanarak ülke kalkınmasına faydalı olabilmektedir. Türkiye'de Afgan ve Suriyeli mültecileri bu şekilde vasıfsız işgücü istihdamında değerlendirebilir. Hem iç piyasadaki işgücüne göre daha düşük ücret uygulanır ve maliyetler düşer hem de Afganistan'da ve Suriye'de süren iç savaş sebebiyle ülkelerinden kaçan insanlara yardımcı olunmuş olur.

Türkiye iki yönlü pozitif dışsallık etkisi oluşacaktır. Şöyle ki tarımdaki istihdam açığı düşük ücretle kapatılabilecek ve Türkiye'deki işsizlerin rağbet etmediği inşaat işçiliği, çobanlık,çırak gibi alanlarda istihdam artacak ve üretim artışı meydana gelecektir.Yine sermaye girişi ile yeni yatırımlar oluşacak ve GSYİH'in artmasına sebep olacaktır. Çoluk çocuk, kadın, erkek ülkelerinden kaçan Afgan ve Suriyeli mültecilere sahip çıkmak bir insan hakları görevidir. Çünkü Avrupa'ya geçerken veya Türkiye'de kayıt dışı çalışır iken çok mağdur olmaktadır. Aracılar veya kaçakçılar mültecileri çok mağdur etmektedir. Bugün gayri yasal Anadolu'nun her köy ve kasabasında Afgan mülteci çobana rastlamak mümkündür. Kısaca mülteciler, kayıt dışılıktan kurtarılarak insani bir yaşam ve ülke ekonomisine katkı oluşturulmasını sağlayacak yasal düzenlemelere kavuşturulmalıdır.

Mültecileri ekonomik, sosyal ve sivil entegrasyon, istihdam, eğitim, sağlık ve konut gibi alanlarda entegrasyon sağlamak ve yoksulluğun tuzağından kurtarmak gerekir.Suriyeli mültecilere verilen geçici koruma statüsü Afganlara da verilerek kayıt dışılıktan kurtarılabilir. Kayıt altına alınarak sağlık ve eğitim hizmetleri verilerek pozitif dışsallığı desteklenmelidir. Negatif dışsallık en fazla belediye ve devlet bütçesine zarar oluşturmaktadır. Ancak Mültecilerin işletme kurması, yatırım yapması, vasıfsız işgücü ne katkısı ile bu negatif dışsallığı pozitif dışsal etkiler ile dengelenebilir.

KAYNAKÇA

- AKTAŞ, Munise Tuba, "Göç Olgusu Ekonomik Kalkınmada İtici Güç Olabilir mi?" Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C. VII, S. 1: s. 37-48.,2014.
- ALBERTO, Bisin, GÍULÍO, Zanella, AUTHO, Notes, Time-consistent immigration policy under economic and cultural externalities *Economic Policy*, Volume 32, Issue 91, July 2017, Pages 415–446,
- AYGÜL, H,H, Mülteci Emeğinin Türkiye İşgücü Piyasalarındaki Görünümü ve Etkileri, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Yıl: 2018, Cilt: 9, Sayı: 20, ss.68-82.
- BORJAS, G, The economic benefits from immigration. *The Journal of Economic Perspectives* 9 (2):3–22, 10.1257/jep.9.2.3,1995.
- BORJAS, G, Does Immigration Grease the Wheels of the Labor Market? *Brookings Papers on Economic Activity*, 1, pp. 120-130 (Article), 2001.
- BÜYÜKBAYRAK, Berna, Dünyada 271 milyonu aşkın Uluslararası göçmen bulunuyor., *Doğruluk Payı*, 3 Şubat 2021., doğruluk payı.com. (Erişim;22/06/2021).
- CAPPS, Randy at Kathleen Newland, Susan Fratzke, Susanna Groves, Michael Fix, Margie McHugh and Gregory Auclair "The Integration Outcomes of U.S. Refugees: Successes and Challenges,Migrotion Policy Institute Reports, June 2015.
- CASTANEDA, Andrés, Doan, Dung, Newhouse, David, Nguyen, Minh Cong, Uematsu, Hiroki, Azevedo, João Pedro, 2018. "A New Profile of the Global Poor," *World Development*, Elsevier, vol. 101(C), pages 250-267.

- CRAWLEY, H. and SKLEPARIS, D. (2017) ‘Refugees, migrants, neither, both: categorical fetishism and the politics of bounding in Europe’s ‘migration crisis’’. *Journal of Ethnic and Migration Studies*. Online First. DOI: 10.1080/1369183X.2017.1348224
- CFI, Externality. *Get Ekonomik Help*, 29/April 2022
- COLLYER, M. (2010) ‘Stranded Migrants and the Fragmented Journey’ *Journal of Refugee Studies* 23(3): 273-293.
- ÇATALBAŞ, KARPAT, Gaye, YARAR Ömer, (2015), “Türkiye’deki Bölgeler Arası Göç Göçü Etkileyen Faktörlerin Panel Veri Analizi Ğle Belirlenmesi”, *Alphanumeric Journal*, C. III, S. 1: 99-117.
- DEDEOĞLU, S., Yoksulluk Nöbetinden Yoksulların Rekabetine, Ankara, 2016 Kalkınma Atölyesi. <http://www.ka.org.tr/dosyalar/file/Yayinlar/Raporlar/>
- DİNLER, Z. Mikro Ekonomi, Ekin Basın Yayın Dağıtım, 24. Baskı, Bursa 2013.
- DONINI, A., MONSUTTI, A., and SCALETTARIS, G. (2016) *Afghans on the Move: Seeking Protection and Refgüe in Europe*. Geneva: Graduate Institute Geneva. Edwards, A, UNHCR viewpoint: ‘Refugee’ or ‘migrant’ – Which is right?, 11/july/2016, *Cenevre*
- FARZIN, F. and JADALI, S. 2013. “Freedom of Movement of Afghan Refugees in Iran.” *Forced Migration Review* 44: 85–86.
- GENÇ, Yusuf, USTABAŞI GÜNDÜZ, Dilara, ÇÖPOĞLU, Mustafa, GÖÇ VE KALKINMA İLİŞKİSİ, AVRASYA Uluslararası Araştırmalar Dergisi Cilt: 7 Sayı: 18 Sayfa: 479- 498 Haziran 2019 Türkiye
- GÜLÇUBUK, B., 2017. Kırsal Kalkınma Politika ve Uygulamalarında Öncelik Arayışları ve Türkiye Açısından Değerlendirme. %1 içinde Sürdürülebilir Yaşam Penceresinden Yerel ve Kırsal Kalkınma. İstanbul: Özyeğin Üniversitesi, pp. 53-67.
- GÜLER, Hasan, Afganlı Göçmenlerin Göç Süreçleri ve İşçilik Deneyimleri: Uşak İli Örneği <https://www.calismatoplum.org/Content/pdf/calisma-toplum-6372-79bc514c.pdf>.
- HAAS, De, HEİN, Katharina Natter, and Simona Vezzoli, “Growing Restrictiveness or Changing Selection?” *DEMIG Project Paper 22*, International Migration Institute Network, Oxford, United Kingdom 2014.
- ICMC, Are Refugees Bad or Good for the Economy? July 14, 2020 (<https://www.icmc.net/> Erişim Tarihi: 01/06/2022)
- ILO, New ILO Global Report on Equality at Work 2007- Despite major progress, workplace discrimination persists and is taking on new forms.
- IOM (International Organization for Migration) “Analiz: Türkiye Akım İzleme Anketi 2017”, <http://www.turkey.iom.int/sites/default/files/sitreps/FMSTr.pdf>, (Erişim Tarihi: 16 Mayıs 2022).
- JONATHAN, Portes, “Economic Impacts of Migration to the UK” and “New Evidence on the Economics of Migration to the UK”, *VoxEU* (April and October, respectively). News summaries of research evidence on the economic effects of immigration to the UK on jobs, wages, productivity and more. 2018. <https://voxeu.org/article/economic-impacts-immigration-uk>(Erişim: 01/06/2022).
- KAN, M., KAN, A., Doğan, H. G., 2018. Kırsal Alanda Tarımda Yaşlanmayı Önlemek İçin Genç Çiftçi Desteği Perspektifinden Bir Bakış. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversite Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Kongresi, p. 44.
- KARAKUŞ, Kadir, Türkiye’nin Canlı Hayvan ve Kırmızı Et İthaline Genel Bir Bakış, Iğdır Üni. Fen Bilimleri Enst. Der. / Iğdır Univ. J. Inst. Sci. & Tech. 1(1): 75-79, 2011.
- KAYMAKÇI, M., Eliçin, A., Tuncel, E., Pekel, E., Karaca, O., Işın, F., Taşkın, T., Aşkın, Y., Emsen, H., Özder, M., Selçuk, E., Sönmez, R., 2005. Türkiye’de küçükbaş hayvan yetiştiriciliği. ZMO bildirimleri, Ankara.
- KAYTAZ, E. (2016) ‘Afghan Journeys to Turkey: Narratives of Immobility, Travel and Transformation’ *Geopolitics* 21(2): 284-302.
- KUSCHMİNDER, K, Afgan refugee journeys: onwardsmigration decision-making in Greece and Turkey, *Journal of Refugee Studies*, 2018, academic.oup.com. (Erişim: 20/06/2021).
- MCKİNSEY GLOBAL İNSTİTUE, In Brief Global Migrations’s Impact and Opportunity, Download the full report at (www.mckinsey.com/mgi) (Erişim: 20/06/2021).
- MMC, Destination Unknown: Afghans on the Move in Turkey- Middle East Research Report, MMC Middle East Research Report, June 2020.

- NAE (New American Economy). From Struggle to Resilience: The Economic Impact of Refugees in America.” June 2017, <http://research.newamericaneconomy.org/wp> (Erişim: 23/06/2021).
- N.I.F(NATIONAL İMMİGRATION FORUM), Immigrants as Economic Contributors: Refugees Are a Fiscal Success Story for America, 14/June/2018.
- PEHLIVAN, Osman,Kamu Maliyesi, Derya Kitabevi,10. Baskı, Trabzon,2006
- Resmi Gazete . “Geçici Koruma Sağlanan Yabancıların Çalışma İzinlerine Dair Yönetmelik”, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/01/20160115-23.pdf>, (Erişim Tarihi:30/05/2022).
- STEFANİE, Stantcheva ,Lecture 7: Externalities, Fall 2017(<https://scholar.harvard.edu/>) (Erişim tarihi:29.Mayıs .2022)
- TALWASA, Sanaa, “Seeking a “Better Life” in Turkey: Afghan Refugees’ International Human Rights Condition in Turkey,” *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, sayı: 11, (Kasım 2020): 245-274.
- Tarım Orman Bakanlığı, Tarım Orman Şurası, Kırsal Kalkınma ve Kırsalda İstihdam Grubu Çalışma Belgesi, 18-21 Kasım 2019, Ankara.
- TÜİK, Uluslararası göç istatistikleri 2016-2019.
- TÜİK, İşgücü İstatistikleri, Mart 2021.
- Türk Kızılayı, Göç ve Mülteci Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Göç İstatistik Raporu, 2017.
- UN, (United Nations), Sustainable Development Agenda 21. United Nations Conference on Environment & Development Rio de Janeiro, Brazil., 1992 <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf> (01.06.2016).
- UNHCR, World Migration Report 2020 Number of Pages: 496 ISSN: 1561-5502 E-ISBN: 978-92-9068-789-4 Year: 2019.
- UNHCR Global Trends 2019, To read the latest Global Trends report (published on 18 June 2021).
- Will,K, Peter,W, Katrina,M, Externality, 26 october 2020,İvestopedia.com,(Erişim T:26/05/2022)
- World Development Report 2008, Agriculture for Development. The World Bank. Washington DC. (2007).
- World Development Report 2018, Sustainable Communities.2018.

Geliş Tarihi: 16/06/2022

Kabul Tarihi: 29/06/2022

HASTANELERİN TIBBİ KAYITLARDAN DOĞAN SORUMLULUKLARI

Alper Abbas ETGÜ*

Abdulkadir GÜÇLÜ**

ÖZET

Sağlık kurumlarında birçok tıbbi belge farklı düzeylerde kullanılmaktadır. Sağlanan sağlık hizmetlerinin hayati değerinin yanında, etkin yönetim kullanım ve tıbbi dokümantasyon süreçlerini de gerektirmektedir. Onun için tıbbi belgelerin önemi yanında sağlık kuruluşları, çalışanları, adli tıp bile sağlık ve eğitim alanındaki çalışmalar açısından da büyük önem taşımaktadır. Bu tıbbi kaydı tutma yükümlülüğünü ihmal etmenin sonuçları incelendiği zaman, eksik bir kaydı tutulmasının baştan sona tıbbi bir uygulama sorunu olarak kabul görmediği, fakat bunun ihmalinin hem hukukta hem de delil hukukunda mühim sonuçları vardır.

Anahtar Kelimeler: Tıbbi kayıt, Sağlık kuruluşları, Sorumluluk

RESPONSIBILITIES OF HOSPITALS ARISING FROM MEDICAL RECORDS

ABSTRACT

Many medical documents are used at different levels in health institutions. In addition to the vital value of the health services provided, it also requires effective management, use and medical documentation processes. For him, besides the importance of medical documents, it is also of great importance in terms of health institutions, their employees, forensic medicine and studies in the field of health and education. When examining the consequences of neglecting the obligation to keep a medical record, it is clear that the keeping of an incomplete record is not considered a matter of medical practice throughout, but violation of it has important consequences both in law and in evidential law.

Keywords: Medical record, Healthcare organizations, Responsibility

GİRİŞ

Tıbbi kayıtlar son derece önemli belgelerdir. Çünkü eğer bir mahkemede delil olarak sunulabilirse, bu onun son derece önemli bir doküman olduğunu gösterir. Bu sebeple detaylı ve düzenli olarak bulundurmakta fayda vardır. Özel ve kamu kuruluşlara hizmet sağlayan özel veya tüzel kişiler, iletişim kuran herhangi bir kişinin tıbbi dosyasını sağlamak zorundadır. Bu isteklerin teşhis veya tedavi amaçlı olması, talepte herhangi bir şeyi değiştirmez. Konsültasyon talepleri bile kayıt altına alınmalıdır. Sağlık hizmetini talep eden kişiye verilen hizmetin ücretli ya da ücretsiz olması sağlık dosyasını saklama yükümlülüğü açısından fark etmeyecektir.

* Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sağlık Yönetimi ABD, alperetgu@stu.aydin.edu.tr İstanbul/Türkiye, ORCID No:0000-0001-5567-7869

** Dr.Öğr.Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, aguclu@aydin.edu.tr, İstanbul/Türkiye, ORCID No:0000-0001-8005-5367

TIBBİ KAYIT

Sağlık kuruluşları kendileri ile temasa geçen sağlıklı veya hastalara gerekli işlemleri iletirler, bu işlemleri takip eden kişinin tüm verilerini saklamalıdır. İnsan sağlığı sorunlarına ilişkin çalışmalardan elde edilen bu verileri düzenli olarak gösteren belgeler yani kayıtlardır.

Tıbbi Kayıtlar;

- Hastanın hastalığının doğasını ve tedavi sırasında nasıl ilerlediğini belgeler.
- Katılan hekim ile tedaviye katılan birimler arasında iletişimi sağlar.
- Daha sonra hastayı takip edecek sağlık profesyonellerine hasta hakkında bilgi verir.
- Sağlanan sağlık hizmetlerinin kalitesini değerlendirmek için kullanılır.
- Sağlık kurumlarının yasal haklarını korumak için kullanılır.
- Hemşirelerin eğitiminde kullanılır.
- Bu, tıbbi araştırmalar için bir veri kaynağıdır.
- Kamu araştırmaları için bir veri kaynağıdır.
- Yönetim politikası ile finansmanı belirlemek için kullanılır.

TIBBİ KAYIT ÇEŞİTLERİ

Sağlık kuruluşlarında kullanılan kayıtlarda birçok farklı bilgi sistemi bulunmaktadır. Bu bilgi sistemlerinin ortak amacı, sağlık çalışanları ve diğer sağlıkçıların teşhis ve tedavi kararlarını vermelerine ve uygulamalarına yardımcı olmak; bu şekilde hizmet ve kalitenin sağlanmasını kolaylaştırmaktır.

Tıbbi kayıt türleri olarak literatürde farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Bunlardan biri tıbbi dosyaları kullanılan yöntem ve malzemeye göre sınıflandırır. Yönteme göre tutulan kayıtlar, kaynak odaklı ve problem odaklı olup olmadığına göre başlıklar altında değerlendirilir. Tıbbi kayıtlar, kullanılan materyale bağlı olarak kağıt veya elektronik kayıtlar olarak sınıflandırılır (Aktürk 2002).

Kaynak yönelimli tıbbi kayıt kavramının tanımında, kayıtların tıbbi bakım sağlayan hizmetlere göre düzenlendiği yönetime atıfta bulunulur. Probleme yönelik tıbbi kayıt yöntemi iste mantıksal düşüncüyü yansıtan, hastayı tedavi eden doktorun değerlendirilmesinin yapıldığı bir belgeleme yöntemi olarak tanımlanmaktadır. Bu yöntemde doktor her birini ayrı ayrı tanımlar, izler ve çözümlerini düzenler. Sistem, tüm sağlık profesyonellerinin hastayla ilgili davranışlarında gerçeklere dayalı sağlam mantık, analiz ve stil kullanmasını gerektirir (Işık. 2003).

Hasta kayıtları da dahil olmak üzere tıbbi kayıtların kağıt veya elektronik biçimde olup olmadığına bakılmaksızın, gerekli kurallara uyulmalıdır. Bu sebeple her iki kayıt sisteminin de detaylı olarak incelenmesi gerekmektedir.

Form Olarak Tıbbi Kayıtlar

Hastanın yaşamının, tıbbi geçmişinin, en son olan tedavi yönteminin eksiksiz tutulması sürecine tıbbi kayıt denir. Diğer bir deyişle, hastanın tüm idari tıbbi işlemlerinin kayıt altına alınması tıbbi dosya kavramını oluşturmaktadır. Sağlık hizmetlerinde kullanılan kağıt tabanlı tıbbi kayıtlar, sağlık personeli tarafından yazılan hasta dosya klasörleri veya bilgi notları şeklindedir. Bir form biçiminde, tıbbi kayıtların adları veya standart biçimleri, kullanılan kuruluş, birim veya sağlık mevzuatına göre farklılık gösterir.

Kısaca hasta kaydını oluşturan formlar aşağıdaki belgelerdir;

- Hastayı kabul etme kağıdı,
- Hastayı yatırma kağıdı,
- Muayene ve tıbbi müşahede kağıdı,
- Doktor izlem formu,
- Hemşire izlem formu,
- Derece kağıdı,
- Hekim istem formu,
- Laboratuvardeki bulgulara ait form,
- Epikriz- Çıkış özeti,
- Hastanın eğitim formu,
- Rıza dokümanları,
- Diğer formlar.

Hastalara verimli ve etkili sağlık hizmetleri sağlamanın yanı sıra geçmiş hastane başvuru kayıtlarının mevcudiyeti, hasta bakımı ve tedavisinde önemli bir rol oynar. Bu şekilde hastalar zamanında bakım tedavisi alabilirler. Hastaların sağlık

kuruluşlarına karşı beklentileri yalnızca tedavi ve bakım değil, aynı zamanda doğru hasta kayıtları sağlama ve yöneticilerle çalışanlarla yüzleşme becerisidir. Bu sebeple, tüm çalışanları, kağıt tıbbi kayıt sistemlerinin sahip olması gereken işlevselliğe duyarlı olmalıdır.

Elektronik Tıbbi Kayıtlar

Sağlık hizmetlerinde teknolojik gelişmelerle birlikte bilgiye olan ihtiyaç artmaktadır. Bilgi ihtiyacının karşılanması en çok yaygın olarak bilgisayar teknolojileriyle mümkün olmaktadır. Sağlık hizmetleri maliyetlerinde pahalı teknolojilerinin kullanılması ve artan maliyetler, sağlık yöneticilerinin verimli çalışmasını gerektirmektedir (Şenel, 2003).

Sağlık hizmetleri hizmetten başlayarak ödenmesine değin birçok aşamadan oluşmaktadır. Bu süreçlerin etkili yönetimi için, gerekli bilgilerin doğru zamanda, doğru yerde ve doğru kişi için hazır olması gerekir. Sağlık tesislerinin etkin şekilde çalışması için nitelikli tıbbi, mali, idari ve destek personelle birlikte tıbbi ekipman gereklidir. Planlamaları ve işleyişinin kontrolü ancak bilgi sistemleri yardımıyla mümkündür (Odacıoğlu, 2013).

Günümüzde bilgisayarlı sistemler sağlık sektörünün ayırt edici özelliklerinden biri haine gelmiştir. Özellikle klinik bilgi sistemlerinin, iletişimin ve internet bağlantılarının gelişmesi, bu teknolojilerin sağlık sektöründe yaygınlaşmasına olanak sağlamıştır. Hasta kayıtlardaki kalitenin oluşturulması ve iyileştirme çabaları, sağlık hizmetlerinin daha iyi olmasına katkı sağlamaktadır (Ömürbek, Altın, 2009).

Elektronik kayıtlar, hasta güvenliği ile memnuniyetinin kurumsal etkinliğini artırmak için önemli bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır. Hastanelerde elektronik kayıtların kullanımı ciddi derecede artış göstermiştir. Son zamanlarda hasta sektöründe elektronik sistemler yaygın hale gelmiştir. Aynı zamanda sağlık hizmetlerinin kalitesini ve verimliliğini artırmaya yönelik bir yönetim aracıdır.

Kuruluşlarda üretilen tüm bilgilerin entegre bir şekilde kullanıldığı, hizmet sağlayıcıların bilgisayar ile etkileşimli bir şekilde kuruluşun tüm sağlık personelinin etkileşimli bir şekilde kullanıldığı bir kayıt sistemi ile sonuçlanır. Kontrol ve erişimi yetkilendirme ile veri bütünlüğü mekanizmaları bu adıma dahildir (Işık, 2013).

Bu sistemin kabullenilmesi, kurumlar içerisinde tıbbi kayıt sisteminin işlerliğine ve iyi olmasına bağlıdır. Entegre olan bir kayıt sisteminin en mühim amacı, tekrardan kullanılacak verileri oluşturmak olmalıdır (Rosenbloom, Denny, Xu, Lorenzi ve ark, 2011).

İdeal bir elektronik bir kayıt sisteminde, hasta kabul işlemleri, hasta nakil taburculuğu ve hasta tedavisi sırasında ihtiyaç duyulan klinik bilgileri gibi idari uygulamalar bir ağ yapısı üzerinde beraber bulunabilir (Shortliffe ve Blois, 2001).

Hastaların elektronik kayıtları, tüm bilgilerin sanal ortamda hastadan toplanmasına ve gerektiğinde kullanılmasına izin veren bir bilgi havuzu olarak da tanımlanır. Bu sistemler, bir sistemin eksiksiz, faydalı, verimli, etik ve kolay aktarılabilir kurallar sağlayabildiği ve zaman içinde elde edilen tüm kayıtların bütünlüğü şeklinde gelir (Işık, 2013).

TIBBİ KAYITLARDA YER ALMASI GEREKEN HUSUSLAR

Mevzuatta belirtildiği gibi, tıbbi kayıtlar ve özellikle hastaların kayıtları, hastaya sağlanan tıbbi bakım ve tedavinin değerlendirilmesi için önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Hasta kayıtlarındaki formlar hastanın yaşı ve kurum prosedürlerine bağlı olarak kurumdan kuruma değişiklik gösterebilir. Ancak hasta kayıtlarında mevzuat gereği sabit formlar bulunmaktadır. Bu formların doldurulma ve kullanım özellikleri aşağıda detaylı olarak açıklanmıştır.

Hastanın Kimliği: Tıbbi dosya, tıbbi müdahalenin alıcısının kimliğinin belirlenmesine olanak sağlayan bilgileri içermelidir. Hastanın kimliği genellikle birimler tarafından arşivlenir. Burada, hastanın bütün kimlik bilgileri(anne- baba adı, doğum yeri, tarihi ile açık adresi) saklanmaktadır.

Elektronik tıbbi kayıtlar ile birlikte oluşan hastalara kayıt numarası verilmesi uygulaması nedeniyle, numarasının hasta tanımlayıcı ile birlikte kaydedilmesi gerekir. Tıbbi kayıtlarda yer alan kimlik bilgileri ile hastanın yaşam hakkının ihlal edilmesinden kaçınılmalıdır.

Hastalığın Öyküsü (Anamnez): Hastalığın tedavisine başlamadan önce hastanın durumu sorulmalı ve bunun için öncelikle hastalık öyküsü alınmalıdır. Hastalığın öyküsü etkin tanı ve tedavi için önemli bir unsurdur. Hastalık öyküsü, hastanın mevcut veya geçmişteki hastalığı, bu hastalığın ailesinde olup olmadığı, hastanın daha önce veya daha önce kullandığı ilaçlar hakkındaki bilgilerin toplamıdır.. Tedavinin vazgeçilmez bir parçası olan hasta öyküsü, tedavi sırasındaki sonuçları hastayı etkileyebilecek ilaç ve tedavilere karşı korur. Hasta, daha önce geçirdiği tedaviler ve tıbbi müdahaleleri, varsa halen kullandığı ilaçlar ve durumu hakkında en eksiksiz şekilde ve mümkün olduğu kadar hakkında bilgi vermesi gerekmektedir. Üstelik tam bir hasta öyküsü elde etmek her zaman mümkün değildir. Sağlık kuruluşunda doktora getirilen hastanın unutkanlığı, doktorun deneyimsizliği ve bilincinin kapalı olması gibi nedenlerle hastalık öyküsü alınmayabilir. Bu gibi durumlarda hastanın önceden kayıt altına alınması çok önemlidir.

Rıza Formları: Hastaya yapılacak müdahaleler için hastanın rızasının alınması esastır. Bu onayın yalnızca, hastanın

mevcut durum ve olası öngörülen gelişmeler hakkında bilgilendirilmesi durumunda anlamı vardır. Bu sebeple bilgilendirme yapılan hastadan onay alınmalıdır. Bu rızanın alınması her zaman yazılı olmak zorunda değildir, ancak ispat sorunları oluşturmamak için almakta fayda vardır.

İzlem Notları: Bu doktorun, hastanın kurumdaki takip süresinin evrimini not ettiği formdur. Bazı hastanelere, hemşireler görevlerindeki gelişmeleri ilerleme ve izleme sayfalarına da kaydederler. Birçok yerde ayrı formlar vardır. Bu formlarda hemşireler hastanın fiziksel, zihinsel, duygusal durumunu tanımlar. Doktor acil bir durumda aradığında, aramanın sebebini, doktorun verdiği ilaçlar ve verilen dozları, uygulanma süreleri, doktorun istediği aralıklarla tansiyon, nabız, ateş, solunum gibi belirtileri, hastanın yeme içme durumunu ve ayrıca bağırsak ve mesane fonksiyonunu not ederler.

Doktor İstemleri: Hemşirelerin, doktorların ve diğer çalışanların yaptıkları işlemleri kaydettiği formdur. Burada hastanın izlemesi gereken diyet ve uygulanacak ilaçların dozu, vital bulguların neler olduğu ve sıklığı yazılmalıdır.

Laboratuvar Raporları: Hastanın takibinde tutulan raporlar veya radyografi, elektrokardiyogram, biyokimya, mikrobiyoloji ve patoloji gibi birimlerde hastadan alınan örneklerdir.

Konsültasyon Raporları: Hastanın doktoru bir doktordan bilgi istendiğinde doktorun hasta hakkında belirlediği durumlar ve önerilerine başvurduğu formlardır.

Teşhis ve Tedaviye İlişkin Veriler: Teşhis, hastanın öyküsü ve hastanın şikayetleri sonrasında doktor tarafından yapılan değerlendirme ve hastanın durumudur. Hekimin hastanın şikayetlerini değerlendirmesi, tedavinin başarısı veya başarısızlığı üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Doktor, tüm sonuçları değerlendirerek ve kişisel olarak değerlendirerek bir teşhis koymalıdır. Teşhis, içinde hangi hastalığın bulunduğunu belirler.

Doktor, tıbbi değerlendirmesini ve nihai teşhise göre nasıl yaptığını tıbbi dosyasına kaydetmelidir. Bu durum, hekimin sorumlu tutulduğu durumlarda mesleki suistimalin olup olmadığının tespiti açısından oldukça önemlidir. Ancak bu şekilde, teşhise varılırken sonuçların tıp biliminin genel olarak ilke ve kurallarına uygun olarak değerlendirilip değerlendirilmediğini anlayabilir.

Tedavi, doktorun vicdani ve profesyonel görüşüne göre, doktor tarafından yapılan teşhis sonrasında takdir ettiği bir iyileştirme yoludur. Tedavi ile tüm müdahaleleri ve hastalıkları, ağrıları, bedensel zararları, vücudun bedensel veya zihinsel bozukluklarını önlemeye, iyileştirmeye veya azaltmaya yönelik önlemlerdir.

Çıkış Özeti (Epikriz): Taburculuk özeti, Dil Kurumu tarafından hastanın yatışı, tetkik sonuçları, yatışı ve hastalık seyrini gösteren özet bilgi olarak tanımlanır. Ayrıca özetinin, hasta kontrolünün serbest bırakılması ve tedavi sonrası izlenmesi gereken ile ilgili bilgileri içeren ve bir özeti olduğu söylenebilir. Daha önce listelediğimiz öğeler tıbbi kayıtlarda olmalıdır.

TIBBİ KAYITLARDA DİKKAT EDİLECEK HUSUSLAR

Hasta dosyasında bulunması gereken bilgiler, dolayısıyla tıbbi dosya ve muhafazası için dikkate alınması gereken hususlar şu şekilde sıralanabilir (Somar, 2010):

- Tüm formlar ve diğer hastalar arasında herhangi bir karışıklığı önlemek için protokol numarası, doğum tarihi, adı ve soyadı, özellikleri gibi kişisel ve ayırt edici bilgiler ile birlikte belirlenene prosedürlerin kurulması, her hasta dosyası sayfasına girilmelidir.
- Hasta ile ilk karşılaşmadan itibaren, cerrahi tedavisinin tıbbi ve cerrahi aşamaları, muayeneler, konsültasyonlar ve cerrahi işlemler kayıt altına alınmalıdır. Gözlem kağıdı, röntgen, analiz belgeleri ve biyopsi sonuçları ile ilaç belirtileri hastanın dosyasında saklanır. Bu bilgilerin geç tamamlanması, kayıtlarında hatalara ve bu bilgilerin daha sonra akla gelmesini zorlaştıracaktır (Sunay,2006).
- Kayıtların geçici olmaması için kurşun kalem kullanımından kaçınılmalıdır.
- Kayıtlar okunaklı yazılmalı, anlaşılır olmalıdır. Anlamsız ifadelerden kaçınılmalıdır.
- Hastalığın gidişatı ile hemşirelerin hastaya bakımı ayrıntılı yazılmalıdır.
- Özellikle onam belgeleri tarihlendirilmeli ve gerekirse saat yazılmalıdır. Muvafakat belgesi dosyaya eklenmelidir.
- Tıbbi kayıtlar gerektiğinde kanıt olarak kullanılabilirdiğinden düzeltilmeden mümkün olduğunca ayrıntılı ve düzenli tutulmalıdır. Bir düzeltme varsa, düzeltmenin tarih ve saati ile düzeltmeyi yapan kişinin baş harfleri yer almalıdır. Düzeltme metnin okunabilmesi için üzeri çizilerek yapılmalıdır.

TIBBİ KAYITLARDAN DOĞAN SORUMLULUKLAR

Kayıtların Yanlışlığından Doğan Sorumluluk: Kayıtların tutulmasından sorumlu olan her sağlık çalışanı, bunların doğruluğundan da sorumludur. Hastası bir nedenle zarar görürse kayıtlar, örneğin, uygulanan doz yanlışsa doktor sorumlu olacaktır.

- Yanlış dozda ilacın neden olduğu durumun tedavisi için yapılan masrafları doktordan isteyebilirler.
- Hasta kötü bir ilaç nedeniyle ölürse, ölen kişinin bakmakla yükümlü olduğu kişilerin özel mali desteğini doktordan tazminat isteyebilir.
- Hatanın kasıtlı olarak veya doğal olarak yapılmış olması hata oranını değiştirir.

Kayıtların Eksikliğinden Doğan Sorumluluk: Kayıtlardan sorumlu kişi veya kişiler gerekli özeni göstermediği takdirde yukarıdakine benzer bir durum oluşmaktadır.

Sır Saklama Yükümlülüğü Açısından Sorumluluk: Dosyalarda girilen bilgiler hasta bilgileridir. Bu bilgilerin gizliliğinden sağlık uzmanı da sorumludur. Bunun kasıtlı olarak veya ihmali durumuyla meydana gelmesi durumunda, ifşa nedeniyle zarar gören kişinin uğradığı zarar onarılmalıdır.

SAĞLIK ÇALIŞANLARININ TIBBİ KAYIT SİSTEMİNDEKİ SORUMLULUKLARI

Sağlık tesisleri birçok meslek grubunun çalışma ve uygulamalarının her meslek grubuna göre farklı düzenlendiği bir alan olduğundan çok daha farklı sorumlulukları da beraberinde getirmektedir. Sağlık profesyonellerinin görev, yetki ve sorumlulukları arasında farklılıklar olması, tıpta farklı sorumluluklara sahip kişilere de bağlıdır.

Sağlık kuruluşunda görev yapan tüm sağlık personeli, tıbbi kayıtların eksiklik ve yanlışlığından sorumlu olduğunu muhafaza eder. Tıbbi kayıtların tutulması, duruma bağlı olarak hastaları, tesisi ve tesis çalışanlarını ileride doğabilecek yasal sorunlardan korur (Somer, 2010).

Hekimler, hastaya karşı tedavi sorumluluğu açısından mümkün olduğu kadar çok kayıt tutmayı taahhüt eder. Hekimler ve hastaneler, sözleşmesinden ve mevzuatından kaynaklanan hastaya karşı bir yükümlülük olarak, tıbbi tedaviyi ayrıntılı, dikkatli ve eksiksiz biçimde kaydetmek zorundadır (Şenocak,2010).

Doktorların kayıt tutma zorunluluğu, doğal bir tedavi zorunluluğu gibidir. Bu nedenle, yükümlülüğün ilk amacı tedavidir ve ikinci amacı, hizmet sunucuların hizmetlerinde sorumluluklarını sağlamaktır (Işık, 2013).

Sağlık sektöründe sistemlerin yaygınlığının güçlendirilmesi ve artırılması tıbbi hataların azaltılmasında önemli bir yönetim aracıdır (Bates, 2000). Bilgisayar destekli tedavi reçeteleri ve bilgisayarlı doktor karar yardımcıları, başta doktorların el yazısını okuyamamak olmak üzere birçok tıbbi hata kaynağını ortadan kaldıracığından, tıbbi hata oranlarında önemli bir azalma oynar (Foster, 2000).

Sağlık kuruluşlarında çalışan kadınların en yüksek yüzdesini hemşireler oluşturmaktadır. Bu nedenle hemşireler her şeyden önce tıbbi kaydı tutanlardır. Hemşireliğin kayıtları yalnızca bireyin bakım kayıtları değildir, aynı zamanda bakım ekibinin üyeleri arasında bir iletişim biçimidir. Hemşireliğin kayıtları, hasta bakımı sırasında değerlendirmeler ve diğer hemşirelerle iletişim yoluyla bakımın sürekliliğini sağlar. Elektronik hemşirelik kayıtları, hemşirelik tanıları aracılığıyla hemşirelik bakımı için gerekli planlama materyalini ve tarife kaynaklarını sağlamak için hastalardan elde edilen verileri coğrafyaya veya klinik alana göre karşılaştırma imkanı sunar (Ay, 2009).

Sağlık çalışanları, tıbbi bakımın tüm süreçlerinden soruludur. Sağlık kuruluşlarının belirlediği kayıt politikaları çerçevesinde çalışırlar. Uygun bir tıbbi kayıt sistemi için sağlık çalışanları ve hastalar arasında iletişim iş birliği sağlanmalıdır. Sağlık profesyonelleri dosyanın okunaklı ve anlaşılır olmasını sağlamalıdır. Hastalar için kullanılan formlarının tüm alanları doldurulmalı ve bırakılması gereken alanlar açıklanmalıdır. Tüm kayıtlar tarihli olmalı, kayıtlar işlem sırasında veya işleme hemen sonra tutulmalı ve asla geriye dönük yapılmamalıdır.

HASTANE YÖNETİMİNİN TIBBİ KAYIT SİSTEMİNDEKİ SORUMLULUKLARI

Hastane yönetiminin tıbbi kayıt sistemi ile ilgili sorumlulukları; personelin sağlanması sorumluluğu, belgelerin oluşturulması, düzenlenmesi ve saklanması sorumluluğu, hasta dosyalarının oluşturulması sorumluluğu, tıbbi kayıtların en iyi şekilde kullanılması sorumluluğu, bunun denetlenmesinin sorumluluğundan kaynaklanan komiteler olarak sınıflandırılır.

Kamu kuruluşlarında yönetimin sorumluluğu hukuk meselelerinde yargısal suiistimaller, hizmet hatası ve kişisel hizmet hatası olarak ikiye ayrılır. Böylece hizmet sürecinde tıbbi sicile ilişkin olumsuz bir durum hukuki açıdan değerlendirilir.

Hasta Hakları Yönetmeliği 16. maddesinde belirtildiği gibi “Hasta dosyasına ve sağlık durumuna ilişkin dosyalara doğrudan veya temsilcisi veya kanuni temsilcisi aracılığıyla başvurulabilir. Bu kayıtlara sadece hastasının tedavisine direkt etki edecek olanlar erişilebilir.”

Aynı yönetmeliğin 17. maddesinde yer alan “Hasta, sağlık durumuna uygun hale getirmek amacıyla eksik, belirsiz, hatalı tıbbi ve kişisel bilgilerinin kurum ve sağlık kuruluşlarından doldurulmasını talep edebilir.”

HASTA DOSYALARININ ÖNEMİ

Hasta Yönünden Önemi: Hasta bilgilerinin ve sonuçlarının detaylı olarak öğrenilebileceği tek yer hasta kayıtlarının doğru ve eksiksiz doldurulduğu yerdir, Hasta hastanede kendini psikolojik olarak rahatlamış ve kendinden emin hisseder ve düşünür. Daha önceki klinik tanımlar ve hastalıkların tedavisi kullanılmayacağından hem hasta hem de doktor zamandan tasarruf sağlayacaktır. Doktor, etkili bir tedavi uyguladıktan kısa bir süre sonra kesin tanı koyacaktır ve gereksiz masraflar yapılmayacaktır.

Kurum Yönünden Önemi: Doktorların hastalara zamanında teşhis koyması ve tedaviye başlaması hem hastayı hem de sağlık kuruluşunu kurtaracağından, kısa sürede daha fazla sayıda hasta etkin hizmetten faydalanacaktır. Hastanede olamayan veya tedavileri sırasında ölen hastaların çizelgeleri incelenir ve hastane yöneticileri sorunun kaynağını belirleyerek gerekli önlemleri alır. Hastane bakımının kalitesini değerlendiren akreditasyon kuruluşları ayrıca hastalara ilişkin bilgileri inceler, hastaneleri denetler ve izler.

Doktor Yönünden Önemi: Tüm tıp profesyonelleri tarafından yapılan hasta kayıtlarının, her tedavi için hasta bilgilerinin ve prosedürlerin tamamlanması, doktorunun kısa sürede kesin teşhis koymasına ve etkin tedaviye başlamasına yardımcı olur.

Adli Tıp Yönünden Önemi: Hasta veya yakınlarına sağlık hizmeti sunulmaması veya yetersiz tedavi olması durumunda hastaneye sağlık hizmeti verildiği gerekçesiyle dava açılabilir. Bu tür durumlarda hasta kayıtları hem hastaneyi korumak hem de şikayetçilerin haklarını korumak için bir savunma aracı olarak kullanılabilir.

KAYITLARIN GİZLİLİĞİ, GÜVENLİĞİ VE MAHREMİYETİ

Temel amaç, sağlık sistemlerinin ve sistemlerde saklanan ve işlenen verilerin gizliliğini bütünlüğünü ve varlığını sağlamak için kayıtların güvenliğini sağlamaktır. Bu üç temel işlevi yerine getirmek için yeterli olmalıdır, yani sistemlerini oluşturan tüm türleri ve donanımları çok yönlü olmalıdır. Güvenlik, doğru kişilerin doğru bilgilere erişmesini, bilgilerin doğru olmasını ve sistemin gerektiğinde çalışır durumda olmasını gerektirir. Güvenlik girişimlerinin en önemli hedefleri; gizliliği sağlamak, sistemin işlerliğini sağlamak ve sistemin çalışmasını sağlamaktır.

Gizliliğe güven olmadığında hastaların sağlık hizmetini bırakmaları, hekimlerin hasta kayıtlarına bilgi girememesi gibi sonuçlara denk gelmektedir. Hastaların sağlık bilgilerinin korunması ile ilgili olarak, aşağıdaki 3 önemli kavramın birbirinden kesinlikle ayrılması gerekir. Bu 3 husus gizlilik, güvenilirlik ve güvenlidir.

Gizlilik; kişiye özel sağlık bilgilerini kontrol etmek her insanın hakkı ve arzusu kavramından oluşmaktadır. Güvenilirlik; kişisel sağlık bilgilerinin sağlık kuruluşuna, bilgi saklayıcısının yetkilendirdiği şekilde veya sınırlayıcı koşullarla ve bilgilerin kullanılabilmesi kapsamında sunulmasıdır.

Güvenlik; politikaların, prosedürlerin ve güvenliğin toplamıdır. Sistemlerin varlığının ve doğruluğunun sağlanmasına ve bilgi sistemleri içeriğine ve ayrıntılarına erişimin kontrol edilmesine yardımcı olurlar.

Sağlık bilgilerinin yönetiminde önemli sorumluluklardan biri de bilgilerin gizliliğini korumaktır. Hastaların ve çalışanların tıbbi kayıtlarının gizliliği korunmalıdır. Çeşitli kurumlardan hasta sağlığı bilgileri taleplerinde sürekli bir artış söz konusudur. Sistemin geliştirilmesinde hasta bilgilerinin gizliliği sürecinde hastanenin sorumluluğu çok önemlidir. Sistem gizliliği, iyi tanımlanmış suçlar prosedürleri için cezalar ile bilgisayar verilerinin fiziksel gizliliğini, yönetim kontrolünü ve sisteme erişimi sınırlayan bir tür içermektedir.

İyi bir bilgi güvenliği programının birkaç anahtarı vardır. Her şeyden önce; sistem özellikleri, hassas bilgisayar kayıtlarının fiziksel güvenliği için bilgileri içermelidir. İkincisi; hastane bilgi dosyalarına erişmek için çevrimiçi terminallerini kullandığında dikkatle planlanmış bilgi erişim kuralları gereklidir. Projenin sisteminin analiz aşamasında, hastane personeli arasında kimlerin hangi bilgi dosyasına erişebileceğinin belirlenmesi için dikkatli olunmalıdır. Kişisel bilgilerin korunmasına ilişkin kurallar aşağıdaki gibidir:

- Özenle tasarlanmış kimlik kartlarının kullanımı, belirli hassas bilgi dosyalarına erişim yetkisi olan insanları tanımlar.
- Bilgisayarlardaki terminaline kilit vurma sistemi, hastanelerdeki belirli bölümlerin terminallerinin belirli bilgilere erişmesini engellemelidir. Örneğin, hastane işleri ofis terminali normalde sağlık durumlarını gösteren hasta bilgilerine erişime izin vermez. Aksine birimindeki terminali ile işletim bilgi dosyalarına erişmek mümkün olmamalıdır. Dosya kilitleme sistemleri, onları tutan kişinin hassas bilgilerinin tanımlanmasına saygı göstermeli ve yetkisiz kişileri reddetmelidir.
- Hastanenin en üst yönetimi, özel bilgilerin gizliliğine ilişkin kuralların sıkı bir şekilde uygulanmasını sağlamak için olumlu önlemler almaya önem vermeli ve bunlara uymayanları cezalandırmalıdır.
- Kurumda kimin hangi verilere ve hangi yetkiyle erişebileceği profesyonelce tanımlanmalıdır. Rol tabanlı bir yetkilendirme yapılmalı ardından bu kişilerin hastaların her türlü kayıtlarına erişimi engellenmelidir.
- Yetkili çalışanlar yalnızca kendilerine kayıtlı hastaların her türlü kayıtlarına ulaşabilmelidir. Sadece hastanın yazılı onayı ile diğer sağlık çalışanları bu verilere erişebilir.
- Hastanın onayı olmadan hiçbir çalışan hastanın sağlık bilgilerini hasta yakınları dışında herhangi bir kuruma sözlü olarak aktaramaz.
- Hastaların sağlık bilgileri hiçbir amaç gütmeyen dahi üçüncü şahıslara aktarılamaz. Buna hasta tarafından kullanılan ilaçlar, diyetetik dahildir.
- Hastaya ait dosyanın bir nüshası hastaya verilmelidir. Yürürlükte yer alan mevzuata ait hükümler saklı kalmak şartıyla, hiçbir hasta üçüncü şahıslara ya da kurumlara elektronik veya çıktı olarak iletilmemelidir.
- Bir telefon görüşmesi sırasında, gizli hasta bilgilerini üçüncü şahıslara iletmek için en mutlak özen verilmesi gerekmektedir.
- Tüm hastalara ait tıbbi kayıtlar fiziki olarak korunan yerlerde tutulmalıdır.
- Hastaya ait kayıtlara internette erişmek mümkün olmamalıdır.

TIBBİ KAYITLARDA DÜZELTMELER VE DEĞİŞİKLİKLER

Tıbbi kaydı sırasında bir hatası yapılmışsa, orijinal girişi olmamalıdır ve yanlış bilgilere hala erişilebilir olmalıdır. Düzeltme raporlarında sebep olmalı ve revizyon raporu revizyonist tarafından imzalanmalıdır. Hastalar, dosyasında değişiklik talep edebilir. Tıbbi kayıtları kağıt üzerinde tutuluyorsa hatalı kayıt ile kağıt kayıttaki bilgilerinin revize edilmesi gerekiyorsa not edilmelidir. Revizyonu yaptıran kişi ve revizyonun nedeni açıklanır ve imzalanır.

Kayıt olurken, mümkün olduğunca çabuk ve zamanında girmelidir. Giriş için bir zaman sınırlaması yoktur. Ancak, zamanında bir giriş yoksa ve yoksayılsa, bilgi girişleri eksi girişi olur. Kayıtlar adli vakalarda kanıt teşkil ettiği için, zamanında girilmesi ve belirleyici olması gerekmektedir. Bilginin güvenliğinden dolayı bilgilerin sahiplik, bütünlük ve gizliliği belirleyen bir şekilde saklanması gerekir.

Hastaların Kendi Kayıtlarına Ulaşma Hakkı

Hastanın dosyasına erişim hakkı hastanın özel hayatının gizliliğine bağlıysa, diğer taraftan hastanın bilgilendirilme hakkı ile bağlantılıdır. Hastanın kendisiyle ilgili kayıtlara erişimi de özel hayatıyla ilgili bilgilere erişim hakkının bir parçasıdır. Aslında bu hak Amsterdam Deklarasyonu'nda mahremiyet başlığında ele alınmaktadır.

Hastanın Aydınlatılması

Hastasına mümkün olduğu ölçüde tıbbi terimler kullanılmadan, tereddüt etmeden veya şüphe duymadan anlayacağı şekilde bilgi verilmelidir. Amsterdam Deklarasyonunda da yer almaktadır. Yönetmeliklerde yer alan bilgilendirme prosedürüne ilişkin yaklaşım, Amsterdam Deklarasyon yaklaşımı ile uyumludur.

Hastadan Başkasının Bilgilendirildiği Haller

Hastayı bilgilendirmenin müsait olmadığı durumlar hastaların bilgilendirme haklarının konuları arasındadır. Hastanın psikolojisini ve dolayısıyla klinik tabloyu kötüleştirme olasılığının olduğu durumlarda, hasta teşhisini söylemek değil, teşhis hakkında daha fazla şey söylemek ön plana çıkar. Bu yaklaşımın doğru pozitif sonuçlar vereceği söylenemez. Örneğin hastalığın başkalarına bulaşma riski olduğundan, tanı hastaya konulmamalıdır. Hastaların dosyaları sağlık kuruluşlarının arşivlerinde tutulduğu için kanun maddeleri uyarınca kendilerine bilgi iletilebilir.

Sağlık Kayıtlarını Tutma Yükümlülüğü

Sağlık kayıtlarının alınmasının gayesi, işlemin içinde yapıldığı belgeler olan kayıtların güvenli bir şekilde güvence altına

alınmasını sağlamaktır. Doktorlar için “kayıt tutma zorunluluğu” tedavi etmenin doğal bir zorunluluğu olarak belirtilmektedir. Bu nedenle, kayıtların birinci amacı tedavi ve ikinci amaç, hizmet sağlayıcılarının verdikleri hizmetlerde sorumluluklarını sağlamaktır. Kaydedilmesi gereken konular tıbbi standartların da gerektirdiği durumlardır.

Sağlık kuruluşlarında çağdaş cerrahi ve tıbbi yöntemlerin kolay bir prosedürden olabildiğince karışık hale gelmesi yaralı ve hastalara uygulanan hizmetin eksiksiz olarak belgelenmesi ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Geçtiğimiz yıllarda insanların doktorlara ve sağlık kurumlarına yönelik görüş ve tutumları da önemli ölçüde değişmiş ve dava edilme eğilimleri artmıştır. Bu nedenle arşiv komisyonu üyelerinin ve hasta arşivinden sorumlu kişinin söz konusu dosyalara ilişkin yasal hükümleri ve esasları bilmesi gerekmektedir. Hasta kayıtlarının tutulmasından ve saklanmasından sorumludur. Adli tıp, ceza hukuku, medeni hukuk, sosyal tıp ve biyolojik yasaları kullanarak sonuçlara ulaşan özel bir tıp dalıdır. Tıbbi yönlü bütün hukuki sorular adli tıp kapsamına girmektedir. Adli soruşturma ve mahkeme sürecinde olayın aydınlatılması için bir bilirkişiye ve mahkemelerin teknik konulardan bilgi almasına ve davayı çözümesine ihtiyaç duyulabilir. Hem tıbbi hem de yasal dosyaları olan hasta kayıtları sadece hasta ve araştırma için değil, aynı zamanda yasallık için de önemlidir. Bu sebeple sağlık hizmetlerinde dokümantasyon sunumları tıp hukukunun üzerinde bahsettiği mühim konulardan biridir.

Sağlık kuruluşlarında bir hasta kabul edildiği zaman, o hastanın bakımları ve tedavileri için gerekli olan yardımları sağlama yükümlülüğünü kabul etmiş olur. Böyle bir yükümlülüğe uyum, sağlık personelinin muhafazasını ve tedavilerini zorunlu kılmaktadır. Hasta, tedavisine başka bir doktor veya sağlık kuruluşunda devam etse dahi sağlık kuruluşunun sorumluluğu devam eder. Hastanın kendi dosyasını inceleme hakkının olup olmadığının bilgisinin sağlık kuruluşunun hazırlayacağı bir yönetmelikle belirlenmesi gerekir. Hastaların kendi dosyalarını görmeleri hasta için kötü olabilir. Çoğunlukla doktordan dosyalarını görmeyi arzulayan bir hasta için bir belge sunması istenir. Gerekirse doktor, hasta hakkında gerekli bilgileri içeren bir belgeyi özet olarak başka bir doktora veya bir sağlık kuruluşuna göndermelidir.

Hastalara ait dosyaların hiçbir koşulda sağlık kuruluşundan çıkarılmayacağı ilkesi Cumhuriyet Başsavcılığının talebi üzerine, takip edilen ve uygulanan bir ilke haline gelmiştir. Hasta kaydında yer alan hasta bilgileri, hastayı muayene eden ya da tedavi yapacak hekimler dışında bir kimseye gösterilemez veya verilemez. Bazı hallerde hastanın yazılı onayı temelinde, hastanın avukatı veya bir sağlık şirketinin belirli bir yöneticisi gibi hasta tarafından belirli kişilere belirli bilgiler iletebilir. Bunun haricinde hasta kayıtlarının karakteri ve mahremiyeti her zaman korunmalıdır.

Hastaların kayıtlarını desteklemek ya da bu kayıtlarla bilimsel araştırma yapmak amacıyla hasta kayıtlarını muayenehanelerine alan hekimlerde söz konusu gizliliğin ihlali ile sonuçlanmaktadır. Araştırma yapmaması veya dosyayı tamamlamaması bu gizlilik ihlaliyle hasta bakımlarının sekteye uğraması için geçerli ve iyi bir nedendir. Hasta dosyalarının tamamının veya bir kısmının savcılıktan talep olmaksızın sağlık kuruluşundan kaldırılmaması ilkesi, sağlık kuruluşu yönetimitarafından yaptırımlarla sürekli korunmalıdır.

TIBBİ KAYITLARDA HUKUKİ YÖNDEN DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN DURUMLAR

Hastaya bir tıbbi müdahale uygulanacaksa, hasta bilgilendirmeli ve onam alınmalıdır. Bu bilgilerin geç yazılması, kayıtlarında yanlışlıklara, hatalara ve ayrıca vakayla ilgili bu bilgilerin daha sonra hatırlanmasında güçlükler neden olacaktır. Bilgiler, hastanın psiko-sosyal ve kültürel durumu göz önünde bulundurularak yakınları tarafından da verilebilir. Gereksiz tıbbi bilgiler girilmemelidir.

Kayıtlar önce hastadan başlayarak hemen tutulmalıdır. Bunların geç yazılması, karışıklığı önlemenin yanı sıra kayıtların okunaklı bir şekilde yazılması ve kayıtları yanlış tutan kişinin kayıtlardan kaynaklanabilecek yanlış anlaşılmalardan ve zararlarından sorumlu olması önemlidir. Özellikle hukuki davalarda kayıt tutarken zamanın takibi çok önemlidir. Kişinin belirli bir zamanda nerede olduğunu kanıtlamanın yanı sıra, kişinin işlemlerinin başladığı saat de önemlidir. Kayıtları yazarken hata yapılırsa kötü yazılmış bölümü aşağıdaki metnin okunabilmesi için çizilmeli, yanına yeni bölüm yazılmalıdır. Yapılan değişikliğin açıklaması ve düzeltmenin tarih ve saati yanına yazılmalı ve imzalanmalıdır. Kayıtların kalıcı olması için kurşun kalem kullanılmamalıdır.

SONUÇ

Bu yıllarda sağlıkta dönüşüm programları ile sağlık kurumlarında etkin hale gelen Hastane Bilgi Yönetim Sisteminin kullanımı henüz istenilen düzeye ulaşmamıştır.

Sağlık hizmetlerinin verimliliği ve etkinliği, hastaların teşhis ve tedavi süreçleriyle ilgili tüm süreçlerin doğru olarak kaydedilmesi, işlenmesi, arşivlenmesi ve yeniden kullanılması ile geçerli olacaktır. Bu, tıbbi dokümantasyonun her yönetiminde çalışan personelin iş odaklı olması durumunda mümkün olacaktır. Bu aşamada pozisyonun gerekliliklerine uygun personel seçimi büyük önem taşımaktadır.

Bu sistemlerin bir diğer önemli avantajı istatistiksel veri kaynağı olmalarıdır. Bütün sağlık departmanları tarafından onaylanan Ulusal Sağlık Sistemi de ülkelerin gelişmişlik düzeylerinden biridir. Bu maksatla bütün sağlık kurumlarının ayak uyduracağı sistemlerin uygulanması sağlığın gelişiminde büyük rol oynayacaklardır.

KAYNAKÇA

- Aktürk, Z. (2002). “Aile Hekimliğinde kayıtlar”, V. Ulusal Aile Hekimliği Kongre Kitapçığı, Adana.
- Ay, F. (2009). “Uluslararası elektronik hasta kayıt sistemleri, hemşirelik uygulamaları ve bilgisayar ilişkisi”, *Gülhane Tıp Dergisi*; 51: 131–136.
- Bates, D. (2000). “Using Information Technology to Reduce Rates of Medical Errors in Hospitals”, *British Medical Journal*, 320: 788-791.
- Demirhan Erdemir, A., Öncel, Ö., Namal, A., Ünver, Y., Doğan, H. (2005). “Uluslararası Katılımlı Tıp Etiği ve Tıp Hukuku Sempozyum Kitabı”, İstanbul, s.130-134.
- Foster, N. (2000). “Doing What Counts for Patient Safety: Federal Actions to Reduce Medical Errors and Their Impacts”. Washington, DC: Quality Interagency Coordination Task Force (QuIC).
- Göçmen, E. (2003). “Tıbbi Kayıtların Tutulması ve Hukuksal Sorumluluk”, *Trabzon Barosu Dergisi*, S.7, s.55.
- Hakeri, H. (2007). “Hastanın Hekimlik Sözleşmesinden Kaynaklanan Yükümlülükleri”, (Hastanın Yükümlülükleri). Hatipoğlu, M.G., Hatipoğlu, H., Pekkan, G. (2012). “Bir Üniversite Hastanesi Dış Hekimliği Birimine Başvuran Hastaların Anamnez Formlarının Değerlendirilmesi”, *Balıkesir Sağlık Bilimleri Dergisi*, C.1, S.2, s.54-58.
- Işık, O. (2013). “Sağlık Kurumlarında Bilgi Sistemleri”, Anadolu Üniversitesi yayını, 1.baskı, Eskişehir, s:16.- 20.
- Odacıoğlu, Y. (2013). “Sağlık Kurumlarında Bilgi Sistemleri, Hastane Bilgi Sistemleri Kurulum Süreci”, Anadolu Üniversitesi Yayını, 1.baskı, Eskişehir, s:140.
- Ömürbek, N., Altın, F. (2009). “Sağlık Bilişim Sistemlerinin Uygulanmasına İlişkin Bir Araştırma: İzmir Örneği”, *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:19, s.211–232.
- Özay, M. (2006). “Estetik Amaçlı Tıbbi Müdahalelerde Hekimin Hukuki Sorumluluğu”, Ankara
- Rosenbloom, T. S., Denny, J.C., Xu, H., Lorenzi, N. (2011). “Data from clinical notes: a perspective on the tension between structure and flexible documentation”, *J Am Med Inform Assoc.*, 18.181–186.
- Shortliffe, E., Blois, M. (2011). The computer meets medicine and biology: Emergence of a discipline. *Medical Informatics Computer: Computer Applications in Health Care and Biomedicine*, s: 11.
- Somer, P. (2010). “III. Sağlık Hukuku Kurultayı”, *Tıbbi Kayıtlar, Koza Matbaacılık*, 527, 539,540, Ankara.
- Sunay, Y. M. (2006). “Tıbbi kayıtların düzenlenmesi ve saklanması görülen eksiklikler ve hukuki sonuçları”, *Türkiye Klinikleri, Cerrahi Tıp Bilimleri Dergisi*, 2 (50): 20–7.
- Şenel, P.T. (2003). “Zonguldak İlindeki Bazı Hastanelerde Çalışan Doktorların Elektronik Tıbbi Kayıtlara Hazırlık Durumunun Değerlendirilmesi”, *Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Bilim Uzmanlığı Tezi*.
- Şenocak, Z. (2010). III. “Sağlık Hukuku Kurultayı, Özel Hukukta Tıbbi Kayıtların Tutulmasında Sorumluluk”, *Koza Matbaacılık*, s:622, Ankara.
- Yokuş Sevük, H. (2008). “Tıp Ceza Hukukunda Kişisel Verilerin Açıklanması”, V. Türk Alman Tıp Hukuku Ceza Sempozyumu Tıp Ceza Hukukunun Güncel Sorunları, Ankara, s.782-811.

Geliş Tarihi: 25/06/2022

Kabul Tarihi: 30/06/2022

TURİZM SEKTÖRÜNDE İÇSEL PAZARLAMA UYGULAMALARININ ÖRGÜTSEL BAĞLILIK BOYUTLARI ÜZERİNDE ETKİSİ: OTEL İŞLETMESİ ÖRNEĞİ

Oylum EKŞİ*
Neslihan ŞEVİK**

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, turizm sektöründe içsel pazarlama faaliyetlerinin örgütsel bağlılık boyutları üzerindeki etkisini tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda, içsel pazarlamanın çok boyutlu bir yapı olan örgütsel bağlılık üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Araştırma verileri Antalya ili Kemer ilçesinde hizmet veren beş yıldızlı iki otelin 115 çalışanından elde edilmiştir. Elde edilen verilerin analizi için spss programı kullanılarak sırasıyla faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi teknikleri kullanılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre; içsel pazarlama faaliyetlerinin örgütsel bağlılık boyutlarından duygusal bağlılık ve normatif bağlılık üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlar, çalışanlarındaki örgütsel bağlılık düzeyini arttırmak isteyen otel işletmesi yöneticilerine içsel pazarlama uygulamalarına önem vermeleri gerekliliğine işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: İçsel Pazarlama, Örgütsel Bağlılık, Duygusal Bağlılık, Devam Bağlılığı, Normatif Bağlılık

THE EFFECT OF INTERNAL MARKETING PRACTICES ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT DIMENSIONS IN TOURISM SECTOR: THE CASE OF HOTEL BUSINESS

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the effects of internal marketing practices in the tourism sector on organizational commitment elements. For this purpose, organizational commitment as a multidimensional structure is discussed and the effects of internal marketing on organizational commitment dimensions are compared. The data obtained in the study were obtained from 115 employees of a five-star hotel serving in Kemer district of Antalya province. For the analysis of the obtained data, factor analysis, correlation analysis and regression analysis techniques were used respectively. According to the results of the study; internal marketing activities have been found to have a positive significant effect on emotional commitment and normative commitment, which are elements of organizational commitment. The results obtained from the study indicate that hotel management managers who want to increase the level of corporate loyalty in their employees should attach importance to internal marketing practices.

Keywords: Internal Marketing, Organizational Commitment, Affective Commitment, Continuance Commitment, Normative Commitment

* Öğr. Gör., Kocaeli Üniversitesi, Gazanfer Bilge MYO, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, oylum.eksi@kocaeli.edu.tr, ORCID:0000-0002-2182-1364

** Dr. Öğr. Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, Gazanfer Bilge MYO, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, neslihanakman@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-9220-10

GİRİŞ

İşletmelerin rekabet avantajı elde edebilmek için strateji ve politikalarını gerek iç müşterileri olan çalışanlarının gerekse dış müşterilerinin memnuniyetlerini kazanmak, kamuoyu ile olumlu ilişkiler geliştirmek ve iş çıktılarında mükemmelliğe ulaşılabilirlik amacıyla çalışanlarının kaynak ve süreçlerine uygun bir liderlik anlayışıyla geliştirmeleri ve uygulamaları gerekmektedir (Naktiyok ve Küçük, 2003). Faaliyetlerinde müşteri odaklı olmak zorunda olan işletmeler rekabet üstünlüğü yaratmaya çalışırken bir yandan kalite, etkinlik ve verimlilik yolu ile dış müşterilerini memnun etmeye çalışırken diğer yandan da iş çalışanlarını yani iç müşteri çeşitli açılardan tatmin etmek zorundadırlar.

İçsel pazarlama faaliyetlerinin başarısı; örgüt çalışanlarının çeşitli açılardan tatmininin sağlanması ile mümkün olabilmektedir. Bu ise; çalışanların örgütsel bağlılıklarını arttırmak, iş motivasyonlarını sağlamak, iş tatmini yaratmak gibi pozitif örgütsel tutum ve davranışlar geliştirilmesiyle gerçekleştirilmektedir (Ewing ve Caruana, 1999). İçsel pazarlama anlayışı olarak ele alınan ve son yıllarda birçok örgüt tarafından rağbet gören bu yönetim yaklaşımı açısından bir işletme için ilk pazarı çalışandır. İçsel pazarlama faaliyetleri kullanılarak, çalışanların ihtiyaçlarının giderilebilmesi, motivasyonlarının sağlanması, çalışanların iş tatminlerinin artırılması sonucu işten ayrılma eğilimi ve işgücü devri azaltılmakta ve bunun sonucu olarak çalışanlarda örgütlerine karşı sadakat ve tatmin oluşmaktadır (Ahmed ve Rafiq, 2003).

Örgütsel bağlılık, çalışanların çalıştıkları kuruma psikolojik olarak hissetmiş olduğu bağlılık duygusudur (Porter vd., 1974). İşletmelerin sürekli zorlaşan rekabet koşulları ile başa çıkarak varlığını sürdürme ve büyüme çabasında örgüt amaçlarının gerçekleştirilebilmesi ve faaliyetlerinin devamlılığı örgüte ait değerlere sınıksız bağlı olan, örgüte ait amaç ve hedefleri kendinmiş gibi benimseyen yani örgütüyle yüksek düzeyde özdeşleşen çalışanların varlığına bağlıdır. Örgütsel başarısı için çalışanlarının örgüte bağlı olmasına ve bu sayede normalleşmiş rutinden çıkarak daha çok çalışmalarına, tüm enerji ve çabalarını kuruma vermelerine ihtiyaç vardır (Yıldız, 2013). Çalışanların bağlılık göstermesi için ise yaptıkları işten ve örgütten memnun olmalarını sağlamak gerekmektedir. Bu durum örgütler için mal ya da hizmet üretilmesi gibi temel bir amaç olarak görülmektedir. Çalışanlar örgütlerine karşı ne kadar olumlu tutum ve davranışa sahip olursa örgüt o ölçüde güçlü olacaktır.

Chaw (1994), çalışanın kurumuna hissetmiş olduğu yüksek seviyedeki bağlılık duygusunun çoğunlukla, daha çok sorumluluk alma, daha etkin çalışma ve daha sadık olma gibi sonuçları beraberinde getirdiğini öne sürmüştür. Örgüte bağlılık düzeyinin yüksek olduğu çalışanlarda ayrıca, diğer çalışanlara kıyasla daha çok çalışmaları neticesinde daha çok emek vermiş olmaları nedeniyle işten ayrılmak istemedikleri görülmektedir (Çöl, 2004).

Bu çalışmada, örgüt etkinliği üzerinde pozitif yönlü etkileri olduğu öne sürülen içsel pazarlama Uygulamalarının iç müşteri olarak görülen örgüt çalışanları tarafından ne şekilde algılandığı ve içsel pazarlama uygulamaları ile örgütsel bağlılık arasında nasıl ilişkilerin olduğu belirlenmeye çalışılmaktadır. Araştırma, konuyla ilgili yazında bulunan sınırlı sayıda çalışmanın sonuçlarını desteklemekle ilgili yazına önemli bir katkı sunmaktadır. Ayrıca turizm alanında yapılan içsel pazarlama faaliyetlerinin çalışanların örgütsel bağlılığına etkisini belirlemek suretiyle işletme sahiplerine ve yöneticilere işletme performansının artırılması için çeşitli araçlar sunmaktadır.

TEORİK ÇERÇEVE

İçsel Pazarlama

İçsel pazarlama, işleri, işletmenin çalışanlarını ve müşterilerini bir bütün olarak ele alan yönetim şeklidir. İç müşterilerin (çalışanları) dış müşteriler için memnuniyet yaratmaya çalışması olarak tanımlanan içsel pazarlama ile işletmeler iç ürünler kullanarak iç müşterilerin talep ve ihtiyaçlarının memnuniyetini karşılamakta, nitelikli çalışanlar işletmeye çekilebilmekte, geliştirilebilmekte, motive edilebilmekte ve elde tutulabilmektedir (Berry ve Parasuraman, 1991).

Bir kavram olarak içsel pazarlama ilk olarak Berry v.d, (1976) tarafından bahsedilmiştir ancak Berry (1981) içsel pazarlamayı, “işletme çalışanlarını iç müşteriler ve bu iç müşterilerin istek ve ihtiyaçlarının karşılanması ve mutlu edilmelerini ise üretilen iç ürün’ olarak makalesinde tanımlayana kadar içsel pazarlama literatürde kavram olarak yer almamıştır (Rafiq ve Ahmed, 2000: 450).

İşletmeye nitelikli çalışanların dahil edilmesi ve bu çalışanların geliştirilerek daha nitelikli bir hale getirilmelerini içsel pazarlamanın işletmeye sağladığı en önemli avantajlar arasında yer almaktadır. İçsel pazarlama, işletmenin çalışanlarına müşteri olarak davrandığı bir stratejidir (Ay ve Kartal, 2003).

Örgütlerde içsel pazarlama yapılmasının asıl amacı tüm aşamalarda motivasyonu sağlanmış ve işletme müşterisini odağı haline getirmiş işletme çalışanları elde etmektir (Candan ve Çekmecelioglu, 2009: 42).

Çoban (2004: 91) e göre içsel pazarlama; işletmenin rekabet ettiği çevrede rekabette avantaj elde edebilmek amacıyla, özellikli çalışanları işletmeye çekmeyi, onları geliştirmeyi, mutlu ederek motive etmeyi amaçlayan pazarlama anlayışıdır.

İçsel pazarlamanın, işletmenin çalışanlarının iş tatmininde, işletmenin dış çevresine yapılan pazarlama faaliyetlerinde ve işletmenin başarısında olumlu etkileri vardır (Proctor, 2010: 257). Bu pazarlama stratejisinin uygulamalarında esas örgüt çalışanlarının içsel müşteri, görevlerininse içsel ürün olması durumudur. İçsel pazarlarını çekici kılmaya çalışan işletmeler, çalışanlarının örgüte bağlanmaları için, cezbetmeli, motive ve memnun etmelidir. İçsel pazarlamada, kurumun tüm amaçları

gözetilirken çalışanlarının istek ve ihtiyaçlarını tatmin etmeleri gerekmektedir (Caruana ve Calleya, 1998). Birer iç müşteri olarak işletmenin çalışanlarının istek ve ihtiyaçlarını tatmin etmek suretiyle örgüte bağlılıkları sağlanabilirse, mutlu ve kurumuna sağdik olan kurum çalışanı yüksek performans göstererek, dıştaki müşterileri tatmin etmek için elinden geleni yapacaktır (Kelemen ve Papisolomou, 2007: 747). İşletmelerin içsel ilişkileri nasıl geliştirileceği ve yöneteceği hususunda anlayış kazanmaları gerekmektedir. İçsel ilişkiler sadece kurumun çalışanlarını değil, kurumun içsel pazarı içerisinde yer alan tedarikçiler ve araçlar gibi diğerlerini de içerisine almaktadır (Chaston, 1994). Bu durum, dış müşterilere verilen sözlerin yerine getirilmesi, onların memnun edilmesine olanak sağlayan örgütsel ilişkilerin yönetimidir. Bu ilişkinin gelişmesi ve oturmaması anlama, sıkı dost olma, güven ve bağlılık yolu ile olur. Bunlar ise içsel pazarlamanın anahtar bileşenleridir (Candan ve Çekmecelioğlu, 2009).

İçsel pazarlamada çalışanlara mutlaka yerine getirilecek sözler vaat edilmelidir. Aksi durumda memnuniyetsizlik ortaya çıkacaktır. İçsel pazarlama faaliyetlerinde çalışanları süreç içerisine dahil ederek fikirlerini almak ve fikirlerine değer vermek önem arz etmektedir. Çalışanların birbirleri ile olan ilişkilerinin sürekli ve doğrudan olmasını, aynı amaçları gerçekleştirmek için birlikte hareket etmesi ve farklı birimdekilerin de birlikte çalışmaları mutlaka desteklenmelidir (Webster, 1992).

İşletmeler için iç tatmini sağlayarak çalışanlarda örgüte bağlılığı, performansın yükselmesini dolayısı ile dış müşterinin tatmin ve memnuniyetini sağlaması ve rekabette avantaj sağlaması açısından içsel pazarlama oldukça önemli bir yönetim aracıdır.

Örgütsel Bağlılık ve Boyutları

Çalışma hayatıyla ilgili olarak bağlılık kavramı ilk kez Becker (1960) tarafından ele alınmıştır. Becker bağlılığın, çalışanın bilinçli olarak taraf tutması şeklinde değerlendirilmesi gerektiğini ifade etmiştir (Becker, 1960: 32). Örgütsel bağlılık ise, çalışanların çalıştıkları kuruma dair hissetmiş oldukları psikolojik bir bağlılık türüdür. Bu psikolojik bağlılık türü, genel olarak, çalışanın işine duyduğu ilginin, sadakatin ve kurumun amaç ve değerlerine olan güçlü inançlarının toplamından oluşmakta ve çalışanın işe karşı tutum ve performansını büyük ölçüde belirlemektedir (O'Reiley ve Chatman, 1986). Örgütsel bağlılığı yüksek bir çalışan diğer çalışanlara kıyasla örgütsel amaçlara ulaşmak için daha fazla çaba sarf etmekte ve örgüt üyeliğini sürdürme konusunda daha fazla istek duymaktadır (Porter vd., 1974). Örgütsel bağlılık, çalışanın örgütüyle yaptığı bir güç birliğidir. Bu güç birliği sayesinde örgüt amaçlarına daha etkin ve verimli şekilde ulaşabilmektedir (Clifford, 1989: 144). Örgütsel bağlılık her bir çalışan özelinde birçok farklı nedenden (yaş, cinsiyet, kıdem, kişilik özellikleri, liderlik stili vb.) kaynaklanabilmektedir. İlgili literatürde en çok kabul gören ve kullanılan bağlılık sınıflandırması Allen ve Meyer (1990) tarafından geliştirilen sınıflandırmadır. Allen ve Meyer (1990) örgütsel bağlılık konusunu etraflıca ele almış ve yaptıkları araştırmalar neticesinde örgütsel bağlılığı üç farklı bileşen temelinde kavramlaştırmıştır. Bunlar: (1) çalışanın örgütüyle özdeşleşmesini ifade eden duygusal bağlılık, (2) örgütten ayrılmanın maliyetine ilişkin farkındalığı yansıtan devam bağlılığı ve (3) daha çok etik ve ahlaki değerlerden kaynaklanan normatif bağlılığıdır (Meyer vd, 2002).

Duygusal Bağlılık: Örgütsel davranış literatüründe, örgütsel bağlılığın en yaygın ve genel olarak kullanılan tanımı "duygusal bağlanma" veya "duygusal bağlılık" tır. Bu bağlılık türünde çalışan kendisini örgütün bir parçası olarak görmekte ve örgüt birey için büyük bir anlam ifade etmektedir. Örgüt üyeliğinin devam etmesi çalışana mutlu etmektedir (Allen ve Meyer, 1990). Çalışan bireysel değerlerinin örgütsel değerlerle örtüşüğünü hissettiği ölçüde duygusal bağlılık artmakta ve çalışan örgütsel faaliyetlere katılım göstermektedir (Pelit vd., 2007). İlgili yazında yapılan çalışmalar, örgütsel bağlılığın duygusal boyutunun diğer boyutlardan farklı olarak hemen hemen iki kat daha uzun ömürlü olduğunu ve birçok değişkenle güçlü bir ilişki içerisinde bulunduğunu göstermektedir (Kell ve Motowidlo, 2012: 217).

Devam Bağlılığı: Örgütsel bağlılığın bir diğer bileşeni, ilişki ağı içerisinde kalmanın sağlayacağı fayda ya da mecburiyet ile işyerinden ayrılmanın neden olacağı maliyetin çalışan tarafından karşılaştırılması neticesinde ortaya çıkan devam bağlılığıdır. Bu bağlılık türünde çalışanın kar-zarar algısı ön plandadır. Çalışan örgütten ayrılmanın maliyetinin yüksek olacağını düşünmekte ve bu nedenle örgüt üyeliğini sürdürmektedir. Örgüt üyeliğinin devamı çalışan için bir nevi zorunluluktan kaynaklanmaktadır. Çalışanın mevcut kıdem ve statüsü ile alternatif iş olanakları devam bağlılığının belirleyicileridir (Allen ve Meyer, 1990).

Normatif Bağlılık: Örgütsel bağlılığın bu bileşeni, modele yapılan son eklemelerdir. Allen ve Meyer (1990), normatif bağlılığın daha az yaygın ancak eşit derecede uygulanabilir bir yaklaşım olduğunu ve kişinin örgüte karşı sorumluluğu hakkında bir inanç olarak tanımlandığını belirtmiştir. Kavram, Wiener' in (1982) bağlılık hakkındaki "örgütsel hedefleri ve çıkarları karşılayacak şekilde hareket etmek için içselleştirilmiş normatif baskıların toplamı" görüşünden kaynağını almaktadır. Çalışanlar doğru ve ahlaki buldukları için örgüt üyeliğini sürdürmeye kendilerini mecbur hissetmektedirler. Çalışanın toplumsal değer yargılarına karşı tutumu ile sadakat, görev ve sorumluluk bilincinin düzeyi bu bağlılığa etki eden en önemli faktörlerdir (Clugston vd., 2000).

Örgütsel bağlılık konusunda yapılmış birçok tanımlamada bağlılığın tutumsal ya da davranışsal bir esasa dayanmış olduğu ortak görüşü yer almaktadır (Çöl, 2005). Örgütsel bağlılık; iş performansı, işten ayrılma niyeti, iş tatmini, işgücü devri, örgütsel vatandaşlık davranışı gibi pek çok davranışsal çıktıyı etkilemesi sebebiyle kurumlar için büyük bir önem arz etmektedir (Hoş ve Oksay, 2015: 2-3) Diğer yandan konuyla ilgili yapılan çalışmalar, örgütsel bağlılığın en önemli belirleyici unsurlarından bir

tanesinin iş tatmini olduğunu ortaya koymaktadır Çalışanların yaptıkları işten ya da aldıkları sonuçtan ötürü hissettikleri tatmin duygusunun kurumsal bağlılığın üzerinde önemli etkisi bulunmaktadır (Meyer vd., 2002, Gündüz Çekmecelioğlu, 2006). Bununla birlikte yapılan çalışmalar, çalışanların işten kaynaklı psikolojik güçlendirme algılarından anlam, etkinlik, otonominin örgütsel bağlılığın önemli belirleyicileri arasında yer aldığı ortaya koymaktadır (Gündüz Çekmecelioğlu ve Eren, 2007).

METODOLOJİ

Araştırmanın Amacı, Önemi ve Sınırları

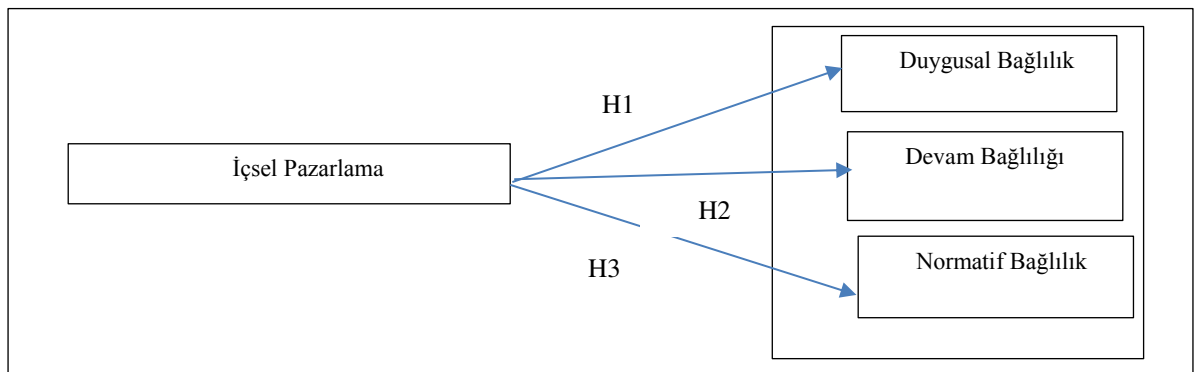
Bu araştırmanın amacı, örgütsel bağlılık boyutları üzerinde içsel pazarlama faaliyetlerinin etkilerini turizm sektörü özelinde tespit etmektir. Bunun için bu çalışmada içsel pazarlama faaliyetlerinin, örgütsel bağlılık boyutlarından duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık üzerinde bir etkisinin olup olmadığı ve etkisi var ise bu etkinin hangi yönde olduğuna dair cevaplar aranmaktadır. Rekabetin tüm şiddetiyle yaşandığı günümüz küresel pazar ortamında örgütsel bağlılık işletmelerin amaçlarına ulaşmasını, gücünü ve başarısını büyük ölçüde etkileyen bir husustur. Öte yandan içsel pazarlama faaliyetleri kurumların stratejik değeri ve önemli bir iç pazar bileşeni olan çalışanların tatmin ve memnuniyetini sağlamak suretiyle potansiyel çalışanların örgüte çekilmesine ve mevcut nitelikli çalışanların örgütte kalmasına katkı sunmaktadır. Dolayısıyla, bu çalışmanın işletmeler için kritik bir önem arz eden bu iki kavram arasındaki ilişkiyi ortaya koyması bakımından ilgili literatüre katkı sunacağı düşünülmektedir. Araştırma Antalya ili, Kemer ilçesinde faaliyet gösteren iki otel işletmesi çalışanları üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada hizmet sektörünün ve bu sektörün önemli bir parçası olan turizm sektörünün seçilmesinin nedeni bu sektördeki işletme çalışanlarının dış müşterilerle birebir temasta olması ve dolayısıyla işletme performansının çalışan performansına ve işletmenin başarısına diğer sektörlerle nazaran daha doğrudan etkisinin bulunmasıdır. Ayrıca, araştırmanın örneklemini oluşturan işletmelerin büyük ölçekli ve sektörde örnek gösterilen işletmeler olmasından ötürü söz konusu işletmelerde içsel pazarlama faaliyetlerinin etkin olarak uygulanmakta olduğu varsayılmaktadır. Böylelikle, içsel pazarlama uygulamalarının kurumsal bağlılık üzerinde ne tür etkileri olduğunun oldukça gerçekçi olarak ortaya konacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın Yöntemi ve Örnekleme Süreci

Yapılan bu çalışmada anket yöntemi kullanılmıştır. İçsel pazarlamayı ölçmek için Foreman ve Money' in (1995) geliştirmiş olduğu 15 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Örgütsel bağlılığı ölçmek için ise Meyer ve Allen' in (1990) geliştirmiş olduğu 18 ifadeden oluşan ölçekten yararlanılmıştır. İlgili değişkenler 5'li likert ölçeği ile değerlendirilirken, demografik özellikler için 7 değişken kullanılmıştır. Çalışmanın ana kümesini Antalya ili Kemer ilçesinde bulunan sektörde önde gelen iki önemli otel işletmesinin çalışanları oluşturmaktadır. Her bir otel işletmesine 130 adet olmak üzere toplamda 260 anket formu iletilmiştir. Ancak eksik ve kusur olmadan gelen 115 anket formu değerlendirilmiştir. Anketlerin geriye dönüş oranı %44 olup, literatürde kabul edilen bir orana sahiptir.

Araştırmanın Modeli

İçsel pazarlama faaliyetlerinin örgütsel bağlılık boyutları olan duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık üzerindeki etkilerinin incelendiği bu araştırmaya ilişkin model Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

Araştırmanın Hipotezleri

İçerisinde bulunduğumuz post modern dönemde rekabetin her geçen gün giderek şiddetlenmesi, işletmelerin en temel amaçları olan varlığını sürdürme, büyüme ve karlılığın sağlanmasını her geçen gün zorlaştırmakta, işletme sahipleri ve yöneticiler kurumsal amaçlara etkili ve verimli bir şekilde ulaşmanın yollarını aramaktadırlar. Örgütsel amaçlara ulaşmanın yegâne yolu ise kurumlarına yürekten bağlı çalışanlara sahip olmaktan geçmektedir. Dolayısıyla örgütsel bağlılık konusu

işletmeler için kritik bir önem arz etmektedir. Örgütsel bağlılığı sağlamak için çeşitli yol ve yöntemler arayan işletmeler için içsel pazarlama faaliyetleri çalışanların örgütsel bağlılıklarını arttırmakta kullanılan önemli faaliyetlerin başında gelmektedir.

Çalışanları müşteri ve işleri ürün olarak gören içsel pazarlama anlayışı bir yönetim stratejisini ifade eder ve amacı çalışanların istek ve ihtiyaçlarını karşılayıp, onları tatmin ve mutlu etmektir. Çalışanların tatmin olabilmesi için kurumun onlara yönelik eğitimler planlaması ve uygulaması, mutlu olacakları ve rahat çalışacakları bir çalışma ortamları yaratması, performanslarına yönelik adil değerlendirme ve ödül sisteminin olması, motive edilmeleri, takım ruhu oluşturulması gibi uygulamalara bağlıdır. Caruana ve Calleya (1998) çalışmalarında işlevler arası koordinasyon ve entegrasyonun, eğitim ve motivasyonun örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini vurgulamışlardır. İçsel pazarlama kapsamında yer alan bu tarz uygulamaların, çalışanların kurumun amaçlarına, değerlerine ilişkin olarak örgütsel bağlılık boyutlarından duygusal bağlılık üzerinde etkisi vardır (Taşkın ve Yeni, 2016). Buradan hareketle;

H1=İçsel pazarlama faaliyetleri örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık boyutunu etkilemektedir.

Çalışanın kurumdaki statüsü, kıdemi, bulunduğu yerdeki istihdam olanakları vb. zorunlu nedenlerden ötürü kendisini kurumda kalmak zorunda hissetmesi devam bağlılığı olarak tanımlanmaktadır. İçsel pazarlama faaliyetlerinde çalışanlara yönelik olarak pozitif tutum sergilenmesi devam bağlılığını etkileyebilmektedir. Literatürde konuyla ilgili yapılan çalışmalar becerileri kullanma fırsatları, başarılar, sorumluluk, iş istikrarı, topluma hizmet, sosyal statü ve terfinin devam bağlılığını etkilediğini ortaya koymuştur (Chang ve Chang, 2007). Buradan yola çıkarak;

H2= İçsel pazarlama faaliyetleri örgütsel bağlılığın devam bağlılığı boyutunu etkilemektedir.

Normatif bağlılık, kurum çalışanın görev, sorumluluk, bağlılık ve sadakat vb. hislerinden ötürü kurumda kalma tercihinde bulunmasıdır. Literatürde içsel pazarlama ve örgütsel bağlılığın boyutları arasındaki ilişkiler incelenmiş çalışanlarının örgütsel bağlılık boyutlarından normatif bağlılık sergilemelerinde en etkili içsel pazarlama faaliyetinin ödüllendirme ve sonrasında ise vizyon-eğitimin olduğu tespit edilmiştir İçsel pazarlama faaliyetleri kapsamında çalışanlarının istek ve ihtiyaçlarını önemseyen, fikir ve önerilerine değer veren işletmelerin bu yönetim anlayışına sahip olması çalışanların kuruma ahlaki bağla bağlanmasında aracılık rolü üstlenebilir (Taşkın ve Yeni, 2016). Buradan hareketle, içsel pazarlamayla normatif bağlılık arasındaki ilişki için;

H3= İçsel pazarlama faaliyetleri örgütsel bağlılığın normatif bağlılık boyutunu etkilemektedir.

Analiz ve Bulgular

Örneklemin Özellikleri

Katılımcıların büyük bir kısmı (%56,5) 30 yaşın altında, %25,2'si 30-35 yaş aralığında, %18,3'ü ise 35 yaş ve üzeri bireylerden oluşmaktadır. Buradan hareketle katılımcıların çoğunluğunun gençlerden oluştuğu ifade edilebilir. Diğer yandan katılımcıların %43,5'i lise, %37,4'ü yüksek öğrenimli ve %19,1'i ise lisans üstü eğitim almıştır. Bununla birlikte katılımcıların %61,7 si evli, %38,3'ü bekar; %58,3'ü erkek, %41,7'si ise kadınlardan oluşmaktadır.

Tablo 1: İçsel Pazarlamaya İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

| İçsel Pazarlama Değişkenleri | Ortalama | St. Sapma |
|---|----------|-----------|
| S1. Bu kurum çalışanlarına inanabilecekleri bir vizyon sunar. | 4,25 | 0,92 |
| S2. Bu kurum vizyonunu çalışanlarına uygun bir şekilde iletir | 3,55 | 1,33 |
| S3. Bu kurum çalışanlarını işyerinde iyi performans göstermesi için hazırlar. | 3,57 | 1,32 |
| S4. Bu kurum çalışanlarının bilgi ve becerilerini geliştirmeyi maliyetten ziyade yatırım olarak görür | 3,81 | 1,38 |
| S5. Bu kurumdaki çalışanların bilgi ve becerileri örgütün işleyen sürecinde gelişir. | 3,72 | 1,02 |
| S6. Bu kurum çalışanlarına işlerin nasıl yapılması gerektiğini değil, niçin yapılması gerektiğini öğretir. | 3,83 | 1,15 |
| S7. Bu kurum çalışanlarını yetiştirmenin dışındaki vakitlerde çalışanlarını geliştirir. | 3,44 | 0,92 |
| S8. Bu kurumun performans ölçümü ve ödüllendirme sistemleri çalışanlarını birlikte çalışmalarını için teşvik eder. | 3,59 | 1,07 |
| S9. Bu kurum çoğunlukla örgütün vizyonuna katkıda bulunan çalışanların performanslarını ölçer ve ödüllendirir. | 3,87 | 0,88 |
| S10. Bu kurum çalışanlarının görevlerini iyileştirmek ve örgütün stratejisini geliştirmek için çalışanlardan bilgi toplar | 4,13 | 0,91 |
| S11. Bu kurum çalışanlarına hizmet rollerinin önemini iletir. | 4,33 | 0,56 |
| S12. Bu kurumda mükemmel hizmet sağlayan çalışanlar çabalarından dolayı ödüllendirilirler | 3,89 | 1,22 |
| S13. Bu kurumda çalışanlar hizmet rollerini yapmaları için uygun bir şekilde yetiştirilirler. | 3,43 | 1,34 |
| S14. Bu kurum çalışanların farklı ihtiyaçlarını tedarik etmek için gerekli esnekliğe sahiptir. | 3,36 | 1,17 |
| S15. Bu kurumda çalışanlarla iletişime büyük önem verilir ve iletişimin önemi örgüte yerleştirilir | 3,89 | 1,21 |

Tablo 1' den elde edilen verilere göre katılımcıların içsel pazarlama uygulamalarına ilişkin ifadelerine verdikleri cevapların ortalaması 3,77 olarak gerçekleşmiştir. Bu ortalama, katılımcıların çalıştıkları otel işletmelerinin içsel pazarlama uygulamalarına ilişkin olumlu bir tutuma sahip olduklarını göstermektedir.

İçsel Pazarlama Bileşenlerine Ait Faktör Yükleri

Bir ölçeğe faktör analizi uygulamadan önce KMO Örneklem Yeterliliği Ölçümünün ve Bartlett Sınama Testinin yapılması gerekmektedir. KMO değerinin % 60' ın üzerinde olması, Bartlett' s Test değerinin ise 0.05' ten küçük olması ölçeğe faktör analizi uygulanabileceği anlamına gelmektedir.

Tablo 2: KMO ve Bartlett' s Test

| | | |
|--|-------------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Ölçümü | | ,910 |
| Bartlett Sınama Testi | Yaklaşık Ki-Kare Değeri | 1223,642 |
| | Serbestlik Derecesi | 108 |
| | Anlamlılık Düzeyi | ,000 |

Tablo 2' de görüldüğü gibi içsel pazarlamaya ait KMO değeri 0,910 ve Bartlett' s Test değeri ise 0,000 gibi oldukça yüksek değerlerdir. Bartlett' s Test sonucuna göre değişkenler arasında oldukça yüksek bir ilişki olduğu görülmektedir. Yapılan analiz neticesinde içsel pazarlama değişkenininin toplam 15 ifadesi tek bir faktör altında toplanmış ve toplam varyansın % 59,112' sini açıklamaktadır.

Örgütsel Bağlılık Bileşenlerine Ait Faktör Yükleri

Örgütsel bağlılık değişkenine ilişkin faktör analizi yapılmadan önce KMO Örneklem Yeterliliği Ölçümü ve Bartlett Sınama Testi yapılmış ve Tablo 2' de de görüldüğü üzere örgütsel bağlılığa ait KMO değeri 0,865 ve Bartlett' s Test değeri ise 0,000 gibi oldukça yüksek değerlerdir. Bartlett' s Test sonucuna göre değişkenler arasında oldukça yüksek bir ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 3: KMO ve Bartlett' s Test

| | | |
|--|-------------------------|---------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Ölçümü | | ,865 |
| Bartlett Sınama Testi | Yaklaşık Ki-Kare Değeri | 566,789 |
| | Serbestlik Derecesi | 107 |
| | Anlamlılık Düzeyi | ,000 |

Yapılan faktör analizi neticesinde örgütsel bağlılığa ilişkin üç faktör de tespit edilmiştir. Duygusal bağlılık faktörü % 37,412 değeri ile toplam varyansın büyük bir kısmını açıklarken onu sırasıyla % 18,513 değeri ile devam bağlılığı ve 8,7 değeri ile normatif bağlılık izlemektedir.

Tablo 4: Örgütsel Bağlılık Ölçeğine Ait Faktör Yükleri

| Değişkenler | Duygusal Bağlılık (Faktör 1) | Devam Bağlılığı (Faktör 2) | Normatif Bağlılık (Faktör 3) |
|--|------------------------------|----------------------------|------------------------------|
| Çalıştığım kurumdan dışarıda gururla bahsediyorum. | .817 | | |
| Kariyerimin kalan kısmını bu kurumda geçirmekten mutluluk duyarım. | .773 | | |
| Bu kurum benim için çok fazla kişisel bir anlam taşıyor. | .720 | | |
| Bu kurumda kendimi ailenin bir parçası gibi hissetmem. | .694 | | |
| Başka bir kurum burada sahip olduğum olanakları karşılamayabilir. | | .870 | |
| Bu kurumdan ayrılmak için çok az seçim hakkına sahip olduğuma inanıyorum. | | .790 | |
| İstesem bile şu anda kurumumdan ayrılmak benim için çok zor olurdu | | .762 | |
| Şu an kurumda kalmam bir istek olduğu kadar bir gereklilik. | | .712 | |
| Şu an kurumumdan ayrılmak kararı verirsem hayatımın büyük bölümü zarara uğrar. | | .543 | |
| Bu kurumdan şimdi ayrılmamın, orada çalışan diğer insanlara karşı duyduğum sorumluluklar nedeniyle yanlış olacağını düşünüyorum. | | | .865 |
| Kurumumun problemlerini kendi problemim gibi hissediyorum. | | | .707 |
| Bu kurum sadakatimi hak ediyor. | | | .625 |
| Benim avantajıma olsa bile, kurumumdan şimdi ayrılmak bana doğru gelmiyor. | | | .510 |

Tablo 4' te örgütsel bağlılık ölçeğine ilişkin faktör yükleri yer almaktadır. Örgütsel bağlılık ölçeğinde yer alan ve literatürde genel olarak kabul görmüş 0.50 eşik değerini aşamayan duygusal bağlılık boyutundan iki ifade (bu kurumda karşı duygusal bir bağ hissetmiyorum, şirketime güçlü bir aitik duygusu hissetmiyorum), devam bağlılığı boyutundan iki ifade (Bu kurumda çalışmaya devam etmemin önemli nedenlerinden biri, ayrılmamın büyük kişisel fedakarlık gerektirmesidir, benim için bu kurumdan ayrılmamın olumsuz sonuçlarından biri de var olan alternatiflerin azlığıdır ve normatif bağlılık boyutundan bir ifade (kurumuma çok şey borçluyum) analizlere katılmamıştır.

Ölçüm Güvenirliği ve Korelasyon Analizi

Araştırma kapsamında yapılan güvenilirlik analizine ilişkin değerler Tablo 5' te görülmektedir. Tablo 5' te de görüldüğü üzere tüm değişkenlere ilişkin alfa güvenilirlik katsayıları eşik değer olan 0.70' in üzerindedir. Duygusal bağlılık boyutuna ilişkin alfa katsayısı 0.82, devam bağlılık boyutuna ilişkin alfa katsayısı 0.80, normatif bağlılık boyutuna ilişkin alfa katsayısı 0.76 ve araştırmanın bağımsız değişkeni olan içsel pazarlama uygulamaları değişkeninin alfa katsayısı ise 0.90' dir. Diğer yandan, içsel pazarlama uygulamaları ile örgütsel bağlılık boyutları arasındaki ilişkileri belirlemek için Pearson Korelasyon Analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz neticesinde değişkenler arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

Tablo 5: Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları

| Değişkenler | İçsel Pazarlama | Duygusal Bağlılık | Devam Bağlılığı | Normatif Bağlılık |
|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|
| İçsel Pazarlama | 0.90 (a) | .327** | .589** | .286** |
| Duygusal Bağlılık | | 0.82 (a) | .436** | .430** |
| Devam Bağlılığı | | | 0.80 (a) | .372** |
| Normatif Bağlılık | | | | 0.76 (a) |

*.05 seviyesinde çift taraflı anlamlı **0.01 seviyesinde çift taraflı anlamlı

Tablo 6: İçsel Pazarlama Uygulamalarının Duygusal Bağlılık Üzerindeki Etkileri

| | β | t | p |
|----------------------------|----------|----------|----------|
| İçsel Pazarlama | .637 | 7.76** | .000 |
| Model F | .70** | | |
| Model R² | .370 | | |
| **p<.01 | | | |
| *p<.05 | | | |

Bağımlı Değişken: Duygusal Bağlılık

Bu çalışmada, içsel pazarlama uygulamalarının örgütsel bağlılık boyutları olan duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık üzerindeki etkilerini ortaya koymak için tekli regresyon modelleri oluşturulmuştur. İçsel pazarlama uygulamalarının örgütsel bağlılık boyutlarından 'Duygusal Bağlılık' üzerinde nasıl bir etkisi olduğunu ortaya koymak için oluşturulmuş regresyon modeli Tablo 6' da görülmektedir. Tablo 6 incelendiğinde bu etkinin istatistiki olarak pozitif yönlü, anlamlı ve oldukça güçlü olduğu anlaşılmaktadır. Buradan hareketle işletme yöneticilerinin çalışanlarını motive etmeye, niteliklerini geliştirmeye bu yolla işletmeye karşı bağlılık duygusunu arttırmak suretiyle çalışanların örgüt üyeliğini sürmeleri yönünde çaba sarf etmeleri önem arz etmektedir. Analiz sonucu, yapılan içsel pazarlama uygulamalarının kurumdaki çalışanlarda örgütsel bağlılık türü olan duygusal bağlılığı arttırdığını ortaya koymaktadır.

Tablo 7: İçsel Pazarlama Uygulamalarının Devam Bağlılığı Üzerindeki Etkileri

| | β | t | p |
|----------------------------|----------|----------|----------|
| İçsel Pazarlama | .158 | 1.37 | .132 |
| Model F | .1.58 | | |
| Model R² | .022 | | |
| **p<.01 | | | |
| *p<.05 | | | |

Bağımlı Değişken: Devam Bağlılığı

İçsel pazarlama uygulamalarının örgütsel bağlılık boyutlarından devam bağlılık üzerinde nasıl bir etkisi olduğunu ortaya koymak için oluşturulmuş regresyon modeli Tablo 7' de görülmektedir. Tablo 7 incelendiğinde bu etkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 8: İçsel Pazarlama Uygulamalarının Normatif Bağlılık Üzerindeki Etkileri

| | β | t | p |
|----------------------------|----------|----------|----------|
| İçsel Pazarlama | .656** | 8.12** | .000 |
| Model F | .69** | | |
| Model R² | .392 | | |
| **p<.01 | | | |
| *p<.05 | | | |

Bağımlı Değişken: Normatif Bağlılığı

İçsel pazarlama uygulamalarının örgütsel bağlılık boyutlarından normatif bağlılık üzerinde nasıl bir etkisi olduğunu ortaya koymak için oluşturulmuş regresyon modeli Tablo 8'de görülmektedir. Tablo 8 incelendiğinde bu etkinin istatistiki olarak pozitif yönlü, anlamlı ve oldukça güçlü olduğu anlaşılmaktadır. Buradan hareketle, işletme yöneticilerinin, çalışanlarının istek ve ihtiyaçlarını göz önünde bulunduran, tavsiye ve önerilerini değerlendiren içsel pazarlama uygulamalarının kurumdaki çalışanlarda örgütsel bağlılık türü olan normatif bağlılığı arttırdığı sonucuna ulaşılmaktadır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırmacılar, otel endüstrisinin ticari amaçla bir ev ortamı sağladığı için, diğer hizmet endüstrilerine kıyasla benzersiz olduğunu savunmaktadırlar. İçsel pazarlama üzerine yapılan çalışmalar, yıllar geçtikçe, otel endüstrisi çalışanlarının yönetiminde içsel pazarlamanın ilişki düzeyini göstermeye odaklanmaktadır. İçsel pazarlama üzerine yapılan çeşitli çalışmalar, otel endüstrisindeki etkin içsel pazarlama uygulamalarının çalışan memnuniyeti, müşteri odaklılık ve misafire yüksek hizmet kalitesi sunumu ile sonuçlandığını göstermektedir (Kandampully, 2002; Tag-Eldeen ve El-Said, 2011; Sokhatskaya, 2013). Örneğin, Kandampully (2002), memnun çalışanların nihayetinde memnuniyet düzeylerini hizmetlerini himaye eden misafire aktaracağını ve bununla birlikte içsel pazarlamanın otel çalışanının etkinliğini ve odağını artırdığını savunmaktadır. Sokhatskaya (2013), içsel pazarlamanın bir otelin işletilmesinin her aşamasında yüksek kalite standartlarının sağlanmasını sağladığını öne sürmektedir. Etkili içsel pazarlama uygulamaları bir hizmet kültürünün oluşturulmasına, insan kaynakları yönetimine yönelik bir pazarlama yaklaşımının geliştirilmesine, otel çalışanları arasında bilginin yayılmasına ve bir ödül ve tanıma sisteminin uygulanmasına yol açmaktadır (Tag-Eldeen ve El-Said, 2011). Öte yandan içsel pazarlama uygulamalarının örgütlerin pazarlama kültürünün bir parçası olduğu unutulmamalıdır. Örgütte içsel pazarlamaya önem veren bir pazarlama kültürünün tesis edilmesinin, işletmenin iç müşterileri olan çalışanlarının örgütlerine duydukları bağlılığı artırdığı sonucu çeşitli araştırmalar tarafından desteklenmektedir (Yıldırım vd., 2016).

Türköz ve Akyol (2008) oteldeki iç pazarlama düzeyi ile otel performans düzeyi arasında pozitif bir ilişki bulmuşlardır. Otel endüstrisinde iç pazarlama uygulamalarının etkili bir şekilde uygulanmasının, çalışanların iş memnuniyetine katkıda bulunduğu, bunun sonucunda meslektaşlarıyla iş birliği ve organizasyona bağlılık da dahil olmak üzere olumlu çalışan davranışlarında bir artışa neden olduğu gösterilmiştir (Arnett, Laverie ve McLane, 2002).

İlgili yazın incelendiğinde otel işletmelerinde içsel pazarlama uygulamalarını örgütsel bağlılıkla birlikte ele alan çalışmalar oldukça sınırlı olduğunun ve bu iki kavramla ilgili ilişkisel bir boşluğu oluşturduğu görülmektedir. Bu nedenle bu çalışmada içsel pazarlama uygulamalarının örgütsel bağlılığın boyutları olan duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Yapılan bu çalışmada amaç; otel işletmelerinde içsel pazarlama boyutlarının neler olduğunu görmek ve içsel pazarlamanın örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini belirlemektir. Yapılan çalışmadan elde edilen bulgular incelendiğinde ilgili yazında yer alan sınırlı sayıda çalışmaya paralel olarak içsel pazarlamanın örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık ve normatif bağlılık boyutları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ilişkileri tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

- Ahmed P. K. ve Rafiq, M. (2003). "Internal Marketing Issues and Challenges", *European Journal of Marketing*, 37 (9): 1177-1186.
- Allen, N. J. ve Meyer, J. P. (1990). "The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance And Normative Commitment to the Organization", *Journal of Occupational Psychology*, 63 (1): 1-18.
- Arnett, D. B., Laverie, D. A. ve McLane, C. (2002). "Using Job Satisfaction and Pride as Internal Marketing Tools", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 43(2): 87-96.
- Ay, C. ve Kartal, B. (2003). "İçsel Pazarlama: Literatür İncelemesi". *Öneri Dergisi* , 5 (20): 15-25 .
- Becker, H. S., (1960). "Notes on the Concept of Commitment", *American Journal of Sociology*, 66 (1): 32-40.
- Berry, L., Parasuraman, A. *Marketing Services: Competing through Quality*. New York, The Free Press, 1991.
- Candan, B. ve Gündüz Çekmecelioğlu, H. (2009). "İçsel Pazarlama Uygulamalarının Örgütsel Bağlılık Unsurları Açısından Değerlendirilmesi: Bir Araştırma", *Yönetim Dergisi*, 20 (63): 41-58.
- Caruana, A. ve Calleya, P. (1998). "The Effect of Internal Marketing on Organizational Commitment Among Retail Bank Managers", *International Journal of Bank Marketing*, 16 (3): 108-116.
- Chang, C. S. ve Chang H. H., (2007). "Effects of Internal Marketing on Nurse Job Satisfaction and Organizational Commitment: Example of Medical Centers in Southern Taiwan", *Journal of Nursing Research*, 15(4), 265-274.
- Chaston, I. (1994). "A Comparative Study Of Internal Customer Management Practices Within Service Sector Firms and The National Health Service", *Journal of Advanced Nursing*, 19(2): 299-308.
- Clifford, M. (1989). "An Analysis of The Relationship Between Attitudinal Commitment and Behavioral Commitment", *The Sociological Quarterly*, 30 (1): 143-158.
- Clugston, M., Howell, J. P. ve Dorfman, P. W. (2000). "Does Cultural Socialization Predict Multiple Bases and Foci of Commitment?", *Journal of Management*, 26 (1): 5-30.

- Çoban, S., (2004). "Toplam Kalite Yönetimi Perspektifinde İçsel Pazarlama Anlayışı", Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22: 85-98.
- Çöl, G., (2004). "Güçlendirme ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma", Yayınlanmamış doktora tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı.
- Çöl, G., (2005). "Örgütsel Bağlılık Kavramı ve Benzer Kavramlarla İlişkisi", İş, Güç Endüstri ilişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 6 (2): 4-11.
- Ewing, M. ve Caruana, A. (1999). "An Internal Marketing Approach to Public Sector Management: The Marketing and Human Resources Interface", The International Journal of Public Sector Management, 12 (1): 17-26.
- Foreman, S. K. ve Money, A. H. (1995). "Internal Marketing: Concepts, Measurement, and Application". Journal of Marketing Management, 11: 755-768.
- Gündüz Çekmecelioğlu, H., (2006). "İş Tatmini Ve Örgütsel Bağlılık Unsurlarının Yaratıcılık Üzerindeki Etkileri", İşletme Finans Dergisi, 21 (243): 120-131.
- Gündüz Çekmecelioğlu, H. ve Eren, E. (2007). "Psikolojik Güçlendirme, Örgütsel Bağlılık ve Yaratıcı Davranış Arasındaki İlişkilerin Değerlendirilmesi", Yönetim Dergisi, 18 (57): 13-25.
- Hoş, C. ve Oksay, A. (2015). "Hemşirelerde Örgütsel Bağlılık ile İş Tatmini İlişkisi". Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20 (4): 1-24.
- Kandampully, J. (2002). "Innovation as The Core Competency of A Service Organization: The Role of Technology, Knowledge and Networks", European Journal of Innovation Management", 5 (1): 18-26.
- Kelemen, M. ve Papisolomou, I. (2007). "Internal Marketing: A Qualitative Study of Culture Change in the UK Banking Sector". Journal of Marketing Management, 23: 746-768.
- Kell, H. J. ve Motowidlo, S. J. (2012). "Deconstructing Organizational Commitment: Associations Among Its Affective and Cognitive Components, Personality Antecedents, and Behavioral Outcomes". Journal of Applied Social Psychology, 42 (1): 213-251.
- Meyer, J. P., Stanley, D., Herscovitch, L. ve Topolnytsky, L. (2002). "Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: A Meta-analysis of Antecedents, Correlates, and Consequences", Journal of Vocational Behavior, 61: 20-52.
- Naktiyok A. ve Küçük O. (2003). "İşgören (İç müşteri) ve Müşteri (Dış müşteri) Tatmini, İşgören Tatmininin Müşteri Tatmini Üzerine Etkileri: Ampirik Bir Değerlendirme", Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi, 17 (1-2): 225-243.
- O'Reilley, C. A. ve Chatman, J. (1986). "Organizational Commitment and Psychological Attachment: The Effect of Compliance", Identification and Internalization on Prosocial Behavior, Journal of Applied Psychology, 71 (3): 492-499.
- Pelit, E., Boylu, Y. ve Güçer E. . (2007). "Akademisyenlerin Örgütsel Bağlılıkları Üzerine Bir Araştırma", Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 1: 86-114.
- Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T. ve Boulian, P.V. (1974). "Organizational Commitment, Job Satisfaction and Turnover Among Psychiatric Technicians", Journal of Applied Psychology, 59 (5): 603-609.
- Proctor, T. (2010). "Internal Marketing and Its Basis For Sound Customer Relationship Management", Journal of Management & Marketing in Healthcare, 3 (4): 256-263.
- Rafiq, M. ve Ahmed, P. K. (2000). "Advances in the Internal Marketing Concept: Definition, Synthesis and Extension". Journal of Services Marketing, 6, 449-462.
- Sokhatskaya, N. (2013). "Peculiarities of Internal Marketing in the Hospitality Industry in Kazakhstan: The Role of Tourism in the Development of Hotel Business", Journal of Tourism and Services, 4: 116-124.
- Tag-Eldeen, A. ve El-Said, O. . (2011). "Implementation of Internal Marketing on a Aample of Egyptian Five-Star Hotels. Anatolia", An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 22: 153-167.
- Taşkın, E., ve Yeni, Z. (2016). "İçsel Pazarlama Uygulamalarının Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma". Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11 (1): 62-86.
- Webster F. E., (1992). "The Changing Role of Marketing in the Corporation ", Journal of Marketing, 5(6): 1-2.
- Wiener, Y. (1982). "Commitment in Organization: A Normative View. Academy of Management Review", 7 (3): 418-428.

Yıldırım, S., Acaray, A. ve Candan, B. (2016). "The Relationship Between Marketing Culture and Organizational Commitment: An Empirical Study in Turkey", *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 12 (1): 66-80.

Yıldız, K. (2013). "Örgütsel Bağlılık ile Örgütsel Sinizm ve Örgütsel Muhalefet Arasındaki İlişki", *Turkish Studies*, 8 (6): 853-879.

AKŞEHİR MESLEK YÜKSEKOKULU SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

YAZIM KURALLARI

1. Dergi, Akşehir Meslek Yüksekokulu'nun, bilimsel içerikli-hakemli ulusal yayınıdır ve yılda bir defa yayınlanır. Dergide Sosyal Bilimler alanında yapılmış daha çok Kamu Yönetimi, İktisat, İşletme, Ekonometri, Muhasebe ve Finans, Uluslararası İlişkiler ve Turizm konularında araştırmalara yer verilir. Araştırmalar orijinal makale veya derleme olabilir. Ancak derlemelerin daha önce bilimsel ortamlarda sunulmuş olması beklenmektedir.
2. Dergide yayınlanacak eserlerin daha önce hiçbir bilimsel dergide yayınlanmamış olması zorunludur.
3. Dergide makale yazım dili Türkçe veya İngilizcedir. Yazım ve noktalamasında TDK İmlâ Kılavuzunun en son baskısı esas alınır. Gönderilen yazılar dil ve anlatım açısından bilimsel ölçülere uygun, açık ve anlaşılır olmalıdır.
4. Makaleler, A4 boyutundaki (210 x 297 mm) kağıda; üst ve alt kenarlardan 3,5 cm., sağ ve sol kenarlardan 2,5 cm. boşluk bırakılarak ve iki yana yaslı olarak yazılmalı; kaynaklar dahil 15 sayfadan fazla olmamalıdır.
5. Dergiye gönderilecek makaleler Microsoft Word programında yazılmalıdır. Çalışmanın başlığı büyük harfle ve koyu olarak, çalışmanın ortasına gelecek şekilde "Times New Roman" yazı karakteriyle 14 punto olmalıdır.
6. Çalışmanın başlığının hemen altında bir satır boşluk bırakarak yazar veya yazarların adları, akademik unvanlarıyla birlikte yazılmalı ve çalıştığı kurum (üniversite, fakülte, bölüm) adları ise (*) işaretiyle dipnot şeklinde sayfanın alt kısmında elektronik posta adresi ile birlikte 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.
7. Çalışmanın özeti yazar ve yazar adlarından sonra bir satır boşluk bırakılarak yazılmalıdır. Çalışmanın Türkçe özeti en fazla 300 en az 100 kelime olmalıdır. Özet "Times New Roman" karakterinde ve 9 punto olarak "italik" şekilde yazılmalıdır.
8. Çalışmada en az 3 ve en çok 7 kelimedenden oluşan Türkçe anahtar kelimeleri bulunmalıdır.
9. Çalışmanın İngilizce başlığı, özeti ve anahtar kelimeleri yukarıda belirtilen kıstaslar göz önünde bulundurularak Türkçe anahtar kelimelerden hemen sonra 1 satır boşluk bulundurularak yazılmalıdır.
10. Çalışmanın ana metni, Giriş bölümü başta olmak üzere İngilizce anahtar kelimelerden hemen sonra 1 satır boşluk bırakılarak yazılmaya başlanmalıdır. Çalışmada kullanılan başlıklarda numaralandırma yapılmamalıdır. Çalışma boyunca ana başlıklar "Times New Roman" karakterinde 14 punto, "ortalı" ve "koyu" olarak, ana başlık altındaki ara başlıklar ise 12 punto, "ortalı" ve "koyu" olarak, ara başlıkların altındaki başlıklar ise 10 punto, "soldan" ve "koyu" olarak, metin ise 9 punto ve "iki yana yaslı" olarak yazılmalıdır. Çalışmada kullanılan ana başlıklardan önce ve sonra bir satır boşluk bırakılmalı, diğer başlıklarda ise sadece başlık öncesi bir satır boşluk bırakılmalıdır.
11. Çalışma boyunca yazılacak metin sırasında kullanılacak paragraf ölçüleri ise metin iki yana yaslı olmalı, ilk satır 0,5 cm. olmalı, her bir paragraf sonrası 6nk aralık verilmeli ve tek satır aralığı kullanılmalıdır.
12. Çalışmada kullanılacak şekiller ise 1'den itibaren numaralandırılarak isimlendirilmeli ve şeklin altında yer almalıdır. Şeklin ismini hemen altında ise şeklin kaynakçası tam olarak belirtilmelidir. Şekillerde kullanılacak yazı karakteri 9 puntodur.
13. Çalışmada kullanılacak tablolar ise 1'den itibaren numaralandırılarak isimlendirilmeli ve tablonun üstünde yer almalıdır. Tablonun hemen altında ise tablonun kaynakçası tam olarak belirtilmelidir. Tablolarda kullanılacak yazı karakteri 9 puntodur.
14. Dergiye gönderilecek
 - Türkçe makaleler için;
 - Ana Başlık; Yazar(lar)ın Adı Soyadı; Yazar(lar)ın Kurumu (sorumlu yazar belirtilmeli ve e-posta adresi verilmeli); Özet; Anahtar Kelimeler; İngilizce Başlık; Abstract; Keywords; Giriş; Materyal ve Metot; Bulgular ve Tartışma (veya Bulgular); Sonuç (veya Tartışma ve Sonuç); Kaynaklar şeklinde düzenlenmelidir.
 - İngilizce makaleler için;
 - İngilizce ana başlık, Yazar(lar)ın Adı Soyadı; Yazar(lar)ın Kurumu (sorumlu yazar-corresponding author-belirtilmeli ve e-mail adresi verilmeli); Abstract; Keywords; Türkçe Başlık; Özet; Anahtar Kelimeler; Introduction; Material and Methods; Results (or Results and Discussion); Discussion and Conclusion (or Conclusion); References şeklinde düzenlenmelidir.
15. Yararlanılan kaynaklar metin içerisinde Yazar soyadı, yıl ve sayfa numarası sistemine göre belirtilmeli ve yazar isimleri baş harfi büyük diğer harfler küçük olarak yazılmalıdır. İki yazarlı kaynak bildiriminde ve (makale İngilizce hazırlanmışsa and); üç veya daha fazla kaynak bildiriminde vd., (makale İngilizce hazırlanmışsa et al.,) kısaltması kullanılmalıdır. Metin içerisinde kullanılan kaynaklar, metin sonunda (kaynaklar kısmında) numara kullanılmadan alfabetik sıraya göre verilmelidir.
 - Tek yazar olması durumunda; (Karasioğlu, 2007 ; 35-37)

- İki yazar olması durumunda; (Karasioğlu ve Göktürk, 2009; 65)
- İkiyden fazla yazar olması durumunda; (Karasioğlu vd., 2006;156)
- Birden fazla yazar ard arda verilmesi durumunda; (Karasioğlu, 2005; Karasioğlu ve Göktürk, 2006; Aydın vd., 2007)

16. Aynı yazara ait aynı yıl yayınlanmış eserlerin metin içerisinde gösterimi (Karasioğlu, 2008a; 2008b) şeklinde olmalıdır.

17. Yazar ismi belli olmadığı durumlarda, Türkçe kaynak için hem metin içerisinde hem de kaynaklar bölümünde Anonim, yıl ifadesi kullanılmalıdır. Yazarı belli olmayan yabancı kaynak ise, metin içerisinde Anon. yıl, kaynaklar bölümünde ise Anonymous yıl olarak verilmelidir.

18. İnternet kaynakları ise, metin içerisinde (Karasioğlu, 2003) yıl şeklinde verilmelidir. Kaynaklar bölümünde ise, URL, yıl şeklinde gösterilip sayfa adresi açıkça yazılmalıdır.

ÖRNEKLER

- Makaleler:

GÜREDİN, E. (1987). "Türkiye'de Denetim Standartlarının Oluşumu", **Mali Sorunlara Çözüm Dergisi**, sayı: 33-34, s.21-29.

- Bildiriler:

Akdağ, M., & Tok, H. (2004). "Geleneksel öğretim ile power point destekli öğretimin öğrenci erişimine etkisi". **XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı**, İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Malatya, Turkey, 06-09 Temmuz.

- Kitaplar:

Davutoğlu, Ahmet. **Stratejik Derinlik, Türkiye'nin Uluslararası Konumu**, İstanbul, Küre Yayınları, 2001.

- Tezler:

ÖZKAN, T. (1997). "Ticari bankacılıkta kredi fiyatlandırma teknikleri". **Yayımlanmamış doktora tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Para ve Banka Anabilim Dalı.

- Ansiklopediler

Bergmann, P.C. (1993). Relativity. **In The new encyclopedia Britannica** (Vol. 26, pp. 501-508). Chicago: Encyclopedia Britannica.

- Elektronik Kaynaklar

WEIBEL, S. (1995). **Metadata: the foundations of resource description**. *D-lib Magazine*, [Online] Available at: <<http://www.dlib.org/dlib/July95/07weibel.html>>, [Erişim tarihi: 19.02.2007].

- Süreli Yayınlar / Dergiler:

Yücelt, U. ve Marcella, M. (1996). "Services Marketing in the Lodging Industry: an Empirical Investigation", **Journal of Travel Research**, 34 (4): 32- 38.

- Kurum Yayını:

İTO (2003), **Ekonomik Rapor**, İTO Yayınları No: 2003-57, İstanbul.

19. Makale dergi editörlüğüne sunulmadan önce yazım kurallarına uygunluğu kontrol edilmelidir.

20. Yayımlanan yazı ve çevirilerin her türlü sorumluluğu yazara aittir.

21. Metinle ilgili her türlü düzeltme yazar(lar) tarafından yapılır.

22. Dergiye gönderilecek makalelere ait ilk başvuru bir dilekçe ile yapılmalıdır. Dilekçede makale ismi, yazar isimleri iletişim amaçlı telefon ve e-mail adresi belirtilmelidir. Dilekçede, gönderilen çalışmaların başka bir yerde yayınlanmamış veya yayınlanmak üzere gönderilmemiş olduğu belirtilmelidir. (Ayrıntılı bilgi için editörle iletişime geçiniz.)

23. Makale 3 nüsha printer çıktısı ve 1 adet cd/dvd olarak dergi editörlüğüne posta yolu ile gönderilmeli, ayrıca e-posta ile de aksehirdergi@selcuk.edu.tr adresine gönderilmelidir. (Ayrıntılı bilgi için editörle iletişime geçiniz.)

24. Dergide yayınlanacak yazıların yazım ve dilbilgisi kurallarına uygun olması şarttır. Dergi Yayın Kurulu, gerekli gördüğü takdirde eserin sahibinden içerik ve şekil bakımından değişiklikler isteme hakkına sahiptir.

25. Dergi Yayın Kurulu, biçim ve dizayn açısından uygun bulduğu yazıları bilgisayar programı tarafından random atanan üç hakeme gönderir, makaleler üç hakemden ikisinin kabul onayı ile hakem raporlarının tamamlanma tarihlerine göre sıraya konarak yayınlanır.

26. Dergide yayınlanan yazıların telif hakkı AKMYO Sosyal Bilimler Dergisi'ne aittir.

27. Yayın hakları saklıdır. AKMYO Sosyal Bilimler Dergisinin yazılı izni alınmaksızın dergide yayınlanan çalışmaların bütünü veya bir kısmı elektronik, mekanik kayıtlama veya benzeri bir araçla herhangi bir şekilde basılamaz, çoğaltılamaz, fotokopi veya teksir edilemez, özetlenemez ve yayınlanamaz. Ancak, kaynak göstermek şartıyla alıntı yapılmasını izin verir.