

P – ISSN: 1309-954X
E – ISSN: 2148-2497
Yıl/Year: 2016
Cilt/Volume: 7
Sayı/Issue: 13

BARTIN ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

Uluslararası Hakemli Dergi



AYDINLIK YARINLARA

**BARTIN UNIVERSITY
JOURNAL OF FACULTY OF
ECONOMICS AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES**

Peer Reviewed International Journal

13

ISSN Print : 1309 – 954X
ISSN Online : 2148-2497
Yıl/Year : 2016
Cilt/Volume : 7
Sayı/Number : 13

**BARTIN ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER
FAKÜLTESİ DERGİSİ
Uluslararası Hakemli Dergi**

Dergimiz 06.04.2015 tarihinden itibaren EBSCO Host'ta taranmaktadır. DergiPark'ta da yayımlanan dergimizin Akademik Araştırmalar İndeksi (acarindex) ve TÜBİTAK ULAKBİM indekslerinde taranması için de girişimlerde bulunulmuş olup değerlendirilme süreci devam etmektedir.



**BARTIN UNIVERSITY
JOURNAL OF FACULTY OF ECONOMICS
AND ADMINISTRATIVE SCIENCES
Peer Reviewed International Journal**

 EBSCOhost

DergiPark
AKADEMİK


TUBİTAK
ULAKBİM

Akademik Araştırmalar İndeksi
Acarindex.com

This journal has been indexed within EBSCO Host since 06.04.2015. It is also published within JournalPark hosted by TUBİTAK ULAKBİM. Evaluation processes still continues in order to be scanned also within both Academic Research Index (acarindex) and ULAKBİM (TUBİTAK Social Sciences Index) as per our official attempts.

BARTIN ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

BARTIN UNIVERSITY JOURNAL OF FACULTY OF
ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

Yılda iki defa yayımlanan uluslararası hakemli bir dergidir.

A peer reviewed international journal published two issues per year

Yıl/Year: 2016 Cilt/Volume: 7 Sayı/Number: 13

ISSN Print: 1309 – 954X ISSN Online: 2148-2497

Sahibi / Owner:

Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi adına
Prof. Dr. Said KINGIR (Dekan)

Editör / Editor :

Prof. Dr. Said KINGIR

Editör Yardımcıları / Vice Editors:

Yrd. Doç. Dr. İsmail Fatih CEYHAN
Öğr. Gör. Soykan TOĞAN

Yayın Kurulu / Editorial Board:

Prof. Dr. Adem DURSUN,	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Adnan ÇELİK,	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Ali ŞEN,	İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Gengiz TORAMAN,	Gaziantep Üniversitesi
Prof. Dr. Erdal Tanas KARAGÖL,	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
Prof. Dr. İsmail CERİTLİ,	Bartın Üniversitesi
Prof. Dr. Jorge GUILLÉN UYEN,	Universidad ESAN, Peru
Prof. Dr. Kahraman ÇATI,	Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet ASUTAY,	Durham University, İngiltere
Prof. Dr. Mehmet SARIŞIK,	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet TİKİCİ,	İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Metin SABAN,	Bartın Üniversitesi
Prof. Dr. Mohamad SEPEHRI,	Jacksonville University, ABD
Prof. Dr. Orhan BATMAN,	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Reha SAYDAN,	Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Prof. Dr. Said KINGIR,	Bartın Üniversitesi
Prof. Dr. Sait AŞGIN,	Karabük Üniversitesi
Doç. Dr. Ferit İZCİ,	Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Doç. Dr. İzzet KILINÇ,	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Mahmut BOZAN,	Bartın Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet ALTINÖZ,	Hacettepe Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet Akif ÖNCÜ,	Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Oğuz TÜRKAY,	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Şaban ESEN,	Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Hande KÜÇÜKÖNDER,	Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. İsmail Fatih CEYHAN,	Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mehmet İSLAMOĞLU,	Karabük Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mehmet Said CEYHAN,	Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Melih BAŞKOL,	Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ramazan ARSLAN,	Bartın Üniversitesi
Öğr. Gör. Soykan TOĞAN,	Bartın Üniversitesi

Yayın Sekreterleri

Online dergi ve Web:
Yrd. Doç. Dr. Eyüp Burak CEYHAN
İstatistik: Yrd. Doç. Dr. Ahmet ÖZTEL
Yrd. Doç. Dr. Hande KÜÇÜKÖNDER
Arş. Gör. Sabahattin ÇETİN
İletişim: Arş. Gör. Ferhat DEMİRCİ

Editorial Secretaries:

*Editing Service for papers in English
Language: Res. Asst. Onur COMBA*

*Correspondence in English Language
(Contact Person): Res. Asst. Esra KAPLAN*

Yazışma Adresi / Communication Address:

Bartın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
Fakülte Dergisi Editörlüğü, 74100 BARTIN
Telefon: 0 378 223 53 99
Faks: 0 378 223 50 39
E-posta: iibfdergi@bartin.edu.tr
Web: http://iibfdergi.bartin.edu.tr/

Yasal Sorumluluk / Legal Responsibility

Dergide yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarlarına ve çevirmenlerine aittir.
The authors and translators are responsible for the content of their papers.

Yayın Hakları / Copyright and Permissions

Tüm yayın hakları saklıdır. Bu derginin hiçbir bölümü yazılı ön izin olmaksızın hiçbir biçimde ve hiçbir yolla yeniden üretilemez ve dağıtılamaz, ancak atıf yapılabilir.
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced and disseminated in any means without the prior written permission of Bartın University Faculty of Economics and Administrative Sciences.
No citation can be made without reference.

İndeks / Indexing

Dergimiz 06.04.2015 tarihinden itibaren EBSCO Host'ta taranmaktadır.
This journal has been indexed within EBSCO Host since 06.04.2015.

DergiPark'ta da yayımlanan dergimizin Akademik Araştırmalar İndeksi (acarindex) ve TÜBİTAK ULAKBİM indekslerinde taranması için de girişimlerde bulunulmuş olup değerlendirilme süreci devam etmektedir.

It is also published within JournalPark hosted by TUBITAK ULAKBİM. Evaluation processes still continues in order to be scanned also within both Academic Research Index (acarindex) and ULAKBİM (TUBITAK Social Sciences Index) as per our official attempts.

Baskı ve Cilt

3K Matbaacılık Ve Yayıncılık Reklam Kırtasiye Tic.Ltd.Şti
Yarımburgaz Mah. Atatürk Cad. No:42 K.Çekmece – İSTANBUL
Tel: 0212 678 21 01
Bu sayının Baskı Tarihi: 22.03.2016

Hakem Kurulu/ Referee Board

Prof. Dr. Abdulkadir BİLEN, Dicle Üniversitesi
Prof. Dr. Abdullah TOPÇUOĞLU, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Abdurrahman EREN, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Adem DURSUN, Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Adnan ÇELİK, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet DİKEN, N. Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet UZUN, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN, Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Ali ERBAŞ, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Ali HALICI, Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Ali ŞEN, İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Ali Yılmaz GÜNDÜZ, İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Anarkül URDALETOVA, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Prof. Dr. Aziz KUTLAR, Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Bekir PARLAK, Uludağ Üniversitesi
Prof. Dr. Canan AY, Celal Bayar Üniversitesi
Prof. Dr. Canan ÇETİN, Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Cengiz TORAMAN, Gaziantep Üniversitesi
Prof. Dr. Cusup PİRİMBAYEV, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Prof. Dr. Dursun BİNGÖL, Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Erkan OKTAY, Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Fatih DOĞANOĞLU, Adıyaman Üniversitesi
Prof. Dr. Fatih KARCIOĞLU, Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Habib YILDIZ, Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Hacı DURAN, Adıyaman Üniversitesi
Prof. Dr. Hacı Musa TAŞDELEN, Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Halil KALABALIK, Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan BAL, Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan TUTAR, Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Himmet KARADAL, Aksaray Üniversitesi
Prof. Dr. Hüseyin Emre BAĞCE, Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim YILDIRIM, Hasan Kalyoncu Üniversitesi
Prof. Dr. İsmail CERİTLİ, Bartın Üniversitesi
Prof. Dr. İsmail Hakkı ERASLAN, Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ, İstanbul Gelişim Üniversitesi
Prof. Dr. Jorge GUILLÉN UYEN, Universidad ESAN, Peru
Prof. Dr. Kahraman ÇATI, Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Kazim DEVELİOĞLU, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Kenan ÖREN, Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Köksal ALVER, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Lütfihak ALPKAN, İstanbul Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut KARTAL, Cumhuriyet Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut ÖZDEVECİOĞLU, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut PAKSOY, İstanbul Kültür Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut TEKİN, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet AKBABA, Karabük Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet ARSLAN, Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet ASUTAY, Durham University, İngiltere
Prof. Dr. Mehmet KARAKAŞ, Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet SARIİŞİK, Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet TİKİCİ, İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Akif ÇUKURÇAYIR, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Selami YILDIZ, Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Sinan TEMURLENK, Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Şerif ŞİMŞEK, Gediz Üniversitesi

Prof. Dr. Metin SABAN, Bartın Üniversitesi
Prof. Dr. Mohamad SEPEHRI, Jacksonville University, ABD
Prof. Dr. Muharrem TUNA, Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Muhsin HALÍS, Kastamonu Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa ÖKMEN, Celal Bayar Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa TİFTİK, Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa UÇAR, Hasan Kalyoncu Üniversitesi
Prof. Dr. Nevzat AYPEK, Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Nurettin PARILTI, Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan BATMAN, Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan KÜÇÜK, Kastamonu Üniversitesi
Prof. Dr. Osman DEMİR, Canik Başarı Üniversitesi
Prof. Dr. Önder BARLI, Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Recai COŞKUN, Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Recep KÖK, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Reha SAYDAN, Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK, Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Reşat KARCIOĞLU, Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Rifat İRAZ, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Said KINGİR, Bartın Üniversitesi
Prof. Dr. Sait AŞGIN, Karabük Üniversitesi
Prof. Dr. Sami ŞENER, Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Selim ERDOĞAN, Hasan Kalyoncu Üniversitesi
Prof. Dr. Seyit KÖSE, Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof. Dr. Sibkat KAÇTIOĞLU, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Suphi ORHAN, Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Şükrü YILDIZ, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Tamer KOÇEL, İstanbul Kültür Üniversitesi
Prof. Dr. Turan ÖNDEŞ, Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Turhan KORKMAZ, Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Uğur YOZGAT, Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Üstün ÖZEN, Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Yahya FİDAN, Karabük Üniversitesi
Prof. Dr. Yasin SEZER, Gediz Üniversitesi
Prof. Dr. Yaşar BÜLBÜL, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf ŞAHİN, Aksaray Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf TUNA, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Zeyyat SABUNCUOĞLU, Uludağ Üniversitesi
Doç. Dr. Abdullah TAKIM, Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr. Abdurrahim EMHAN, İnönü Üniversitesi
Doç. Dr. Asiman GULİYEV, Devlet İktisat Üniversitesi, Azerbaycan
Doç. Dr. Aykut BEDÜK, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Ayşe Tansel ÇETİN, Yalova Üniversitesi
Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN, Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Cahit AYDEMİR, Dicle Üniversitesi
Doç. Dr. Doğan KUTUKIZ, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Emrah ÖZKUL, Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Ferit İZCİ, Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Doç. Dr. Ferit KÜÇÜK, Harran Üniversitesi
Doç. Dr. Ferudun KAYA, Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Doç. Dr. Hayri BOZGEYİK, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
Doç. Dr. İbrahim SUBAŞI, Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. İsmail HİRA, Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. İzzet KILINÇ, Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Mahmut BOZAN, Bartın Üniversitesi
Doç. Dr. Mahmut DEMİRBAŞ, İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet ALTINÖZ, Hacettepe Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet DENİZ, İnönü Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet Akif ÖNCÜ, Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Muammer MESCİ, Düzce Üniversitesi

Doç. Dr. Murat KAYALAR, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
Doç. Dr. Murat YILDIRIM, Karabük Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa Kemal ŞAN, Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Nezh Metin ÖZMUTAF, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
Doç. Dr. Oğuz TÜRKAY, Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Orhan AKOVA, İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Ömer Faruk ÜNAL, Bartın Üniversitesi
Doç. Dr. Sait PATIR, Bingöl Üniversitesi
Doç. Dr. Seyfettin ASLAN, Dicle Üniversitesi
Doç. Dr. Şaban ESEN, Bartın Üniversitesi
Doç. Dr. Yalçın KARAGÖZ, Cumhuriyet Üniversitesi
Doç. Dr. Yaşar BAŞ, Bingöl Üniversitesi
Doç. Dr. Yusuf Cahit ÇUKACI, İnönü Üniversitesi
Doç. Dr. Zafer AKBAŞ, Düzce Üniversitesi
Uzm. Dr. Nergis LAPSEKİLİ, Gülhane Askeri Tıp Akademisi
Dr. Bilal ERTÜRK, Oklahoma State University, ABD
Dr. Burak ONA, InHolland University of Applied Sciences, Hollanda
Yrd. Doç. Dr. Abdülhamit EŞ, Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ahmet KAMACI, Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ahmet ÖZTEL, Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ali GÜVERCİN, Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ, Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Beyza ÖZTURANLI, Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Dilek MEMİŞOĞLU, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Farkhad ALİMUKHAMEDOV, Turgut Özal Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Fatih Burak GÜMÜŞ, Sakarya Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Gökhan KALAĞAN, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Hande KÜÇÜKÖNDER, Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Hande UYAR, Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Harun ER, Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Hüseyin Serdar YALÇINKAYA, N. Erbakan Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Hüseyin YILDIZ, Turgut Özal Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. İbrahim YILDIRIM, Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. İsmail BAŞARAN, Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. İsmail Fatih CEYHAN, Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Kâzım Ozan ÖZER, Nişantaşı Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mehmet APAN, Karabük Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mehmet AYTEKİN, Gaziantep Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mehmet İSLAMOĞLU, Karabük Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mehmet KARAHAN, Dicle Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mehmet METE, Dicle Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mehmet Fatih BAYRAMOĞLU, Bülent Ecevit Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mehmet Halit YILDIRIM, Aksaray Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mehmet Said CEYHAN, Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Melih BAŞKOL, Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mesut KAYAER, Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Muammer MESCİ, Düzce Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Orhan BOZKURT, Uludağ Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Orhan ER, Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Orhan ER, Bozok Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ozan BÜYÜKYILMAZ, Karabük Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ramazan ARSLAN, Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Salâhattin ALTUNDAĞ, Dicle Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Süleyman AĞRAŞ, Düzce Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Süleyman ŞAHİN, Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Şevki ULAMA, Sakarya Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Yaşar AKÇA, Bartın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Yaşar ÖZ, Bartın Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

S. Banu YILDIZ

Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Örgüt Kültürü Algısı

1-21

Mustafa Abdül Metin DİNÇER – Gültekin YILDIZ

Yüksek Rekabet Ortamında Teknik ve Kurumsal Bağlamın Eşbiçimlilik Üzerine Etkileri:

Otomobil Kümelenmesi Örneği

22-62

Yaşar ÖZ

Bulut Bilişim (Cloud Computing) ve Muhasebe

63-79

Ali GÜVERCİN – Halil İbrahim MİL – Bülent TARIM

Sağlık Hizmetlerinin Finansmanı ve Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK)

80-94

Nihal CANTÜRK – Hüseyin ÇİÇEK

İşletmelerde Fırsat ve Kaynak Tabanlı Yaklaşımların Rekabet Stratejisi Tercihleri İle İlişkisi:

Burdur Mermer İşletmelerinde Bir Araştırma

95-121

Muhammet YAVUZ – Tamer EREN

Finansal Araçların Oyun Teorisi İle Analiz Edilmesi

122-139

Yalçın KARAGÖZ – Said KINGİR – Fadime GÜVENDİ

Yapısal Eşitlik Modellemesi İle Hasta Memnuniyeti Ölçeğinin Geliştirilmesi

140-158

Muhammet TAŞ – Burhanettin ZENGİN

Müşteri Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma: Umre Seyahatleri Örneği

159-185

Aizat NARMAMBETOVA – Salih Börteçine AVCİ – Önder BARLI

Kurumsallaşma Göstergelerinin Doğrulayıcı Faktör Analizi ile İncelenmesi ve Kurumsallaşma Algılarını Farklılaştıran Etmenlerin Belirlenmesi: Kırgızistan Örneği

186-207

İÇİNDEKİLER

Uğur UĞRAK – Necmettin CİHANGİROĞLU – Yasin UZUNTARLA – Abdulkadir TEKE
Hastaların Sürekli Kaygı Düzeyleri ile Acil Sağlık Hizmetlerini Kullanma Eğilimlerinin Analizi
208-225

Cengizhan YILDIRIM

Patent Başvurusu ve İhracat Arasındaki İlişki: Panel Veri Analizi
226-249

Volkan TEMİZKAN – Sima NART – Remzi ALTUNIŞIK

Akıllı Telefon Kullanımının Satın Alma Kararına Etkisinde Algılanan Risk ve Risk Azaltma
Stratejilerinin Rolü
250-273

Yalçın KARAGÖZ – Ali AĞBEKTAŞ

Yapısal Eşitlik Modellemesi İle Yaşam Memnuniyeti Ölçeğinin Geliştirilmesi; Sivas İli Örneği
274-290

Şaban ESEN – Gizem TOKMAK

Position Approach and the Examining of its Validity Within the Scope of Developing
Strategy and Creating Competitive Advantage: A Case of Turkey
291-305

Hakan Batırhan KARA – Aykut TÖNGÜR

Güvenlik Profesyonellerinin Eğitimi: Senaryo Temelli Eğitimin (Durum Eğitimi) Polis
Akademisinde Uygulanması Üzerine Analitik Bir Çalışma
306-325

Özlem BALABAN – Emrah ÖZSOY

Effects of Workplace Friendship on Individual Outcomes
326-338

Ömer Faruk ÜNAL – Sami YALDIZBAŞ

Karizmatik Liderlik Davranışları ile Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki: Ankara İlinde
Orta Öğretim Öğretmenleri Üzerine Bir Araştırma
339-365

İÇİNDEKİLER

Ali GÜVERCİN

ABD Doları Kur Değişimlerinin “Kırılgan Beşli” Ülkelerinin Hisse Senedi Endeks Getirilerine

Etkisi: Küresel Finansal Kriz Öncesi ve Sonrası Dönem Karşılaştırması

366-378

Ramazan ARSLAN

Tanzimat Dönemi’nde Bartın Kazasının Demografik Yapısı

379-401

Yaprak DİLEK – Erkan TAŞKIRAN

Kişilik Özelliklerinin Örgütsel Sessizlik Üzerindeki Etkisini Belirlemeye

Yönelik Bir Araştırma

402-434

Kaplan UĞURLU

Turizm Tesisi Yatırımlarında Ön Fizibilite Çalışmalarının ve SWOT Analizinin Önemi:

Bolu Göynük Doğa Oteli Örneği

435-459

Abdullah TAKIM – Ramazan ARSLAN

Türkiye’de Bütçe Görüşmeleri Üzerinden 1983-1989 Yılları Arasında Uygulanan Maliye

Politikaları ile İlgili Tartışmalar

460-483

Faruk CÖMERT

Türkiye’nin Önünde Yatırım ve Ticaret Fırsatı Olarak Angola

484-530

Adnan KÜÇÜKALİ

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı: Atatürk Üniversitesi Örneği

531-546

Aykut TÖNGÜR

İş Yükü, Kişilerarası Çatışma ve Performans: Bankacılık Sektörünün Karşılaştırmalı Analizi

547-565

Aishan ZULPIYAMU – Şevki ULAMA – Said KINGİR

Sincan Uygur Özerk Bölgesi Turizm Gelişimine Yönelik Bir İnceleme

566-583

İÇİNDEKİLER

Ali TUNCEL - Emrah ÖZKUL - Arif GÜNGÖR

Havayolu Yolcu Haklarına İlişkin Yasal Düzenlemelerin Yolcular Tarafından
Değerlendirilmesi: İstanbul Atatürk Havalimanında Bir Araştırma

584-613

Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi Yayın İlkeleri

614-619

Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Örgüt Kültürü Algısı¹

Yrd. Doç. Dr. S. Banu YILDIZ
Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi
banugulec23@hotmail.com

Özet: Bu çalışmanın amacı, eğitim kurumlarında örgüt üyeleri tarafından paylaşılan temel değerler, inançlar, varsayımlar, normlar, semboller ve uygulamalardan oluşan örgüt kültürünün önemini vurgulamak ve bir akademik örgütte alt kültür grubu olan öğrencilerin, örgüt kültürü algılarını belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi (BTİÖYO) üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerine anket uygulanmıştır. Demografik değişkenlere ilişkin verilerin yorumlanmasında frekans ve yüzde analizinden yararlanılmıştır. Öğrencilerin örgüt kültürü algılarının hangi boyutlardan oluştuğunu belirlemek için ifadeler faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizinden elde edilen boyutların demografik özellikler açısından farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacı ile bağımsız t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre öğrencilerin genel olarak örgüt kültürü algılarının olumlu olduğu, beş boyuttan oluştuğu ve en fazla olumlu algılanan boyutun ise aidiyet/etkinlik boyutu olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin okuduğu sınıf, okudukları bölüm, okudukları bölümü isteyerek tercih etme ve sektörde çalışma durumları açısından anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Ayrıca örgüt kültürünün tüm alt boyutları arasında anlamlı ve pozitif ilişki vardır.

Anahtar Kelimeler: Örgüt kültürü, Akademik örgütler ve Öğrenci algıları.

Organizational Culture Perception Of Undergraduate Students Studying In The Field Of Tourism

Abstract: The purpose of this study, is to highlight the importance of the fundamental values shared by members of the organization in educational institutions, beliefs, assumptions, norms, symbols and to determine the organizational culture perception of the students who are sub-culture the organizational culture consisting of application and academic organizations. Questionnaire was administered to third and fourth grade students attending to

¹Bu çalışma 13-16 Kasım 2014 tarihinde 15. Ulusal Turizm Kongresi'nde sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

Balıkesir University School of Tourism for this purpose (BTİÖYO). The interpretation of data on demographic variables and frequencies and percentages were used for the analysis. Students' perceptions of organizational culture consists of statements to determine which size were subjected to factor analysis. Independent samples t test and one-way analysis of variance (ANOVA) were made to determine whether the dimensions obtained from factor analysis differ in terms of demographic characteristics. According to the results of the study it has been identified that students generally have positive perceptions of organizational culture, and the maximum is the positive perception of belonging size / dimension of activity. There were significant differences in terms of the work situation between their preferences and working in the sector. There is also a significant and positive relationship between all the dimensions of organizational culture.

Keywords: *Organizational culture, academic organizations and student perceptions.*

Giriş

Küreselleşme ve kitle iletişim araçlarındaki gelişmelere bağlı olarak toplumlar ve kültürler arasındaki etkileşim giderek artmış ve bu süreçte kültür, en çok tartışılan, üzerinde durulan kavramlardan biri durumuna gelmiştir (Şişman, 2011). Literatürde kültürle ilgili pek çok tanım yapılmıştır. Kültür genel anlamda, toplumun bir üyesi olarak bireyin öğrendiği, bilgi, sanat, ahlak, gelenekler gibi diğer birikimleri kapsayan, kuşaktan kuşağa aktarılan, karmaşık bir bütünlük biçiminde tanımlanmaktadır (Sabuncuoğlu, 2001: Yalçın ve diğ., 2004). En geniş anlamıyla kültür, “bir toplumun tüm yaşam biçimi” olarak özetlenebilir (Köse ve diğ., 2001: 221).

Kültür tanımlarını incelediğimiz zaman, kültürün üst kuşaklardan miras olarak devralındığı, bu mirasın yaşandığı ve sonraki kuşaklara yine miras olarak devredildiği görülmektedir (Aktan ve diğ., 2007). Kültür, örgütün kötü günlere dayanmasına, iyi günlerde de fırsatları en iyi şekilde değerlendirmesine yardımcı olacak bir birlik ve güç kaynağıdır. Güçlü bir kültür insanların çoğu zaman nasıl davranacaklarını belirleyen gayri resmi kurallar sistemidir. (Acuner, 2010: 10).

Toplumların sahip olduğu kültür gibi, ortak amaçları gerçekleştirmek üzere bir çatı altında toplanmış insan toplulukları olan örgütlerin de kültürü vardır (Vural ve diğ., 2007). Örgüt kültürü, toplum kültürünün bir alt kültürüdür. Dolayısıyla örgüt kültürü, bir örgütün içinde yer alan bireylerin davranışlarını yönlendiren normlar, değerler, inançlar ile paylaşılan ortaklaşa anlamlar ve semboller bütünlüğü, alışkanlıklar sistemi olarak ifade edilir (Köse ve diğ.,

2001). Örgüt kültürü, zengin akademik geçmişi ve kuramsal bilgi birikimi ile literatürde her zaman önemli çalışma konusu olmuştur (Seymen, 2008).

Kültüre yönelik bu yoğun ilgiden eğitim örgütleri de payını almıştır. Birçok farklı örgütte olduğu gibi eğitim örgütlerinin kendilerine özgü özellikleri, uğraşı alanlarının doğrudan insan olması ve yoğun etkileşimlerin yaşanması, eğitim örgütlerinde de kültürel yapının incelenmesinin gerekliliğini artırmaktadır (Yılmaz ve diğ., 2005).

Akademik bir örgüt olarak üniversitelerin var oluş nedenleri eğitim, öğretim ve bilimsel araştırmalar yapmaktır. Bunları en iyi şekilde yerine getirmek güçlü ve iyi bir örgüt kültürüne sahip olmakla gerçekleşebilir. Üniversitelerde mevcut örgüt kültürünün ortaya konmasının, bu örgütlerin yaşantısına ışık tutarak kurumun amaçlarına ulaşmasında ve başarılı olmasında yol göstereceği düşünülmektedir (Bakan ve diğ., 2004: 117).

Her kültür, ortak sorunlara, etkileşimlere ve deneyimlere bağlı olarak, belirli ortak anlayışların geliştirildiği alt kültürlerden oluşmaktadır (Erdem ve diğ., 2001). Akademik örgütlerde alt kültür, öğrenci, yönetim, akademik ve idari personelin etkileşimi ile oluşmaktadır. Akademik örgütlerde akademik personelin ve öğrencilerin örgüt kültürüne ilişkin algılarının belirlenmesi, kültürün araştırma ve öğrenci yetiştirme süreçlerinin geliştirilmesindeki rolü nedeniyle önemlidir (Erdem ve diğ., 2001). Bu çalışma da lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemek amacıyla yapılmaktadır. Yükseköğretim kurumlarında öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemek için yapılmış araştırma sayısı sınırlıdır. Bu çalışma örgüt kültürünün zayıf ve güçlü yönlerini belirlemekte, mevcut durumun hangi şekilde geliştirilmesi gerektiği konusunda bilgi vermekte ve araştırmacılara kaynak oluşturmaktadır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde konu ile ilgili literatür taraması yapılmıştır. İkinci bölümde araştırmanın yöntemi, bulguları; son bölümde ise araştırmaya ilişkin sonuç ve öneriler sunulmuştur.

1. Örgüt Kültürü

Örgüt kültürü, pek çok uzman tarafından tanımlanmıştır. Schein (1990) örgüt kültürünü, "örgütün çevreyle uyumu ve içsel bütünleşme sorunlarının çözümü sürecinde bulunmuş, keşfedilmiş veya öğrenilmiş, işlevselliği nedeniyle dikkate alınan ve bu yüzden de grup üyelerine öğretilmesi gereken, doğru algılama, düşünme, duygu, ilişkiler, değerler ve temel varsayım kalıplarıdır." biçiminde tanımlamaktadır (Aydoğan, 2004: 5; Doğan, 2007: 104). Örgüt kültürü, bir örgütü oluşturan üyelerin paylaştıkları anahtar değerler, standartlar, normlar, inançlar ve anlayışlar topluluğudur. Örgüt kültürü, o örgütün çevrede

tanınmasını, değerini, toplumsal standartlarını, çevredeki diğer örgüt ve bireylerle ilişki biçimlerini ve düzeylerini de yansıtır. Bu fonksiyonu ile kültür, örgütü topluma bağlayan, onun toplum içindeki yerini, önemini ve hatta başarısını belirleyen, rekabet avantajı sağlayan en önemli araçlardan biridir (Eren, 1998).

Örgüt kültürü, aynı zamanda farklı toplumsal kültürlerden gelen, çeşitli istek, ihtiyaç ve beklentilere sahip insanların ortak bir amaçla bir kuruluşun çatısı altında birleşmesini sağlayan önemli birleştirici bir güçtür (Acuner, 2010: 1). Örgütler tarafından açıkça düzenlenmiş ve paylaşılmış temel değerler güçlü kültürü oluşturmaktadır (Vural, 2003: 49). Güçlü örgüt kültürüne sahip işletmelerde çalışanların kimlikleri örgütün kültürüyle bütünleşmiştir. Kültür öğeleri birbirine bağlı ve uygundur, herkes tarafından paylaşılmaktadır (Aydoğan, 2004). Böyle örgütte çalışanlarda motivasyon, bağlılık ve performans artışı görülmekte ve örgütten ayrılma oranları azalmakta, dolayısıyla örgütün performansı da artmaktadır (Aktan ve diğ., 2007; Erdem ve diğ., 2001).

Örgüt kültürünü oluşturan öğeler incelediğinde Schein (1984) tarafından yapılan sınıflandırmanın literatürde kabul gördüğü görülmektedir. Bu sınıflandırma örgüt kültürünün artefaktlar, değerler ve temel varsayımlardan oluşmaktadır (Bakan ve diğ., 2004; Yılmaz ve diğ., 2005). Artefaktlar; sembolleri, hikâyeleri, efsaneleri, ritüelleri, ödülleri ve seremonileri içeren kültürün gözle görülebilen (somut) yönüdür. Değerler; örgüt üyelerinin, olay, durum ve davranışları değerlendirmede, yargılamada benimsemiş oldukları ölçüt ve fikirlerdir. Temel varsayımlar; örgüt üyelerinin, çevreyle ilişkiler, insan ilişkileriyle ilgili olarak paylaştıkları temel inançlardır (Schein, 1984). Değerler ve temel varsayımlar kültürün gözle görülemeyen (soyut) yönünü oluşturmaktadır.

Örgüt kültürü çalışmalarında eğitim örgütleri kültürü, okul kültürü önemli yer teşkil etmektedir. Bireyin sosyalleşmesini sağlamak ve bireyde istenilen yönde bilgi, beceri ve tutum kazandırmak için okulun etkili bir örgütsel kültüre sahip olması gerekir (Terzi, 2000). Stolp'a göre (1996) güçlü gelenekleri, törenleri, ritüelleri ve sembolleri içeren ve derinden algılanan okul kültürü, öğrenci başarı ve motivasyonu ile öğretmenlerin verimlilik tatminlerini olumlu yönde etkilemektedir (Erdem ve diğ., 2001).

Akademik bir örgüt olan üniversiteler farklı kültürlere ait bireylerden meydana gelmektedir. Üniversitelerin ortak kültürünü oluşturan alt kültürler arasında en sıklıkla üzerinde durulan alt kültür grubu, öğretim elemanlarıdır (Bakan ve diğ., 2004; Gizir, 2007). Öğretim elemanlarının örgüt kültürüne yönelik olumlu algıları, motivasyonlarını ve performanslarını etkilemekte ve kurumun amaçlarına ulaşılmasında etkin rol oynamaktadır (Erdem ve diğ., 2001: 38). Üniversitelerde diğer önemli alt kültür grubu öğrencilerdir. Öğrenciler, çeşitli çevrelerden gelen farklı kültürlere ait bireylerdir ve zaman içinde

üniversitenin kültürel yapısından etkilemekte ve kimi zaman da bu kültürel yapıyı şekillendirmektedir (Güneş, 2011).

Akademik bir örgüt olan üniversitelerde öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemek üzere yapılmış sınırlı sayıda çalışma mevcuttur. Bu çalışmalar özet halinde aşağıda yer almaktadır.

Erdem ve İşbaşı (2001) tarafından yapılan çalışmanın amacı, Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. son sınıf öğrencilerinin örgütsel yaşama yönelik algılarını belirlemektir. Araştırma sonuçlarına göre öğrenciler, aidiyet, semboller ve öğretim üyeleri ile olan iletişim boyutunda olumlu algılara sahipken örgütsel yapı-işleyiş boyutunda daha çok olumsuz algılara sahip olduğu görülmektedir. En yüksek oranda olumlu cevaplar sırası ile fiziki mekânlar, törenler, öğretim üyelerinin insancıl yaklaşımı, öğretim üyelerinin iletişime açık olması, araştırma görevlilerinin ilgisi, İ.İ.B.F. öğrencisi olma ayrıcalığı ifadelerine aittir. Olumsuz ifadeler ise, bölümler arası uyumun olmadığı, diğer bölümlerin işleyişinin bilinmediği, derslerin verilmiş şeklinin beceri ve düşünceyi geliştirme özelliği olmadığı yönündeki ifadelerdir.

Yılmaz ve Oğuz'a (2005) ait çalışmanın amacı, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi son sınıf öğrencilerinin örgüt kültürüne ilişkin algılarını ortaya koymaktır. Araştırma sonucunda aidiyet, güç mesafesi ve iletişim boyutunda öğrencilerin olumlu algılarının olduğu; semboller ve örgütsel yapı boyutunda olumsuz algılarının olduğu tespit edilmiştir. En yüksek oranda olumlu algılamaları içeren ifadeler sırası ile diğer üniversitelerin aynı bölümündeki öğrenciler ile rekabette kendilerini şanslı gördükleri, fakültenin dışarıda olumlu bir imajı olduğu, araştırma görevlilerinin öğrencilere yardımcı olduğu, öğretim üyelerinin öğrencilere yaklaşımının insancıl olduğu ve Ankara Üniversitesi öğrencisi olmanın ayrıcalık olduğu ifadelerine aittir. Olumsuz algılamaları içeren ifadeler ise, fakültenin geçmişine ait hikâyelerin yeni öğrencilere aktarılmadığı, fiziki mekânların özgün olmadığı, uygulamalar açısından bölümler arasında uyum olmadığı, farklı sınıflardaki öğrenciler arasında iletişimin güçlü olmadığı ve yöneticilerin sorunları gidermede başarılı olamadığı ifadeleridir.

Köksal'a (2007) ait çalışmanın amacı ise örgüt kültürünün önemini vurgulamak ve öğrencilerin örgüt kültürüne yönelik algılarını belirlemektir. Balıkesir Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Necatibey Eğitim Fakültesi ve Fen Edebiyat Fakültesi son sınıf öğrencilerini kapsayan çalışmanın sonuçlarına göre öğrencilerin güç mesafesi ve iletişim boyutlarında olumlu algılamaya, örgütsel yapı-etkinlik ve semboller boyutlarında ise olumsuz algılara sahip oldukları belirlenmiştir.

Argon ve Kösterelioğlu'nun (2009) çalışmasının amacı eğitim fakültesi öğrencilerinin fakülte kültürü ve üniversite yaşam kalitesine ilişkin algılarını ve aralarındaki ilişkiyi belirlemektir. Araştırmanın verileri 2007-2008 Eğitim Öğretim

Yılında Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde öğrenim gören dördüncü sınıf öğrencilerinden elde edilmiştir. Araştırmada öğrencilerin fakülte kültürüne ilişkin algılarının olumlu olduğu, üniversite yaşam kalitesi açısından en kaliteli olarak algıladıkları boyutun "Karara katılım" boyutu olduğu, en düşük düzeyde algıladıkları boyutun ise "Gelecek" boyutu olduğu bulunmuştur.

Güneş'in (2011), çalışmasının amacı Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi dördüncü sınıf öğrencilerinin üniversite kültürü algı düzeylerini belirlemektir. Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin üniversite örgüt kültürüne ilişkin algı düzeylerinin orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Öğrenciler açıklık alt boyutu açısından genel olarak en olumsuz düşüncelere sahiptirler. Öğrenciler açıklık ve ödül sistemi alt boyutları dışındaki tüm alt boyutlarda orta düzeyde örgüt kültürü algısına sahiptirler. Orta düzeyde algılanan alt boyutlar arasında güç mesafesi alt boyutunun öğrenciler tarafından diğerlerine oranla daha olumlu olarak algılandığı söylenebilir. Genel olarak bakıldığında, demografik değişkenler açısından; örgüt kültürünün alt boyutlarından bazıları ile cinsiyet, yaş, bölüm ve derslere devamlılık arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmakla birlikte, öğrenci topluluklarına üyelik ile örgüt kültürünün alt boyutları arasında anlamlı bir farklılığın bulunmadığı görülmüştür.

Köker ve Alemdar (2013) çalışmalarında Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin okul kültürüne yönelik algılarının üniversite öğrenciliği boyunca değişim yönünü ortaya koymayı amaçlamışlardır. Bu nedenle 2009-2010 Eğitim Öğretim Yılında birinci sınıfta olan öğrencilerden, dört yıl boyunca aynı soru formu ile veri toplanmıştır. Araştırma sonucuna göre, güç mesafesi boyutu, tüm yılların ortalamaları incelendiğinde öğrencilerin en fazla pozitif görüş bildirdikleri kültürel boyuttur. Sırasıyla aidiyet ve iletişim ise tüm sınıflarda en pozitif algılanan kültürel boyutlardır. Bununla birlikte aidiyet algısına dair değerler her geçen yıl azalmıştır. Benzer şekilde iletişim boyutundaki olumlu yargı son sınıfa geldiğinde kararsıza dönüşmüştür.

Bu çalışmalardan da görüldüğü üzere literatürde turizm öğrencilerinin örgüt kültürü algılarını belirlemeye yönelik bir çalışma olmadığı tespit edilmiştir. Özellikle 40 yıllık bir geçmişi olan Balıkesir Turizm Fakültesi'nde (BTİOYO'da) bu çalışmanın yapılması bu nedenle anlamlıdır.

2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın temel amacı, lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemektir. Ayrıca öğrencilerin örgüt kültürü algılarının demografik değişkenlere göre fark edip etmediği belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın evrenini 2013-2014 Eğitim Öğretim Yılında Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi 3 ve 4. sınıf öğrencileri (toplamda 557 öğrenci) oluşturmaktadır. Bunun sebebi, 3. ve 4. sınıf öğrencilerin, kurumdaki örgüt kültürünü algılamak için gerekli olan azami süreyi okulda geçirmiş olmalarıdır.

Araştırmaya, fakültede dört yıldan fazla eğitim gören öğrenciler dâhil edilmemiştir. Bunun sebebi de bu öğrencilerin fakülteye karşı olumsuz yargılarının yüksek olması ihtimalidir.

Araştırmanın örneklem grubu ana kütlein üzerinden seçilmiş olup, ana kütlei temsil gücüne sahip örneklem gruplarından her birine anket uygulanarak araştırma için gerekli olan veriler elde edilmeye çalışılmıştır. Sağlıklı veri elde edilen anket sayısı 316'dır. Anket uygulanması 2014'ün Mayıs- Haziran aylarında gerçekleştirilmiştir. Araştırmada öğrencilerin örgüt kültürü algıları belirlemek için Erdem ve İşbaşı (2001), Yılmaz ve Oğuz'un (2005) çalışmalarından faydalanılmıştır.

Verilerin analizinde SPSS 19.0 programı kullanılmıştır. Anket iki bölümden oluşmakta; birinci bölümde demografik özelliklere yönelik sorular, ikinci bölümde öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemek için oluşturulan ifadeler yer almaktadır. Bu ifadelerin değerlendirilmesinde "5'li Likert Ölçeği" kullanılmıştır (5:Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3: Kararsızım, 2: Katılmıyorum, 1:Kesinlikle katılmıyorum). Demografik değişkenlere ilişkin verilerin yorumlanmasında frekans ve yüzde analizinden yararlanılmıştır. Öğrencilerin örgüt kültürü algılarının hangi boyutlardan oluştuğunu belirleyebilmek amacı ile ifadeler faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizinden elde edilen boyutların demografik özellikleri itibari ile farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacı ile bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Araştırma kapsamına alınan, Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi, 1438 sayılı Kanun'a göre 1975 yılında Bursa İktisadi ve İdari Bilimler Akademisine bağlı olarak Balıkesir İşletmecilik ve Turizm Yüksekokulu adıyla kurulmuştur. 1982 yılına kadar İşletmecilik ve Turizm bölümlerinde öğretim yapılmıştır. 2547 sayılı Kanun ile Yüksekokul, ad ve statü değiştirerek Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu adını almıştır. 1992 yılında ise Yüksekokul, 3837 sayılı Kanun'la Balıkesir Üniversitesine bağlı olarak Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu adını almıştır. 25 Nisan 2013 tarihinde Resmi Gazete'de yer alan 2013/ 4559 sayılı kararla Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi olmuştur. Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi, turizm öğretiminde 40 yılı bulan köklü geçmişi, çağdaş eğitim ortamı, güçlü akademik kadrosuyla Türkiye'de turizm eğitim ve öğretimi ile özdeşleşmiştir (Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Tarihçesi).

3. Araştırmanın Bulguları

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik ve sektöre ilişkin özelliklerinin dağılımı tablo 1'de verilmiştir. Öğrencilerin % 53.8'inin erkek, % 67.1'i 22 ve 24 yaşları arasındadır. % 36.4'ü okuduğu bölümü ilk dört tercih

arasında, %34.8'i ise beşinci ve dokuzuncu tercih etmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin % 42.7'si Seyahat İşletmeciliği, % 41.8'i Konaklama İşletmeciliği bölümünde okumaktadır. Katılımcılar, üniversiteye gelmeden önce eğitim alma durumlarını % 65.5 oranında hayır olarak belirtmiştir. Öğrencilerin % 74.4'ünün okuduğu bölümü isteyerek seçmesi, %56'sının turizm sektöründe çalışmak istemesi dikkate değer bir sonuçtur.

Tablo1: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik Bulguları

Demografik Değişkenler		Frekans	% Oranı
Cinsiyet	Kız	146	46.2
	Erkek	170	53.8
Yaş	18-21	64	20.3
	22-24	212	67.1
	25-27	35	11.1
	27 yaş ve üzeri	5	1.6
Okuduğu bölümün kaçınıcı tercihi olduğu	1-4	115	36.4
	5-9	110	34.8
	10-14	41	13.0
	15-19	50	15.8
Okuduğu bölüm	Konaklama İşletmeciliği	132	41.8
	Seyahat İşletmeciliği	135	42.7
	Turist Rehberliği	49	15.5
Okuduğu sınıf	3.sınıf	139	44.0
	4. sınıf	177	56.0
Üniversiteye gelmeden önce turizm eğitimi alma durumu	Evet	109	34.5
	Hayır	207	65.5
Okuduğum bölümü isteyerek seçtim.	Evet	235	74.4
	Hayır	81	25.6
Turizm sektöründe çalışmak istiyorum.	Evet	177	56.0
	Hayır	139	44.0

Araştırmaya katılan öğrencilerin örgüt kültürü algılarının dağılımına ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 2'de verilmiştir. Öğrencilerin "Okulda, açılış, kapanış, turizm haftası gibi günlerde törenlere önem verilir.", "Öğrenciliğim sona erse bile, kendimi Turizm Fakülteli (BTİÖYO'lu) olarak göreceğim.", "Okulun geçmişine ilişkin anılar, öyküler,

olaylar eski öğrenciler tarafından yenilere aktarılır.”, “Bu üniversitede Turizm Fakültesi öğrencisi olmak bir ayrıcalıktır.” ifadelerine yüksek oranda katıldıkları yani olumlu algıları olduğu görülmektedir. Öğrencilerin “Okulumuzda uygulamalar açısından bölümler arasında yüksek uyum vardır.”, “Fakülte, aile, toplum ve iş dünyasındaki beklentileri karşılamaktadır.”, “Okulun fiziki mekânları diğer fakültelere göre farklı ve özgündür.”, “Öğretim üyeleri hatalara karşı toleranslı davranırlar.” ifadelerinde kararsız kaldıkları ortaya çıkmıştır.

Tablo 2: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Örgüt Kültürü Algılarının Dağılımı

İfadeler	\bar{X}	ss
1.Okulumuzda uygulamalar açısından bölümler arasında yüksek uyum vardır.	3.56	0.94
2.Okulun yöneticileri sorunların giderilmesinde başarılıdır.	3.64	0.79
3.Okulun yöneticileri dışarıdan gelen etki ve baskılara karşı fakülteyi korur.	3.92	0.80
4.Öğretim üyeleri iletişime her zaman açıktır.	3.94	0.80
5.Okulun eğitime yönelik hedefleri konusunda bilgi sahibiyiz.	3.69	0.80
6.Farklı sınıflardaki öğrenciler arasındaki iletişim güçlüdür.	3.68	0.82
7.Öğretim üyelerinin öğrencilere yaklaşımı insancıldır.	3.85	0.78
8.Okulda sosyal, kültürel, sportif faaliyetler desteklenir.	3.94	0.82
9.Derslerin verilmiş şekli bilgi aktarmaktan çok düşünce ve beceri geliştirici niteliktedir.	3.45	0.84
10.Okulun dışarıda (kampusta, kentte) olumlu bir imajı vardır.	3.90	0.84
11.Okulun öğretim elemanları kendi aralarında işbirliği ve dayanışma içindedirler.	3.92	0.79
12.Okul yönetimi öğrencileri, yönetmeliklere ve uygulamalara yönelik olarak zamanında ve doğru bilgilendirir.	3.74	0.85
13.Öğretim üyeleri hatalara karşı toleranslı davranırlar.	3.63	0.77
14.Öğrenciler hocalarını farklı sorunlarını iletcek kadar yakın görürler.	3.75	0.79
15.Öğrenciler, okuldaki uygulamalara yönelik sorunlarını veya düşüncelerini yöneticilere yeterli düzeyde aktarabilirler.	3.69	0.78
16.Öğretim elemanları fakülte ile özdeşdir.	3.82	0.77

17.Okula yeni gelen öğrencilerle eski öğrenciler çabuk kaynaşırlar.	3.84	0.80
18.Bu üniversitede Turizm Fakültesi öğrencisi olmak bir ayrıcalıktır.	4.00	0.91
19.Okulun araştırma görevlileri öğrencilere içtenlikle yardımcı olurlar.	3.85	0.80
20.İdari personel öğrencilerin taleplerini karşılamada olumlu bir tutum içindedirler.	3.83	0.84
21.Okulda öğrenci-hoca-personel arasında işbirliği ve dayanışma vardır.	3.89	0.79
22.Üniversite çağına gelen yakınlarıma bu fakülteyi tercih etmelerini öneririm.	3.75	0.82
23.Fakülte, aile, toplum ve iş dünyasındaki beklentileri karşılamaktadır	3.59	0.82
24.Öğrenciliğim sona erse bile, kendimi Turizm Fakülteli (BTİOYO'lu) olarak göreceğim.	4.06	0.85
25.Okulun fiziki mekânları diğer fakültelere göre farklı ve özgündür.	3.60	1.02
26.Okulda, açılış, kapanış, turizm haftası gibi günlerde törenlere önem verilir.	4.31	0.70
27.Okulun geçmişine ilişkin anılar, öyküler, olaylar eski öğrenciler tarafından yenilere aktarılır.	4.06	0.74
28.Diğer üniversitelerin turizm fakültelerinin aynı bölümündeki öğrenciler ile rekabette kendimi şanslı görüyorum.	3.99	0.84

(5:Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3: Kararsızım, 2: Katılmıyorum, 1:Kesinlikle katılmıyorum)

Tablo 3, her bir faktördeki maddelerin yüklenme değerini, her bir faktörün öz değerini ve açıkladığı varyansı ve faktörlerin güvenirlik (iç tutarlılık) değerlerini göstermektedir.

Toplanan veriler üzerinde temel bileşenler yöntemi ve varimax dönüştürmesine göre faktör analizi yapılarak turizm eğitimi alan öğrencilerin örgüt kültürü algılarının boyutları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Öğrencilerin örgüt kültürü algılarını ölçen 28 madde ile yapılan ilk faktör analizinde, 7 faktör elde edilmiştir. Ancak bu 7 faktör için yapılan içerik analizi sonucunda düşük yüklenme değerine (<.40) sahip 4 madde (3. -10. -14. -20. maddeler) bir sonraki faktör analizine dahil edilmemiştir. Kalan 24 maddenin faktör analizine tabi tutulması sonucunda yüklenme değeri .40'nin ve özdeğeri 1'in üzerinde toplam varyansın yaklaşık %53.512'sini açıklayan 5 faktör elde edilmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği, .901 (p<.000), verinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Verinin analizinde en yüksek varyansı açıklayan (%13.346) Faktör 1 (Aidiyet ve etkinlik), 5 maddenin bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Bu maddeler, "Okulda, açılış, kapanış, turizm haftası gibi günlerde törenlere önem verilir."

“Öğrenciliğim sona erse bile, kendimi Turizm Fakültesi (BTİÖYO’lu) olarak göreceğim.”, “Diğer üniversitelerin turizm fakültelerinin aynı bölümündeki öğrenciler ile rekabette kendimi şanslı görüyorum.”, “Okulun geçmişine ilişkin anılar, öyküler, olaylar eski öğrenciler tarafından yenilere aktarılır.”, “Bu üniversitede Turizm Fakültesi öğrencisi olmak bir ayrıcalıktır.” maddelerinden bir araya gelmiştir. Bu maddeler aidiyet ve etkinlik olarak isimlendirilmiştir. Faktör 2 (Örgütsel yapı) varyansın %11.297’sini açıklamakta ve 6 maddeden oluşmuştur. Bu maddeler, “Okulumuzda uygulamalar açısından bölümler arasında yüksek uyum vardır.”, “Derslerin verilmiş şekli bilgi aktarmaktan çok düşünce ve beceri geliştirici niteliktedir.”, “Üniversite çağına gelen yakınlarıma bu fakülteyi tercih etmelerini öneririm.”, “Fakülte, aile, toplum ve iş dünyasındaki beklentileri karşılamaktadır.”, “Okulun yöneticileri sorunların giderilmesinde başarılıdır.”, “Okulun eğitime yönelik hedefleri konusunda bilgi sahibiyiz.” maddelerinden oluşmuştur.

Faktör 3 (Güç mesafesi) varyansın % 10.175’ini açıklamakta ve 4 maddeden oluşmaktadır. Bu maddeler, “Öğretim üyelerinin öğrencilere yaklaşımı insancıldır.”, “Öğretim üyeleri iletişime her zaman açıktır.”, “Öğretim üyeleri hatalara karşı toleranslı davranırlar.”, “Öğrenciler, okuldaki uygulamalara yönelik sorunlarını veya düşüncelerini yöneticilere yeterli düzeyde aktarabilirler.” ifadelerinden oluşmaktadır ve güç mesafesi olarak isimlendirilmiştir. Faktör 4 (İş birliği) varyansın % 10.087’sini açıklamakta ve 4 maddeden oluşmaktadır. Bu maddeler, “Okulda öğrenci-hoca-personel arasında iş birliği ve dayanışma vardır.”, “Okulun öğretim elemanları kendi aralarında iş birliği ve dayanışma içindedirler.”, “Okul yönetimi öğrencileri, yönetmeliklere ve uygulamalara yönelik olarak zamanında ve doğru bilgilendirir.”, “Öğretim elemanları fakülte ile özdeşdir.” maddelerinin bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Faktör 5 (İletişim) varyansın % 8.606’ını açıklamakta 5 maddeden oluşmaktadır. Bu faktör öğrencilerin farklı sınıflarla, eski öğrencilerle iletişimini içermekle birlikte “Okulda sosyal, kültürel, sportif faaliyetler desteklenir.”, “Okulun fiziki mekânları diğer fakültelere göre farklı ve özgündür.” maddeleri de bu faktöre yüklenmiştir.

Ölçeğin güvenilirlik çalışması için “Cronbach Alpha” iç tutarlık katsayıları hesaplanmıştır. Toplam 24 maddeden oluşan ölçeğin iç tutarlılık/güvenirlik katsayısı $\alpha=0.900$ olarak bulunmuştur. Faktörlerin güvenilirlik katsayıları .667 ve .814 arasında olduğu Tablo 3’de görülmektedir. Ankette yer alan ifadeler için elde edilen Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısının istatistiksel anlamda yeterli düzeyde olduğu anlaşılmakta ve ölçeğinin tutarlı ve güvenilir bir ölçek olduğu görülmektedir (Ural ve diğ., 2005: 258).

Tablo 3: Öğrencilerin Örgüt Kültürü Algısı Faktör Analizi

Faktörler	Faktör yükleri	Özdeğer	Açıklanan varyans	Cronbach Alpha
Faktör 1: Aidiyet/ etkinlik ($\bar{x} = 4.08$)		7.476	13.346	.814
26.Okulda, açılış, kapanış, turizm haftası gibi günlerde törenlere önem verilir.	.742			
24.Öğrenciliğim sona erse bile, kendimi Turizm Fakültesi (BTİOYO'lu) olarak göreceğim.	.724			
28.Diğer üniversitelerin turizm fakültelerinin aynı bölümündeki öğrenciler ile rekabette kendimi şanslı görüyorum.	.701			
27.Okulun geçmişine ilişkin anılar, öyküler, olaylar eski öğrenciler tarafından yenilere aktarılır.	.671			
18.Bu üniversitede Turizm Fakültesi öğrencisi olmak bir ayrıcalıktır.	.604			
Faktör 2: Örgütsel yapı ($\bar{x} = 3.61$)		1.671	11.297	.717
1.Okulumuzda uygulamalar açısından bölümler arasında yüksek uyum vardır.	.675			
9.Derslerin verilmiş şekli bilgi aktarmaktan çok düşünce ve beceri geliştirici niteliktedir.	.566			
22.Üniversite çağına gelen yakınlarıma bu fakülteyi tercih etmelerini öneririm.	.560			
23.Fakülte, aile, toplum ve iş dünyasındaki beklentileri karşılamaktadır	.495			
2.Okulun yöneticileri sorunların giderilmesinde başarılıdır.	.469			
5.Okulun eğitime yönelik hedefleri konusunda bilgi sahibiyiz.	.448			
Faktör 3: Güç Mesafesi ($\bar{x} = 3.78$)		1.446	10.175	.727
7.Öğretim üyelerinin öğrencilere yaklaşımı insancıldır.	.675			
4.Öğretim üyeleri iletişime her zaman açıktır.	.619			
13.Öğretim üyeleri hatalara karşı toleranslı davranırlar.	.566			
15.Öğrenciler, okuldaki uygulamalara yönelik sorunlarını veya düşüncelerini yöneticilere yeterli düzeyde aktarabilirler.	.440			
Faktör 4: İş birliği ($\bar{x} = 3.84$)		1.177	10.087	.714
21.Okulda öğrenci-hoca-personel arasında işbirliği ve dayanışma vardır.				

11.Okulun öğretim elemanları kendi aralarında işbirliği ve dayanışma içindedirler.				
12.Okul yönetimi öğrencileri, yönetmeliklere ve uygulamalara yönelik olarak zamanında ve doğru bilgilendirir.				
16.Öğretim elemanları fakülte ile özdeştir.				
Faktör 5: İletişim/ ilişki ($\bar{X} = 3.78$)		1.074	8.606	.667
8.Okulda sosyal, kültürel, sportif faaliyetler desteklenir.				
6.Farklı sınıflardaki öğrenciler arasındaki iletişim güçlüdür.				
17.Okula yeni gelen öğrencilerle eski öğrenciler çabuk kaynaşırlar.				
25.Okulun fiziki mekânları diğer fakültelere göre farklı ve özgündür.				
19.Okulun araştırma görevlileri öğrencilere içtenlikle yardımcı olurlar.				
Açıklanan toplam varyans			% 53,512	

Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği= ,901, Bartlett 's Test of Sphericity: $p < .000$ (Chi-Square 2522.273, $df=276$). Ölçeğin tamamı için Cronbach alpha : ,900.

Yanıt Kategorileri: 5: Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3: Kararsızım, 2: Katılmıyorum, 1:Kesinlikle katılmıyorum.

Öğrencilerin örgüt kültürü algılarında cinsiyet ve yaş değişkenlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Okuduğu sınıf değişkeni açısından öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemeye yönelik anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. Test sonuçları Tablo 4'te verilmiştir. Tablo 4'e göre örgütsel yapı ve güç mesafesi boyutlarında 3 ve 4. sınıflar arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu bulgulara göre 3. Sınıflar 4. Sınıflara göre örgütsel yapı boyutu ifadelerini ve benzer şekilde güç mesafesi boyutu ifadelerini 3. Sınıfların 4. Sınıflara göre daha olumlu algıladıkları ortalamalardan görülmektedir.

Tablo 4: Öğrencilerin Okuduğu Sınıf Değişkeni Açısından Örgüt Kültürü Algılarını Belirlemeye Yönelik Bağımsız Örneklem t-Testi

	No	Sınıf	N	\bar{X}	ss	t-değeri	df	Sig.
Aidiyet/ Etkinlik	1	3. sınıf	139	4.10	.59	.345	314	.730
	2	4. sınıf	177	4.07	.63			
Örgütsel Yapı	1	3. sınıf	139	3.72	.46	2.991	314	.003*
	2	4. sınıf	177	3.53	.58			
Güç Mesafesi	1	3. sınıf	139	3.88	.54	2.731	314	.007*
	2	4. sınıf	177	3.70	.60			
İşbirliği	1	3. sınıf	139	3.86	.56	.612	314	.541
	2	4. sınıf	177	3.82	.57			
İletişim/İlişki	1	3. sınıf	139	3.80	.59	.549	314	.583
	2	4. sınıf	177	3.77	.54			

*p<.05

Okudukları bölümü isteyerek tercih etme değişkeni açısından öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemeye yönelik bakış açılarına yönelik anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. Test sonuçları Tablo 5'te verilmiştir. Tablo 5'te görüldüğü gibi öğrencilerin okudukları bölümü isteyerek tercih etme değişkeni açısından örgütsel yapı ve güç mesafesi boyutlarında anlamlı farklılık bulunamazken aidiyet/etkinlik, iş birliği ve iletişim boyutlarında okudukları bölümü isteyerek tercih edenlerle etmeyen öğrenciler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Aidiyet/etkinlik boyutunda okudukları bölümü isteyerek tercih edenlerin ortalamaları istemeden tercih edenlere göre daha yüksektir. İş birliği boyutunda okudukları bölümü isteyerek tercih edenlerin ortalamaları istemeden tercih edenlere göre daha yüksektir. Benzer şekilde iletişim boyutunda da okudukları bölümü isteyerek tercih edenlerin ortalamaları istemeden tercih edenlere göre daha yüksektir. Bu bulgulara göre okudukları bölümü isteyerek tercih eden öğrenciler, istemeden tercih edenlere göre aidiyet/etkinlik, iş birliği ve iletişim boyutlarını daha olumlu algılamaktadırlar.

Tablo 5: Öğrencilerin Okudukları Bölümü İsteyerek Tercih Etme Durumları Açısından Örgüt Kültürü Algılarını Belirlemeye Yönelik Bağımsız Örneklem t-Testi

	No	Seçenek.	N	\bar{X}	ss	t-değeri	df	Sig.
Aidiyet/ etkinlik	1	Evet	235	4.13	.60	2.394	314	0.17*
	2	Hayır	81	3.94	.63			
Örgütsel Yapı	1	Evet	235	3.63	.51	.830	314	.445
	2	Hayır	81	3.57	.60			
Güç Mesafesi	1	Evet	235	3.81	.56	1.485	314	.139
	2	Hayır	81	3.70	.63			
İş birliği	1	Evet	235	3.88	.55	2.230	314	.026*
	2	Hayır	81	3.72	.59			
İletişim/İlişki	1	Evet	235	3.82	.54	2.130	314	.034*
	2	Hayır	81	3.67	.61			

*p<.05

Sektörde çalışma durumları değişkeni açısından öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemeye yönelik anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için yapılan bağımsız örneklem t testi sonuçları Tablo 6'da verilmiştir. Tablo 6'ya göre tüm boyutlarda anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Aidiyet/etkinlik boyutunda sektörde çalışmak isteyen öğrencilerin ortalamaları çalışmak istemeyenlere göre daha yüksektir. Örgütsel yapı, güç mesafesi, iş birliği ve iletişim boyutlarında da sektörde çalışmak isteyen öğrencilerin ortalamaları çalışmak istemeyenlere göre daha yüksektir. Dolayısıyla sektörde çalışmak isteyen öğrencilerin, çalışmak istemeyenlere göre aidiyet/etkinlik, örgütsel yapı, güç mesafesi, iş birliği ve iletişim boyutlarındaki ifadeleri daha olumlu algıladıkları görülmektedir.

Tablo 6: Öğrencilerin Sektörde Çalışma Durumları Açısından Örgüt Kültürü Algılarını Belirlemeye Yönelik Bağımsız Örneklem t-Testi

	No	Seçenek.	N	\bar{X}	ss	t-değeri	df	Sig.
Aidiyet/ Etkinlik	1	Evet	177	4.17	.57	2.883	314	.004*
	2	Hayır	139	3.97	.64			
Örgütsel Yapı	1	Evet	177	3.72	.51	3.868	314	.000*
	2	Hayır	139	3.48	.54			
Güç Mesafesi	1	Evet	177	3.89	.55	3.907	314	.000*
	2	Hayır	139	3.64	.58			
İş birliği	1	Evet	177	3.92	.53	2.843	314	.005*
	2	Hayır	139	3.74	.59			
İletişim/İlişki	1	Evet	177	3.85	.52	2.568	314	.011*
	2	Hayır	139	3.69	.59			

*p<.05

Öğrencilerin okuduğu bölüm değişkeni açısından öğrencilerin örgüt kültürü algılarını belirlemeye yönelik anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. Test sonuçları tablo 7'de

verilmiştir. Test sonuçlarına göre öğrencilerin okuduğu bölüm değişkeni açısından aidiyet/etkinlik, örgütsel yapı, güç mesafesi ve iş birliği boyutlarında anlamlı farklılıklar vardır. Turizm Rehberliğinde okuyan öğrencilerin Konaklama ve Seyahat işletmeciliğinde okuyanlara göre aidiyet/ etkinlik boyutunu daha olumlu algıladıkları görülmektedir. Benzer şekilde Turizm Rehberliği bölümünde okuyan öğrenciler Konaklama ve Seyahat İşletmeciliği bölümünde okuyan öğrencilere göre örgütsel yapı boyutu ifadelerini daha olumlu algıladıkları görülmektedir. Güç mesafesi boyutu ifadelerine ise Turizm Rehberliği bölümünde okuyan öğrencilerin Seyahat İşletmeciliği bölümünde okuyan öğrencilere kıyasla daha olumlu algıladıkları görülmektedir. Son olarak iş birliği boyutu ifadelerine Konaklama İşletmeciliği bölümünde okuyan öğrencilerin seyahat bölümü öğrencilerine kıyasla daha olumlu algıladıkları görülmektedir.

Tablo 7: Öğrencilerin Okuduğu Bölüm Değişkeni Açısından Fakülte Algılarını Belirlemeye İlişkin Anova Analizi Sonuçları

	No	Bölüm	N	\bar{X}	ss	F	Sig.	Farklılık
Aidiyet/ Etkinlik	1	Konak. İş.	132	4.08	.58	4.096	.018*	1,2< 3
	2	Seyahat İş.	135	4.01	.64			
	3	Turizm Reh.	49	4.30	.57			
Örgütsel Yapı	1	Konak. İş.	132	3.67	.52	3.397	.035*	1> 2 2< 3
	2	Seyahat İş.	135	3.52	.57			
	3	Turizm Reh.	49	3.71	.45			
Güç Mesafesi	1	Konak. İş.	132	3.80	.53	4.785	.009*	2< 3
	2	Seyahat İş.	135	3.68	.62			
	3	Turizm Reh.	49	3.97	.54			
İş birliği	1	Konak. İş.	132	3.91	.54	3.158	.044*	1> 2
	2	Seyahat İş.	135	3.75	.58			
	3	Turizm Reh.	49	3.91	.56			
İletişim/ İlişki	1	Konak. İş.	132	3.84	.55	2.274	.105	
	2	Seyahat İş.	135	3.70	.56			
	3	Turizm Reh.	49	3.83	.57			

*p<.05

Fakülte kültürü boyutlarını temsil eden alt boyutlar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için Korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 8'de ankete katılan öğrencilerin korelasyon değerleri incelendiğinde, bütün alt boyutlar arasında anlamlı pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Başka bir söyleyişle alt boyutlar arasında güçlü bir ilişki söz konusudur. En yüksek

korelasyonun güç mesafesi ve örgütsel yapı boyutları ($r = .596, p < .01$) arasında ikinci en yüksek korelasyonun ise güç mesafesi ve işbirliği boyutları ($r = .587, p < .01$) arasında olduğu görülmüştür. Tablo 8'e göre en yüksek ortalamaya sahip boyutun aidiyet/etkinlik boyutu ikinci sırada ise işbirliği boyutu olduğu görülmektedir.

Tablo 8: Korelasyon Değerleri

Değişkenler	\bar{X}		1	2	3	4	5
1.Aidiyet/etki.	4.08	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	1				
2.Örgüt. yapı	3.61	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,524** ,000	1			
3.Güç mesaf.	3.78	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,540** ,000	,596** ,000	1		
4.İşbirliği	3.84	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,481** ,000	,501** ,000	,587** ,000	1	
5.İletişim/İlişki	3.78	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,494** ,000	,518** ,000	,577** ,000	,490** ,000	1

(**) Korelasyon 0.01düzeyinde çift taraflı öneme sahiptir

4. Sonuç ve Öneriler

Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin, örgüt kültürü algılarını belirlemeyi amaçlayan bu çalışmanın sonuçlarına göre öğrencilerin örgüt kültürü algılarının genel olarak olumlu olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin en olumlu algıladıkları ifadeler şunlardır: “Okulda, açılış, kapanış, turizm haftası gibi günlerde törenlere önem verilir.”, “Öğrenciliğim sona erse bile, kendimi Turizm Fakülteli (BTİÖYO’lu) olarak göreceğim.”, “Okulun geçmişine ilişkin anılar, öyküler, olaylar eski öğrenciler tarafından yenilere aktarılır.”, “Bu üniversitede Turizm Fakültesi öğrencisi olmak bir ayrıcalıktır.”. Bu sonuçlardan öğrencilerin okul kimliğini benimseyip kabullendikleri anlaşılmaktadır. Yılmaz ve Oğuz (2005), Argon ve Kösterelioğlu’da (2009) farklı fakülteler bu konuda yaptıkları araştırmalarda da benzer sonuçlara ulaşmışlardır. Lisans düzeyinde turizm eğitimi veren kurumlar arasında BTİÖYO’nun başarılı bir kurum kimliğine sahip olmasında öğretim elemanlarının, öğrencilerin, çalışanların ve sektör temsilcilerinin önemli rolü olmakla birlikte köklü bir geçmişe sahip olan BTİÖYO’dan mezun olan öğrenciler tarafından BTİÖYO Mezunlar Derneği’nin kurulması ve bu derneğe okul yönetiminin destek vermesi mezun öğrenciler ve mevcut öğrenciler arasında bir bağ oluşturması örgüt kültürünü güçlendirmiştir (Geyik, 2014; Türkmen ve diğ., 2014). Okulun geçmişine ilişkin anıların,

öykülerin, olayların eski öğrenciler tarafından yenilere aktarılması örgüt kültürünün gözle görülen somut yönünün (artifaktlar) güçlü olduğunu göstermektedir. Ayrıca öğrenciler okulun geçmişine ilişkin anılarını, öykülerini duyarak, örgütün değerlerini öğrenmekte ve bu şekilde öğrenilen değerler daha çabuk öğrenilmektedir (Özkalp ve diğ., 2001). Hikayeler, törenler değerler ve simgelerle yaratılan örgüt kültürü ne kadar benimsenmiş ise o kadar güçlü olurken, bunlara sahip olmayan örgüt kültürleri de o kadar zayıf olmaktadır (Vural, 2003). Bu sonuçlardan BTİÖYO'nun güçlü bir örgüt kültürüne sahip olduğunu söyleyebiliriz.

Araştırmaya katılan öğrencilerin “Okulumuzda uygulamalar açısından bölümler arasında yüksek uyum vardır.”, “Fakülte, aile, toplum ve iş dünyasındaki beklentileri karşılamaktadır.”, “Okulun fiziki mekânları diğer fakültelere göre farklı ve özgündür.”, “Öğretim üyeleri hatalara karşı toleranslı davranırlar.” ifadelerinde kararsız oldukları görülmektedir. Yılmaz ve Oğuz (2005), Argon ve Kösterelioğlu'nun (2009) çalışmalarında da öğrencilerin bu konularda kararsız kaldıkları görülmektedir. Bu sonuçlara göre bölümler arasında uyumun artırılması, Fakültenin toplum ve iş dünyasının beklentilerini daha fazla karşılaması ve öğretim üyelerinin hatalara karşı daha toleranslı olmaları önerilebilir.

Bu çalışmada öğrencilerin örgüt kültürü algılarının aidiyet/etkinlik, örgütsel yapı, güç mesafesi, iş birliği, iletişim boyutlarından oluştuğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin en fazla olumlu algılarının olduğu boyut aidiyet/etkinlik boyutudur. Bu sonuç Güneş'in (2011) çalışmasıyla benzerlik teşkil etmektedir. Okul kültürünün bir bileşeni olarak öğrencilerin kendilerini kurumlarına ait hissetmeleri, örgüt kültürünün gelecek kuşaklara aktarılmasında etkili olacaktır. Aynı zamanda aidiyet duygusu öğrencinin akademik başarısı üzerinde önemli rol oynayabilir (Köker ve diğ., 2013). İş birliği, iletişim boyutları da öğrenciler tarafından olumlu algılanmaktadır. İş birliği ve iletişim, bir örgütün var olma nedeni olan amaçlarının gerçekleştirilmesinde etkili olması nedeniyle örgütün başarısında önemlidir (Gizir, 2007). Örgütsel yapı boyutunda öğrencilerin kararsız kaldıkları görülmektedir. Bu sonuç Argon ve Kösterelioğlu'nun (2009) çalışmalarıyla benzerlik teşkil etmektedir. Erdem ve İşbaşı (2001), Yılmaz ve Oğuz (2005), Köksal'ın (2007) çalışmalarında örgütsel yapı boyutunun öğrenciler tarafından daha olumsuz algılandığı belirlenmiştir. Örgütsel yapı boyutuna yönelik ifadelerde öğrencilerin kararsız kalmalarının nedenleri ortaya koyularak düzeltici öneriler getirilmelidir.

Öğrencilerin örgüt kültürü algılarında, okudukları sınıf, okudukları bölüm, okudukları bölümü isteyerek tercih etme ve sektörde çalışma durumları açısından anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Okudukları bölümü isteyerek tercih eden öğrenciler, istemeden tercih edenlere göre aidiyet/etkinlik, iş birliği ve iletişim boyutlarını daha olumlu algıladıkları; sektörde çalışmak isteyen

öğrencilerin ise sektörde çalışmak istemeyenlere göre örgüt kültürünün tüm boyutlarını daha olumlu algıladıkları dikkate değer sonuçlardır.

Fakülte kültürü boyutlarını temsil eden alt boyutlar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için yapılan Korelasyon analizi sonucunda bütün alt boyutlar arasında anlamlı pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışma Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencileri üzerinde uygulanmıştır. İleride yapılacak olan çalışmalarda farklı eğitim kurumları ve farklı kitleler örneklem alanı seçilerek kıyaslamalar yapılabilir. Ayrıca akademik örgütlerde alt kültür grubu olan öğretim elemanlarının da örgüt kültürü algılarını belirlemeye yönelik çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

ACUNER, Şebnem Akın (2010), Örgüt Kültürünü Oluşturan Unsurların Çalışanlar Üzerindeki Motivasyonel Etkileri, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, No:713, Ankara.

ARGON, Türkan ve Meltem A. Kösterelioğlu (2009), Üniversite Öğrencilerinin Üniversite Yaşam Kalitesi Ve Fakülte Kültürüne İlişkin Algıları. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi Güz, 8 (30), 43-61.

AYDOĞAN, Z. Ferhan (2004), Örgüt Kültürü Ve İklimi, Gazi Üniversitesi Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2, 203-215.

AKTAN, Çoşkun Can ve Hasan Tutar (2007), Bir Sosyal Sabit Sermaye Olarak Kültür, Pazarlama İletişim Kültürü Dergisi, 5-12.

BAKAN, İsmail, , Tuba Büyükbeşe ve H. Çetin Bedestenci (2004), Örgüt Sırlarının Çözümünde Örgüt Kültürü: Teorik Ve Ampirik Yaklaşım. Aktüel Yayınları, İstanbul.

BALCI, Ali (2003), Eğitim Örgütlerine Yeni Bakış Açıları: Kuram-Araştırma İlişkisi II. Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 9 (33), 26-61.

BALCI, Ali (2000). Örgütsel Gelişme Kuram ve Uygulama, Pegem Yayıncılık, Ankara.

ERDEM, Ferda ve, Janset Özen İşbaşı (2001), Eğitim Kurumlarında Örgüt Kültürü Ve Öğrenci Alt Kültürünün Algılamaları. Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi. (1), 33-57.

EREN, Erol (1998), Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

DOĞAN, Binali (2007), Örgüt Kültürü, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

GEYİK, Seher (2014), Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nun Kurumsal Tarihi. III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, 04-05 Nisan 2014, Kuşadası, 887-901.

GİZİR, Sıdıka.(2007) . Üniversitelerde Örgüt Kültürü Ve Örgüt-İç İletişim Üzerine Bir Derleme Çalışması, Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 50, 247-268.

GÜNEŞ, Harika (2011), Öğrencilerin Üniversite Örgüt Kültürü Algılamaları: Gazi Üniversitesi İİBFF' De Bir Araştırma, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Ankara.

KÖKER, Nahit Erdem ve Mine Yeniçeri Alemdar (2013), Kurum Kültürü Algısı Zaman İçinde Değişir Mi? Ampirik Bir Araştırma, İşletme Araştırmaları Dergisi, 5/1, 32-56.

KÖKSAL, Kemal (2007), Yükseköğretimde Örgüt Kültürü Ve Alan Araştırması, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Balıkesir.

KÖSE, Sevinç, Semra Tetik ve Cuma Ercan (2001), Örgüt Kültürünü Oluşturan Faktörler, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F Yönetim Ve Ekonomi Dergisi, 7, (1), 219-242.

ÖZKALP, Enver ve Çiğdem Kirel (2001), Örgütsel Davranış. Etam AŞ. Matbaası, Eskişehir.

SABUNCUOĞLU, Zeyyat (2001). İşletmelerde Halkla İlişkiler, Bursa: Ezgi Kitabevi.

SCHEİN, Edgar H. (1984), Coming To A New Awareness Of Organizational Culture. Sloan Management Review, 25 (2), 3–16.

SCHEİN, Edgar H. (1990), Organizational Culture, American Psychologist, Vol: 45/2, 109-119.

SEYMEN, Oya Aytemiz (2008), Örgütsel Bağlılığı Etkileyen Örgüt Kültürü Tipleri Üzerine Bir Araştırma, Detay Yayıncılık, Ankara.

ŞİŞMAN, Mehmet, (2011), Örgütler ve Kültürler, 3.Baskı., Pegem Yayıncılık, Ankara.

TERZİ, Ali Rıza (2000), Örgüt Kültürü, Nobel Yayın Dağıtım, Yayın no: 166.

TÜRKMEN, Serkan, Bilal Deveci ve Cevdet Avcıkurt, (2014). Türk Turizm Eğitimi İçerisinde BTİOYO'nun Yeri ve Önemi, III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, 04-05 Nisan 2014, Kuşadası, 927-937.

VURAL, Beril Akıncı. (2003), Kurum Kültürü ve Örgütsel İletişim, İletişim Yayınları, İstanbul.

VURAL, Beril Akıncı ve Çoşkun, G. (2007), Örgüt Kültürü, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

YALÇIN, Azmi ve Esmeray Yoğun Erçen (2004), Kültür ile Şekillenen Çatışma Tepkileri Üzerine Bir Uygulama, [http. sosyalbilimler.cu.edu.tr/dergidosyalar](http://sosyalbilimler.cu.edu.tr/dergidosyalar).

YILMAZ, Kürşad, Ebru Oğuz (2005), Eğitim Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Fakülte Kültürüne İlişkin Algıları, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 38(1), 101-122.

Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Tarihçesi.

(URL:http://www.balikesir.edu.tr/bau/fakulte/turizm_fakultesi/icerik/tarihce)

Erişim: 4 Ağustos 2014.

Yüksek Rekabet Ortamında Teknik ve Kurumsal Bağlamın Eşbiçimlilik Üzerine Etkileri: Otomobil Kümelenmesi Örneği

Dr. Mustafa Abdül Metin DİNÇER
mtindincer79@hotmail.com

Prof. Dr. Gültekin YILDIZ²
Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi
yildizg@sakarya.edu.tr

Özet: Bu çalışmada “Yüksek rekabetin yaşandığı bir çevrede teknik ve kurumsal bağlam örgüt toplulukları arasında nasıl ve ne yönde bir eşbiçimleşmeye neden olmaktadır?” sorusu araştırmanın temel sorusu olarak ön plana çıkmaktadır. Bu yüzden çalışmanın kavramsal çerçevesini örgütlerin içinde bulunduğu teknik ve kurumsal bağlam ve bu bağlama bağlı olarak gelişen yapılanmalar oluşturmaktadır. Araştırmada bu yapılanmaların örgüt toplulukları üzerine etikleri araştırılacaktır. Bu yüzden çalışmada araştırma alanı olarak hem kurumsal hem de teknik bağlamın yüksek olduğu otomobil kümelenmesi seçilmiştir. Bu kapsamda araştırmada vaka çalışması yöntemi kullanılmıştır. Sekiz firma çalışmanın vakaları olarak belirlenmiş ve vakaları oluşturan firmalardan yarı yapılandırılmış mülakat yöntemiyle birincil veri elde edilmiştir. Mülakat verileri nitel içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırmada, küme içerisinde oluşan teknik ve kurumsal bağlamın ve rekabet ortamının katı bir eşbiçimleşme yerine, dönüşüme müsait esnek bir eşbiçimleşmenin oluşmasını sağlayan bir zemin hazırladığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Kuram, Eşbiçimlilik, Meşruiyet ve Kümelenme

The Effect of the Technical and Institutional Context on Isomorphism in Highly Competitive Environment: An Automotive Clustering Sample

Abstract: In this study the main research question is “In an environment where there is high competition how and in what direction technical and institutional context lead to isomorphism among the organization communities?”. In this

² 6 Şubat 2016 tarihinde vefat eden hocam Prof. Dr. Gültekin Yıldız'a çalışmama verdiği katkılardan dolayı teşekkür ediyorum ve kendisine Allahtan rahmet diliyorum.

sense technical and institutional context, organizations and structures that are evolving in this context is the conceptual framework of the study. In the study, the effect of these structures on organization communities is examined. Both technical and institutional context high in automobile cluster, this field is selected as research area of the study. Case study method is used as a research strategy in the study. In this context 8 firms determined as the cases of the study. And semi structured interviews were conducted in these 8 firms, and primary data were compiled with this way. Interview data is analyzed by qualitative content analysis method. We concluded that technical and institutional context which developed in cluster and the competitive environment let to provide flexible isomorphism rather than a rigid isomorphic environment.

Key Words: *Institutional Theory, Isomorphism, Legitimacy and Clustering*

Giriş

Yeni kurumsal kurama göre, firmalar içinde bulunduğu topluluğun gözünde meşruiyet kazanabilmek için, kümeler kurma yoluna gitmektedir (Ulusoy ve diğ., 2008: 216). Yüksek seviyede karşılıklı ilişkiler, ortak girişim bilinci, rekabet ve koalisyon uygulamaları endüstriyel kümeleri örgütsel bir alan olarak karakterize etmektedir (DiMaggio ve Powell,1983; Poudet ve St. John, 1996; akt: Sull, 2002: 2). Bu yüzden bu yapılanmaların kurumsal kuram tarafından analizi önemlidir. Kurumsal kuram açısından kümeler örgütlere düşük maliyet ve kaynak avantajı sağlamanın yanı sıra, içinde buldukları toplulukta meşruiyet sağlamaya ve yeni olmanın getirdiği dezavantajlardan da sakınmaya yardımcı olmaktadır (Aldrich ve Fiol, 1994; Singh, Tucker, & House, 1986; akt: Poudet ve St. John, 1996: 1199). Küme içinde kullanılan ortak bilgi kaynakları, etkileşimlerin sıklığı ve yöneticiler arasında oluşan ortak zihniyet, küme içinde yöneticiler arasında paylaşılan ortak bilişsel rekabet modelini oluşturmada ve güçlendirmektedir (Poudet ve St. John, 1996; akt: Sull, 2002: 3).

Kurumsal kuram temelde örgütsel değişim dinamiklerinden ziyade örgütsel eşbiçimliliği ve aynı organizasyon alanında ve aynı sosyal ortamda kararlılığı vurgulayan bir kuram olarak kabul edilmektedir (Dinçer, 2013: 3). Bu çalışmada “Yüksek rekabetin yaşandığı bir çevrede teknik ve kurumsal bağlam örgüt toplulukları arasında nasıl ve ne yönde bir eşbiçimleşmeye neden olmaktadır?” sorusu araştırmanın temel sorusu olarak ön plana çıkmaktadır. Bu yüzden çalışmanın kavramsal çerçevesini örgütlerin içinde bulunduğu teknik ve kurumsal bağlam ve bu bağlama bağlı olarak gelişen yapılanmalar ve bu yapılanmaların örgüt toplulukları üzerine etkileri oluşturmaktadır. Teknik ve kurumsal bağlamın getirdiği benzeşme vurgusu ve yaşanan yüksek rekabetin getirdiği farklılaşma vurgusu arasındaki ikilem “Loose Coupling” gevşek

bağlama kavramı üzerinden incelenerek gelişen eşbiçimliliklerde farklılıkların *ne yönde ve nasıl* meydana geldiği açıklanmaya çalışılacaktır. Hem Teknik ve kurumsal bağlamın yüksek olması hem de rekabetin yoğun yaşanması nedeni ile çalışmada araştırma alanı olarak otomobil kümelenmesi seçilmiştir. Otomobil kümelenmesindeki firmaların her birinin sahip oldukları çeşitli üretim ve yönetim standartları ve bu standartları ortak bir noktada ve uluslararası bir düzeyde birleştirebilmek için kullandıkları ortak dil, standart, üretim ve yönetim aracı olan ISO 16949 tüm bu yapılanmaların ve ilişkilerin kurumsal kuram tarafından incelenmesi için önemli bir zemin ve araştırma alanı oluşturmaktadır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda çalışmanın kavramsal çerçevesini oluşturmak için öncelikle kümelenme yaklaşımı ve kümelenmenin boyutları ele alınacaktır. Daha sonra ise kurumsal kuram, meşruiyet eşbiçimlilik ve gevşek bağlama "loose coupling" kavramlarına değinilecektir. Çalışmanın teorik bir zemine oturtulması için yapılan literatür çalışmasından sonra kurumsal kuram, kümelenme ve eşbiçimliliğin kümeler üzerinden örgütlere etkileri tartışılacaktır. Çalışmanın amacı ve yöntemi kısmında ise yapılan teorik tartışmadan elde edilen çıkarımlar ve bu çıkarımların eşbiçimlilik kavramı üzerinden nasıl bir analiz aracına dönüştürüleceği anlatılacaktır. Araştırmanın bulguları kısmında analizden elde edilen bulgular yorumlanıp, sonuç ve öneriler kısmında elde edilen yorumlar ve bulgulardan bir yargı oluşturularak gelecek çalışmalar için önerilerde bulunulacaktır.

1. Kümelenme Yaklaşımına İlişkin Kavramsal Çerçeve

Temeli Marshall'ın endüstriyel bölgeler kavramına dayanan kümelenme yaklaşımı zaman içerisinde pek çok araştırmacı tarafından geliştirilmiş ve konuya ilişkin pek çok farklı tanımlamalar yapılmıştır. 19. yüzyılın sonlarına doğru İngiliz iktisatçı Alfred Marshall'ın ekonomik büyümede önemli bir araç olarak ortaya koyduğu, kısaca sektörlerin coğrafi yoğunlaşmalarını ifade eden "kümelenme modeli" bundan yaklaşık yüzyıl sonra, 1990'lı yıllarda ABD'de Michael Porter tarafından uluslararası rekabet stratejilerinin değerlendirilmesi kapsamında yeniden gündeme getirilmiştir. Ulusal ve uluslararası rekabetçi avantaja dayanan kümelenme kavramı, özellikle 1980'lerin sonu ve 1990'ların başında gündeme gelmiş ve giderek yoğun bir ilgi görmeye başlamıştır (Karataş, 2006: 49).

Günümüzde henüz kümelenmenin üzerinde uzlaşmış bir tanım olmamakla birlikte, kümelenmelerin "bir ürün ya da hizmetin üretilmesi konusunda direk veya indirekt olarak etkin olan ya da olma potansiyeli olan oyuncuların ortak bir coğrafyada yoğunlaşmaları" etrafında genel bir uzlaşma olduğu söylenebilir (Bulu ve Eraslan, 2004: 159).

Porter (1998) kümeleri, birbirlerine bağımlı şirketlerin ve kurumların belirli bir bölgede coğrafi olarak yoğunlaşması şeklinde tanımlamaktadır. Yine Porter'a göre rekabet için kümeler ilişkili endüstrileri ve diğer önemli oyuncuları kapsamaktadır. Bunlar çeşitli bileşenleri girdi olarak sağlayan uzmanlaşmış tedarikçiler, makine, servis ve özel alt yapı sağlayıcılarıdır. Son olarak Porter'a göre birçok kümelenme devlet kuruluşlarını ve çeşitli diğer kuruluşları örneğin üniversiteleri, standart koyucu ajansları, düşünce kuruluşlarını, mesleki eğitim ve eğitimde uzmanlaşmış kuruluşları, ticaret kuruluşlarını, bilgi, araştırma ve teknik destek sağlayan kuruluşları kapsamaktadır (Porter, 1998: 78).

Bu çalışmanın özünü kümelenme ve kurumsal kuram arasındaki etkileşim oluşturduğu için çalışmada kümelenme ve çeşitleri ve kümeler arasındaki ilişkiler ve dikey boyutlarının çalışmamızın teorik çerçevesini oluşturan kurumsal kuram için önemli bir unsur olduğu düşünüldüğünden dolayı bu unsurlara aşağıda kısaca değinilecektir.

1.1. Kümelenmenin Yatay ve Dikey Boyutu

Kümelenme içindeki ilişki türlerinden birisi "yatay" diğeri de "dikey" ilişkidir. Firmalar bu ilişkiler kapsamında, ortak çıkarlarını ilgilendiren alanlarda, hem rekabet hem de işbirliğinin gerektirdiği ikili amaçlar doğrultusunda hareket etmektedirler ve bu ilişkiler zaman içerisinde karşılıklı fayda elde etmek için, ortak faaliyetler yürütme aşamasına kadar gidebilmektedir (Maskell, 2001: 928).

Kümelenmenin yatay boyutunu benzer ürünler üreten ve bir birleriyle rekabet eden firmalar oluşturmaktadır (Maskell, Bathelt ve Malmberg, 2004: 36). Kümelenmenin yatay boyutu özellikle kümelenmenin başlangıç safhasında önemli bir rol oynamaktadır. Porter'a (1998) göre yakınlık avantajı küme içindeki firmalara bir birlerini sürekli gözetleme ve karşılaştırma imkânı vermektedir ve bu oluşum sayesinde, üretim koşulları bölgedeki bütün firmalar için temel olarak aynı hale gelmektedir. Bu durumda firmalara rakipleriyle performanslarını etkili bir biçimde karşılaştırma imkânı vermektedir (Porter, 1998: 83).

Küme içinde, birbiriyle rekabet halinde olan firmalar, tedarikçiler ve müşteriler, destek veren kuruluşlar, eğitim kuruluşları ve kamu kuruluşları gibi aktörler birbirleriyle etkileşim halindedir. Bu aktörler arasındaki etkileşimin en tipik örneği, bir firma ile tedarikçileri ve müşterileri arasındaki ilişkidir. "Dikey" olarak adlandırılan bu ilişkiler ya yüzeysel ya da bilgi paylaşımı ve karşılıklı güvene dayanan gerçek "ortaklık" ilişkileri olabilir (Yılmaz, 2005; akt: Karataş, 2006: 70).

Bazı firmalar belirli bir özelliğe sahip olmaya başladığında ya da diğer rakiplerine benzemeyen kârlı bir yetenek geliştirebildiklerinde derece derece

yatay boyuttan dikey boyuta doğru geçiş yaparlar. Bu türden farklılaştırıcı bir yetenek bir kere geliştiğinde, devam eden yaparak öğrenme süreciyle yetenek/lerin değeri artmaktadır. Bu sayede kümelerin dikey boyutu gelişmekte ve firmalar daha da uzmanlaşmaktadır ve sorunlara diğer firmalara göre daha kolay çözüm bulabilmektedirler (Maskell, 2001: 391).

Küme içindeki firmalar, dışarıdakilerle karşılaştırıldığında bazı avantajlara sahiptirler. Mekânsal olarak topluluğun tanımlanması ilgili firmaların ortak yer seçimi koordinasyonunu kolaylaştırmakta ve küme içerisinde heterojen bilgi sağlayarak iletişim boşluklarının giderilmesini sağlayan köprüler kurmaktadır (Eliasson, 1996; akt: Maskell, 2001: 392). Ayrıca kümelenme sürecinde koordinasyon maliyetlerinin azaltılması ve asimetrik bilgi problemlerinin üstesinden gelinmesi de küme içinde daha çok bilgi yaratma düzeyine ulaşabilmeyi sağlamaktadır. Uygun dikey farklılık yaratıldığında ise yeni ekonomik aktiviteler mümkün olabilmekte, bilgi yaratımı gelişebilmekte ve içsel pazarın genişletilmesi sonucu kendini güçlendiren bir oluşum sürecinin de hazırlanmasına yardımcı olmaktadır (Young, 1928; akt: Maskel, 2001: 392).

2. Kurumsal Kurama İlişkin Kavramsal Çerçeve

Bu başlık altında kurumsal kuram kısaca açıklanacak ve daha sonra meşruiyet, eşbiçimlilik ve gevşek bağlama “loose coupling” ile ilgili kavramlar açıklanarak çalışma için genel bir çerçeve oluşturulacaktır.

2.1. Kurumsal Kuram

Kurumsal kuram eski ve yeni olarak ayrılmakla birlikte bu çalışma sadece yeni kurumsal kuramın kavramları üzerinde yürütülecektir. Tarihsel olarak kurumsal kuramın geldiği noktada yeni kurumsal kuram, geçmişle yani eski kurumsal kuramdan keskin çizgilerle ayrılmamakla birlikte mevcut bilgi birikimine yeni vurgular ve görüşler eklemektedir (Scott, 2008: 26).

Kurumlar bilişsel, normatif ve düzenleyici yapılardan oluşmaktadırlar ve bu aktiviteler sosyal davranışa stabilite ve anlamlılık kazandırmaktadır. Yine kurumlar kültür, yapılar ve rutinler gibi çeşitli araçlar vasıtası ile taşınarak ve toplumun birçok katmanına işleyerek etki alanlarını oluştururlar (Scott, 2008: 48). Kurumsal kuramın temelini oluşturan “kurum” kavramı, sosyolojide geçen tanımıyla “hukuk, din ve aile gibi belli başlı toplumsal ilgili alanlarını içine alan davranış kalıpları, halkın algı ve uygulayış biçimleri, töre ve görenek” olarak ifade edilmektedir (Marshall, 2003: 348; akt: Çakar ve Danışman, 2012: 251).

Farro ve Skvoretz'in (1986) çalışmasından hareketle Jepperson'un oluşturduğu tanıma göre evlilik, akademik kıdem, cinsiyet ayrımı, tokalaşma, gidilen lise, bir şirket, ordu, sigorta, bir otel, akademik disiplin, oy kullanma gibi kavramların hepsi birer kurumdur (Jepperson, 1991: 144). Bu kavramlar arasındaki bazı farklılıklar hemen dikkatimizi çekmektedir. Bu kavramların bazıları örgütü ifade ederken, bazıları etmemektedir. Bunların bazıları daha "kültürel", bazıları ise daha "yapısaldır". Bu kavramların her bir çeşidi "üretim sistemlerini" ya da "çeşitli yapısal sistemleri" veya sosyal bir "programı/ları" veya performans kodlarını sunmaktadır. Bu metaforların her biri kronolojik olarak tekrar eden stabil bir tasarımı, eylemler dizisini temsil etmektedir (Farro ve Skvoretz, 1986; akt: Jepperson, 1991: 144-145). Bu metaforlardan hareket ederek kurumsal terimlerle ilgili kavramsallaştırmamızı biraz daha daraltırsak kurum kavramının "belirli durum veya özellik kazanan sosyal bir düzeni veya biçimi" temsil ettiği; kurumsallaşmanın ise, bu düzeni kazanma süreci olduğu söylenebilir (Jepperson, 1991: 145).

Kurumsal kurama göre, kurumsallaşma, yeni örgütsel biçimlerin, yönetim uygulamalarının ve örgütsel alanların ortaya çıkması, benimsenmesi ve kalıcı hale gelmesidir. Kurumsallaşmada genel çevredeki gelişmeler örgüt üzerinde çeşitli etkiler gösterir. Bu etkiler siyasal anlamda devletin çıkardığı yasalar yoluyla, teknoloji ve pazar koşullarındaki değişimler yoluyla olur (Tolbert ve Zucker, 1996; akt: Çakar ve Danışman, 2012: 253). Yine Zucker (1977) "kurumsallaşma" kavramını, sosyal olarak tanımlanmış gerçekliği bireysel aktörlerin aktarma süreci ve aynı zamanda, bu sürecin herhangi bir noktasında, sosyal gerçekliğin az veya çok kanıksanmış yanı olarak tanımlamaktadır. Bu anlamıyla kurumsallaşma hem bir süreç hem de sosyal gerçekliğin şu veya bu ölçüde sahip olduğu bir niteliktir. Buna göre, bir eylemin kurumsallaşma ölçütü, o eylemin çeşitli aktörler tarafından anlamı değiştirilmeksizin potansiyel olarak tekrarlanabilir olması (nesnellik) ve dışsal gerçekliğin bir parçası olarak algılanacak kadar özneler arası tanımlanmış (dışsallık) olmasıdır. Kurumsallaşmanın nesnellik ve dışsallık koşulları arasında doğru orantılı bir ilişki vardır ve bir edim ne kadar nesnelleşmiş ve dışsallaşmışsa o kadar kurumsallaşmış demektir (Zucker, 1977; akt: Özen, 2007: 258-259).

2.2. Meşruiyet ve Eşbiçimlilik

Yeni kurumsal kuramcılar meşruiyet kavramını Suchman'ın (1995) belirttiği gibi; " *Meşruiyet, bir örgütün eylemlerinin, sosyal olarak oluşturulmuş normlar, değerler, inançlar ve tanımlar kapsamında, topluluk tarafından arzu edilir, uygun ve uyumlu olduğu yönündeki ortak ve genelleştirilmiş olarak algılanmasıdır*", olarak tanımlamaktadırlar (Ruef ve Scott, 1998: 878).

Başka bir deyişle meşruluk, kurumsal mekanizmadaki norm ve beklentilere bağlı olarak sosyal kabul şeklinde ifade edilmektedir (Deephouse

ve Carter, 2005; akt: Çakar ve Danışman, 2012: 255). Kurumsal çevrede meşruiyetlerini arttıran örgütler ise; toplumdaki statülerini geliştirerek, belirli ürün ya da hizmetleri üretme hak ve kabiliyetine ilişkin ortaya çıkabilecek sorgulamaları bertaraf edebilecek, kaynaklara daha rahat ulaşabilecek ve dolayısıyla daha kalıcı hale gelebileceklerdir (Oliver, 1991; akt: Çakar ve Danışman, 2012: 256).

DiMaggio ve Powell'a göre (1991) örgütlerde homojenleşme sürecini en iyi şekilde anlatan kavram, eşbiçimlilik. Eşbiçimlilik veya eş-şekillilik Hawley'e (1968) göre, toplumdaki bir birimi, aynı çevre koşullarıyla karşı karşıya olan diğer birimlere benzemeye iten sınırlandırıcı bir süreçtir (DiMaggio ve Powell, 1991: 66). Hawley'e göre *örgütsel biçimlerin çeşitliliği, çevresel çeşitlilikle eşbiçimlidir* (Hawley, 1968: 334; akt: Hannan ve Freeman, 1977: 939). Hawley'in öncüsü olduğu eşbiçimlilik konusuna ilişkin görüşler, zaman içinde Kanter (1972), Hannan ve Freeman (1977) tarafından geliştirilmiş, eşbiçimliliğin; "*kurumsal eşbiçimlilik*" ve "*rekabetçi eşbiçimlilik*" olmak üzere iki çeşidi literatüre kazandırılmıştır (DiMaggio ve Powell, 1991: 66) .

Kurumsal eşbiçimlilik, aynı alanda faaliyet gösteren örgütler arasında ortak bir yapı ve yaklaşımın ortaya çıkmasıdır. Akademik literatürde kurumsal eşbiçimlilik olarak adlandırılan bu yapı, kurumsal çevre içindeki bir birimin, aynı çevre koşulları ile karşı karşıya olan diğer birimlere benzemesine neden olan bir süreçtir (Daft, 2008: 194). DiMaggio ve Powell (1991) kurumsal eşbiçimliliği tanımlarken eşbiçimliliği meydana getiren üç mekanizmanın varlığından söz etmektedirler:

A. Zorlayıcı Eşbiçimlilik: Politik etkilerden ve yasallık sorunundan kaynaklanmaktadır (DiMaggio ve Powell, 1991:67). Zorlayıcı eşbiçimlilik, organizasyona bağımlı olduğu diğer organizasyonlar tarafından ve organizasyonun faaliyet gösterdiği toplumdaki kültürel beklentiler tarafından uygulanan biçimsel ve biçimsel olmayan baskılardır (DiMaggio ve Powel, 1991: 67).

B. Taklitçi Eşbiçimlilik: Belirsizliğe karşı verilen standart cevapların sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (DiMaggio ve Powell, ,1991:67). Örgütsel teknolojiler zayıf bir şekilde algılandığında (March ve Olsen, 1976; akt: DiMaggio ve Powell, 1991: 69), amaçlar belirsiz olduğunda ya da çevre sembolik bir belirsizlik yarattığında örgütler kendilerine çevrelerindeki diğer örgütleri model olarak almaya başlarlar (DiMaggio ve Powell, 1991: 69). Belirsizlik, taklitçiliği teşvik eden güçlü bir faktördür (DiMaggio ve Powell, 1991: 69). Taklitçi eşbiçimlilik, örgütlerin çevrede başarılı ya da daha meşru olarak algıladıkları örgütleri kendilerine model alma eğiliminden kaynaklanmaktadır (DiMaggio ve Powell, 1991: 70).

C. Normatif Eşbiçimlilik: Mesleki profesyonelleşme sonucunda ortaya çıkmaktadır (DiMaggio ve Powell, 1991:67). Profesyonelleşme ile ilgili iki ana faktör eşbiçimlilik için önemli birer kaynaktır. Üniversiteler tarafından sağlanan biçimsel eğitim aracılığıyla ve meslek ağlarının büyümesi ve yaygınlaşması yoluyla oluşmaktadır (DiMaggio ve Powel, 1991: 71).

Rekabetçi eşbiçimlilik ise popülasyon ekolojisinde önemli bir açıklama alanı oluşturmaktadır. Popülasyon düzeyinde böyle bir yaklaşım; örgütsel özelliklerin, giderek daha çok değişen çevresel özelliklere uyum sağlayabilme yönünde değiştiğini savunmaktadır. Yeni ya da mevcut örgütler, kurumsal çevrelerine daha fazla benzer hâle gelebilmek için, sosyal açıdan tanımlanmış unsurları ve yasal kabul edilen uygulamaları kendi bünyelerinde hayata geçirmeye çalışırlar (Dacin, 1997: 48). Rekabetçi eşbiçimlilik bakımından popülasyon ekolojisi aynı çevresel koşullara maruz kalan aynı popülasyon içindeki örgütlerin eşbiçimli olma eğiliminde olduklarını öne sürmektedir (Hawley , 1950; Hannan ve Freeman 1977, 1989; akt: Chuang ve diğ., 2000: 6). Rekabetçi seleksiyonun üç süreci tanımlanmaktadır; *Dengeleyici, Yönelimsel ve Yıkıcı* (Wilson ve Bossert 1971; akt: Chuang ve diğ., 2000: 7).

A. Dengeleyici Seleksiyon: *Dengeleyici seleksiyon* süreci extrem örneklerin popülasyondan elenmesini içeren bir safhadır ve sonucunda popülasyondaki örgütsel karakteristiklerin çeşitliliği azalmaktadır.

B. Yönelimsel Seleksiyon: *Yönelimsel seleksiyon* sürecinde ise, popülasyonun belirli özellikteki üyeleri aynı yöne doğru itilmektedir. Süreç çeşitliliğin dağılımını kendi yönelimi doğrultusunda dağıtıp onaylarken, yönelim dışında kalanları da negatif seleksiyon baskısıyla itmektedir.

C. Yıkıcı/Dağıtıcı ya da Çeşitlendirici: *Çeşitlendirici seleksiyon* süreci ise, bir yandan popülasyon içindeki bazı örgütlenme çeşitlerini ayıklarken diğer yandan da örgütsel çeşitliliği arttırmaktadır, bu durumun bir sonucu olarak da, süreç çoklu bir dağıtım/çeşitlendirme modeli üretmektedir (Baum ve Haveman, 1997; akt: Chuang ve diğ., 2000: 7).

2.3. Gevşek Bağlama “Loose Coupling”

Örgütlerin gevşek bağlı sistemler olduğu yönündeki kavramsallaştırma yaygın olarak kullanılan ve farklı/çeşitli şekillerde anlaşılan bir kavramdır (Orton ve Weick, 1990: 203). Weick gevşek bağlamayı (loose coupling) bir ortamdaki bütün unsurların bir birlerine duyarlı olduğu/yanıt verdiği, fakat aynı zamanda her bir unsurun fiziksel ve mantıki deliller eşliğinde kendi kimliğini koruyup ayırması olarak tanımlamaktadır (Weick, 1976: 3).

Kurumsal kuramda örgütler nasıl rekabet etmeleri ve görünmeleri konusunda toplumsal mitlere uymaları yönünde zorlandıklarında şu iki sorunla yüzleşmektedirler:

- Kabul görmüş mitlerin örgüt için etkin bir çözüm içermemesi
- Bir birleriyle çatışan (rekabet eden) rasyonel mitlerin eş zamanlı olarak var olmaları (Boxenbaum ve Jonsson, 2008: 80-81).

Bu durumda, “Törenselle uyumu sürdürmek için örgütler kurumsal kurallarını teknik eylemlerdeki belirsizlikten doğan yapıya yansıtarak bir sınır yaratma eğilimine girerler, biçimsel yapı ve günlük çalışma eylemleri arasında yaratılan bu boşluk örgütler için *gevşek bir bağlama (loose coupling)* alanı oluşturmaktadır (Meyer ve Rowan, 1977: 341).”

Küme içinde oluşan bu gevşek bağlı alan örgütlerin bir ucunda kurumsal diğer ucunda rekabetçi eşbiçimliliğin bulunduğu bir doğruda dönemsel ihtiyaçlara göre gidip gelen bir salınım göstermelerini sağlamaktadır. Bu sayede rekabetin yoğun yaşandığı, teknik ve kurumsal bağlamın yüksek olduğu kümelerde örgüt toplulukları dönemsel ihtiyaçlarına göre uygulamak zorunda oldukları sistem ve standartlarda değişimler ve esnemeler yaratabilmektedir. Bu durumda küme içerisindeki örgütlerin eşbiçimleşme yönelimlerinde farklılıklar oluşturmaktadır.

Eşbiçimlilik ve eşbiçimlilik türleri bu çalışmada Türk otomotiv sektöründeki firmaların oluşturduğu kümelenmeye ilişkin genel durumun analiz edilmesinde esas alınan temel kavramları oluşturmaktadır. Bu çerçevede kurumsal kuram ve kümelenme arasındaki ilişki aşağıdaki gibi kurgulanmıştır.

3. Kurumsal Kuram ve Kümelenme

Yüksek seviyede karşılıklı mutual ilişkiler, ortak girişim bilinci, rekabet ve koalisyon uygulamaları endüstriyel kümeleri örgütsel bir alan olarak karakterize etmektedir (DiMaggio ve Powell, 1983; Poudier ve St. John, 1996; akt: Sull, 2002: 2). Bu yüzden bu yapıların kurumsal kuram tarafından analizi önemlidir. Yerel toplum ve endüstrinin kesiştiği noktada yer alan endüstriyel kümeler, bu örtüşen yerel topluluk ve endüstrinin kurumsal güçleri yoğunlaştıracağı düşüncesi, bu oluşumu kurumsal kuram için ilginç bir analiz birimi haline getirmektedir (Sull, 2002: 2).

Kurumsal kuram açısından kümeler örgütlere düşük maliyet ve kaynak avantajı sağlamanın yanı sıra, içinde buldukları toplulukta meşruiyet sağlamaya ve yeni olmanın getirdiği dezavantajlardan da sakınmaya yardımcı olmaktadır (Aldrich ve Fiol, 1994; Singh, Tucker, & House, 1986; akt: Poudier ve St. John, 1996: 1199). Ayrıca küme içindeki firmalar arası ilişkilere

katılmak, firmanın küme içindeki meşruiyetini de arttırmaktadır (Scott, 1989; akt: Pouder ve St. John, 1996: 1199). Firmalar arası ilişkileri geliştirmek için harcanan çabalar da bir süre sonra firmaları bir arada tutan güçlü bağlara dönüşmekte ve bu paylaşılan bağlar, örneğin; Silikon Vadisi, Route 128, Fransa'daki bilim şehri gibi sıcak bölgelerde "Hot Spot" bulunan rakiplerin karmaşık çalışma ağları halinde şekillenmesini sağlamakta (Porter, 1990; Scott; 1989; akt: Pouder ve St. John, 1996: 1199) ve çevrelerindeki üniversitelerle, kaliteli tedarikçilerle, yetenekli işçilerle sıkı bağlar oluşturmalarını sağlayarak ortak bir bilgi havuzu oluşturmaktadırlar. Rakip grupların yakınlığı yerel alt yapının yaratılmasını ve yetenekli işçi ve kaynak havuzunun geliştirilmesini sağlayarak (Porter, 1990; akt: Pouder ve St. John, 1996: 1199) yerel rakip gruplarının hızlı bir şekilde endüstriyel alt yapıyı kurmalarını, maliyet ve zaman tasarrufu elde etmelerini sağlamaktadır (Porter, 1990; Scott; 1989; akt: Pouder ve St. John, 1996: 1200).

Küme içindeki karşılıklı bağımlılıklar, paylaşılan kurumsal bağlantılar; ortak sermaye girişimleri, araştırma kuruluşları ve işçiler, firmaların meşruiyet sağlamasını desteklemektedir. Bu karşılıklı bağımlılıklar, kümeyi oluşturmak ve kaynaşmayı sağlamak için merkezi bir önem arz etmektedir. Ayrıca bu durum küme içerisinde yüksek derecede bir homojenlik yaratmaktadır (Pouder ve St. John, 1996; akt: Lindsay, 2005: 76).

3.1. Eşbiçimliliğin Kümelenme Üzerinden Örgütlere Etkileri

Araştırmacıların örgütler arası ağlar üzerine yaptıkları gözlemlere göre küme içindeki firmaların birlikteliği kabul edilebilir davranış normları tarafından yönetilmektedir. Bu normlar, sosyal ve profesyonel etkileşimler sonucunda kurumsallaşarak zamanla herkes tarafından kabul edilen oyun içindeki kurallar haline gelmektedir (Porac ve Thomas, 1994; akt: Pouder ve St. John, 1996: 1208). Örgütsel formlara yerleşen bu zihni modeller, küme içinde içkinleşerek oluşan kolektif zihniyetin ya da makro kültürün önemli bir parçası haline gelmektedir (Porac ve Thomas, 1994; akt: Pouder ve St. John, 1996: 1208). Kolektif zihniyet bir süre sonra küme içinde homojenliği teşvik ederek kurumsal güçlerin oluşumuna ön koşullar sağlamaktadır. Kümelerin evrimleşmesine bu noktadan bakıldığı zaman, rakipler, tedarikçiler, yerel topluluklar, iş gücü, sermaye girişimcileri, ve araştırma toplulukları, örgütsel alanda bir yapı olarak ortaya çıkmaktadırlar (Pouder ve St. John, 1996: 1208).

DiMaggio'nun (1983) tanımladığı örgütsel alan dört bileşenden oluşmaktadır ve bu bileşenlerin hepsi kümelerde görülmektedir: (a) alandaki örgütler arasında artan karşılıklı etkileşimler, (b) baskın rakiplerin ortaya çıkması ve iş birliklerinin kurulması, (c) bilgi artışı ve (d) ortak girişimlere katılma ya da ortak bir grup kimliği oluşturmanın getirdiği karşılıklı farkındalıklar (akt: Pouder ve St. John, 1996: 1209).

A) Taklitçi Eşbiçimlilik Açısından Kümelenme: Örgütler belirsizlikle karşı karşıya kaldıklarında araştırma maliyetlerini ekonomize etmek için (Cyert ve March, 1963; akt: Pouder ve St. John, 199: 1209) çevrelerinde başarılı olarak görülen diğer örgütlerin eylemlerini taklit etmeye başlamaktadırlar (Haveman, 1993; akt: Pouder ve St. John, 1996: 1209). Örgütler, hangi örgütsel rutinlerin daha uygun olduğu, hangi ürün dizaynının uygulanması gerektiği gibi konularda yüksek seviyede bir belirsizlikle karşı karşıyadırlar (Nelson ve Winter, 1982; Abernathy, 1978; Anderson & Tushman, 1990; akt: Sull, 2002: 3). Küme içinde örgütsel rutinleri gözlemlmek, kendine uyarlamak ve benimsemek, zımni bilgi akışını kolaylaştırarak ürün dizaynındaki inovasyon ve genel rutinleri gözlemlene ve adapte etme maliyetlerini düşürebilmektedir (Powell, 1990; akt: Sull, 2002: 3). Zımni bilgi akışı üzerinden sosyal ağlara girmek, girişimciye meşruiyet sağlamayı gerektirmektedir ki bunun içinde hâkim örgütsel rutinleri taklit etmesi ve topluluk içindeki “baskın biçimsel yapıya” uyum sağlaması gerekmektedir (Scott; 1992; akt: Sull, 2002: 3). Baskın biçimlere uymakla sonuçlanan meşruiyet, örgütlere sadece zımni bilgiye ulaşmayı değil aynı zamanda gerekli kaynaklara ki bu kaynaklara finansal fonlar ve çalışan katılımı da dâhildir, erişimi sağlamaktadır (Aldrich & Fiol, 1994; Lomi, 1995; akt: Sull, 2002: 3).

B) Zorlayıcı Eşbiçimlilik Açısından Kümelenme: Zorlayıcı eşbiçimlilik, örgütsel alandaki prosedürler, kontroller ve yapıların uyum için kurumsal baskıları yaratmasıyla ortaya çıkmaktadır (DiMaggio ve Powell, 1983; akt: Pouder ve St. John, 1996: 1209). Küme içinde oluşturulan ortak amaçlar, süreçler, tedarikçi sistemleri ve benzeri yapılanmalar zamanla eşbiçimliliğin oluşmasını sağlamak için çalışan yapılar haline gelmektedirler. DiMaggio ve Powell (1983) alt/bağlı kuruluşların yapı ve uygulamalarının onay görmesi için ana/lider şirketin politikalarıyla uyumlu olmaları gerektiğini belirtmiştir (Pouder ve St. John, 1996: 1209). Endüstriyel küme içinde gelişen rutin ve normların hâkim hale gelmesi, küme içinde kendinden menkul bir kalite anlayışını da beraberinde getirmektedir (Berger & Luckman, 1967; Zucker, 1977; akt: Sull, 2002: 3). Örneğin baskın bir yerel tedarikçi belirli bir kalite standardını yakaladığı zaman bütün yerel rakipler de aynı seviyede girdi kalitesine ulaşmak istemektedirler. Bu durumda küme içindeki firmaların kalitede benzer ve yakın özellikler göstermesine neden olmaktadır. Sermaye girişimcileri firmaların finansmanında örgütlerden belirgin bir strateji ve planlama istemekte, bu durumda küme içindeki firmaların strateji ve planlamada benzer özellikler göstermelerine neden olmaktadır (Pouder ve St. John, 1996: 1209).

C) Normatif Eşbiçimlilik Açısından Kümelenme: Kümelenmenin sosyal ağları arasında derinlemesine gerçekleşen ekonomik işlemlerin içkinliğine bağlı olarak (Granovetter 1986; akt: Sull, 2002: 3) küme içindeki teamüllere ilişkin sosyal yaptırımlarda artışlar meydana gelebilmektedir (Biggart, 1989; akt: Sull, 2002: 3). Bu durum da küme içindeki örgütlerin üzerinde normatif eşbiçimlilik baskılarının artmasına sebep olmaktadır (DiMaggio ve Powell, 1983; akt: Sull,

2002: 3). Yine küme içindeki ortak kimliğin belirli araştırma kuruluşları ve üniversitelerle kurdukları ilişkiler normatif baskının oluşmasında etken unsurlardan biri olarak gösterilebilir (DiMaggio ve Powell, 1983; akt: Pouder ve St. John, 1996: 1209). İşe alınan araştırmacı ve çalışanın bölgedeki üniversitelerden ve rakiplerden sağlanması, bir süre sonra problemleri benzer şekilde tanımlayan, bilgileri benzer şekilde filtreleyen bir gurubu ortaya çıkartmaktadır (DiMaggio ve Powell, 1983; akt: Pouder ve St. John, 1996: 1209).

Küme içinde kullanılan ortak bilgi kaynakları, etkileşimlerin sıklığı ve yöneticiler arasında oluşan ortak zihniyet, küme içinde yöneticiler arasında paylaşılan ortak bilişsel rekabet modelini oluşturmakta ve güçlendirmektedir (Pouder ve St. John, 1996; akt: Sull, 2002: 3).

Rekabetçi eşbiçimlilik açısından kümelenmeyi kurguladığımızda ise kurumsal eşbiçimlilikle büyük ölçüde bir paralellik olduğu düşünülmektedir. Daha önce yukarıda değinildiği üzere rekabetçi eşbiçimlilikte de örgütsel özelliklerin, giderek daha çok değişen çevresel özelliklere uyum sağlayabilme yönünde değiştiği savunulmaktadır. Yeni ya da mevcut örgütler, kurumsal çevrelerine daha fazla benzer hâle gelebilmek için, sosyal açıdan tanımlanmış unsurları ve yasal kabul edilen uygulamaları kendi bünyelerinde hayata geçirmeye çalışırlar (Dacin, 1997: 48). Bu noktada otomobil kümelenmesi içerisinde kullanılan çeşitli üretim sistemleri “Ford q1, Hyundai ve Toyota'nın üretim sistemleri, Fiat üretim sistemi: WCM (World Class Manufacturing) ve hepsini uluslararası alanda ortak bir çatıda entegre eden ISO 16949 standardı” bu duruma iyi bir örnek teşkil etmektedir. Kümedeki örgütlerin içeride var olabilmeleri, hem içeride hem de dışarıda rekabet edebilmeleri için bu sistemlere entegre olabilmeleri kendinden menkul bir eşbiçimleşme alanı oluşturmaktadır.

D) Dengeleyici Seleksiyon Açısından Kümelenme: *Dengeleyici seleksiyon* süreci extrem örneklerin popülasyondan elenmesini içeren bir safhadır ve sonucunda popülasyondaki örgütsel karakteristiklerin çeşitliliği azalmaktadır (Baum ve Haveman, 1997; akt: Chuang ve diğ., 2000: 7). Bu çerçevede küme içindeki örgütler var olabilmek ve rekabet edebilmek için hem sektörel bağlam hem de küme standartları doğrultusunda eşbiçimleşmektedirler.

E) Yönelimsel Seleksiyon Açısından Kümelenme: *Yönelimsel seleksiyon* sürecinde ise, popülasyonun belirli özellikteki üyeleri aynı yöne doğru itilmektedir. Süreç çeşitliliğin dağılımını kendi yönelimi doğrultusunda dağıtıp onaylarken, yönelim dışında kalanları da negatif seleksiyon baskısıyla itmektedir (Baum ve Haveman, 1997; akt: Chuang ve diğ., 2000: 7). Küme içerisinde bu rekabetçi bağlam ve standartlara uymayan örgütler ise popülasyondan yani örgüt topluluğundan ayıklanmaktadır. Bir süre sonra ise

bu yönelimsel bağlam doğrultusunda kümeyi oluşturan örgütler otak bir değişimi paylaşmaya başlamaktadırlar.

F) Yıkıcı/Dağıtıcı ya da Çeşitlendirici Seleksiyon Açısından Kümelenme: *Çeşitlendirici seleksiyon* süreci ise, bir yandan popülasyon içindeki bazı örgütlenme çeşitlerini ayıklarken diğer yandan da örgütsel çeşitliliği arttırmaktadır, bu durumun bir sonucu olarak da, süreç çoklu bir dağıtım/çeşitlendirme modeli üretmektedir (Baum ve Haveman, 1997; akt: Chuang ve diğ., 2000: 7). Küme ya da popülasyon içerisinde rekabetçi eşbiçimlilik doğrultusunda oluşan örgüt yapıları bir süre sonra teknik, mali, örgütsel ya da kurumsal sebeplerle meydana gelen yeni ihtiyaçlara cevap veremez hale geldiklerinde örgütler ahlaki ve faydacı sebeplerden dolayı yeni arayışlara yönelmektedirler. Bu durumda küme içerisindeki örgütlerin gevşek bağları “loose coupling” kullanarak ihtiyaçları için yeni çözümler oluşturmalarına zemin hazırlamaktadır.

Bu noktada gevşek bağlama kavramı örgütlerin yapılarında ve yönetim uygulamalarında aynı anda hem süreklilikler hem de değişimler olabileceğini yansıtmaktadır, ki bu durum örgütler arasında ne tam bir homojenliğin ne de tam bir heterojenliğin (Chuang ve diğ., 2000: 8) neden gerçekleşmediğini de açıklamaktadır. Örgütler arasında oluşan bu gevşek bağlam aktörler tarafından oluşan sosyal gerçekliğin topluluksal çıkarılara “*ahlaki ve faydacı*” bağlı olarak değiştirilebileceğini, tekrar kurgulanabileceğini, zihinlere yerleşen bilişsel ve törensel süreçlerin sorgulanarak aktörler tarafından çıkarılarla çatıştığı noktada kaldırılabilirliğini ya da vazgeçilebilirliğini göstermektedir. Bu durumda yüksek rekabetin yaşandığı sektörlerde meydana gelen kümelerdeki örgütler arası eşbiçimliliklerin teknik ve kurumsal bağlama bağlı olarak daha esnek bir yapıya sahip olabileceğine işaret etmektedir.

4. Teknik ve Kurumsal Bağlamın Eşbiçimleşme Üzerinden örgütlere Etkileri : Otomotiv Kümelenmesi Üzerine Vaka Çalışması

Bu bölümde araştırmanın amacı, kısıtları, yöntemi ve bulguları yer almaktadır

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada “Yüksek rekabetin yaşandığı bir çevrede teknik ve kurumsal bağlam örgüt toplulukları arasında nasıl ve ne yönde bir eşbiçimleşmeye neden olmaktadır?” sorusu araştırmanın temel sorusu olarak ön plana çıkmaktadır. Bu yüzden çalışmanın kavramsal çerçevesini:

- Örgütlerin içinde bulunduğu teknik ve kurumsal bağlam

- Bu bağlama bağlı olarak gelişen yapılanmalar
 - ve bu yapılanmaların örgüt toplulukları üzerine etkileri oluşturmaktadır.
- Çalışmanın araştırma sorusuna bağlı olarak;

*“Kümelerde kullanılan çeşitli standartlar örgütler arasında oluşan eşbiçimliliğe **nasıl** etki etmektedir?”*,

*“ Bu eşbiçimleşmenin yönü **ne şekilde** gelişmektedir ve bu gelişimin **nedeni** nedir ?”*

*“ Örgütler arasındaki gevşek bağlamanın (loose coupling) bu duruma bir etkisi var mıdır? Varsa **ne nasıldır** ?”*

Alt soruları araştırılacaktır.

Çalışmada araştırma alanı olarak otomobil kümelenmesi seçilmiştir. Otomobil kümelenmesindeki firmaların her birinin sahip olduğu çeşitli üretim ve yönetim standartları bulunmaktadır. Ayrıca bu standartları ortak bir noktada ve uluslararası bir düzeyde birleştirebilmek için kullandıkları ortak bir dil, standart, üretim ve yönetim aracı olan ISO 16949 tüm bu yapılanmaların ve ilişkilerin kurumsal kuram tarafından incelenmesi için önemli bir zemin ve araştırma alanı oluşturmaktadır.

Daha önce kümelenme ve kurumsal kuram üzerinden gerçekleştirilen tartışmada da görüldüğü üzere yüksek seviyede karşılıklı mutual ilişkiler, ortak girişim bilinci, rekabet ve koalisyon uygulamaları kümeleri kurumsal kuram açısından önemli bir inceleme alanı haline getirmektedir. Kümelerin örgütlere içinde buldukları toplulukta meşruiyet sağlamaya ve yeni olmanın getirdiği dezavantajlardan sakınmaya yardımcı olması ve örgütlere sahip oldukları teknik ve kurumsal bağlam çerçevesinde gelişen standartlar üzerinden yön vermesi örgütler arasında gelişen eşbiçimliliğin şekillenmesinde farklılıklara neden olabilir. Bu farklılıkların kurumsal kuram ve kümelenme açısından okunması ve analiz sonucunda varılan yargıların analitik genelleme yoluyla benzer koşulları ve benzer özellikleri taşıyan örgütsel alanlara aktarımı her iki kavramla ilgili literatüre yeni açılımlar kazandırabilir ki bu durum çalışmayı bir kuram genişletme çabası olarak da şekillendirmektedir.

4.1.1. Araştırmanın Kısıtları

Araştırma konusunun yapısından kaynaklanan kısıtların başında analiz edilmek istenen alanın karmaşıklığı gelmektedir. Analizle ilgili olarak aynı anda göz önünde bulundurulması gereken birçok bileşenin varlığı “örgütsel alan, ilişkiler, eşbiçimlilik tipleri, meşruiyet, süreklilik, gevşek bağlama” bu

karmaşıklıkta yatan neden olarak görülmektedir. Bu bileşenlerin ölçümü için ortak bir yapı ve görüş birliğinin bulunmaması da bir kısıt olarak değerlendirilebilir. Araştırmacının gerçek davranışsal olaylar üzerinde kontrolünün olmaması, olgu ve içinde bulunulan bağlam arasındaki sınırların kesin hatlarıyla belirlenememesi ve tarihsel fenomenlere değil ancak çağdaş/güncel olaylara odaklanma zorunluluğu da (Yin, 2003: 13-14) bir kısıt olarak görülebilir.

4.1.2. Araştırma Yöntemi ve Verilerin Analizi

Bu çalışmada araştırma amacına ve bu amaç doğrultusunda oluşturulan soruya bağlı olarak, kurumsal kuram ve kümelenme yaklaşımları sahip oldukları ortak özellikler ve farklılıklar üzerinden birlikte ele alınmaktadır. Bu analizin altında yatan neden ise kümelenmenin ve boyutlarının kurumsal kuram bağlamında oluşan örgüt yapılarını *ne yönde ve nasıl* etkilediğini gözlemlemektir. Yin (2003:1)'in de belirttiği gibi, vaka çalışması kullanılarak yapılan araştırmalar, araştırmacının "*nasıl ve/veya neden/niçin*" sorularına yanıt araması durumunda kullanılmalıdır. Bu çalışmada da "Yüksek rekabetin yaşandığı bir çevrede teknik ve kurumsal bağlam örgüt toplulukları arasında nasıl ve ne yönde bir eşbiçimleşmeye neden olmaktadır?" ana sorusuna bağlı olarak; "*Kümelerde kullanılan çeşitli standartlar örgütler arasında oluşan eşbiçimliliğe nasıl etki etmektedir?*", "*Bu eşbiçimleşmenin yönü ne şekilde gelişmektedir ve bu gelişimin nedeni nedir?*", "*Örgütler arasındaki gevşek bağlamanın (loose coupling) bu duruma bir etkisi var mıdır? Varsa ne nasıldır?*" alt sorularına yanıt aranmaktadır. O yüzden bu çalışmada kullanılan yöntem bir vaka çalışması uyarlamasıdır (Yin, 2003; Swanborn, 2003; Eisenhardt, 1989).

Teori genişletmek ve yeni kavramlar geliştirmek, çeşitli ilişkileri ve mekanizmaları çözümlenmek ve ampirik gözlemleri temellendirmek için nitel veri analizi teknikleri kullanılmaktadır (Miles ve Huberman, 1994; Strauss ve Corbin, 1990). Bu araştırmada vaka çalışması çerçevesinde gerçekleştirilen mülakatlar nitel içerik analizine tabi tutulacaktır. Nitel içerik analizi yöntemini daha stabil ve şeffaf bir hale getirmek için analizde bilgisayar destekli nitel veri analizi programı MAXqda kullanılacaktır. Nitel içerik analiz yönteminin kullanılma sebebi ise seçilen vakaların konuya yönelik ifadelerinin ve düşüncelerinin detaylı bir şekilde ortaya çıkartılması isteğidir. Bunun için gerçekleştirilen mülakatlarda kullanılan ifadeler parçalanarak anlamlı bir bütün oluşturulacak şekilde yeniden bir araya getirilecek ve yeni bir metin oluşturulacaktır. Çalışmada nitel içerik analizini gerçekleştirmek için analizin yapıldığı veri bağlamına bağlı olarak kodlar ve temalar oluşturulacaktır.

Nitel verilerin analizi konusunda alanyazın, farklı kavramlar ve yaklaşımlar ortaya koymaktadır. Ancak, tüm bu yaklaşımlarda göze çarpan

önemli nokta, verilerin betimlenmesine ve temaların ortaya çıkarılmasına verilen önemdir. Bunun yanında, araştırmacının yorumları ve ortaya çıkan temaların anlamlı bir biçimde ilişkilendirilmesi de ön plana çıkmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006: 223). Nitel veri analizlerinde standart bir yapı ve süreç bulunmamaktadır. Nitel araştırmalarda incelen her bir olgu kendine has özellik ve yapıya sahip olduğundan dolayı araştırma incelenen konuya, duruma veya olaya göre tasarlanmaktadır. Çalışmada nitel içerik analizini gerçekleştirmek için analizin yapıldığı veri bağlamına bağlı olarak kodlar ve temalar oluşturulmuştur.

4.1.2.1. Vaka Çalışmaları

Yin'in tanımına göre; vaka çalışması, güncel bir olguyu gerçekleştirdiği ortamda inceleyen, araştırmacının olaylar üzerinde herhangi bir kontrolünün bulunmadığı, incelenen olgu ile bağlam arasında belirgin sınırların olmadığı ve birden çok kanıtın veri olarak bulunduğu durumlarda kullanılan, bir araştırma yöntemidir (Yin, 2003: 13-14). Vaka çalışması araştırmalarının tasarımı ve yöntemleri üzerine yayınladığı çalışmada Yin'in belirttiği şu üç önemli ölçüt bu çalışmada neden nitel bir yöntem kullanıldığı konusunda açıklayıcı niteliktedir:

- i- Araştırmacının gerçek davranışsal olaylar üzerinde kontrolünün olmaması,
- ii- Olgu ve içinde bulunulan bağlam arasındaki sınırların kesin hatlarıyla belirlenememesi,
- iii- Tarihsel fenomenlere değil ancak çağdaş/güncel olaylara odaklanma (Yin, 2003:13-14).

Vaka çalışmaları, belirli bir popülasyondan tesadüfi olarak seçilen yüksek sayıdaki örneklem (ya da vakalar) üzerinde çeşitli hipotezlerin ve değişkenlerin test edilmesi yerine, belirli bir sebebe bağlı olarak, daha az sayıdaki vakalara odaklanır. Araştırmasını derinlemesine teorik bir açıklama ve ilerleme elde etmeye yönelik olarak gerçekleştirir. Teorik nedenlerden dolayı az sayıdaki vakalara odaklanması, araştırmacıya aktörlerin eylemlerini, toplumsal aktivitelerin içinde buldukları bağlama bağlı olarak (tarihsel ve kurumsal) meydana geldiği alanlarda, detaylı bir şekilde ve birçok özelliğine dayalı olarak yorumlama imkânı vermektedir (Dijk, 2008: 33).

Çoklu vaka çalışması yöntemi ile gerçekleştirilen bu çalışmada vakaların seçimi kuramsal örneklem mantığına (Eisenhardt, 1989: 537), araştırmacının amacına ve araştırdığı olguya bağlı olarak gerçekleştirilmiştir. Kuramsal örneklem mantığında vakalar hipotez testlerindeki gibi istatistiksel sebeplere değil kuramsal sebeplere bağlı olarak gerçekleştirilmektedir (Ör: Glaser &

Strauss, 1967; akt: Eisenhardt, 1989: 537). Kuramsal örnekleme amaç seçilecek muhtemel vakaların tekrarlanabilmesi ve/veya teoriyi genişletebilmesidir (Eisenhardt, 1989: 537). Harris ve Sutton'un (1986) ölen örgütler üzerine gerçekleştirdikleri çalışması (Eisenhardt, 1989: 537), Gersick'in (1988) çalışmasında grup gelişimi ile ilgili oluşturduğu modelinin analitik genellenabilirliğini arttırmak için (Eisenhardt, 1989: 537) vakalarını bilinçli bir şekilde belirli özelliklere göre seçmesi bu duruma bir örnek teşkil etmektedir. Bu yüzden bu çalışmada da seçilen vakalar kuramsal örneklem mantığına ve Yin'in (2003: 47) çalışmasında belirttiği birebir tekrarlama "litteral replication" yani benzer sonuçlar elde etmeye yönelik olarak seçilmiştir.

Kurumsal kuram ve kümelenme ilişkisi bağlamında gerçekleştirilen çalışmada otomotiv kümelenmesindeki örgütlerin içinde buldukları teknik ve kurumsal bağlama bağlı olarak gelişen standartların eşbiçimleşme tiplerini etkileyeceği düşünülmektedir. Daha önce çalışmanın literatüründe ve teorik kısmında yoğun bir şekilde üzerinde durduğumuz kurumsal kuram ve kümelenme ile ilgili kavramlar ve bu kavramlar arasındaki ilişkiler hakkında fikir edinebilmek için sınırlı sayıda da olsa çeşitli vakaları incelemek gerekmektedir. Çoklu vaka çalışması yöntemi ve kuramsal örneklem mantığı ile seçilen vakalar araştırmacının örnekleri arasında bize çapraz bir karşılaştırmaya gidilebilir ve elde edilen bulguların sağlamlığı arttırabilme imkânı verecektir. Çalışmada vakalarla yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Bu çerçevede vaka olarak seçilen firmaların her biri OEM/OPÜ (Original Equipment Manufacturer/ Orijinal Parça Üreticileri) kapsamında büyük firmalara üretim yapan belirli firmaların oluşturduğu tedarik zincirinden seçilmiştir. Bu seçimin altında yatan neden ise büyük firmaların varlığının küçük ve orta ölçekli firmaların endüstriyel yapılanmaları ve değişimleri için işlevsel bir mantıkla etki ederek katkı sağlamasıdır (DiMaggio ve Powell, 1991; akt: Taplin ve Breckenridge, 2008: 353). Marmara bölgesindeki otomobil kümelenmesi, bu içerik üzerinden incelendiği zaman, büyük firmalar bir standartlaştırma kurumu görevi görerek küçük ve orta ölçekli firmaları bu standartlara uymaya zorlamakta, küçük ve orta ölçekli firmalar da bu standartlara uyarak meşruiyet kazanmaktadır. Bu meşruiyet onların çevrelerindeki tedarikçilerle ve dağıtıcılarla olan ilişkilerine rehberlik etmekte ve genel olarak verimliliğin artmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca büyük firmalar kalite parametrelerini belirleyerek sadece minimal seviyede standartları kıyaslanmanın dışında küçük ve orta ölçekli firmalar arasında bir sinerji yaratarak firmaların karşılıklı bağımlılıklarını güçlendirerek olgunlaşmalarını sağlamaktadır (Taplin ve Breckenridge, 2008:353).

Mülakat yapılan firmalar adlarının ve özelliklerinin yazılmasını istemedikleri için firma isimleri yerine vaka 1 vaka 2 şeklinde kodlanmışlardır. Mülakat yapılan yöneticiler ve özellikleri şu şekildedir.

Vaka Bilgi Kartı

	Görüşmecilerin Pozisyonları
V1	Genel Müdür
V2	Ar-Ge ve İnovasyon Merkezi Yöneticisi
V3	Genel Müdür Yardımcısı
V4	Ar-Ge Merkezi Yöneticisi
V5	Üretim Mühendisi
V6	Satış ve Pazarlama Müdürü
V7	Ticaret Müdürü
V8	Servisler Yöneticisi

4.1.2.2. Mülakat Sorularının Belirlenmesi

Çalışmanın kurgusundan da anlaşılacağı üzere araştırmanın gerçekleştirilmesi için gereken mülakat soruları araştırma sorunsalına ve kurgusuna bağlı olarak belirlenmiştir. Bu noktada kurumsal kuram ve ilgili literatürün temel ilkeleri soruların belirlenmesinde göz önünde bulundurulmuş temel husus olarak ön plana çıkmaktadır. Yine araştırmanın kümelenme boyutuyla ilgili olarak literatürde ön plana çıkan temel noktalar ve bu temel noktaların kurumsal kuramla ilişkilendirilmesi de soruların oluşturulmasında göz önünde bulundurulmuştur. Soruların tespitinde hesap verilebilirliği arttırmak ve doğru noktalara temas edilip edilmediğini belirleyebilmek için odak grup çalışması gerçekleştirilmiştir ve odak grup çalışmalarında ön plana çıkan noktalar mülakat sorularının belirlenmesinde temel rol oynamıştır. Odak grup görüşmesi sekiz kişi ile gerçekleştirilmiştir. Bu odak grubun içerisinde bir profesyonel yönetici ve üç tane de örgüt kuramları ile ilgili çalışmalar yapan akademisyen ve çalışmalarında daha önce bu yöntemi kullanmış dört akademisyen bulunmaktadır.

Kurumsal kuram ve kümelenme kavramlarının kesiştiği noktalara bağlı olarak oluşturulan mülakat sorularının belirlenmesinde temel alınan esasların daha belirgin bir hale gelmesi ve ilişkilerin daha net bir şekilde algılanması için konuyla ilgili gerçekleştirilen teorik tartışmada kullanılan kavramlar üzerinden bir şekil oluşturulmuştur.



Şekil 1: Mülakat Sorularını Belirlemede Kullanılan Kavramların Kesişimleri

4.1.2.3. Verilerin Kodlanması

Kodlama verilerin nitel içerik analizine tabi tutulması için veriler arasında yer alan anlamlı bölümlere (bir sözcük, cümle, paragraf gibi) isim verilmesi sürecidir. Kodlama süreci, elde edilen verileri bölümlere ayırmayı, incelemeyi, karşılaştırmayı, kavramlaştırmayı ve ilişkilendirmeyi gerektirir (Strauss ve Corbin, 1990; akt: Yıldırım ve Şimşek, 2006: 227).

İçerik analizinde kodlama birimi, biçimsel sentaks (söz dizimi) ya da içeriksel semantik (anlam) olarak tanımlanabilir (Gökçe, 2006: 64). Anlamlar üzerinden yapılan içerik analizine nitel içerik analizi denir ve bu analizde kelimelerin sıklığı değil anlamların kuvveti önemlidir. Biçimsel sentaks kodlama birimi olarak seçildiğinde tek tek kelimeler ve simgeler belirlenir (Gökçe, 2006: 64). Bu kelimelerin veya simgelerin sayılması sıklık analizine karşılık gelmektedir. Bu çalışmada anlamların ön planda olduğu semantik yani nitel içerik analizi gerçekleştirilmektedir.

Çalışmada kullanılacak kodları oluşturmak için çözümlenme öncesi nitel veri seti üç kez kesintisiz, 5-6 kez aralıklı olarak okunmuştur. Okumalar sırasında ön plana çıktığı düşünülen kodlar not edilmiş ve araştırmacılar tarafından karşılıklı olarak tartışılmıştır. Tartışmalar sonucunda ortaklaşa karar verilen kodlar için ikinci bir aşama olarak odak grup görüşmesi yapılmıştır. Yapılan odak grup görüşmeleri ile oluşturulan kodlar veri analizinde kullanmak için daha da net bir yapıya kavuşturulmuştur.

Bu araştırmanın temelini kurumsal kuram ve kümelenme kavramı oluşturduğu için alanyazına dayalı olarak özellikle kurumsal kuram ile ilgili ön bir kodlama listesi ve temalar oluşturulmuştur. Bu ön kodlama listesi ve temalara analiz başlamadan önce yapılan ön testler için gerekli ardışık tekrarlı okumalar ve odak grup görüşmeleri sonucunda kümelenme ile ilgili yeni kod ve temalar eklenmiş ve kurumsal kuramla ilgili kod ve temalarda ise bazı güncellemeler yapılmıştır.

4.1.2.4. Kategorileri (Temaları) Belirleme

Nitel ya da nicel içerik analizinde her araştırmaya uygun geliştirilmiş ve standardize edilmiş kategori sistemi bulunmamaktadır. Dolayısıyla her bir araştırmanın kategori sisteminin kendi analiz malzemesinden oluşturulması gerekmektedir. Başka bir deyişle içerik analizi hem tündengelim hem de tüme varım yönteminden hareketle kategori sisteminin oluşturulması gerektiğine işaret etmektedir (Gökçe, 2006: 59). Kategoriler ilkece, verileri, benzer olanları gruplandırarak organize etmektir, böylece, diğerlerine benzeyen ya da onlarla ilişkili herhangi bir gözlem diğer gözlemlerle gruplandırılabilir. Ardından, benzer ya da ilişkili veri parçalarının tümünü ayrı kümelerle yerleştirip kümeler arası karşılaştırma yapılabilir. Kümeler içinde 'alt-kümeler' oluşturularak, veriler içindeki ilginç benzerlik ya da farklılıklar ayırt edilebilir. Farklı kümeler ya da alt-kümeler arasında karşılaştırmalar yaparak verilerdeki varyasyon ve örüntüler aranabilir (Kuş, 2006: 23).

Kategoriler tanımlayıcı etiketler (ya da konseptler; bakınız Strauss ve Corbin 1990: 61) olarak işlev görürler ve soyutlamalar yapmamıza imkân verirler (Willig, 2008: 35). Örneğin bir çalışmada kullanılacak 'kayı', 'Öfke' ve 'acıma' gibi çeşitli referanslar 'duygular' başlığı altında gruplanarak bir kategori oluşturabilirler (Willig, 2008: 35).

Yukarıdaki bölümlerde de ifade edildiği üzere bu araştırmanın temel dayanak noktasını kurumsal kuram ve kümelenme oluşturduğu için nitel içerik analizinde kullanılacak kod ve temaların (kategorilerin) bir kısmına önceden sahip olduğu gerekçesi ile araştırma tündengelimci bir strateji izlemektedir. Aynı zamanda araştırma kuram genişletme çabası olduğu ve kuramın açıklayıcılığına katkı sağlamayı hedeflediği için süreç içerisinde analize yeni kod ve temalar ekleyerek tümevarımcı bir strateji de izlemektedir. Bu kod ve kategorilerin (temaların) listesi İmindMap programı (zihinsel haritalama programı) ile araştırmacının zihnindekilerin berraklaştırılıp daha somut bir görüntüye kavuşması ve okuyucunun süreçle ilgili daha net bir yargıya varabilmesi için haritalandırılmıştır. Bu sistemle elde edilen kod ve kategoriler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Çalışma çerçevesinde elde edilen kod ve kategoriler bilgisayar destekli veri analiz programına (MAXqda) aktarılarak metinlerin nitel içerik analizine başlanmıştır. Kod ve kategoriler üzerinde anlaşma sağlandıktan sonra analiz tek kişi tarafından gerçekleştirilmiştir. Analiz sonunda sonuçlar gözden geçirilerek tartışılmış ve tekrar analiz edilmesi gerekip gerekmediğine bakılmıştır. Analiz sonunda tekrar analize gerek duyulmadığına karar verilmiştir. Verilerin analizinde kullanılan program sayesinde çözümlenmede kullanılan bu kod, kavram ve kategorilerin (temaların) süreç içerisinde sürekli gözden geçirilerek güncellenmesi, gerekli görüldüğü takdirde yeni kodlar eklenerek (İn vivo, açık kodlama) çözümlenme için en uygun forma ulaşması sağlanmıştır. Ayrıca bu yöntemle verinin kontrol altında tutulması da kolaylaşmıştır.

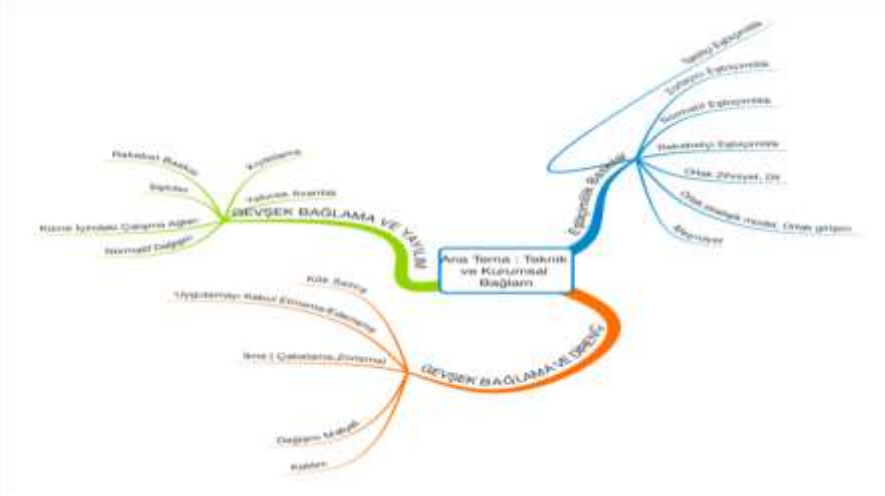
Bu çerçevede alandaki eşbiçimliliğin varlığı ve derecesini belirlemek için gerekli kavramsal çerçeve kurumsal kuramın eşbiçimlilik ile ilgili tanımlarından hareketle hazırlanmıştır. Teorik bir lens ve çözümlenme aracı olarak kullanılacak kuramsal çerçeve daha önceki bölümlerde derinlemesine anlatıldığı için burada tekrar eşbiçimlilik üzerinden nasıl kullanılacağı verilmeyecektir. Yukarıda kurumsal kuram, kümelenme ve eşbiçimliliğin kümelenme üzerinden örgütlere etkileri kısmında bu teorik çerçeve ve analiz için lens olarak kullanılacak kısım yeterince derin bir şekilde işlenmiştir.

Bu çerçevede kategorileri oluşturan kodlar aşağıdaki gibidir:

- ✓ **Eşbiçimlilik Kategorisi:** Taklitçi eşbiçimlilik, zorlayıcı eşbiçimlilik, normatif eşbiçimlilik, rekabetçi eşbiçimlilik, ortak zihniyet, dil, ortak stratejik model/ortak girişim ve meşruiyet.
- ✓ **Gevşek Bağlama ve Yayılım:** Yakınlık Avantajı, küme içindeki çalışma ağları, ilişkiler, normatif değişim, rekabet baskısı ve kıyaslama.
- ✓ **Gevşek Bağlama ve Direnç:** Kök salma, uygulamayı kabul etmeme/edememe.

Kesintisiz okumalar sonucunda süreç içerisinde analizde kullanılmak için belirlenen kategorilere eklenen kodlar ise şunlardır:

Okumalar sonucunda elde edilen gevşek bağlama ve direnç kategorisindeki kodlara görüşmecilerin mülakatlar sırasında dile getirdikleri ifadelerden yeni kodlar eklenmiştir, bunlar: İkna (çabalama, zorlama), değişim maliyeti, katılım.



Şekil 2: Kod ve Kategorilerin Zihinsel Haritası

4.2. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirmeleri

Tablo 1: Kod ve Kategorilerin Vakalara Göre Dağılımı

Kod Sistemi	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8
GEVŞEK BAĞLAMA VE YAYILIM	■							
YAKINLIK AVANTAJI								
NORMATİF DEĞİŞİM	■							
KÜME İÇİ ÇALIŞMA AĞLARI/NETWORKLER		■	■	■		■		■
İLİŞKİLER	■	■	■	■		■		■
REKABET BASKISI		■	■	■		■		■
KIYASLAMA	■	■	■	■		■		■
GEVŞEK BAĞLAMA VE DİRENÇ								
KATILIM		■	■	■	■	■	■	■
DEĞİŞİM MALİYETİ			■	■		■		■
İKNA (ÇABALAMA, ZORLAMA)	■		■			■		■
UYGULAMAYI KABUL ETMEME/EDEMEME			■			■		■
KÖK SALMA								
EŞBİÇİMLİLİK BASKILARI								
MESRUIYET	■	■	■	■	■	■	■	■
ORTAK STRATEJİK MODEL, ORTAK		■	■	■	■	■	■	■
ORTAK ZİHNİYET, DİL, ORTAK DÜŞÜNME...		■	■	■	■	■	■	■
REKABETÇİ EŞBİÇİMLİLİK		■	■	■	■	■	■	■
NORMATİF EŞBİÇİMLİLİK		■	■	■	■	■	■	■
ZORLAYICI EŞBİÇİMLİLİK	■	■	■	■	■	■	■	■
TAKLİTÇİ EŞBİÇİMLİLİK	■	■	■	■	■	■	■	■

Araştırma çerçevesinde vakalarla gerçekleştirilen mülakatlar sonucunda yapılan içerik analizinden elde edilen sonuçlar kurumsal kuram ve kümelenme üzerinde analiz edilmiş ve yukarıda görünen tablodaki kod ve kategori dağılımını oluşturmuştur. Her bir vakanın çözümlenmesine ait olan haritalar

sonda ek kısmında verilmektedir. Yukarıdaki tabloda yer alan kategorilerin (temaların) grafikleri ve sonuçları şu şekildedir:

4.2.1. Bulgular-1 ve Değerlendirmeleri:



Grafik 1: Gevşek Bağlama ve Yayılım Teması Kod Dağılımları Grafiği

Yukarıdaki dağılımda da görüldüğü üzere kıyaslama, küme içi çalışma ağları/networkler ve ilişkiler yayılım temasındaki yoğunluğu oluşturmaktadır. Bu çerçevede vakalardan bazılarının mülakat esnasında konu ile ilgili kullandıkları ifadelerden bir kaçı şu şekildedir:

V1: “ Bu süreçte zaten hepimiz birbirimizden etkileniyoruz, ilişki içinde bulunduğumuz firmalardan, otomotiv sektöründe birlikte hareket edip ortak projelerde bulduğumuz firmalardan ve diğer yerlerden etkileniyoruz. Sadece üretim olarak bakmamak gerekiyor bu konuya, mesela bizim kardeş dediğimiz, sürekli iletişim içinde olduğumuz bazı firmalar var, bunlar yine otomotiv sektöründe ama bizimle aynı ürünü üretmiyorlar ama bunlar yönetim kadrosunun bir birleriyle yakın ilişkiler kurduğu firmalar. Dolayısıyla inovasyon olarak biz bazen onların sistemlerini, verimliliklerimizi ve üretim yeterliliklerimizi arttırmak için alıyoruz. Biz kendi sistemlerimizi, üretim standartlarımızı da onlarla paylaşıyoruz, hatta yakın zamanda bunu gerçekleştirdik. Onlar bize geldiler ve biz de onlara gittik, bizim eksilerimizi onların artlarıyla, onların eksilerini de bizim artılarımızla kapatmaya çalıştık.”

V2: “Biz bu inovasyonları yaparken çıkış noktası olarak bazen benchmarking yoluna gidiyoruz, rakiplerimizin ürünlerinin analizlerini yapıyoruz, geliştirebileceğimiz noktaları tespit ediyoruz ya da tamamen sıfırdan bir ürün geliştiriyoruz.”

V6: Oldu, oluyor da, kimi zaman sistemsel, kimi zaman da doğaçlama benchmark çalışmaları yapıyoruz. 2009 yılında EFQM mükemmellik modeli ile ilgili çalışmamız oldu o sırada tüm süreçlerle ilgili bazı firmalarla benchmark yapıldı. Kimi zamanda Taysad üzerinde bu tür çalışmalar yapıyoruz. Bizim için benchmark sonucunda bizde olmadığı ortaya çıkan konuları toplantılarda dile getirip bunları tamamlamamız gerektiğini belirtiyoruz.

Vakaların yayılım teması içerisindeki ifadelerinin kodlara göre dağılımına baktığımız zaman, vakaların içinde buldukları bu normatif bağlam, örgütlerin içinde bulunduğu kümelenme, teknik ve kurumsal standartlar doğrultusunda bir eşbiçimlilik meydana getirmektedir. Fakat bu eşbiçimlilik kurumsal kuram içinde sıklıkla dile getirilen *“kurumsal kuram temelde örgütsel değişim dinamiklerinden ziyade örgütsel eşbiçimliliği ve aynı organizasyon alanında ve aynı sosyal ortamda kararlılığı vurgulayan bir kuram olarak kabul edilmektedir”* görüşünden farklılık göstermektedir. Çünkü teknik kural ve standartlar doğrultusunda oluşan bu normatif bağlam ve örgütün içinde yer aldığı otomobil kümelenmesi örgütlerin gelişimini ve değişimini sürekli destekleyen bir yapı sergilemektedir. Kabul görmüş mitlerin örgüt için etkin bir çözüm içermemesi (Boxenbaum ve Jonsson, 2008: 80-81) “ki burada kullanılan standartlar ve üretim yöntemleri de bu mitlerin birer parçasını oluşturmaktadır” rekabet ve maliyet ile ilgili alanlarda sıkıntılar yaratması örgütlerin içinde bulunduğu dil, standart ve bağlamı gevşek bağlama sayesinde değişim için bir araç meşru bir araç haline getirmektedir. Dolayısı ile alanda oluşan eşbiçimlilikler esnek bir yapı sergileyerek eşbiçimliliklerin yeni biçimlerde sürekli üretilmesine zemin hazırlamaktadır. Ayrıca örgütlerin kullandıkları teknik kural ve standartların örgütlerin yaptıkları her şeyi kayıt altına alarak ve meşru bir biçimde gerçekleştirmelerini sağlaması da bu durumu kolaylaştıran bir faktör olarak gözlemlenmektedir.

4.2.2. Bulgular-2 ve Değerlendirmeleri:



Grafik 1: Gevşek Bağlama ve Direnç Teması Kod Dağılımları Grafiği

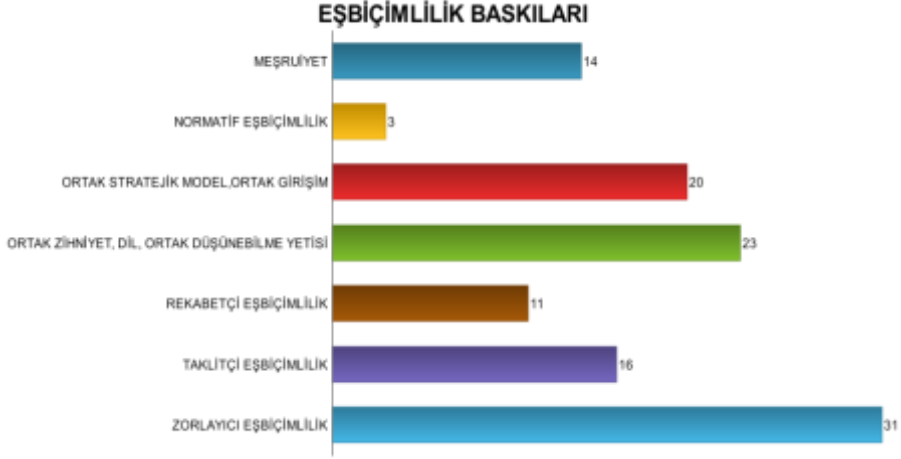
Direnç teması ile ilgili grafiğin dağılımından da anlaşıldığı üzere katılım ve ikna kodları yoğunluktadır. Katılım ve ikna kodları üzerinden vakalardan mülakat esnasında konu ile ilgili kullandıkları ifadelerden bir kaç şü şekildedir:

V7: “Öncelikle kullandığınız sistemdeki insanları eğitmek durumundasınız. Elbette ki dirençler oluyor, gerek ekipmanla ilgili durumlarda gerekse insanda. Ama biz son yıllarda bu konuyla ilgili yaptığımız çalışmalarda güzel bir ivme kazandık o yüzden çok ciddi sıkıntılar yaşamıyoruz. Çünkü bu durumla ilgili sürekli eğitimlerimiz oluyor. Şöyle söyleyeyim eğitimlerimizi biz kendi elemanlarımızla birlikte imalatçılarımızla da belirli dönemlerde paylaşıyoruz. Yenilikle ilgili çalışmalarda katılımlarını sağlayabilmek için.”

V6: “Bazen yenilikleri sistemimize entegre etmeye çalışırken çeşitli dirençlerle karşılaşabiliyoruz da, diyelim ki mevcut bir ürün ağacı sistemimiz var, yani belli bir parça kodu var ve bunun değiştirilmesini istiyoruz, çünkü yeni sistemi buna adapte etmemiz gerekiyor, fakat diğer bölümlerde veya tedarikçilerde çok fazla değişiklik olacağı için veya mevcut statükoyu korumak için değiştirilmesi istenmiyor kimi zamanlarda, bunu mümkün olduğunca az indirmeye ve sebepleri ile birlikte ikna etmeye çalışıyoruz, bazen projeyi belli bir süreliğine donduruyoruz ve projeyi tekrardan ele alıyoruz ve bu işi artık yapmamız gerektiğine ikna ediyoruz, insanlar bazen bu değişiklikleri duyduklarında hemen blok koyabiliyorlar önünüze ben bunu istemiyorum şeklinde. Ama bu süre zarfında başka problemlerle karşılaştıklarında bu çözümün gerekli olduğunu anlayıp onlarda ikna oluyorlar, koydukları direncin gereksizliğini anlıyorlar. Kimi zamanda çok fazla değişiklik gerektirmiyorsa hemen uygulanabiliyor.”

Vakaların direnç teması içerisinde ifade etikleri kodların dağılımına bakacak olursak, bu tema içerisindeki kodların dağılımı tablo 2’de de görüldüğü gibi katılım ve ikna kodlarında yoğunlaşmıştır. Bu durum daha önce de ifade ettiğimiz gibi örgütlerin içinde bulunduğu teknik ve kurumsal standartlar ve içine gömülü oldukları normatif bağlamın özelliklerine bağlı olarak örgütleri ne yönde bir eşbiçimliliğe ve nasıl yönlendirdiğini açıkça ortaya koymaktadır. Örgütlerin içinde bulunduğu kümelenme ve kurumsal alanın oluşturduğu normatif bağlam örgütlerin birlikte hareket edebilmesini ve yapısal değişimlerini birlikte daha kolay bir şekilde gerçekleştirebilmesini sağlamaktadır. Çünkü örgütlerin içinde bulunduğu bu bağlam maliyet ve teknoloji olarak yüksek seviyede bir rekabeti gerektirmektedir. Bu durumda örgütlerin sahip olduğu çeşitli üretim standartları ve bu üretim standartlarını ortak bir noktada buluşturan standardı “ki bu noktada bu standart ISO 16949 oluyor” küme içindeki örgütlerin değişime direnç gösteren bir eşbiçimleşme ile şekillenmesine izin vermemektedir. Gevşek bağlı örgüt kümelerinin oluşturduğu bu çevre ve normatif bağlamda gelişen teknik kural ve süreçler ile kurumsal kural ve süreçlerin meydana getirdiği eşbiçimleştirici standartlar eşbiçimliliği esnekleştirerek değişimin bir kaynağı haline getirmektedir.

4.2.3. Bulgular-3 ve Değerlendirmeleri:



Grafik 2: Eşbiçimlilik Baskıları Teması Kod Dağılımları Grafiği

Eşbiçimlilik baskıları teması ile ilgili grafiğin dağılımından da anlaşıldığı üzere zorlayıcı eşbiçimlilik, Ortak zihniyet, dil, ortak düşünebilme yetisi, ortak stratejik model, girişim ve meşruiyet kodları yoğunluktadır. Vakalarla yapılan mülakatlar esnasında konu ile ilgili kullandıkları ifadelerden bir kaçısı şu şekildedir:

V2: “Bu standartların elbette ki firma için çok büyük bir önemi var, çünkü bu standartlar çerçevesinde hareket etmek zorundasın. Bir dizayn yaparken bu dizaynın girdisinin, prosese çıktısının, bunların hepsinin yazılı bir şekilde kayıtlarının olması gerekiyor. Bu standartlar bizim düzgün bir iş akışı çerçevesinde hareket etmemizi sağlıyor, dolayısıyla gerçekleştirdiğimiz inovasyonlarda da, üretimde de bu standartların etkisi var çünkü bu standartlar bu gerçekleştirdiğimiz şeyleri belirli bir seviyenin üstünde gerçekleştirmemizi sağlıyor.”

“Elbette ki bu durum müşterilerin tercihini etkiliyor, (bu standartları karşılayamayanların) çünkü imajı kötü bir hale geliyor, ayrıca bu durum belli bir standartta üretiminiz yok demek anlamına da geliyor. Bu durum bir sonraki projede senin olmaman demek, iş yapamaman anlamına geliyor.”

“Bütün bu standartlar ve gereklilikleri bütün firmalar için aynı ve geçerli, karşılıklı iki firmada bu standartlara sahipse zaten belli bir ölçüde aynı dili konuşuyor demektir, dolayısıyla ortaklaşa düşünebilmenize, stratejik ortaklıklar kurabilmenize de yardımcı oluyor elbette ki bu standartlar.”

V3: “Bu sorduğunuz sistemler işte 16949 vd. elbette ki değişime destek oluyor, her firmanın kendine ait sistemleri var, ISO 16949, çevre yönetimi ISO 14001 vs. bunlar beynelmilel olan sistemler ve bu sistemleri uygulamazsan kendini geliştiremezsin ve kendini iş yaptığın firmaların sistemlerine entegre edemezsin. Çünkü her firmanın kendine ait sistemleri var ve bu beynelmilel olan sistemleri kendi sistemlerine entegre etmeye çalışıyorlar. Sende bu ortak sistemleri kullanarak kendini onların sistemlerine entegre ediyorsun. Bu sistemleri insanlara iyi anlatmak lazım, kendin bu sistemleri iyi anlarsan değişime direnç göstermezsin kolay adapte olursun.”

“Ortak bir dil olmadan otomobil olmaz, dolayısıyla çalıştığın firmalarla ortak bir dile sahip oluyorsun, olmalısın.”

“Biz çok çeşitli firmalarla çalışıyoruz, bu firmalarla çalışabilmemiz için gerekli olan bu standartlar onlarla görüşebilmemiz, inovasyon yapabilmemiz için şart. Çünkü bu standartlar bu dili oluşturuyor ve bu dil sana onlar hakkında bilgi sağlıyor.”

“Örneğin ortak çalıştığımız bir firma için geliştirdiğimiz bir ürün onların parça başına olan maliyetlerinde 10/20 Euro bir avantaj sağladı, bunu yapabilmek için birlikte çalıştığın firmaları iyi tanıman, ne istediklerini iyi bilmen, düşünce yapılarını anlamın gerekiyor. Çünkü stratejik bir model ya da düşünce yapısı oluşturabilmen için bu yaptıkların sana yön veriyor.”

V4: “Bu standartlar sistemi bir zincir, nasıl sizden bu standartları istiyorlarsa sizde sizin alt tedarikçilerinizden istiyorsunuz.”

“Bu standartlar size zaten destek olması için oluşturulmuş standartlar, global alanda hareket ediyorsanız destek oluyor da, bunlar bizim sistemlerimize destek olan standartlardır.”

“Bu yüzden bu tür firmalarla birlikte çalışırken yoğun bir ilişki içine giriyorsunuz, arada standartların ve şartların oluşturduğu büyük bir dil, zihniyet ve düşünce yapısı var ve bu dili öğrenmek zorundasınız bir süre sonra bu ilişkiler size bu zihniyeti ve düşünce yapısını da öğretiyor.”

V6: “Kullandığımız sistemler bizim değişimimize engel değil, çünkü onların amacı mevcut sistemi yazılı hale getirip, bu yazılı olan sistemi insanlardan bağımsızlaştırarak daha net bir şekilde kullanılabilmesi ve kurumsallaşması için çalışıyor. Bu sistemler aslında bir sistemin oluşturulmasına dönük olarak gerçekleştirilen şeyler ve müşterilerin oluşan beklentilerini karşılamaya dönük olan şeyler ve bunları yönetmek için var olan yapılar. Değişikliklerin ve değişimin de sistematik olarak yapılmasını ve denetlenmesini sağlayan şeyler, yani bu sistemler değişimi de sistemleştiriyorlar ve yardımcı oluyorlar.”

“Bu standartlar ortak bir terminoloji oluşturup, beklentileri karşılamamız ve onları bir sistem içine almamız ve belli bir dili konuşup ona göre hareket edebilmemizi sağlıyor. Doğal olarak kurduğumuz stratejik ortaklıklarda, belli bir dili konuşabilmemizde ve düşünebilmemizde etkililer. Bu hem bizle tedarikçilerimiz hem de müşterilerimiz arasında bir ortak yapı sağlıyor. Sistemin içinde olabilmemizi sağlıyor.”

Vakaların eşbiçimlilik baskıları ile ilgili temada dile getirdikleri ifadelerin kodlarının dağılımı ise gevşek bağlama çatısı altındaki değişim ve direnç temalarını destekler bir nitelik taşımaktadır. Vakaların içinde bulunduğu normatif bağlamda gelişen teknik kural ve süreçler ile kurumsal kural ve süreçlerin oluşturduğu eşbiçimleştirici standartlar bağlam gereği sürekli gelişimi ve dönüşümü gerekli kılmaktadır. Vakaların ifadeleri üzerinden verilen örneklerden de anlaşılacağı üzere bu standartlar örgüt yapılanmalarında değişime direnç gösteren bir eşbiçimlilik yaratmak yerine üretim, yönetim, inovasyon gibi birçok alandaki süreçlerin kontrol ve kayıt altına alınmasını ve bu süreçlerin belirli bir standarda oturtulmasını sağlayan değişime yardımcı gevşek bağlı yapılar olarak çalışmaktadır. Bu standartlar örgütlerin kendi yarattıkları ya da çevrelerindeki değişimleri, farklılıkları kontrol ve kayıt altına almalarını sağlayan süreçsel bir eşbiçimlilik meydana getirmektedir. Buradaki eşbiçimlilik gevşek bağlama sayesinde örgütlerin bir birlerinin kopyaları olması ve kurumsal kuramın dile getirdiği gibi uygulamaların kök salması yerine örgütlerin ortaklaşa hareket edebilmek, ortak bir dil kurabilmek ve birlikte rekabetçilik stratejilerini geliştirebilmek için oluşturdukları ortak bir zemindir. Bu sayede örgütler sistemin içinde var olabilmekte yani meşrulaşabilmekte, rekabet edebilmekte, değişebilmekte ve bu değişimlerini kontrol altına alınmış süreçlerle meşru bir biçimde yapabilmektedirler.

Sonuç ve Öneriler

Çalışmanın başında ve amaç kısmında belirttiğimiz “Yüksek rekabetin yaşandığı bir çevrede teknik ve kurumsal bağlam örgüt toplulukları arasında nasıl ve ne yönde bir eşbiçimleşmeye neden olmaktadır?” sorusu ve bu ana soruya bağlı olarak geliştirilen alt sorular: *Kümelerde kullanılan çeşitli standartlar örgütler arasında oluşan eşbiçimliliğe nasıl etki etmektedir?*, “ *Bu eşbiçimleşmenin yönü ne şekilde gelişmektedir ve bu gelişimin nedeni nedir ?*” , “ *Örgütler arasındaki gevşek bağlamanın (loose coupling) bu duruma bir etkisi var mıdır? Varsa ne nasıldır ?*”. Vakalardan elde edilen veriler tarafından net bir şekilde açıklanmıştır.

Bu çerçevede çalışmanın girişinde ve teorik tartışma kısmında dile getirdiğimiz ifadeler doğrulanır niteliktedir. Bunlar:

Küme içinde kullanılan ortak bilgi kaynakları, etkileşimlerin sıklığı ve yöneticiler arasında oluşan ortak zihniyet, küme içinde yöneticiler arasında paylaşılan ortak bilişsel rekabet modelini oluşturmakta ve güçlendirmektedir (Pouder ve St. John, 1996; akt: Sull, 2002: 3).

Küme içindeki örgütler arasındaki bu ortak standartlar ve kurumsal süreçlerin oluşturduğu bu normatif bağlam “*kurumsal kuram temelde örgütsel değişim dinamiklerinden ziyade örgütsel eşbiçimliliği ve aynı organizasyon*

alanında ve aynı sosyal ortamda kararlılığı vurgulayan bir kuram” düşüncesi ile örtüşmemektedir.

Bu standartlar örgütlerin kendi yarattıkları ya da çevrelerindeki değişimleri, farklılıkları kontrol ve kayıt altına almalarını sağlayan süreçsel bir eşbiçimlilik meydana getirmektedir. Fakat buradaki eşbiçimlilik örgütlerin bir birlerinin kopyaları olması ve kurumsal kuramın dile getirdiği gibi uygulamaların kök salması yerine örgütlerin ortaklaşa hareket edebilmek, ortak bir dil kurabilmek ve birlikte rekabetçilik stratejilerini geliştirebilmek için oluşturdukları ortak bir zemindir. Bu sayede örgütler sistemin içinde var olabilmekte yani meşrulaşabilmekte, rekabet edebilmekte, değişebilmekte ve bu değişimlerini kontrol altına alınmış süreçlerle meşru bir biçimde yapabilmektedirler.

Vakalardan elde edilen veriler bize özellikle taklitçi eşbiçimlilik ve kıyaslama konusunda örgütlerin bir bilince sahip olduğunu göstermektedir. Vakalar sahip oldukları taklit bilincini şu şekilde ortaya koymaktadırlar: Bir rakip yeni bir ürün veya bir inovasyon gerçekleştirdiğinde ilk etapta rakipler tarafından bu ürünün bir üst modeli hemen piyasaya sürülmeye çalışılmaktadır. Eğer o sırada bu inovasyonu gerçekleştiremiyorsa ürünün birebir aynısını onlarda piyasaya sürmektedirler. Kıyaslama bilinci ise şu şekilde ortaya çıkmaktadır: Örgütler çevrelerindeki rakiplerle ve farklı alandaki firmalarla kurdukları ilişkilerde sistemlerini süreçlerini, yapılarını ve yönetim tarzlarını kıyaslama yolunu gitmektedirler. Bu kıyaslama sonucunda elde ettikleri bilgileri birebir alıp kullanmak yerine kendilerine adapte ederek, değişiklikler gerçekleştirerek uyarlama yoluna gitmektedirler.

Bu noktada gevşek bağlama kavramı örgütlerin yapılarında ve yönetim uygulamalarında aynı anda hem süreklilikler hem de değişimler olabileceği düşüncemizi yansıtır niteliktedir. Ayrıca bu durum küme içerisindeki örgütler arasında ne tam bir homojenliğin ne de tam bir heterojenliğin neden gerçekleşmediğini ve bu küme içindeki eşbiçimliliğin neden diğer alanlardan daha farklı olduğunu ve bu eşbiçimliliğin nasıl ve ne yönde olduğunu da açıklar niteliktedir.

Kümedeki örgütler arasındaki bu gevşek bağlam aktörler tarafından oluşan sosyal gerçekliğin topluluksal çıkarılara “*ahlaki ve faydacı*” bağlı olarak değiştirilebileceğini, tekrar kurgulanabileceğini, zihinlere yerleşen bilişsel ve törensel süreçlerin sorgulanarak aktörler tarafından çıkarılarla çatıştığı noktada kaldırılabilirliğini ya da vazgeçilebileceğini göstermektedir. yine bu durumda yüksek rekabetin yaşandığı sektörlerde meydan gelen kümelerdeki örgütler arası eşbiçimliliklerin teknik ve kurumsal bağlama bağlı olarak daha esnek bir yapıya sahip olabileceğini işaret etmektedir.

Nitel bir araştırma stratejisi ve analiz yöntemine sahip olan bu çalışmadan elde edilen sonuçların analitik bir genellemeye sahip olabilmesi için yine otomotiv sektöründeki gibi rekabetin, teknik ve kurumsal bağlamın yüksek olduğu başka sanayi kümelerinde de uygulanması ve bir birleri üzerinden bir karşılaştırmaya gidilmesi ileriki çalışmalar için faydalı olacaktır. Yine bu çalışmanın daha büyük bir alanı ve daha fazla örgüt yapısını kapsayabilmesi için genellenebilir çalışmalarla desteklenmesi hatta mümkünse hem nitel hem de nicel yöntemlerin kullanıldığı karma çalışmalarla incelenmesi gerekmektedir. Bunun için mikro, meso ve makro seviyelerde ölçümlerle farklı alanlarda araştırmalar yapılarak elde edilen sonuçların desteklenmesi gerekmektedir. Ayrıca farklılaşma, sürdürülebilir gelişme, rekabet, örgüt kültür ve inovasyon boyutlarının tek tek ve birlikte ele alınarak genişletildiği çalışmalar alanda yeni açılımların geliştirilmesini sağlayabilir.

KAYNAKÇA

BOXENBAUM, E., & Jonsson, S. (2008). Isomorphism, Diffusion and Decoupling. Greenwood, R., Oliver, C., Suddaby, R., & Sahlin-Andersson, K. (Eds.). (2008). In the Sage Handbook of Organizational Institutionalism, 78-98.

BULU, M., Eraslan, İ. H. (2004). Kümelenme Yaklaşımı. İsmail Bakan (Ed.) Çağdaş Yönetim Yaklaşımları: İlkeler, Kavramlar ve Yaklaşımlar içinde (s. 159-170). İstanbul: Beta Basım Yayın.

CHUANG, Y-T., Dean, A. H., Thomson K., "Diversity and Similarity of Organizational Form in New York City Newspapers 1801-1988," Annual Meeting of Academy of Management 2000, Toronto, ASAC-IFSAM 2000 Conference, Montreal

ÇAKAR, M., Danışman, A., (2012). "Kurumsal Kuram", Sözen H.C., ve Basım, N., (edi), Örgüt Kuramları, Beta Yayınları, İstanbul.

DACİN, M. T. (1997). Isomorphism in Context: The Power and Prescription of Institutional Norms. *Academy of Management Journal*, 40: 46-81.

DAFT, R. .L. (2008). Organization Theory and Design, Sixth Edition, International Thompson Publishing, USA.

DİJK, S. J. V. (2008). Realizing Radical Innovation in Established High-Tech Companies: A Micro Institutional Perspective. (Yayınlanmamış Doktora Tezi).Eindhoven/Eindhoven University.

DİMAGGIO, P.J., & Powell, W.W., (1983), "The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields", *The New Institutionalism in Organizational Analysis* (Ed.: Powell, W.W., & DiMaggio, P.J.), (1991), University of Chicago Press, Chicago.

DİNÇER, M. A. M. (2013). *Kurumsal Kuram ve Rekabet Olgusu: İnovasyon ve Kümelenme Açısından Bir Değerlendirme* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Sakarya Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

EİSENHARDT, K. M. (1989). Building Theories From Case Study Research. *Academy Management Review*, 14(A), 532-550.

GÖKÇE, Orhan. (2006). İçerik Analizi - Kuramsal ve Pratik Bilgiler, Siyasal Kitabevi, Ankara.

HANNAN, M. T., & Freeman, J. (1977). The Population Ecology of Organizations. *American Journal of Sociology*, 82(5), 929-964.

HEMPHILL, T. A. (2004). Corporate Citizenship and the Employee/Citizen Soldier. *Business Horizons*. 47.

ISBASOİU, G. M. (2007). Industrial Clusters and Regional Development. The Case of Timisoara and Montebelluna. *University of Urbino, Forthcoming in: ICFAI University Press*.

JEPPERSON, R. L. (1991). Institutions, Institutional Effects, and Institutionalism. Powell, W. W., & DiMaggio, P. J. (Eds.), *in the New Institutionalism in Organizational Analysis*, University of Chicago Press, Chicago: 143-163.

KARATAŞ, Neslihan. (2006). *Yeni Bir Kümeleşme Modeli Olarak Organize Sanayi Bölgelerinin Yeniden Örgütlenmesi (İzmir-Çiğli AOSB Örneği)*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi/Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

KUŞ, Elif. (2006). *Bilgisayar Destekli Nitel Veri Analizi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

LİNDSEY, V. J. (2005). The Development of International Industry Clusters: A Complexity Theory Approach. *Journal of International Entrepreneurship*, 3, 71-97

MASKELL, P. A. (2001). Towards a Knowledge-Based Theory of The Geographical Cluster. *Industrial and Corporate Change*, Volume 10 (4).

MASKELL, P., Bathelt, H., & Malmberg, A. (2004). Clusters and Knowledge Local Buzz, Global Pipelines and the Process of Knowledge Creation. *DRUID Working Papers 02-12*, DRUID, Copenhagen Business School, Department of Industrial Economics and Strategy/Aalborg University, Department of Business Studies.

MEYER, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340.

MİLES, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Source Book*. Sage.

OLİVER, Christine., (1988), "The Collective Strategy Framework: An Application to Competing Predictions of Isomorphism", *Administrative Science Quarterly*, 33: 543-561.

ORTON, J. D., & Weick, K. E. (1990). Loosely Coupled Systems: A Reconceptualization. *Academy of Management Review*, 15(2), 203-223.

ÖZEN, Şükrü., (2007), "Yeni Kurumsal Kuram: Örgütleri Çözümlemede Yeni Ufuklar ve Yeni Sorunlar", A. Selami Sargut ve Şükrü Özen (edi), *Örgüt Kuramları*, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.

PORTER, Michael. (1998). Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*, November-December.

POUDER, R., & St. John, C. H. (1996). Hot Spots and Blind Spots: Geographical Clusters of Firms and Innovation. *The Academy of Management Review*, Vol. 21, No. 4 pp. 1192-1225 Published by: Academy of Management.

RUEF, M., & Scott, W.R. (1998). A Multidimensional Model of Organizational Legitimacy. Hospital Survival in Changing Institutional Environments. *Administrative Science Quarterly*, 43(4), 877-904

SCOTT. W. R., (2008). *Institutional Theory Metts Organization Studies: Institutions and Organizations, Ideas and Interests Third Edition* İçinde, Sage Publications: California.

STRAUSS, A. L., & Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research* (pp. 61-143). Newbury Park, CA: Sage Publications.

SULL, D. N. (2002). From Comunity of Innovation to Community of Inertia: The Rise and Fall of the U.S Tire Industry. *In Academy of Management Proceedings (Vol. 16)*.

TAPLIN, I., and Breckenridge, R. S. (2008). Large Firms, Legitimation and Industry Identity: The Growth of the North Carolina Wine Industry. *Social Science Journal* , 45(2):352-360.

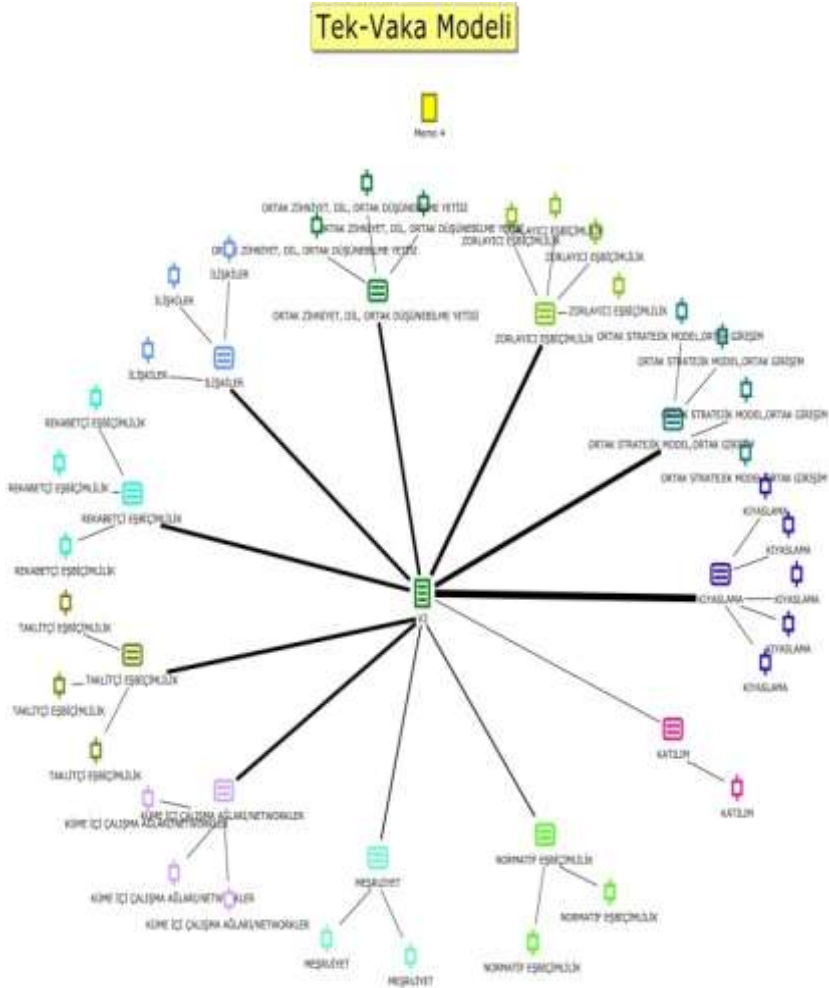
ULUSOY, G., Alpakan, L., Kılıç, K., & Öner, A. (2008). İmalat Sanayiinde İnovasyon Modelleri ve Uygulamaları Projesi. *TÜSİAD Sabancı Üniversitesi REF, SOBAG - 105K105*.

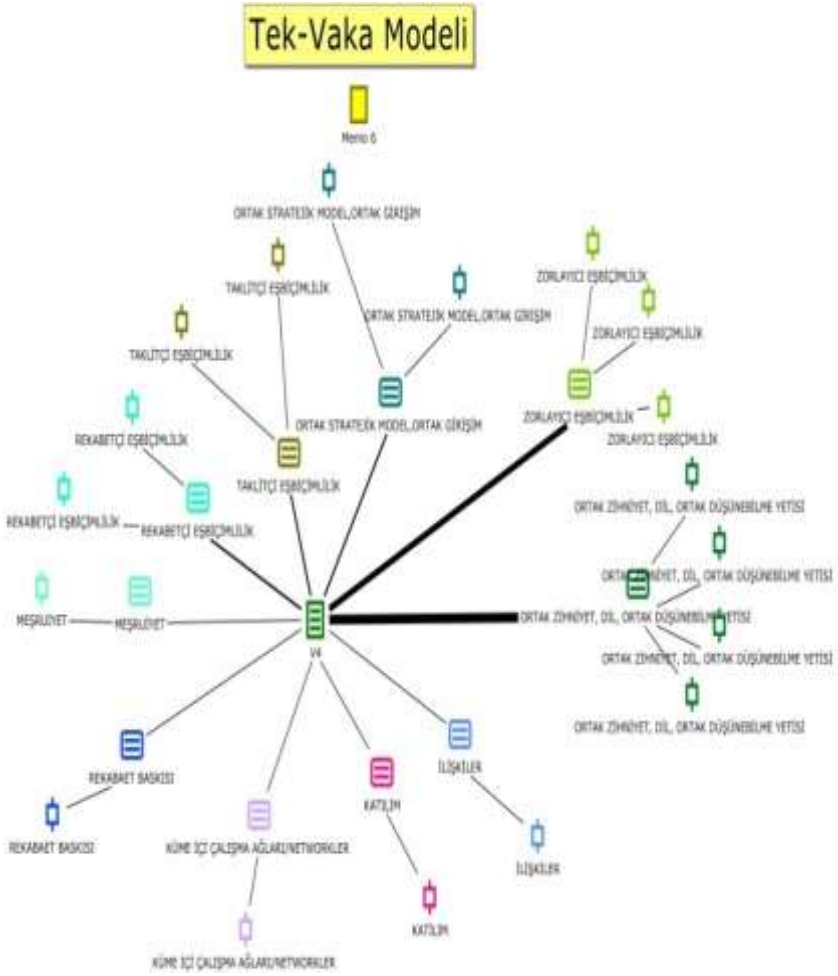
WEICK, K. E. (1976). Educational Organizations as Loosely Coupled Systems. *Administrative Science Quarterly*, 1-19.

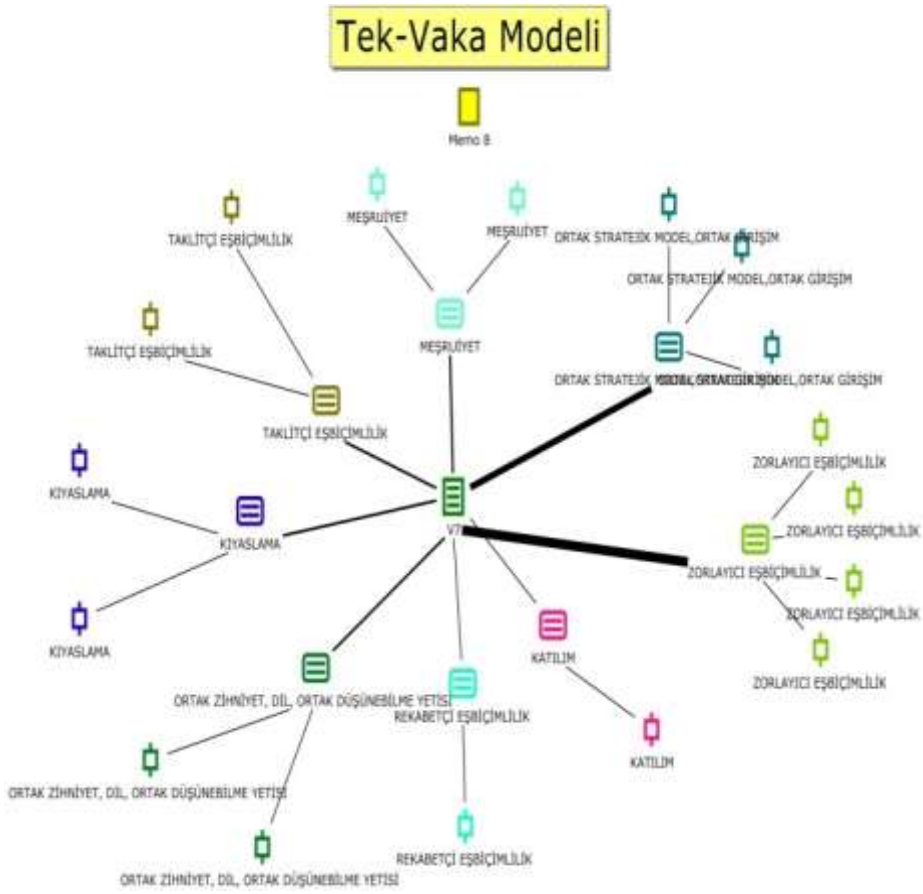
WILLIG, C. (2008). *Introducing Qualitative Research Methods in Psychology*, Second Edition, Maidenhead: McGare Hill/Open University Press.

YILDIRIM, A., ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Kitap Evi.

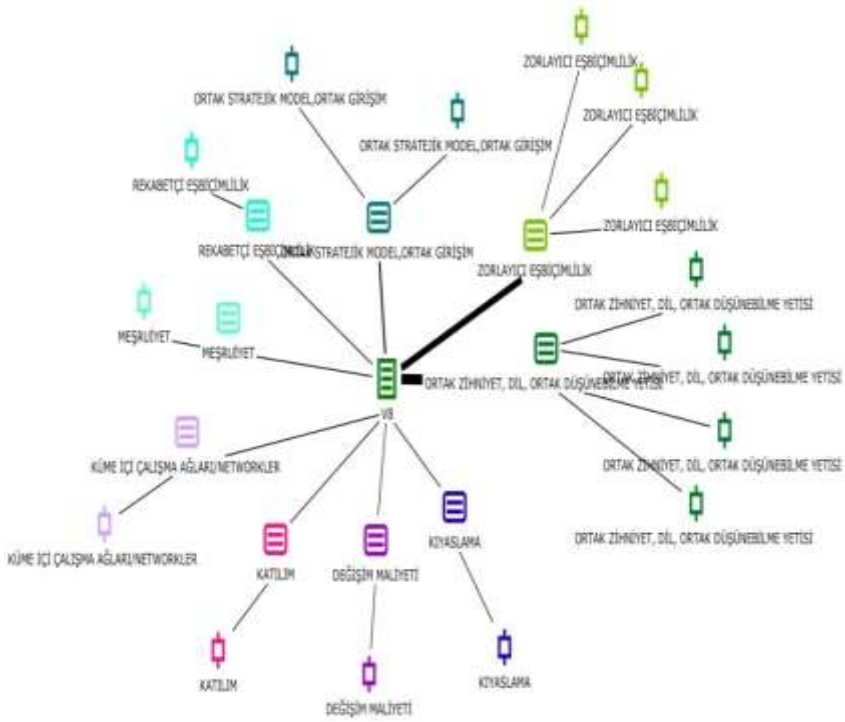
YİN, R. K. (2003). *Case Study Research: Design and Methods*, 3rd Edition, *Applied Social Research Methods*, Vol. 5, Sage Publications, London.







Tek-Vaka Modeli



Bulut Bilişim (Cloud Computing) ve Muhasebe

Yrd. Doç. Dr. Yaşar ÖZ

Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari
Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
yasaroz@bartin.edu.tr

Özet: Bulut bilişim, bilgi teknolojilerinin sunulması ve kullanılması konusunda yeni bir yaklaşımı ifade etmektedir. Bu yaklaşımın işletmelere faydaları ve değişim potansiyeli göze alındığında internetin ortaya çıkmasından sonraki en büyük gelişme olduğu düşünülmektedir. İşletmeler için maliyetlerin düşmesinden erişim kolaylığına birçok avantaj sağlayan bulut bilişim, muhasebede gittikçe artan biçimde kullanılmaya başlamıştır. Bulut bilişim tabanlı muhasebe sistemleri, rekabetçi bir ortamda yaşayan işletmelerin hız, esneklik, güvenlik ve maliyet etkinlik ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Fakat oldukça yeni bir ortam olarak, bulut bilişim tabanlı muhasebe sistemlerinin yasal düzenlemelerin eksikliği ve güvenlik endişeleri gibi problemlere sahip olması aktif ve potansiyel kullanıcıları düşündürmektedir.

Anahtar kelimeler: Bulut bilişim, muhasebe, bilgi teknolojileri, işletme

Cloud Computing and Accounting

Abstract: Cloud computing represents a new approach for supplying and using information technology services. Considering its benefits for firms and the potential of changes that it may lead to, it is envisioned that cloud computing can be the most important innovation in information technology since the development of the internet. Cloud computing which provides many advantages from the ease of access to lowering costs for businesses, has began to be used increasingly in accounting. Cloud computing based accounting systems fulfill the speed, flexibility, security and cost-effectiveness needs of businesses who live in competitive environment. But as a very new environment, cloud computing based accounting systems have problems like its lack of legal infrastructure and security concerns and this worries the active and potential users.

Keywords: Cloud computing, Accounting, Information Technologies, Business

Giriş

Her alanda olduğu gibi internet alanında da sürekli yeni teknolojiler kullanıma sunulmaktadır. 2005 yılından itibaren konuşulmaya başlanan WEB 2.0 standardı, internetin ilk aşaması olan ve etkileşimsiz, tek taraflı kullanım sağlayan WEB 1.0'a göre, kullanıcılarla etkileşimli ve dinamik bir yapı

getirmektedir. Bloglar, internet sözlükleri, haber akışları (rss), sosyal ağlar gibi yeniliklerin ardından bulut bilişim olarak adlandırılan bulut bilişim (cloud computing) de hayatımıza girmiştir.

Mobil teknolojiler, insanların istedikleri yer ve zamanda bilişim olanaklarını kullanma ihtiyacının gereği olarak ortaya çıkmış ve kurumsal nitelikli istekler de buna eklenmiştir. Bilişim sektörünün öncü kuruluşları olarak Google, Microsoft, IBM gibi firmaların rekabetlerinin bir sonucu olarak bilişim teknolojisi ceplere girecek kadar küçülmüş mobil aygıtlarda ve her yerde ulaşılabilir hale gelmiştir. Örneğin Google Drive hizmeti sayesinde belgeler “bulut” sürücülerde saklanabilmekte, başka kullanıcılarla eş zamanlı olarak kullanılabilen ve bu belgeler üzerinde değişiklikler yapmak olanaklı hale gelmektedir. Buna paralel biçimde, kurumsal anlamda kullanılan programlara da her yerden ulaşılabilme, işlem yapma ve saklama gibi ihtiyaçlar, bulut bilişim teknolojisini ticari alanda da kullanılabilir duruma getirmiştir. Bu sayede, kurumlarda bilişim teknolojisinin kullanımına dair maliyetler ve sıkıntılar hafiflerken kullanım esnekliği de sağlanmıştır. Ancak, her teknoloji gibi bulut bilişim teknolojisinin de dezavantajları bulunmaktadır.

Bu çalışmada, işletmeler tarafından kullanılan bulut bilişim teknolojisinin tanımı, özellikleri, türleri, faydaları ve riskleri ile muhasebenin bulut bilişimle olan ilişkisi incelenmektedir.

1. Bulut Bilişimin Tanımı ve Kapsamı

Ülkemiz literatüründe hatalı olarak “bulut bilişim” olarak isimlendirilen cloud computing³ dijital dünyanın sunduğu yeni bir teknoloji olarak tüm dünyada hızlı bir biçimde yaygınlaşmaktadır.

Bilgisayarların kullanılmaya başlaması, verilerin ve bilgilerin dijital bir ortamda oluşturulma ve saklanmasına imkân vermiştir. İnternet ise, bilgisayar ve veri depolarında tutulan bilgi ve verilerin dünya çapında paylaşılması ve kullanılmasına olanak tanımıştır. İnternetin bilgisayarlar dışında artık mobil cihazlarda da ulaşılabilir olması ve kullanıcıların gittikçe artan istekleri, internet uygulamalarında değişime yol açmış ve WEB 1.0 olarak bilinen tek taraflı erişim WEB 2.0 ile interaktif ve kullanıcıya göre şekillenen bir yapıya bürünmüştür.

Süreç içerisinde kullanıcı talepleri; uygulamaların, zaman, mekan ve platformdan bağımsız olarak kullanılabilmesi yönünde gelişmiştir. Bu isteklere cevap verebilmek için bulut bilişim adı verilen yeni bir oluşum gündeme gelmiştir (Sevli, 2011).

³ İngilizce bir terim olarak “computing” dilimize “bilgi işlem” olarak çevrilebilir. Oysa “bilişim” kelimesinin karşılığı “information” olarak kullanılmaktadır.

Network (ağ) diyagramlarında internet'i simgelemek için kullanılan bulut resminden yola çıkarak adı konulan "Bulut Bilgi İşlem" kavramı, herhangi bir uygulamanın internet üzerinden online olarak çalışmasıdır (Url-1). Bulut kelimesi, interneti tanımlayan bir benzetmedir. Bulut bilişimin tanımı konusunda birçok farklı görüşler mevcuttur. Bulut bilişim, ABD Standartlar ve Teknoloji Enstitüsü (NIST) tarafından yapılan tanımında (Mell ve diğ., 2011) "sınırlı bir yönetim çalışmasıyla veya bir servis sağlayıcının desteğiyle hızlı bir biçimde tahsis edilebilen ve devreye sokulabilen, konfigürasyonu yapılabilir bilişim teknolojisi (BT) kaynaklarının (örn. ağlar, sunucular, depolama sistemleri, uygulamalar ve servisler) yer aldığı paylaşımlı bir havuza, kolay ve isteğe bağlı bir şekilde ağ üzerinden erişim sağlayan bir model" olarak ifade edilmektedir.

Bulut bilişim, en basit tanımla, kurumların işlerini yürütürken yararlandıkları bilişim sistemlerine ilişkin hizmetlerin üçüncü taraflardan internet üzerinden alınmasıdır. Kurumunuzda bulunan bir bilişim sisteminden beklediğiniz hemen hemen her türlü hizmet (uygulama, veri saklama, yedekleme, bilgi işleme, uygulama geliştirme, iletişim ...) bu şekilde sağlanabilmektedir (Yıldız, 2012).

Bulut bilişim hizmetlerinin temel amacı, istedikleri bilişim hizmetini kullanıcıları teknik ayrıntılarda boğmadan ve kamu hizmetlerinde olduğu gibi (elektrik, su, vb.) sunabilmektir. Bu açıdan bakıldığında mekândan ve platformdan bağımsız olarak hizmete erişebilmek bulut bilişimle mümkün hale gelmiştir.

1.1. Bulut Bilişimin Temelleri

Bulut kelimesi kavram olarak ilk kez telefon şebekelerinin ifade edilmesinde kullanılmıştır. Bulutun anlamlandırıldığı şey, iki nokta arasındaki iletişimin her zaman aynı ve değişmeyen bir yol üzerinden olmaması ve bu iletişimin nasıl sağlandığının da bir öneminin olmamasıdır. Bilişim teknolojisi alanında ise ilk olarak Internet'in ifade edilmesi için kullanılmıştır (Velte ve diğ., 2009).

Ancak bu kavramın daha sonra Internet'i tanımlamak için kullanıldığı görülmektedir. Internet kullanımının son 10 yılda ülkemizde ve dünyada daha da artması kavramın da daha bilinir olmasına neden olmuştur.

2.2. Bulut Bilişimin Özellikleri

İşletmelerdeki klasik Bilgi Teknolojileri (BT) altyapısında kullanıcıların çalıştığı bilgisayarlar, printerlar gibi cihazlar ile uygulama, bilgi ve servislerin üzerinde durduğu sunucular, storage (depolama) üniteleri, bilgilerin yedeğini alan kartuş üniteleri, yedekleme sistemleri mevcuttur. Ve bu ortamları besleyen altyapı olarak sistem odaları, jeneratörler, UPS cihazları, iklimlendirme, yangın

söndürme ve güvenlik için kamera ve erişim cihazları gerekmektedir. Bu BT altyapısının çıkacak problemlere karşı desteklenmesi, güvenlik önlemlerinin firma tarafından alınması, çalışan sistemin sağlığının izlenmesi, oluşabilecek hatalara karşı önceden uyarı sistemlerinin kurulması ve sürekli olarak yeni tehditlerini önüne geçme ve yeni fonksiyonları kullandırabilme adına güncellenmesi gerekmektedir (Yüksel, 2012).

Bulut bilişim sahip olduğu özellikler ile klasik sistemin getirdiği maliyet ve kullanım dezavantajlarını önemli ölçüde azaltmaktadır. Bu özellikler olarak şunlar sıralanabilir (Url-1; Bircan, 2011; Yüksel, 2012; Du ve diğ., 2010; Jeremy Allen, Cloud Computing: Heavenly Solution or Pie in the Sky? S.1.; Yıldız, 2013.):

- Kullanıcıların mekandan bağımsız olarak istedikleri yer ve zamanda sisteme erişebilmeleri,
- Kullanılan işletim sistemi ve cihaza bağımlı olmadan veri girişi yapılabilmesi,
- Zaman zaman internet bağlantısı olmadan ve sınırsız sayıda kullanıcı tarafından kullanılabilmesi,
- Sistem için yapılacak ödemenin kullanım miktarına bağlı olarak hesaplanması ve çok sayıda kullanıcının aynı anda sisteme erişebilmesi,
- İşletmede kullanılacak veri giriş terminallerinin düşük maliyetinden dolayı sağlanan tasarrufun diğer işletme amaçlarına yönlendirilerek verimlilik artışı sağlanması,
- Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler için, imkânlarının yetmeyeceği bilgi teknolojileri altyapı masraflarını ortadan kaldırması.
- Bütün bilgisayarlara kurulması ve güncellenmesi gibi yazılım problemleri de ortadan kalktığı için işletmenin daha küçük bir bilişim servisine gereksinimi duyması.

2.3. Bulut Bilişimde Hizmet Türleri

Bulut bilişim hizmetinin farklı katmanlar halinde sunulduğu görülmektedir. Büyük teknoloji firmaları 3 farklı şekilde bulut bilişim hizmetini müşterilerine sunmaktadır.

a) Yazılım Hizmeti (Software as a Service – SaaS): Basit bir e-posta hizmetine ilişkin yazılımdan tutun da muhasebe, finans ve ofis uygulamalarını da içerebilen, ihtiyaç duyulan web tabanlı kurumsal veya son kullanıcıya hitap eden tüm yazılımların güncel sürümleriyle birlikte hizmet olarak sunulmasıdır. Burada kurumların ihtiyaç duyduğu yazılımlar bu hizmeti veren kurumun sunucularında tutulmakta olup, yazılım kendi bilgisayarına kurulmadan bu sunuculardan çalıştırılarak işin yapılması sağlanmaktadır. Tabii aynı yazılım aynı zamanda birçok müşterinin de kullanımında olduğu için çok küçük bir bedel karşılığında, herhangi bir lisans ücreti ve daha sonraki yama ve diğer

güncelleme sorunlarından etkilenmeksizin alınabilecek bir hizmettir. (Alkan, 2009). Google ve Microsoft firmalarının posta ve online belge paylaşma-düzenleme hizmetleri, LUCA muhasebe paket programı v.b. buna örnek olarak verilebilir.

b) Platform Hizmeti (Platform as a Service – PaaS): Servis sağlayıcı tarafından müşteriye kendi uygulamasını geliştirip, çalıştırabileceği bir platform ile tamamlayıcı servislerin ve gerekli teknolojik altyapının sunulmasıdır. Kullanıcının kendi kurduğu uygulama dışında, platform altyapısını oluşturan bileşenler üzerinde herhangi bir kontrolü ve yönetim imkânı yoktur (Yüksel, 2012). Bu hizmet, internet üzerinden donanımı, işletim sistemini, depolama birimini ve ağ kapasitesini kiralamak olarak düşünülebilir. İşletme (veya kişiler) kullanmak ya da denemek istediği yazılımları kiraladığı bu platform üzerine kurar ve işletme içine özel olarak kullanır. Windows Azure, Google Apps ve Amazon S3 gibi platformlar buna örnek olarak verilebilir.

c) Altyapı Hizmeti (Infrastructure as a Service – IaaS): Altyapı servis modelinde, organizasyonlar işletme için ihtiyaç duydukları depolama aygıtı, bilgisayar ağı ve sunucu gibi ihtiyaçlarını hizmet olarak bulut bilişim hizmeti veren firmalardan almakta, bir diğer deyişle kullanıcıya sanal donanımlar sunulmaktadır (Koyuncu, 2012). Örneğin, işlemci ve depolama gibi veri merkezi kaynaklarının ölçeklenebilir bir şekilde kullanıcıların hizmetine sunulması ile altyapı ihtiyaçları hizmet olarak sağlanmaktadır. Altyapının bir bulut servisi olarak sunulması modelinde kullanıcı ihtiyacı olan işlemci, depolama, ağ kaynağı ve diğer temel bilişim kaynaklarını kendisi yapılandırabilmekte ve bunların üzerine ihtiyacı olan işletim sistemi ve uygulamaları kurabilmektedir. Kullanıcının alt yapı üzerinde yönetimi ve tam bir kontrolü olmamasına rağmen, işletim sistemi seviyesinde sisteme tam bir hâkimiyeti bulunmakta ve bazı ağ bileşenlerini (güvenlik duvarı, ağ eşleme, vb.) yönetebilmektedir (Şanlı, 2011; Yüksel, 2012). Bu hizmet, bulut bilişimin en alt yapısı olarak tanımlanmaktadır.

2.4. Bulut Bilişim Mimarileri

Uygulamada bulut bilişimin 4 farklı mimari kullanılarak sunulduğu görülmektedir. Bunlar; açık bulut (public cloud), özel bulut (private cloud), topluluk bulutu (community cloud) ve karma buluttur (hybrid cloud).

2.4.1. Açık Bulut

Genel bulut uygulamaları, depolama ve diğer kaynaklar bir hizmet sağlayıcı tarafından genel kullanıcılara sunulurlar. Bu hizmetler ücretsiz erişimlidir veya kullanım başına ödeme modeliyle ücretlendirilirler. Genel olarak, Amazon AWS, Microsoft ve Google gibi genel bulut sağlayıcıları kendi altyapılarını işletir ve sadece İnternet aracılığıyla erişim sunarlar (doğrudan bağlantı sunulmaz)

2.4.2. Topluluk Bulutu

Burada, ortak ilgi ve endişelere sahip farklı organizasyonların aynı altyapıyı kullanmaları söz konusudur. Böylece, kullanım maliyetleri önemli ölçüde azalır ancak genel bulut mimarisine göre birim maliyetler daha yüksektir. Altyapı dâhili veya harici olarak yönetilebilir. Topluluk bulutu genellikle devlet kurumları tarafından kullanılır.

2.4.3. Özel Bulut

Özel bulut ya da iç/dahili bulut, özel ağlar üzerinde bulut bilişimi ifade eder. Özel bulut hizmetleri, veri, güvenlik ve hizmet kalitesi üzerinde tam kontrol sağlamak suretiyle bir müşterinin münhasır kullanımı için kurulur. Yani, bulut bilişimin bu kurulum türü sadece bir kurum ya da kuruluşa hizmet vermektedir. Özel bulut işletmenin ya da kurum ve kuruluşun kendi bilgi teknolojileri bölümü tarafından ya da bir bulut sağlayıcısı tarafından da kurulabilmekte ve yönetilebilmektedir (TBD, 2012). Örneğin, bir bankanın bilişim servisi bu hizmeti sadece kendi kuruluşunun merkez ve şubeleri için sağlayabilir.

2.4.4. Karma bulut

Hibrit ya da karma bulut, çok sayıda genel ve özel bulut modellerinin bütünleştirilmesi ile oluşurlar. Karma bulut, hem genel bulut hem de özel buluta uygulamaların nasıl dağıtılacağına belirlenmesi açısından karmaşıktır (Mell ve diğ., 2011).

Ayrıca, bulut bilişim ile ilgili olarak kurumların bilgi güvenliği amaçlı çeşitli çözümleri bulunabilmektedir. Örneğin, Adalet Bakanlığı, kendi özel bilgilerini özel bulutta, UYAP ile ilgili bilgilerini ise genel bulutta tutmakta ve herkes bundan yararlanabilmektedir (TBD, 2012).

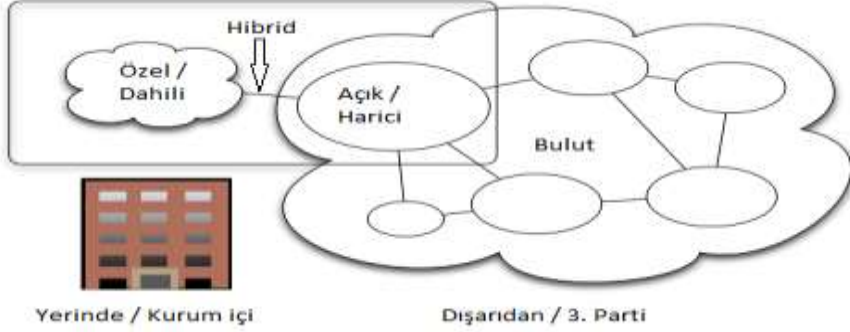
Karma bulut mimarisi çoğunlukla hassas verilerin kontrol altında tutulması ve aynı zamanda dış kaynakların da kullanımıyla daha yüksek bir esneklik sağlanması amacıyla verinin sadece bir kısmının üçüncü tarafa açılmasının uygun olduğu durumlarda tercih edilmektedir (OECD, 2010).

2.5. Bulut Bilişimin Fayda ve Avantajları

İşletmelerin bulut bilişimi kullanmakla elde edebileceği çeşitli faydalar ve avantajlar bulunmaktadır. Bunlardan en önemlileri aşağıda genel olarak açıklanmıştır.

a) Maliyet: Bulut bilişimin en öne çıkan avantajı, kurumların BT yatırımlarından kaynaklanan hazırlık, kurulma, sürdürme, bakım ve güncelleme

maliyetlerini ciddi miktarlarda azaltmasıdır. Bu maliyet azalması yazılım, donanım ve personel konusunda gerçekleşmektedir.



Şekil 1. Bulut Bilgi İşlem mimarileri

Kaynak: https://tr.wikipedia.org/wiki/Bulut_bilisim

Bulut bilişim hizmetleri alan firmaların büyük sermaye yatırımı yapmalarına gerek kalmamaktadır. Bu, özellikle dar kaynaklara sahip KOBİ'ler ve yeni kurulan ve finansal kaynakları sınırlı olan işletmeler açısından oldukça önemlidir. Çünkü bulut bilişim sayesinde bu firmalar ancak büyük firmaların sahip olabileceği bilişim hizmetlerine uygun fiyatlarla ve kendilerini aşan yatırımları yapmaksızın ulaşabileceklerdir (Goodburn ve diğ., 2010). Ayrıca işletmelerde yeni BT sistemlerini kurmak uzun bir süre alabilmektedir. Çalışır sistemlere çabucak ulaşabiliyor olmak bu firmaların operasyonlarına kısa bir sürede başlamalarını sağlayacaktır. Diğer yandan önemli sermaye yatırımlarına gerek kalmaması, firmaların harcamadıkları bu kaynakları başka alanlarda kullanılmasına olanak sağlayarak, özellikle bazı işletmelerin daha hızlı pazara girmesine katkı sağlayacaktır. (Seyrek, 2011).

Sistem için gereken donanım gücü, sadece buluta erişim sağlayacak basit cihazlarla daha ucuza elde edilebilmektedir. Yazılımların kurulma, güncelleme işlemleri ve antivirüs ve işletme internet yapısına karşı olan dış saldırılardan korunmaya ait maliyetler yerini düşük aylık kullanım ücretlerine bırakmaktadır.

Maliyet noktasında bir diğer avantaj ise firmaların BT operasyonlarını yürütmek için daha az çalışana ihtiyaç duymaları ve personel maliyetlerinin önemli ölçüde azalmasıdır. Özellikle BT işgücünün yüksek maliyetleri göz önüne alındığında bunun önemli bir avantaj olacağı görülecektir. Bu bağlamda bir diğer avantaj ise enerji maliyetlerindeki düşüş olacaktır. Firmaların sunucu bilgisayarlar ve ağ cihazlarını koydukları sistem odaları için yer ayırmalarına

gerek kalmayacağı gibi bu sistemler için yaptıkları soğutma ve diğer enerji harcamalarında da azalmalar olacaktır. Ekonomik faydasının yanı sıra, daha az enerji tüketimi ve donanım kaynaklarının daha verimli kullanımı doğal çevreye daha az zarar anlamına gelmektedir. (Seyrek, 2011).

b) Esneklik: Günümüzde bilişim sistemleri dâhil tüm iş yapılarının, işte meydana gelebilecek büyüme veya azalma durumlarına göre anında değişebilmesi istenmektedir. Bu nedenle kurumun esnekliği sağlayacak şekilde yapılandırılmış olması gereklidir. İstendiğinde hizmetin kullanılabilir olması, kurulum maliyetinin çok düşük olması ve işteki artma veya azalmaya anında cevap verebilmesi gibi özellikleriyle bulut bilişim kurumları daha esnek bir yapıya kavuşturacaktır. Daha fazla karar, bilgi işlem birimini dâhil etmeden alınabilir, yeni fikirler uygulamaya konabilir ve önceki sisteme kıyasla daha fazla yeni iş gereksinimi karşılanabilir. Böylece, bulut bilişimle iş yeniden yapılırken, hem yönetime hem de paydaşlara daha fazla seçenek sunulur (Yıldız, 2011).

c) Erişim ve Kullanım Kolaylığı: Bulut bilişim modelinde personel şirketin bilişim kaynaklarına diledikleri yerden ve zamanda ulaşabilirler. Mekândan bağımsız olarak firma çalışanlarının BT hizmetlerine ulaşabilmesi de esneklik avantajı sağlamaktadır. Özellikle küresel ekonomiyle birlikte dünyanın farklı yerlerinde ofisleri ve çalışanları olan firmalar için bu önemli bir avantajdır. Ayrıca firma çalışanları ihtiyaç duydukları bilgilere ve yazılımlara iş yerinden veya dışarıdan çok farklı araçlarla (dizüstü, PDA, cep telefonu, vb.) ulaşabilmektedirler (Iyer ve diğ., 2010).

d) Basitlik ve Ölçeklenebilirlik: Bilgi işlem kapasitesi konusunda duyulan ihtiyaçta meydana gelen artış ve azalışlar, hızlı ve maliyet etkin bir şekilde karşılanabilir. Servis sağlayıcıdan alınan altyapı duruma göre rahatlıkla değiştirilebilir ve bu değişiklikler oldukça basit bir biçimde gerçekleştirilebilir.

e) Veri Güvenliği ve Yedekleme: İşletme verileri sürekli ve online olarak işletme dışı depolama aygıtlarında saklanmaktadır. Altyapıyı sunan servis sağlayıcı, verilerin dağınık biçimde birden fazla yerde saklanmasını mümkün kılmaktadır. Bunun yanında, bulut sistemi için yüksek koruma ve güvenlik protokolleri uygulandığından işletmeye ait verilerin donanımsal ve yazılımsal problemlerle zarar görmesinin önüne geçilmektedir. Böylece olası bir felaket durumunda işletmeye ait veriler kolayca tekrar elde edilebilmektedir.

2.6. Bulut Bilişimin Riskleri ve Dezavantajları

Bulut bilişimin sayılan faydaları yanında sahip olduğu bazı sakıncalı tarafları da bulunmaktadır. Henüz gelişmesini tamamlamamış olması, çözüm getirilememiş zayıf yönlerinin varlığı kullanım risklerini de beraberinde getirmektedir. Kullanıcı sayısının artmasına engel olan bu risk ve dezavantajlardan en önemlileri genel olarak aşağıda özetlenmiştir:

a) Güvenlik: Bulut bilişim uygulamalarında birçok kullanıcı ve firma, hizmet sağlayıcının bilgisayarlarını ortak kullandığından ve kendi verilerine ve bilişim hizmetlerine internet üzerinden eriştiklerinden, bulut içerisindeki bilgisayarlar saldırganlar için çok cazip bir hedef haline gelmektedir. Bulut bilişim hizmetlerine internet üzerinden erişmek, internet ile ilgili bütün güvenlik sorunlarını bulut bilişim için de güvenlik sorunu haline getirmektedir (Subashini ve diğ., 2011) Günümüzde ticari bilgilerin çalınması, işletmeler için en büyük korkulardan biri haline gelmiştir.

Bulut bilişim sistemi üzerinde bulunan bilgilerin siber saldırı gibi nedenlerle kaybedilme riski olduğu gibi; kişisel bilgisayarlar üzerinde depolanan bilgilerin de zarar görme olasılığı bulunmaktadır. Fakat nasıl bir bankada müşterinin parasının yok olması kabul edilemez bir durum ise; kullanıcı için bedeli daima paha biçilemez olarak değerlendirilen bilgilerin bulut üzerinden kaybolması da kabul edilebilir değildir. Tüm internet teknolojisi kullanan servislerde olduğu gibi; bulut bilişim servislerinin de klasik internet saldırılarına (ortam dinleme, yetkisiz erişim, verilerin değiştirilmesi vd.) karşı savunmasız yönler bulunmaktadır. 2011 yılında meydana gelen büyük siber saldırılar ve veri kayıpları göz önüne alındığında; özellikle bulut sistemi gibi büyük verilerin depolandığı alanların ve kişisel bilgilerin bulunduğu sistemlerin hedef olarak seçilmesi dikkat çekicidir (Henkoğlu ve diğ., 2013).

Bulut bilişim hizmeti alan işletme, kendisine ait bilgileri işlenmek ve saklanmak üzere servis sağlayıcıya göndermektedir. Alınan hizmetin türüne göre güvenlik ihtiyaçları da değişkenlik göstermektedir. Bu nedenle, kullanım sözleşmesi imzalamadan önce hizmet alınan firmanın istenen güvenlik düzeyini sağlayıp sağlamadığının belirlenmesi zorunludur.

Güvenliğe ek olarak bilgilerin gizliliğinin de sağlanması gerekmektedir. Birçok farklı işletmenin bilgileri, aynı servis sağlayıcının donanımları üzerinde birlikte saklanmaktadır. Sistemin, ortak kullanıcıların birbirlerine ait bilgilerine erişimi engelleyecek biçimde tasarlanması gerekmektedir.

b) Performans: Web tabanlı bulut hizmetleri, geniş bant internet ile çalışacak şekilde tasarlanmıştır. Bu nedenle; kullanılan internet bağlantısının indirme ve yükleme hızları bulut hizmetlerinin kullanımında etkilidir. Geniş bant internet bulunmayan ortamlarda büyük boyuttaki verilerin bulut üzerine transferi uzun zaman alabilmektedir (Henkoğlu ve diğ., 2013)

Bir diğer önemli konu ise firmalara ait bütün verilerin düzenli bir şekilde yedeklerinin alınması ve beklenmeyen arıza ve sistem çökmeleri karşısında verilerin kayıpsız bir şekilde ve çabucak erişime hazır hale gelmesinin sağlanmasıdır. Bu noktada kullanıcı firmaları endişelendiren hususlardan birisi de hizmet kesintileri olduğunda veya veri kaybı yaşandığında hizmet sağlayıcıların ne gibi yükümlülükler altında olacağı konusudur (Svantesson ve

diğ., 2010). Bunlara ek olarak, servis sağlayıcının bu hizmeti sürdürme konusunda ne kadar yeterli olduğu da dikkate alınmalıdır. Altyapısı, tecrübesi, finansal durumu ve işleyişi zayıf ve problemlili bir firmanın uzun vadede verilerin tamamen kaybı gibi bir olumsuzluğı ortaya çıkarma ihtimali değerlendirilmelidir.

c) Bağımlılık: Belirtilen risklerin en önemlilerinden birisi, kurumun hizmet aldığı firmaya bağımlı hale gelmesidir. Kurumlar bilişim hizmetlerini dış kaynak yoluyla (outsourcing) üçüncü taraflardan almaya karar verirken, belirli riskleri değerlendirmeye tabi tutmaları gerekir. Bir bilişim hizmetinin bir kez dış kaynak yoluyla alınması, o hizmetin sürekli dış kaynak yoluyla alınmasını zorunlu kılacaktır. Çünkü geri dönüş, başta maliyet olmak üzere birçok zarara yol açabilir. (Yıldız, 2011)

Bir bulut bilişim hizmet sağlayıcısından diğerine geçiş yapmak istenmesi durumunda, bulut bilişim hizmet sağlayıcılarının; yazılım programlama ara yüzlerini istenen seviyede standartlaştırmamış olmaları, verilerin hizmet sağlayıcılara özel veri tabanı şemalarında tutulmaları gibi sebeplerle, veri ve yazılımların taşınmasında büyük zorluklarla karşılaşmaktadır. Bunun sonucu olarak işletmelerin, bulut bilişim hizmet sağlayıcılarına bir anlamda bağımlı durumuna geldikleri görülmektedir (Korkmaz, 2010).

Bunun yanında, bulut hizmetinden faydalanabilmek için sürekli ve yüksek hızlı internet bağlantısı gerekmektedir. Kullanıcı veya servis sağlayıcı tarafında erişim problemlerinin olması sistemi kullanılamaz hâle getirmektedir. Bu ise işletme verilerine ulaşamamanın getirebileceği son derece ciddi yönetim, üretim, pazarlama, vb. problemlerine yol açabilecektir.

d) Yasal problemler: Bulut bilişim uygulamalarında kullanıcı, verilerin nerede nasıl saklandığı gibi teknik detaylarla ilgilenmez. Ancak kullanıcıya önemli bir rahatlık sağlayan bu özellik hukuksal anlamda bazı sorunlar oluşturabilir. Özellikle verilerin, bilişim hizmetini kullanan firmanın ülkesinden farklı bir ülkede depolanması halinde, bu ülkeler arasında veri güvenliği ve gizliliği başta olmak üzere var olan yasal farklılıklar sorunlar oluşturabilir. Birçok ülkede veri gizliliği ile ilgili yasalardan dolayı verilerin nerede saklandığı oldukça önemli bir konudur. Örneğin Avrupa Birliğinde hassas konularla ilgili olan bazı verilerin ülke sınırları dışına çıkarılması yasaktır. Ayrıca bu tür verilerin incelenmesini gerektiren bir sorun çıkması halinde bu verileri inceleme yetkisinin hangi ülkenin yetki alanı içerisinde olduğu da anlaşmazlık konusu olabilmektedir (Subashini ve diğ., 2011).

Bu alanda hizmet veren Google firmasının, bulut işlem sunucularını, maliyet etkinlik sağlamak ve uymak zorunda olunan yasal zorunlulukları aşmak adına uluslararası sularda hareket eden gemilerde barındırma projesi gibi çalışmalar bu sorunu daha da karmaşık hale getirmektedir.

Bunun yanında, bir dijital bilginin (hukuki) delil olarak değerlendirilebilmesi için birtakım şartların yerine gelmiş olması gerekmektedir. Bulut sisteminde bilgilerin sanal ortamda bulunması, farklı kişilere ya da kurumlara ait bilgilerin aynı ortamda şifreli olarak bulunması, bu konuda nasıl bir yol izleneceği konusunda herhangi bir hukuksal düzenlemenin bulunmaması ve sistem yöneticilerinin verilere müdahale imkânının bulunması, kullanıcıları tedirgin etmektedir. (Henkoğlu ve diğ., 2013)

e) Sözleşmeden kaynaklanan problemler: Kullanıcı ile hizmet sağlayıcı arasında imzalanan sözleşmenin içerdiği sorumlulukların hizmet sağlayıcı tarafından yerine getirilmemesi durumunda yasal olarak ne yapılacağı konusunda ciddi boşluklar bulunmaktadır. Sözleşmenin bitimi sonrası verilerin korunması, veri transferi ve saklanma yeri, verilerin güvenliği, verilerin mülkiyeti, bulut bilişim firmasının hizmet aldığı 3. tarafların sorumluluğu gibi konulara dair herhangi bir düzenleme ülkemiz hukukunda yer almamaktadır. Bu durum, ortaya çıkacak sorunların çözümlenmesi konusunda kullanıcıları ve hizmet sağlayıcıları endişelendirmektedir.

3. Bulut Bilişim ve Muhasebe

Birçok farklı alanda olduğu gibi bulut bilişimin muhasebe alanında da gittikçe artan oranlarda kullanılmaya başladığı görülmektedir. Bilgisayarda olduğu gibi, bilgi teknolojileri sürecine bakıldığında muhasebe sektörü ilk kullanıcılardan biridir.

Muhasebe Bilgi Sistemi (MBS), işletmelerin finansal bilgilerinin oluşturulduğu ve saklandığı yer olması nedeniyle, yöneticilerin ve çalışanların sürekli olarak kullandığı bir sistemdir. Bulut bilişim ile işletme sınırlarına ve belli cihazlara bağlı kalmadan internet olan her yerden MBS'ye ulaşma olanağı elde edilmektedir. Yukarıda sayılan risklere rağmen özellikle büyük işletmelerin çalışma alanlarını internet üzerine taşıma istekleri, muhasebe alanında hizmet veren bulut bilişim firmalarının ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Avrupa Birliği İstatistik Kurumu'nun (EUROSTAT) üye ülkeler arasında yaptığı çalışmaya göre, 2014 yılı itibariyle bulut bilişimi kullanan işletmelerin ortalama oranı %19'dır. Detaylara bakıldığında ise, bulut bilişimi kullanım oranının büyük çaplı işletmelerde %35, KOBİ'lerde ise %18 olduğu ve bu işletmelerin de %46'sının bulut bilişimi muhasebe ve finans alanında kullandıkları görülmektedir. (Url-2)

Litvanya'da yapılan bir araştırmada (Christauskas ve diğ., 2012) KOBİ'lerin sabit (stand alone) muhasebe yazılımlarını bırakarak gittikçe artan oranda bulut bilişim üzerinden sunulan muhasebe programlarını kullanmaya başladığı anlaşılmıştır.

Türkiye’de internet ve internet teknolojilerinin kullanımının dünya ortalamalarında olduğu görülmektedir. Forrester Araştırma Şirketi’nin verilerine göre, ülkemizdeki şirketlerin % 31’i buluta geçmiş durumdadır ve % 40’ı ise buluta geçmeyi düşündüğünü belirtmektedir. En fazla üretim şirketlerinin başı çektiği görülürken kamu sektörünün de yüzde 25’inin bulut bilişimi kullandığı görülmektedir. (Url-3)

Bulut bilişimin muhasebe alanında kullanımı konusunda dikkate değer bir ölçü kullanıcılara sunulan yazılımların çeşitliliğidir. Şu anda farklı boyuttaki işletmelere yönelik hazırlanmış olmakla birlikte yerli yazılımların (LUCA, t360, Patrofin, Dia, 1TÇ, Reeleezee, LOGO Bulut, MEP, vb) 10’dan fazla olduğu görülmektedir. Bunun yanında yurtdışı kaynaklı yazılımlar (SAP, ZoHo) da az olmakla birlikte bir seçenek olarak bulunmaktadır.

2005 yılında kullanıma sunulan LUCA Projesi Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği-TÜRMOB ile Temel Eğitim ve Staj Merkezi TESMER tarafından geliştirilen Türkiye’nin ilk internet tabanlı merkezi muhasebe sistemidir. Bulut mimari teknolojisinin yazılım servis (SaaS) olarak sunulması modelinin Türkiye’deki ilk başarılı uygulaması olan LUCA sistemi web tabanlı merkezi sistem olması nedeniyle iş süreçlerini başarı ile yönetmeyi sağlamış, teknoloji sayesinde önemli boyutta avantajlar sunmuştur. Sistemin kullanımı ile sağlanacak etkinlik ve verimlilik şirketlerin iş süreçlerine önemli katkıda bulunmaktadır. (Şençiçek, 2012)

Son yıllarda orta ve büyük çaplı işletmeler, finansal verileri platformdan (pc, telefon, terminal, vb.) ve yerden (işletme içi ve dışı) bağımsız yönetmek için web tabanlı sistemlere yönelmektedir. Bunun nedenlerine bakıldığında, bu amaçla kullanılan klasik muhasebe yazılımları ile bulut bilişim tabanlı yazılımlar arasında önemli farklar olduğu görülmektedir. Bu farklar özetle aşağıdaki tabloda gösterilmiştir (Elitaş ve diğ., 2014):

Tablo. 1. Klasik ve bulut bilişim tabanlı muhasebe yazılımları karşılaştırması

Klasik Muhasebe Programları	Bulut Bilişim Tabanlı Muhasebe Programları
Veriler elle girilir	Veriler otomatik olarak girilir
Sisteme uzaktan erişim bulunmamaktadır	Sisteme uzaktan erişim bulunmaktadır
Kurulum ve güncelleme elle gerçekleştirilir	Kurulum ve güncelleme uzaktan erişimle gerçekleştirilir

İş yeri dışında çalışma imkanı yoktur	İş yeri dışında çalışma imkanı vardır
Yedekleme yerel terminalde gerçekleşir	Yedekleme Bulut Bilişim sisteminde ve yerel terminalde gerçekleşir
Mevzuat değişiklikleri bireysel olarak takip edilir	Mevzuat değişiklikleri Bulut Bilişim sisteminden takip edilir
Beyannameler elle doldurulur ve gönderilir	Beyannameler otomatik doldurulur ve gönderilir
İşlemlerde zaman kayıpları yaşanır	İşlemlerde zaman kayıpları yaşanmaz
Faturaların ve diğer resmi belgelerin elle doldurulması ve gönderimi	Faturaların ve diğer resmi belgelerin web tabanlı doldurulması ve gönderimi
Yöneticilerin finansal verilere istedikleri an uzaktan erişimi mümkün değildir	Yöneticilerin finansal verilere istedikleri an uzaktan erişimi mümkündür
Mali müşavirlerde müşteri işletmelerle sürekli bir iletişim yoktur	Mali müşavirlerde müşteri işletmelerle sürekli bir web tabanlı iletişim vardır

Bulut tabanlı muhasebe yazılımlarının kullanımı ile özellikle meslek mensupları ile diğer kullanıcılar zaman ve mekândan bağımsız çalışabildiği ve her türlü bilgiye internet üzerinden ulaşabildikleri için müşterilerine daha hızlı hizmet verebilmekte ve daha çok müşteriye ulaşabilmektedirler.

Bunun yanında muhasebe işlemlerinin gerektirdiği bilgi teknolojilerinin elde edilmesi için gereken altyapı (donanım, yazılım ve bakım) yatırımları en düşük düzeye inmektedir. Ek lisans bedeli ödmeden istenildiği kadar müşteri veya kullanıcı sisteme tanımlanabilmekte, yazılım güncellemeleri için ek ücret talep edilmemekte ve bu durum da maliyetleri önemli ölçüde azaltmaktadır.

Bulut sistemlerinde girilen muhasebe verileri hizmet sağlayan firmanın merkezinde ve merkezi dışında yedekleme ünitelerinde birden fazla kopya olarak sürekli kaydedildiği için işletmede meydana gelecek olumsuz bir olayın (doğal afet veya kötü amaçlı girişimler) neden olacağı veri kayıplarına karşı da korunma sağlanmış olmaktadır. Yedekleme için ayrıca maliyetlerin ortaya çıkması da engellenmektedir.

Bu tür sistemlerde, muhasebe kullanıcıları ve meslek mensuplarını ilgilendiren mevzuatın güncel olarak sunulduğu modüllerin de var olması ilgilileri ek çabalar harcamadan bu bilgilere erişim kolaylığı ve zamandan tasarruf sağlamaktadır.

Kamu kuruluşlarına gönderilmesi gereken e-beyanname, e-bildirge gibi yasal evrakların sistem üzerinden doldurularak kolayca gönderilmesi de mümkün hale gelmektedir.

Bunlara ek olarak bulut tabanlı bu muhasebe sistemlerinde Türkiye Finansal Raporlama Standartlarına uygun bir altyapının sunulması herhangi bir sıkıntı yaşanmadan raporların düzenlenmesini sağlamaktadır.

Söz konusu sistemlerin esnek bir yapıya sahip olmaları nedeniyle kullanıcıların ihtiyacına yönelik eklemelerin yapılması da kolaydır. Genel itibarıyla, güvenlik kaygılarından dolayı özel bulut şeklinde kullanılan bulut tabanlı muhasebe sistemlerinin bankalar ve kamu kurumlarına ait bulut sistemlerine entegre edilmesi ile karma (hibrit) bulut yapısı ortaya çıkmaktadır.

Sonuç

Bilgi çağının dünyaya sunduğu araçların sonuncusu bulut bilişim teknolojisidir. İş dünyasının geleceğine yön vermesi beklenen bulut bilişim, ihtiyaç duyulan bilgi teknolojilerinin dış kaynaklar tarafından sunulmasıdır. İnternetin birbirine yaklaştırdığı iş dünyasında rekabet de artmış ve işletmeleri daha verimli, esnek, hızlı ve düşük maliyetli çalışmaya yönlendirmiştir. Hem büyük hem de orta ve küçük işletmelerin bu şekilde çalışabilmesi için gereken bilişim altyapısının elde edilmesi bulut bilişimle mümkün hale gelmiştir.

Bilişim sektöründeki gelişmelerin en hızlı biçimde kendisine uygulama alanı bulduğu sektörlerden biri hizmet sektörüdür. Hizmet sektörünün en önde gelen alanlarından olan yazılım ve muhasebe, bulut bilişimle önemli fırsatları işletmelere sunmaktadır. Bulut bilişim tabanlı muhasebe sistemlerinin kullanılması işletmelere finansal verilerin her yerden ve sürekli, hatta kısmen otomatize edilmiş şekilde kaydedilmesi imkânını sağlamakla birlikte bunu eski sistemlere göre maliyet etkin olarak gerçekleştirme fırsatını da vermektedir. İşletmeler için en değerli bilgilerden biri olan finansal verilerin kaydedilmesi, muhasebe bilgilerine dönüştürülmesi, saklanması ve bu bilgilere her zaman erişilmesi bulut bilişim sayesinde kolaylaşmaktadır.

Bulut bilişimin sağladığı bu avantajlara rağmen yeni bir teknoloji olmasının getirdiği güvenlik, erişim problemleri ve yasal düzenlemelerin eksikliği gibi hususlar mevcut ve potansiyel kullanıcıların bu teknolojiye bakışlarını olumsuz etkilemekte ve yaygınlaşmasını yavaşlatmaktadır. Dolayısı ile kullanım oranını azaltan söz konusu problemlerin giderilmesine yönelik çalışmalar yapılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

ALKAN, Orhan (2009), Cloud Computing: Genel Görünüm, http://www.computerworld.com.tr/cloud-computing-genel-gorunum-detay_3761.html. Erişim:01.12.2013.

ALLEN, Jeremy M. (2011), Cloud Computing: Heavenly Solution or Pie in the Sky?, Pennsylvania CPA Journal 82.1: 1-4.

BİRCAN, Bahtiyar (2011), Bulut Bilişim ve Güvenlik. <http://www.bilgiguvenligi.gov.tr/dokuman-yukle/6.-kamu-kurumlari-bilgi-teknolojileri-guv.-konf./bahtiyar-bircan-bulut-bilisim-ve-guvenlik/download.html> Erişim: 11.10.2015

CHRISTAUSKAS, Ceslovas ve Regina Miseviciene (2012), Cloud - Computing Based Accounting for Small to Medium Sized Business, Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics, 23(1), 14-21.

DU, Hui ve Yu Cong (2010), Cloud Computing, Accounting, Auditing, and Beyond, CPA Journal, Vol. 80 Issue 10, p.66.

ELİTAŞ Cemal ve Serkan ÖZDEMİR(2014), Bulut Bilişim ve Muhasebede Kullanımı, Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, Cilt: 16, Sayı:2, ss.93-108.

GOODBURN, Mark A. ve Steve Hill (2011), The Cloud Transforms Business, Financial Executive, 26 (10), pp. 34–39.

HENKOĞLU, Türkay ve Özgür Külcü (2013), Bilgi Erişim Platformu Olarak Bulut Bilişim: Riskler ve Hukuksal Koşullar Üzerine Bir İnceleme, Bilgi Dünyası, C.14, S.1, 62-86.

IYER, Bala ve John C. Henderson (2010), Preparing for the Future: Understanding the Seven Capabilities of Cloud Computing, MIS Quarterly Executive 9(2), pp. 117-131.

KORKMAZ, Yakup (2010), Bulut Bilişim Risk Değerlendirmesi–I. <http://www.bilgiguvenligi.gov.tr/guvenlik-teknolojileri/bulut-bilisim-riskdegerlendirmesi-i-2.html>. Erişim: 13.11.2015.

KOYUNCU, Murat (2011), Bilişimde Yeni Trend: Bulut Bilişim. <http://acikarsiv.atilim.edu.tr/browse/503/17.pdf> Erişim: 21.10.2014.

MELL, Peter ve Timothy Grance (2011), The NIST Definition of Cloud Computing, 2011. <http://faculty.winthrop.edu/domanm/csci411/Handouts/NIST.pdf> Erişim:01.10.2014.

OECD (2010), Information Technology Outlook 2010, <http://www.oecd.org/sti/ieconomy/information-technology-outlook-19991444.htm> . Erişim: 22.09.2014.

SELVİ, Onur (2011), Bulut Bilişim ve Eğitim Alanında Örnek Bir Uygulama. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü, Isparta.

SEYREK, Halil İbrahim (2011),Bulut Bilişim: İşletmeler için Fırsatlar ve Zorluklar, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,10(2):701 -713.

SUBASHINI, S., ve Kavitha V. (2011), A Survey On Security Issues In Service Delivery Models Of Cloud Computing, Journal of Network and Computer Applications, 34(1), 1-11.

SVANTESSON, Dan ve Roger Clarke(2010), Privacy and consumer risks in cloud computing, Computer Law & Security Review, 26(4), 391-397.

ŞANLI, Oya (2011), Cloud Computing / Bulut Bilişim, Akademik Bilişim Konferansı. <http://ab.org.tr/ab11/bildiri/34.pdf> Erişim: 12.09.2014.

ŞENÇİÇEK, Fatma Tektüfekçi (2013), Bilgi Teknolojileri Destekli Elektronik Muhasebe Uygulamalarına Bütüncül Bir Yaklaşım, Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi,Cilt 5, Sayı 2, ss.79-90.

Türkiye Bilişim Derneği (TBD) (2012), Kamuda bulut bilişim. http://www.tbd.org.tr/usr_img/kamu_bib/RP1-2012.pdf Erişim: 05.11.2014.

VELTE, Anthony T., Velte, Toby J. Ve Elsenpeter (2009), Robert. Cloud Computing: A Practical Approach. s.l. : The McGraw-Hill Companies.

YILDIZ, Özcan Rıza (2009), Bilişim Dünyasının Yeni Modeli: Bulut Bilişim (Cloud Computing) Ve Denetim, Sayıştay Dergisi, Sayı 74-75, ss.5-23.

YÜKSEL, Hakan (2012), Bulut Bilişim El Kitabı. <https://yuksele.files.wordpress.com/2012/01/bulutbilic59fimekitabc4b1.pdf> Erişim: 12.11.2014.

Url-1: <http://microsoftbulutbilisim.com/microsoft-bulut-bilisim-nedir-bulut-bilisim-hakkinda/#sthash.LKciv0N0.dpuf>. Erişim:11.09.2014.

Url-2: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Cloud_computing_-_statistics_on_the_use_by_enterprises. Erişim: 25.10.2015.

Url-3: <http://www.bthaber.com/dosya/ulkemizdeki-bulut-piyasasi-gelisiyor/1/4591>. Erişim: 15.10.2014.

Sağlık Hizmetlerinin Finansmanı ve Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK)

Yrd. Doç. Dr. Ali Güvercin
Gelişim Üniversitesi İ.İ.S.B.F. İşletme Bölümü
aliguvercin61@hotmail.com

Dr. Halil İbrahim MİL
Başbakanlık
hibrahimmil@gmail.com

Bülent TARIM
Sosyal Güvenlik Kurumu, Müfettiş
bulenttarimm@gmail.com

zet: Türkiye nüfusunun tamamına yakınına hitap eden ve bütçesinin ise yaklaşık yarısına yakın bütçesi olan bir hizmet kurumu mantığına sahip SGK, sosyal sigorta hizmetlerinin yanı sıra toplumu oluşturan bireylerin sağlığının korunması, hastalık halinin tedavi edilmesi ve rehabilitasyonu amacıyla, sağlık hizmetlerinin finansmanını sağlamaktadır. SGK, toplam kamu sağlık harcamaları içinde yaklaşık %80 oranında sağlık hizmetlerinin finansmanında rol almaktadır. Bu makalenin amacı sağlık hizmetleri finansmanı ve SGK' nın bu finansmandaki yerinin ortaya konulması olarak belirlenmiştir. Bu amaçla makalenin birinci bölümünde sağlık hizmetlerinin finansmanı anlatılmış, ikinci bölümde Türkiye'deki sağlık hizmetlerinin finansmanı ele alınmış ve nc bölümde SGK' nın kamu ve zel sağlık hizmet sunucularından sağlık hizmetlerinin satın alması açıklanmaya alışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık, Sağlık Hizmetlerinin Finansmanı, SGK

Health Care Financing and Social Security Institution (SSI)

Abstract: Social Security institution, which appeals to almost the entire population of Turkey, and has almost half amount of Turkey's budget, in addition to social security services, provides financing for health services with the aim of protection of health of individuals in society, treatment of disease (state) and rehabilitation. Social Security institution (SSI) plays approximately % 80 role of total public expenses in financing of health services. The aim of

this paper (study) is to reveal financing of health (care) services and the place of SSI in this regard. To this end, in the first chapter financing of health care services have been explained, in the second chapter financing of health care services in Turkey has been handled, in the third chapter the purchase of health care services of SSI from public and private providers has been examined.

Key Words: Health, Health Care Financing, SSI

Giriş

Sosyal güvenlik; toplumu oluşturan bireylerin hastalık, analık, işsizlik, yaşlılık ve ölüm gibi iradesi dışında meydana gelen gelir azaltıcı, gider artırıcı risklere karşı ekonomik güvence sağlayan bir sistemdir. Sosyal güvenlik, temel insan haklarından biridir ve bu temel hakkın sağlanmasında gerekli tedbirlerin alınmasını ve teşkilatların kurulmasını sağlama görevi devlete verilmiştir. Bu durum 1982 Anayasası'nın 60. Maddesinde açık olarak belirtilmiştir.

Sağlık ve sosyal sigortacılık alanında sunulan hizmetlerin iyileştirilmesi ve toplumun geneline yayılması ülke ekonomisinin kalkınmasına ve refah düzeyinin artmasına da olumlu yansımaktadır.

Devletin görevleri arasında hem ekonomik kalkınma hem de sağlık politikalarını geliştirmek yer almaktadır. Bununla birlikte, sağlık hizmetlerinin iyileştirilmesi ve yaygınlaştırılması adına harcamaların artması kaçınılmazdır (Orhaner, 2006: 3).

SGK, Türkiye'nin sağlık ve sosyal sigortacılık bağlamında işleyen tek kamu kurumudur ve sağlık hizmetlerinin finansmanında %80'lik bir paya sahiptir. Özellikle 2003 yılında başlayan sağlıkta dönüşüm projesi ve 2008 yılında yapılan sosyal güvenlik reformu ile birlikte sağlık harcamalarında yıllar içinde ciddi artışlar yaşanmıştır. Dünya Bankası verilerine göre Türkiye'de 2003 yılında yaklaşık 13,6 milyar TL olan toplam kamu sağlık harcamaları, 2013 yılına gelindiğinde yaklaşık 50 milyar TL'ye yükselmiştir. Söz konusu artışta artan ortalama yaşam süresi, gelişen teknoloji ve hastalıkların yapısında meydana gelen değişim nedeniyle hızla yükselen sağlık harcamaları sağlık finansman sistemleri üzerinde baskı oluşturmuştur.

SGK, sağlık hizmetlerini kamu veya özel sağlık hizmet sunucularından satın almaktadır. Bu satın almalar karşılığı yapılan ödemeler önceden imzalanan protokol/sözleşmeler ile yapılmaktadır.

Bu makalede sağlık hizmetlerinin finansmanı ve finansman yöntemlerinin ele alınmış, Türkiye’de sağlık hizmetleri finansmanında SGK’ nın yeri ortaya konulmuştur.

1. Sağlık Hizmetlerinin Finansmanı

Niteliğine göre sosyal riskler; mesleki, fizyolojik ve sosyo-ekonomik riskler olmak üzere üçe ayrılır. Sağlık hizmetleri; mesleki riskler ile fizyolojik riskler kapsamında insanların karşılaştığı bedeni sıkıntılar sonucu oluşan bir ihtiyaçtır. “Her işin başı sağlık” düşüncesi ile insanlar yaşamlarının her döneminde sağlıklı yaşamak istemektedir ve dolayısıyla da hastalık riski ve sigortası sosyal güvenlik kapsamında değerlendirilmektedir.

İnsanlara sağlıklı yaşama hakkı sağlamak devletin temel görevlerinden birisidir. Devlet, sağlık hizmetlerini kaliteli, yeterli, ulaşılabilir ve sürdürülebilir bir şekilde sunmak için gerekli sağlık politikaları geliştirir ve geliştirmelidir.

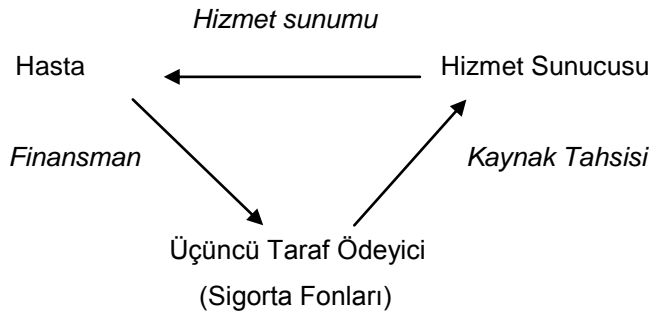
Sağlık hizmetlerinin kaliteli, yeterli, ulaşılabilir ve sürdürülebilir olarak sunulmasının da bazı maliyetleri bulunmaktadır. Devlet, bu maliyetleri finanse edecek sistemleri oluşturmakta ve takibini yapmaktadır.

1.1. Sağlık Hizmetleri Finansmanının Tanımı ve Amacı

Sağlık hizmetlerinin finansmanı genel olarak sağlık hizmet sunucuları ile finanse edenler arasında kaynak aktarımı sürecini ve sistemini ifade etmektedir.

Sağlık hizmetlerinin finansmanını daha iyi anlamak için “Sağlık Hizmetleri Üçgeni” ne bakmakta yarar vardır.

Şekil 1: Sağlık Hizmetleri Üçgeni



Kaynak değişimi ve aktarımı olarak tanımlanan bu süreçte, bireyler sağlık ihtiyaçlarını gidermek için sağlık hizmet sunucularına gitmektedir. Bunun bedeli olarak hastalar ve/veya üçüncü taraf ödeyicileri hizmeti sunana kaynak aktarımı yaparlar. Bu işlem, birinci taraf, ikinci taraf ve üçüncü taraf kavramları ile açıklanmaktadır. Birinci taraf, yani sağlık hizmetlerini alan bireyler ikinci tarafa doğrudan ödeme yapabilmekte yani kaynak akışı doğrudan doğruya hasta ile hizmet sunucusu arasında gerçekleşebilmektedir. Bu, hizmet sunumu ve finansmanı sürecinde gerçekleşen en basit transfer şeklidir. Karmaşık transfer şekli ise, bir üçüncü tarafın sağlık hizmeti sunucularına ödeme yapmasıdır. Kamu ve özel kuruluş olabilen üçüncü taraf ödeyici, sağlık hizmetlerini finanse etmek için, kapsam altına aldığı nüfustan doğrudan veya dolaylı olarak gelir/prim toplamaktadır. Toplanan gelir ya doğrudan ödedikleri hizmet bedelini geri ödemek için hastalara (geri ödeme) ya da sundukları hizmetin karşılığı olarak hizmet sunucularına aktarılmaktadır. Bu sistemde üçüncü taraf ödeme mekanizmasının geliştirilmesinin temel nedeni, sağlık sorunlarının ortaya çıkma zamanının belirsizliğinden dolayı bireylerin karşılaşılabileceği finansal riskin paylaşılmasını/azaltılması ve bireyler arasında yeniden dağıtılmasını sağlamaktır (Mossialos, Dixon, Figueras ve Kutzin, 2002: 2-3).

Sağlık hizmetlerinin finanse edilmesindeki amaç tüm bireylerin sağlık hizmetlerine ulaşabilmesini sağlamak için yeterli ve sürdürülebilir kaynak yaratmaktır (İstanbulluoğlu, Güleç ve Oğur., 2010: 89).

1.2. Sağlık Hizmetleri Finansmanının İşlevleri

Sağlık hizmetleri finansmanının işlevleri şunlardır; gelir toplamak, fon biriktirmek ya da fon havuzlaması yapmak ve sağlık hizmetlerini satın almak olarak özetlenebilir (Gottret ve Schieber, 2006: 47).

Gelir toplama işlevi, elde edilen gelirlerin kim tarafından ödendiği, yapılan ödemelerin türü ve gelirlerin kim tarafından toplandığı ile ilgilidir (Mossialos vd.,2002: 6).Gelir toplamada birincil (hane halkı ve firmalar) ve ikincil (hükümetler ve kuruluşlar) kaynaklar elde edilir. Gelir toplama yöntemleri ise vergiler, genel sağlık sigortası primleri, bireysel tasarruflar, cepten ödemeler, borç ve bağışlardır (Çelik, 2011: 171).

Fon biriktirme işlevi, elde edilen gelirlerin yönetimini ifade etmektedir. Bu işlevde sağlık açısından oluşabilecek risklere karşı gelirlerin biriktirilmesi ve yönetilmesi amaçlanmaktadır. Bu fon oluşturma olayında riskin paylaşılması ve yardıma muhtaçların sağlık açısından finanse edilmesinde önemlidir.

Sağlık hizmet sunucularından sağlık hizmeti satın alma işlevi ise fonda toplanan gelirlerin bu hizmetler karşılığında sağlık hizmet sunucularına aktarılmasıdır. Gelirleri toplayan yani fon oluşturan ile ödeme yapan birimler

genel olarak aynıdır. Sağlık hizmet sunucularına başlıca ödeme yöntemleri şunlardır; hizmet başına ödeme, gün başına ödeme, vaka başına ödeme, kişi başına ödeme, bütçe ve ücret ödemeleridir

Yukarıda anlatılanlar doğrultusunda sağlık hizmetlerinin finansmanı Şekil 2’de gösterilmiştir.

Şekil 2:Sağlık Hizmetlerinin Finansmanı



1.3. Sağlık Hizmetlerinin Finansman Yöntemleri

Sağlık hizmetleri finansmanı, farklı yollardan toplanan kaynakların farklı şekillerde kullanımı ile sağlanmaktadır. Sağlık hizmetlerinin finansman yöntemleri kamu ve özel kaynaklı finansman yöntemleri olarak ikiye ayrılır. Kamu kaynaklı finansman yöntemleri, sosyal sağlık sigortası ve vergiler; özel kaynaklı finansman yöntemleri, özel sağlık sigortası, cepten ödeme ve tıbbi tasarruflardır.

1.3.1.Kamu Kaynaklı Finansman Yöntemleri

- Sosyal sağlık sigortası, kişilerin belli oranda prim ödemek suretiyle sigortalandığı sistemdir. Bu finansman yöntemine “Bismarck Modeli”de denir. Sigorta ağırlıklı olarak çalışan ve işveren katkıları ile finanse edilmesine rağmen genellikle devlet katkısı da söz konusudur. Sigorta primleri, ortak bir havuzda toplanmakta ve gelişebilecek sağlık problemlerine karşı finansman sağlanmaktadır.

- Vergilerle finansman yöntemine “Beveridge Modeli” de denir. Vatandaşlardan çeşitli adlar altında toplanan vergiler bir fonda biriktirilmekte ve daha sonra bu gelirler devletin politikaları ile çeşitli sektörlerle dağıtılmaktadır. Vatandaşlar sağlık hizmetleri ile ilgili ödedikleri vergiler yoluyla katkı payları dışında herhangi bir ödeme yapmamaktadır. Vergilerle finansman yöntemi Finlandiya, İsveç, Danimarka ve İngiltere, İtalya, İspanya ve Portekiz gibi ülkelerde yaygın olarak uygulanmaktadır (Evans, 2002: 31).

1.3.2. Özel Kaynaklı Finansman Yöntemleri

- Özel sağlık sigortası yöntemi genellikle gönüllü ve kar amaçlıdır; bu yöntemde bireylerin veya kurumların sağlık risklerinin özel sağlık sigortası

kuruluşlarınca sigortalanmasıdır. Bu yöntemde kamu tarafından sağlanan imkânlarla ek daha kaliteli, daha hızlı ve sosyal sigortaların kapsamadığı alanları güvence altına alma amacı ön plandadır (Öz, 2008: 14). Söz konusu sistemde özel sağlık sigortası kuruluşları sağlık hizmeti satın alan ile sunan arasında bir köprü vazifesi görmekte; topladığı primler doğrultusunda aradaki sözleşmeye istinaden bireylerin sağlık giderlerini ödemektedir.

- Tıbbi tasarruf hesabı, bireylerden sağlığa özel kullanılmak üzere kişilere özel tasarruf hesaplarına yapılan zorunlu veya gönüllü katkıları kapsayan bir hesaptır. Bu hesaplara gelirler katkı payı toplanmakta ve zamanı gelince yine kişiye özel kullanılmaktadır.

- Cepten Ödemeler, kişilerin sağlık hizmetlerinden yararlanmaları sonucu doğrudan kendilerinin ödeyerek yaptıkları sağlık harcaması şeklindedir. Bu yöntemde sağlık hizmetlerinin finansman yükü bireyler tarafından karşılanmakta ve başka herhangi bir birimin katkısı bulunmamaktadır.

2. Türkiye'de Sağlık Hizmetlerinin Finansmanı

Bireylerin sağlığının korunmasını ve iyileştirilmesini amaçlayan sağlık sistemleri ve giderleri adına ülkelerin sosyal güvenlik ve sağlık politikaları çok önemlidir.

Son yıllarda tüm ülkelerdeki sağlık giderleri artmaktadır. Bu giderlerdeki artışta kişi başı gelirin artması, sağlık bilincinin artması, şehir nüfusunun artması, yeni hastalıkların ve hasta sayısının artması gibi nedenler etkilidir. Bu gider artışları sağlık sistemlerinde finansal sürdürülebilirliği sıkıntıya sokmuştur ve sağlık giderlerinin bütçe içindeki yeri giderek artmaktadır.

Türkiye'de önceki dönemlerde sağlık hizmetlerine ulaşmakta ciddi olarak sıkıntılar yaşanmış, insanların beklentileri tam anlamıyla karşılanmamış, devamında ise özellikle 2000'li yılların başında bazı sağlık sıkıntıları baş gösterince sağlıkta dönüşüm bir zorunluluk haline gelmiştir (Adıgüzel ve Özkan, 2013:23).

Bu doğrultuda Türkiye'de özellikle son dönemlerde sağlıkta reform düşünceleri gelişmiş ve 2003 yılında "Sağlıkta Dönüşüm Programı" (SDP) uygulamaya konulmuştur. Bu programın hedefi; kaliteli ve çağdaş sağlık hizmetlerinin adil ve hakkaniyetli bir şekilde bireylere sunma, sağlık giderlerini disipline etme ve finansal sürdürülebilirliktir (Sülkü, 2011:1). Temel ilkeler ise insan odaklılık, sürdürülebilirlik, uzlaşmacı, gönüllülük, güçler ayrılığı, yerinden yönetim, hizmette rekabet, kalite gelişimine açık olmaktadır.

Türkiye’de önceki dönemlerde SSK, Bağ-kur, Emekli Sandığı (ES) ve yeşil kart uygulamaları vardı. Sağlık finansmanının büyük kısmı kamu tarafından karşılanmaktaydı. SDP ile sağlık hizmetlerinin sunumunun ve finansmanının ayrılması amaçlanmıştır. SDP ile kamuya ait üniversiteler, Türk Silahlı Kuvvetleri, Milli İstihbarat Teşkilatı, Cumhurbaşkanlığı gibi birkaç kuruma ait sağlık kurumları hariç tüm sağlık kurumları Sağlık Bakanlığı’na devredilmiştir. Bu şekilde sağlık hizmetlerinin sunumu tek elde toplanmıştır. Sonrasında 2006 yılında 5502 sayılı Kanunla aktüeryal denge, norm ve standart birliğini sağlamak için SSK, Bağ-Kur ve ES tek çatı altında Sosyal Güvenlik Kurumu’nda (SGK) toplanmıştır. Devamında ise genel sağlık sigortası (GSS) sistemine 2008 yılında 5510 sayılı Kanunla geçilmiştir.

GSS ile amaç; tüm vatandaşlara eşit ve nitelikli sağlık hizmeti sunma, risk paylaşımı ve adalete dayalı sistem oluşturma, sağlık alanında finansal koruma sağlamadır (Sülkü, 2011:29). GSS kapsamında sağlık hizmetleri hem kamu hem de özel sektörden alınmaya başlanmış ve özel sağlık hizmet sunucularının sayısı artmıştır (Sülkü, 2011:16).

01.01.2012 tarihinden itibaren uygulama tarihleri birçok kez ertelense de sosyal güvenlik kapsamı dışında olan yeşil kartlı olan veya olmayan büyük bir kısım GSS kapsamına alınmıştır.

Genel olarak ise 2003 yılı ve sonrasında SDP ile sağlık ve sosyal güvenlik sistemleri köklü değişikliğe uğramış ve kapsamları genişletilmiştir (Tatar, 2011). Sağlık hizmetleri için kamuya başvuran hastalar için bir sistem oluşturulmuş ve nüfusun büyük bir kısmı zorunlu olarak GSS’ de toplanmış ve sağlık finansmanının kontrolü SGK çatısı altında verilmiştir.

2.1. Sağlık Hizmetlerinin Finansmanı

Sağlık hizmetlerinin finansman yöntemleri, ülkelerin benimsedikleri ekonomik ve siyasi politikalar, finansal yapılar ve yönetim biçimlerine göre değişiklik göstermektedir (Bat, 2013:16). Türkiye’de de merkezi yönetim biçiminden dolayı sorumluluk tek bir kuruma yani SGK’ ya verildiği görülmektedir.

Türkiye’de genel olarak sosyal sağlık sigortası uygulanmakta olup bunu da tek bir sigorta kurumu uygulamaktadır. Bu durumun artışı SGK’ nın tek kurum olarak temel hizmet alıcısı (monopsonik) gücüne sahip olması ve bu doğrultuda sağlık hizmetleriyle ilgili kararları ve politikaları etkileme gücüne sahip olmasıdır (Tatar, 2011).

Türkiye’de sağlık hizmetlerinin finansmanı SGK, merkezi yönetim bütçesi, özel sağlık sigorta kuruluşları ve cepten sağlanan kaynaklardan yapılmaktadır.

GSS zorunlu ve herkesi kapsamaktadır. Kritik eşik Türkiye’de ikamet etmektir. GSS’nin gelirleri; sigorta primleri, devlet katkıları ve kullanıcı katkılarıdır (Yıldırım, Yıldırım ve Karabulut, 2012:150). Sigorta primleri, gelir temelli olup gelirden belli oranda prim alınması şeklinde olur. Bu oran kişinin sigorta primine esas kazancı (SPEK) üzerinden sabit %12,5’dir. %5’ini çalışan, %7,5’ünü işveren öder. Emeklilerden herhangi bir kesinti yapılmamaktadır. Yoksulların primleri ise sosyal yardımlar şeklinde devlet tarafından karşılanmaktadır (Sülkü, 2011:29). Ayrıca devlet SGK’ nın aylık tahsil ettiği malullük, yaşlılık ve ölüm sigortaları ile GSS priminin 1/4’ü oranında katkı yapmaktadır. Kullanıcı katkıları GSS kapsamında yaygın olarak kullanılmaktadır. Güncel katkı payları ve katkı paylarından muaf olma durumları Sağlık Uygulama Tebliği’nde (SUT) yer almaktadır.

Sağlık hizmetlerinin bir kısmı da özel sağlık sigortası kuruluşlarınca sağlanmaktadır. Bireyler, özel sağlık sigortasından daha çok GSS’ yi tamamlayıcı mahiyette ve isteğe bağlı olarak yararlanmaktadır. Özel sağlık sigorta sistemi de prime esas çalışmaktadır (Yenimahalleli, 2007:183). Ayrıca bütün bu uygulamalarının dışında kalan kişiler ise cepten yapılan ödemelerle sağlık giderlerini karşılamaktadır.

2.2. Sağlık Harcamaları

Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de sağlık harcamaları artış eğilimi göstermektedir. Ülke nüfusunun neredeyse tamamının GSS kapsamına alınması ve kapsamın genişlemesi, sosyal güvenlik haklarının geliştirilmesi ve sağlık hizmet sunucularına erişimin kolaylaşması gibi durumlar bireylerin sağlık kurumlarına başvuru sayısını doğal olarak arttırmıştır.

Tablo 1’deki verilere göre 2009 yılında sağlık hizmet sunucularına toplam başvuru sayısı 245 930 iken 2014 yılında bu rakam 447020 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 1: Sağlık Hizmet Sunucusuna Göre Müracaat Sayısı (Bin Adet)

Yıllar	Devlet 2. Basamak	Devlet 3. Basamak	Özel	Üniversite	Toplam
2009	122 659	39 905	66 877	16 488	245 930
2010	138 607	44 075	72 155	21 775	276 613
2011	155 292	50 142	86 750	25 179	317 362
2012	201 998	65 124	89 070	30 592	386 784
2013	220 789	73 167	92 733	34 699	421 388
2014	242 331	77 548	88 687	38 454	447 020

Kaynak: SGK Aylık İstatistik Bültenleri, Sağlık İstatistikleri, Ekim, 2015.

Tablo 1'den de anlaşılacağı üzere, son yıllardaki sağlık ve sosyal güvenlik politikaları neticesinde sağlığa erişim ve sağlık hizmetlerinin kullanımı artmıştır. Bu durum sağlık harcamalarının da paralel olarak artmasına neden olmuştur.

Tablo 2: Türkiye'de Sağlık Harcamalarının Seyri

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Kişi başı sağlık harcaması (TL)	516	635	725	812	804	845	928	987	1110
Toplam sağlık harcamasının gayri safi yurt içi hasılaya oranı (%)	5,4	5,8	6,0	6,1	6,1	5,6	5,3	5,2	5,4
Kamu sağlık harcamasının toplam sağlık harcamalarına oranı (%)	67,8	68,3	67,8	73,0	81,0	78,6	79,6	79,2	78,5
Özel sağlık harcamasının toplam sağlık harcamalarına oranı (%)	32,2	31,7	32,2	27,0	19,0	21,4	20,4	20,8	21,5
Toplam kamu sağlık harcaması (Milyar TL)	35,4	44,1	50,9	57,7	57,9	61,7	68,6	74,2	84,4

Kaynak: TÜİK adresinden derlenmiştir, 2015

Tablo 2'deki tabloya göre, 2005'te yıllık kişi başına düşen sağlık harcaması 516-TL iken, bu rakam 2013 yılında yaklaşık 2 katına çıkarak 1.110-TL olduğu görülmektedir. 2005 yılından 2013 yılına kadar toplam kamu sağlık harcamalarının yaklaşık 2.8 kat arttığı görülmektedir. 2005-2013 döneminde toplam sağlık harcamalarının GSYİH' ya oranı %5 ila %6 arasında olmuştur. 2013 yılında toplam sağlık harcamalarında kamu sağlık harcamalarının payı %78,5 iken özel sağlık harcamalarının payı ise %21,5'tir.

Dolayısıyla günümüzde SGK, -kamu sağlık harcamalarının hepsi ve özel sağlık harcamalarının çoğu finansörü ve yöneticisi olduğu göz önüne alındığında- sağlık hizmetlerinin finansmanında en güçlü kurum konumunda olup temel alıcı olarak sağlık hizmetleri ile ilgili kararları ve sağlık politikalarını doğrudan etkileyebilme gücüne sahiptir. SGK sağlık hizmeti alan ve sunanlar arasında köprü vazifesini gördüğü gibi işin yönetimini de üstlenmektedir.

3. SGK'nın Sağlık Hizmeti Satın Alması

SGK, hak sahiplerine sağlık hizmetlerini kamu-özel ayrımı yapmaksızın tüm sağlık hizmet sunucularıyla yaptığı sözleşmeler (protokoller) yoluyla sağlamaktadır. SGK ile sözleşme yapmayan sağlık hizmeti sunucularından alınan sağlık hizmetleri bedelleri acil sağlık hizmetleri dışında SGK tarafından karşılanmamaktadır. SGK, sağlık hizmetlerini finanse ederken GSS kapsamında topladığı gelirlerden sağlık hizmet sunucularının sundukları hizmet karşılığı olarak ödeme yapmaktadır.

SGK tarafından 2014 yılı Ocak ayı verilerine göre, 820 kamu sağlık kurum ve kuruluşu, 1.751 özel sağlık kurum ve kuruluşu, 125 üniversite hastanesi, 23.975 eczane ve 5.077 optik müessesesi ile sağlık hizmet sunumu sağlanmaktadır.

Ülke nüfusunun tamamına yakınına geniş bir sağlık paketiyle hizmet verilirken, Türkiye'de tedavisi yapılamayan hastalar ve bazı tetkikler, yurt dışına gönderilip tetkik ve tedavileri yaptırılmaktadır.

Tüm sağlık hizmetlerinin sunumuna ilişkin SGK tarafından Sağlık Uygulama Tebliği (SUT) yayınlanmakta ve bu tebliğ çerçevesinde sağlık giderlerini karşılanmaktadır. SUT, sağlık hizmet sunucuları tarafından yapılan hizmetleri ve karşılığında yapılacak ödemeleri bildiren ara ara yenilenen bir tebliğdir. SGK ile sözleşmeli sağlık hizmet sunucuları tarafından ayakta ve yatarak tedaviler ile ilgili olarak yapılması gerekli görülen tetkik ve tahlile ilişkin faturalama işlemleri SUT hükümleri çerçevesinde MEDULA denilen elektronik bir sistem üzerinden yapılmaktadır. MEDULA ise sağlık hizmeti sunucularının iç süreçlerine müdahale etmeksizin fatura bilgisini elektronik olarak toplayan, işlemlerin SGK ile entegre ve eş zamanlı olarak gerçekleştirilmesini sağlayan bütünlük bir bilgisayar sistemidir. 2007 yılında uygulamaya giren sistem sayesinde sağlık hizmeti sunucularına başvuran hastaların hangi tarihte hangi hastaneye başvurduğu, hangi doktora muayene olduğu; tetkik, tedavi varsa yatış gibi tüm işlemleri ve ilaç alımları izlenebilmekte; maliyetlerin kontrolü ve süreç denetimi mümkün hale gelmiştir (SGK, 2011: 32).

Türkiye'deki sağlık hizmet sunucuları şunlardır;

1. Kamu Sağlık Hizmet Sunucuları
2. Özel Sağlık Hizmet Sunucuları
3. Eczane ve Optisyenler

3.1. Kamu Sağlık Hizmet Sunucularından Hizmet Alınması

5510 sayılı Kanununun 73. maddesinin 8. fıkrasında “Kurum, bu kanunun birinci fıkrasında belirtilen yöntemler dışında, kamu idarelerince verilecek sağlık hizmetlerini götürü bedel üzerinden hizmet alım sözleşmesiyle de sağlamaya yetkilidir” hükmüne dayanarak 2009 yılından itibaren SGK Sağlık Bakanlığına bağlı sağlık hizmet sunucularından aldığı hizmetlerin tamamını götürü bedel ile satın almaya başlamıştır.

Her yıl belirlenen bir bütçe üzerinden Sağlık Bakanlığı ile SGK arasında Götürü Bedel Üzerinden Sağlık Hizmeti Alım Sözleşmesi imzalanmaktadır. Yürütülen işlemler bu sözleşme hükümlerine göre yapılır. Söz konusu sözleşme ile SGK, kapsamda bulunan sigortalıların Sağlık Bakanlığına müracaat sayıları ve yapılan işlemlerin sayısını dikkate almadan bir yıl boyunca alınacak hizmet karşılığı belirlenen bir meblağı ödemekte, Sağlık Bakanlığı da kendisine müracaat eden tüm sigortalıların sağlık hizmetini karşılamaktadır. Götürü bedel tutarı olarak 2009 yılında 7,91 milyar TL, 2010 yılında 13 milyar TL ve 2011 yılında ise 13,1 milyar TL belirlenmiştir (Topcuk, 2011:33).

SGK, Sağlık Bakanlığı haricinde diğer kamu sağlık hizmet sunucularıyla da protokoller imzalamaktadır. 15.06.2007 tarihinde üniversite hastaneleri, belediye hastaneleri ve askeri hastanelerle imzalanan protokoller birbirleriyle yakınlık göstermekte ve aynı protokoller devam etmektedir. Burada Sağlık Bakanlığı'ndan farklı olarak götürü bedel değil, sunulan sağlık hizmeti karşılığında ödeme yapılmaktadır. SGK, kurum hekimliklerine sundukları hizmet karşılığında herhangi bir bedel ödememektedir. Ancak hekimlerin yazdığı sigortalı hastalara ait reçete bedellerini ödemektedir. Kurum hekimleri ile SGK arasında yapılmış bir protokol veya sözleşme bulunmamaktadır (Topcuk, 2011:33).

3.2. Özel Sağlık Hizmet Sunucularından Hizmet Alınması

SGK tarafından genel sağlık sigortalısı ve hak sahiplerine sağlık hizmetleri kamu haricinde sözleşme imzalanan özel sağlık hizmet sunucuları tarafından da verilmektedir. Bunlar özel hastaneler, tıp/dal merkezleri, fizik tedavi merkezleri, diyaliz merkezleri vb. sağlık kurumlarıdır. Bunların haricinde özel poliklinikler, diş tedavi merkezleri ve özel diş hekimleri, görüntüleme merkezleri, tıbbi tahlil ve tetkik laboratuvarları ile sözleşme yapılmamaktadır. SGK, sözleşme yapılmayan özel sağlık hizmet sunucularından sağlanan sağlık hizmetlerinin bedelini ödememektedir. Sadece acil hallerde (ani gelişen hastalık, kaza, yaralanma vb.) sözleşmesiz sağlık hizmet sunucularının faturalarının ödemesi yapılmaktadır.

SGK tarafından finansmanı sağlanacak sağlık hizmetlerinin fiyatı Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Maliye Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı ve Hazine Müsteşarlığı'nı temsil eden birer üye ve Kurumu temsil eden iki üye olmak üzere, toplam yedi üyeden oluşan Sağlık Hizmetleri Fiyatlandırma Komisyonu tarafından belirlenir. SGK belirli hizmetler için tanıya dayalı paket fiyat uygulamasını, belirli hizmetler için hizmet başına ödeme uygulamasını kullanmaktadır (Topcuk, 2011).

3.3. Eczacı ve Optikçilerden Hizmet Alınması

SGK, sigortalıların ilaç teminini sağlamak üzere Türk Eczacılar Birliği (TEB) üyesi eczanelerle protokol imzalamaktadır. SGK ile TEB arasında imzalanan protokol çerçevesinde, sigortalı hasta, reçetesini eczaneye vermekte, ilaçlarını almakta, ilaç katılım payını, muayene katılım payını eczaneye ödemektedir. Eczaneler her ay, sigortalılara verdikleri ilaç tutarlarını SGK'ya fatura etmektedirler. Buna karşın acil haller dışında SGK ile sözleşmesi olmayan eczanelerden temin edilen ilaçların bedelleri SGK tarafından ödenmemektedir.

SGK görmeye yardımcı tıbbi malzemelerin temini konusunda optisyenlik müesseseleri ile yine ayrı ayrı sözleşme yapmaktadır. Optisyenlerin, eczacılar gibi mesleki odaları ve birlikleri bulunmamaktadır. Sözleşme hükümleri doğrultusunda optisyenlik müesseseleri tarafından sigortalılara temin edilen görmeye yardımcı tıbbi malzemeler ile ilgili reçetelerin ödeme işlemleri, ödemeye esas belgelerin kontrolleri ve cezai şartlar yapılan sözleşme hükümleri doğrultusunda yürütülmektedir (Topcuk, 2011).

Sonuç ve Değerlendirme

SGK, 01.01.2008 yürürlüğe giren 5510 sayılı Kanun ile kamu çalışanlarının, bağımsız çalışanların ve bir hizmet akdiyle bağımlı çalışanların tüm sigorta kollarına ödedikleri primleri toplamaya ve harcamaları yapma yetkisine sahip bir kurum haline getirilmiştir. Bu anlamda SGK tarafından sosyal sigorta hizmetlerinin yanında sağlık hizmetlerinin yönetilmesi ve finansmanını da gerçekleştirilmektedir. SGK, sigortalılarına sunduğu sağlık hizmetini kamu-özel ayrımı yapmaksızın tüm sağlık hizmet sunucularından (kamu sağlık hizmet sunucuları, özel sağlık hizmet sunucuları, eczaneler ve optisyenler) protokol ve sözleşmeler yoluyla hizmet satın almaktadır.

Türkiye'de kamu sigortacılığı bağlamında tek bir sigorta kurumundan oluşan bir model tercih edilmektedir. Bu anlamda SGK, tek kurum olarak hizmet alıcı bir roledir ve tek alıcı olarak sağlık hizmetleri ile ilgili kararları ve sağlık politikalarını doğrudan etkileyebilme gücüne sahiptir. Bu durum genel sağlık

sigortacılığı ve sağlık hizmetlerinin finansmanı anlamında SGK' nın tek kurum olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

SGK' nın gelirlerinin giderlerini karşılayamaması nedeniyle açık vermektedir. Bunun en önemli nedenlerinden biri ise sağlık harcamalarının oranının giderek yükselmesi olduğu gerçeğidir. Bununla birlikte kişi başı gelirin yükselmesi, eğitim seviyesi ve sağlık bilincinin gelişmesi gibi diğer sebepler de bu sonuca olumlu katkı sağlayan diğer nedenler olarak gelmektedir. Bu problemlerin doğal bir sonucu olarak sağlık için toplanan gelirlerin sağlık giderlerini karşılama oranı yeterli ve sürdürülebilir bir düzeyde değildir. Ortaya çıkan finansman açığı, her yıl devlet bütçesinden/hazineden yapılan katkılarla karşılanabilmektedir. Bu sonuç ayrıca üzerinde çalışılarak çözümler geliştirilmesi gereken durumdur.

Artan sağlık harcamalarının sistem üzerindeki etkisini azaltmak ve sistemin sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla belirli araçlara ihtiyaç duyulmaktadır. Aile hekimliği müessesesinin güvenilir bir şekilde hizmet sunabilecek seviyeye ulaşması, birinci basamak sağlık hizmeti sunumunda etkinliğin artırılması ve sevk zincirinin arzu edilen şekilde işlemesi noktasında hızlı ve sağlıklı girişimlerin yapılması gerekmektedir. Genel sağlık sigortası sisteminin asıl hedeflerinden olan kayıt dışı istihdamın önüne geçilerek sigorta prim hâsılatının mümkün olduğu kadar artırılması ve bu şekilde hizmet finansmanının sigorta primleri aracılığıyla sağlanması amaçlanmalıdır. Bu bağlamda, vatandaşların hizmetten yararlanmaları sürecinde alınacak katılım payı, sistemi finanse eden bir araç olarak değil sadece asıl amacına hizmet edecek şekilde sistemden gereksiz yararlanmaların önüne geçebilmek olarak belirlenmelidir. Türkiye'de sağlık hizmetlerinin finansmanında herkese hakkaniyetli ve kaliteli bir hizmet sunmanın yanında sistemin sürdürülebilirliği ve geleceği açısından sağlık politikalarına yön verecek söz konusu politika yapıcılara yardımcı olacak çalışmaların yapılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

5510 Sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu. 16.06.2006 tarihli 26200 sayılı Resmi Gazete.

ADIGÜZEL, Orhan ve Döndü Sönmez Özkan (2013), Sağlıkta Dönüşüm Programı Hakkında Kavramsal Çerçeve, Sosyal Güvenlik Dünyası Dergisi, Yıl 16, Sayı 87, Eylül-Ekim, ss.23-36.

BAT, A. Tufan (2013), OECD ve Avrupa Ülkelerinde Sağlık Harcamalarının Finansmanı, Sosyal Güvenlik Dünyası Dergisi, Yıl 16, Sayı 87, Eylül-Ekim, ss.6-17.

ÇELİK, Y. (2011), Sağlık Ekonomisi, 2. Baskı, Siyasal Kitapevi, Ankara.

EVANS, R. G. (2002), Financing Health Care: Taxation And The Alternatives, Mossialos, E., Dixon. A., Figueras, J., Kutzin, J. (Eds.), Funding Health Care: Options for Europe, Buckingham-Philadelphia: Open University Press, ss.31-58.

GOTTRET, P. And Schieber, G. (2006), Health Financing Revisited: A Practitioner's Guide, The World Bank, s.47.

İnternet: SGK Aylık İstatistik Bültenleri, Sağlık İstatistikleri. (2015, Ekim). Web: <http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/tr/kurumsal/istatistikler> e.t: 21.10.2015

İSTANBULLUOĞLU, H., M. Güleç., Oğur, R. (2010), Sağlık Hizmetlerinin Finansman Yöntemleri, Dirim Tıp Gazetesi, Sayı 85, s.89.

MOSSIALOS, E., Dixon, A., Figueras, J., Kutzin, J. (2002), Funding Health Care: An Introduction, Buckingham-Philadelphia: Open University Press. ss.2-6.

ORHANER, E. (2006), Türkiye'de Sağlık Hizmetleri Finansmanı ve Genel Sağlık Sigortası, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı 1, ss.1-22.

ÖZ, E. (2008), Ulusal Hane halkı Cepten Sağlık Harcamalarının Finansmanda Dikey Hakkaniyet Açısından Değerlendirilmesi, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

SUT, 24.03.2013 tarihli ve 28597 sayılı Sağlık Uygulama Tebliği.

SÜLKÜ, N. (2011), Türkiye'de Sağlıkta Dönüşüm Program Öncesi ve Sonrasında Sağlık Hizmetlerinin Sunumu, Finansmanı ve Sağlık Harcamaları, Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara.

TATAR, M. (2011), Sağlık Hizmetlerinin Finansman Modelleri: Sosyal Sağlık Sigortasının Türkiye'de Gelişimi, Sosyal Güvenlik Dergisi, Sayı 1, ss.105-129.

TOPÇUK, Y. (2011), Genel Sağlık Sigortasının Temelleri, Sunumu ve Denetimi, Sosyal Güvenlik Dünyası Dergisi, Yıl 14, Sayı 74, Temmuz-Ağustos, ss.29-41.

YENİMAHALLELİ Yaşar, G. (2007), Sağlıkın Finansmanı ve Türkiye İçin Sağlık Finansman Modeli Önerisi, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

YILDIRIM, H. H., Yıldırım, T., Akbulut, Y. (2012), Sağlık Sigortacılığı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, ss.58-15

İşletmelerde Fırsat ve Kaynak Tabanlı Yaklaşımların Rekabet Stratejisi Tercihleri İle İlişkisi: Burdur Mermer İşletmelerinde Bir Araştırma⁴

Arş. Gör. Nihal CANTÜRK

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
ncanturk@mehmetakif.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Hüseyin ÇİÇEK

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
hcicek@mehmetakif.edu.tr

Özet: *Bu çalışmanın amacı Burdur ilinde mermer sektöründe faaliyet gösteren mermer işletmelerinin, rekabet üstünlüğü sağlamada hangi stratejik yaklaşımı tercih ettiği ve bu yaklaşımlardan fırsat yaklaşımını seçen işletmelerin hangi rekabet stratejisini, kaynak yaklaşımını seçen işletmelerin hangi rekabet stratejisini uyguladıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın evreni Burdur, Bucak Sanayi ve Ticaret Odasına kayıtlı ve Burdur il sınırlarında, mermer sektöründe faaliyet gösteren mermer işletmeleri ve mermer fabrikalarından oluşmaktadır. Anketi cevaplayan yöneticilerin verdikleri yanıtlar neticesinde fırsat ve kaynak yaklaşımını tercih eden işletmelerin karma stratejiyi tercih ettikleri ve fırsat yaklaşımı tercih eden işletmelerin karma stratejiye verdikleri puanın kaynak yaklaşımını tercih eden işletmelerden daha fazla olduğu gözlemlenmiştir.*

Anahtar kelimeler: *Rekabet Stratejileri, Fırsat Yaklaşımı, Kaynak Yaklaşımı, Stratejik Yönetim.*

⁴ Bu makale danışmanlığını Yrd. Doç. Dr. Hüseyin Çiçek'in yaptığı, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında 2015 yılında Nihal Cantürk'ün hazırladığı, "İşletmelerde Fırsat ve Kaynak Tabanlı Yaklaşımların Rekabet Stratejisi Tercihleri İle İlişkisi: Burdur Mermer İşletmelerinde Bir Araştırma" isimli Yüksek Lisans Tezinden üretilmiştir.

The Relations between Competitive Strategic Preferences and Opportunity and Resource-Based Approaches in Business: A Research of Burdur Marble Enterprises

Abstract: *The purpose of this study was to explore that the marble businesses in Burdur which strategic approach preferred in providing competitive advantage and from these approaches, the businesses that had preferred Opportunity Approach which competitive strategy applied, the businesses that had preferred Resource-Based Approaches which competitive strategy applied. The population of the study is the marble enterprises and manufacturers that are located in Burdur and registered to Bucak Chamber of Industry and Commerce. According to The responses of participants, it is observed that the enterprises which prefer opportunity and resource approaches follow the mix strategy. It is also observed that the enterprises that prefer opportunity approach rated mix strategy higher than the ones that prefer resource approaches.*

Keywords: *Competition Strategies, Opportunity Approach, Resource Approach, Strategic Management.*

Giriş

Günümüz iş dünyasında ve yenilenen çevre şartlarında işletmelerin faaliyet gösterdikleri piyasada tutunmaları ve rekabet etmeleri her geçen gün zorlaşmaktadır. İşletmelerin küreselleşen endüstri yapısına ayak uydurmaları ve sektördeki rakiplerini sürekli değerlendirmeleri bir zorunluluk halini almıştır. Bu yüzden işletmeler kendilerine ve işletme yapılarına uygun olan bir rekabet stratejisi belirlemektedirler.

Rekabet stratejileri; toplam maliyet liderliği, farklılaştırma stratejisi ve odaklanma stratejisi şeklinde sınıflandırılmaktadır. Toplam maliyet liderliği; işletmenin piyasadaki tüm rakiplerine göre en düşük maliyetle üretim yapması olarak tanımlanmaktadır. Farklılaştırma stratejisi ise, işletmelerin rakiplerine göre farklı, yenilikçi ve kaliteli ürünler ortaya koymaya çalışmasıdır. Son olarak odaklanma stratejisi de işletmelerin rekabet edecekleri hedef pazarı daraltarak, belirli bir ürün, belirli bir müşteri grubu ya da belirli bir pazarda rekabet avantajı elde etmeye çalışması olarak tanımlanabilir.

Rekabet stratejisi kavramını ortaya koyan Michael Porter'a göre bir işletme rekabet stratejisi geliştirmeden önce sektörü analiz etmeli ve ona göre hangi stratejiyle rekabet edeceğini belirlemelidir. Böylelikle işletme sektörde kendisini rakiplerine karşı koruyabileceği bir pozisyon elde edecektir. İşletmelerin bu pozisyonu elde etmesine; pozisyon yaklaşımı, endüstri temelli yaklaşım ve fırsat yaklaşımı adı verilmiştir. Porter'ın bu düşüncesine alternatif olarak işletmelerin

rekabet avantajı sağlayabilmesi için kendine özgü kaynakları ve yetenekleriyle rekabet etmesi gerektiğini savunan kaynak tabanlı yaklaşım ortaya çıkmıştır. Kaynak tabanlı yaklaşım; işletmelerin rekabet üstünlüğü elde etmek için endüstri yapısının değil, öncelikle işletmeye özgü kaynakların ve yeteneklerin belirlenerek, rakiplerde bulunmayan kaynaklarla rekabet etmesi gerektiğini savunmaktadır. Fırsat tabanlı yaklaşım ise; işletmeler rekabet avantajı elde etmek için öncelikle faaliyet gösterdiği sektörü incelemekte ve stratejilerini buldukları sektörel çevreye göre belirlemektedir. Bu iki yaklaşım, strateji belirlenirken kaynaklardan mı yararlanılmalı yoksa faaliyet gösterilen pazar mı değerlendirilmeli sorusu çerçevesinde stratejik yönetim alanında geçmişten günümüze tartışılmaktadır.

1.Strateji Ve Stratejik Yönetim

Yıllar boyu, strateji kavramı çok farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bu yüzden strateji kavramı birçok makalenin konusu ve tartışma sebebi olmuştur. Strateji kavramı belirsiz koşullarda, farklı zamanlarda farklı insanlar tarafından anlamlandırılan bir kavramdır. Strateji sadece, “strateji nedir?” sorusuna değil, aynı zamanda stratejinin nasıl oluşturulduğu sorusuna da cevap verir (Ulwick, 1999:3). Strateji kavramı, yunanca “strategos” kelimesinden gelmekte olup askeri alanda liderlik anlamında kullanılmaktadır. Bir Prusyalı general ve askeri kuramcı olan Carl Von Clausewitz (1780–1831), “strateji güç ekonomisidir” şeklinde tanımlamada bulunmuş ve genellikle ilk stratejist olarak anılmaktadır (Kotler ve diğ., 2010 :6).

Michael Porter’ın yapmış olduğu tanımlamaya göre strateji, farklı bir dizi faaliyet içeren eşsiz ve değerli bir pozisyon yaratılmasıdır (Porter, 1996:61). Ülgen ve Mirze (2014) ise; yaratılan bu pozisyonda rakiplerin faaliyetlerini inceleyerek, amaçlara ulaşmak için belirlenmiş uzun vadede etkili olması düşünülen aktif kararlar topluluğunu strateji olarak tanımlamaktadır. Bu kararlar topluluğu işletmenin hedeflerinin ve eylemlerinin kabul edilebilmesi ve bu hedeflerin yürütülmesi için gerekli kaynakların tahsisi ile oluşmaktadır (Chandler, 1962:20).

Stratejik yönetim, işletme veya örgütün amaçlarına ulaşabilmesi için üretim kaynaklarını etkili ve verimli olarak kullanabilme sürecidir. Fakat bu amaçlar işletmenin uzun dönemde ulaşmayı arzu ettiği amaçlar olup işletmenin günlük ve olağan faaliyetleri değil, uzun dönemde yaşamını devam ettirebileceği, ortalamanın üzerinde getiri sağlayabileceği amaçlarının yönetimidir (Ülgen ve diğ., 2014:27).

Bakoğlu’na (2010:3) göre, stratejik yönetim; işletmenin veya örgütün arzuladığı amaçlarına ulaşabilmesi için fonksiyon üstü kararları belirlemesi, uygulaması ve değerlendirebilmesini sağlayan bir bilimdir (Bakoğlu, 2010:3). Ayrıca bu bilimsel yaklaşım bir yönetim tekniği olarak ele alınmaktadır. Dolayısıyla, stratejik yönetim özel, kamu ve kar amacı gütmeyen işletme veya örgütlerde ileriye dönük

uzun vadede arzulanan ve istenen amaçları belirlemek ve ulaşabilmek için gerekli faaliyetlerin tespit edilmesine imkân sağlayan bir yönetim tekniğidir (Özer, 2015:75).

2.Stratejik Yaklaşımlar

Günümüzde rekabet üstünlüğü sağlamak ve bu üstünlüğü sürdürülebilir kılmak için temel olarak iki yaklaşımdan bahsedilmektedir. Bunlardan ilki, Harvard Üniversitesi Profesörlerinden Michael Porter'ın öne sürdüğü fırsat yaklaşımı(endüstri yaklaşımı), ikincisi ise, Harvard işletme okulu öğrencisi olan Betis Wernerfelt'in öne sürdüğü kaynak temelli yaklaşım teorisi (Barca ve Esen, 2012:90). İlgili literatür incelendiğinde endüstri temelli yaklaşım ve kaynak temelli yaklaşım farklı isimlerle anılmaktadır. De Witt ve Meyer, "Strategy" isimli eserinde bu yaklaşımlara birer paradoks gözüyle bakmış ve endüstri temelli yaklaşımı "dışarıdan içeriye", kaynak temelli yaklaşımı ise "içeriden dışarıya" bir paradoks olarak ele almıştır. Ülgen ve Mirze ilgili konuyu "Stratejik Yönetim" isimli eserinde "fırsat yaklaşımı" ve "kaynak yaklaşımı" şeklinde ele almıştır (Bakoğlu ve diğ., 2010:57). Yine bazı kaynaklarda endüstri temelli yaklaşım, endüstriyel pozisyon okulu yaklaşımı şeklinde geçmektedir. Kaynak yaklaşımı ise; temel yetenek tabanlı strateji, kaynak tabanlı firma teorisi, bilgi temelli yaklaşım gibi değişik isimlerle ele alınmıştır.

2.1.Fırsat Tabanlı Yaklaşım

Endüstri temelli yaklaşım olarak da bilinen fırsat yaklaşımının temelleri mikroekonominin bir alanı olan endüstri iktisadına dayanmaktadır. Bu yaklaşım işletmelerin faaliyette bulunduğu çevrenin analiz edilmesiyle, ortalamanın üzerinde getiri sağladığını ve rekabet avantajı elde ettiği görüşünü savunmaktadır. Bu görüşten yola çıkılarak işletmeler, rekabet avantajı elde etmek ve ortalamanın üzerinde kazanç sağlayabilmek için dış çevreyi analiz etmeli ve cazip bir sektör bulmaya çalışmalıdır. Analiz edildikten ve cazip sektör bulduktan sonra işletme rekabet edebileceği stratejiler geliştirmelidir. Bu stratejiler rekabet analizinin sonucuna göre şekil alacaktır. Rekabet analizi için işletmeler Porter'ın ortaya koyduğu beş güç faktörünü(tedarikçiler, müşteriler, rakipler, ikame mallar ve muhtemel rakipler) tam olarak incelemeli ve hangi stratejiyi seçeceğine karar vermelidir. Dolayısıyla adından da anlaşılacağı üzere fırsat yaklaşımı; çevredeki fırsatların değerlendirilip analiz edilmesi ve uygun rekabet stratejisinin seçimine karar vermeyi sağlayan bir yaklaşımdır (Ülgen ve diğ., 2014:75-76).

Bu yaklaşım, işletmelerin çıkarları için rasyonel hareket ettiklerini ve faaliyette buldukları sektörel çevrenin, ortalamanın üzerinde getiri elde etmek için üzerinde durulması gereken en önemli unsur olduğunu savunur. Fırsat yaklaşımı yapı-davranış-performans paradigmasını benimser. Bu paradigmaya göre endüstri yapısı, işletmenin davranışı ve pazar performansı arasında güçlü

ve devamlı bir nedensellik bağı vardır (Erol ve diğ., 2013:104). Şekil 1'de yapı-davranış-performans arasındaki bağı gösterilmiştir.

Şekil 1:Yapı-Davranış-Performans Paradigması



Kaynak: Porter, (1981) "The Contributus of Industrial Organization to Strategic Management".

Bu paradigma rekabet politikasının önemli unsurlarından biridir. Bunun sebebi fiyat ve kar alanlarında, farklı piyasa yapıları (monopol, oligopol ve rekabetçi piyasa gibi) işletmenin davranışını etkilemektedir. Bu paradigma iki görüş ile açıklanmaya çalışılmıştır. İlki yapısalcı görüş, ikincisi etkinlik hipotezidir. Yapısalcı görüşte yoğunlaşma ve giriş engelleri gibi yapısal unsurların işletme davranışını, endüstri performansının belirlediğini savunmaktadır. Etkinlik hipotezi görüşü ise karlılığın sebebinin işletmelerin etkin üretimi sonucu olduğunu savunmaktadır (Yolaç, 2004:215).

Fırsat temelli yaklaşım modelinde, işletmelerin stratejik faaliyetlerinde dış çevrenin etkisinin yoğunluğu açıklanmaktadır. Bu yaklaşımda işletmelerin, stratejilerini belirlemek için öncelikle dış çevre koşullarını dikkate alması ve rekabet etmeyi düşündükleri sektörün işletmelerin performansı üzerinde, işletme içi kaynak seçiminden daha önemli olduğunu savunmaktadır (Kahveci, 2012:6).

Fırsat yaklaşımına göre; işletmenin faaliyette bulunduğu endüstrinin yapısı ve bu yapı içerisinde işletmenin alacağı rekabet pozisyonu işletmenin karlılığını belirler. Karlılığın ve rekabet avantajının sürdürülebilir olması için ise sektöre girişin engellenip engellenmediğine bakılır. Bu engellerde ya sektörün yapısından kaynaklanmakta ya da işletmelerin stratejik davranışlarından kaynaklanmaktadır (Barca ve diğ., 2012:106).

2.2.Kaynak Tabanlı Yaklaşım

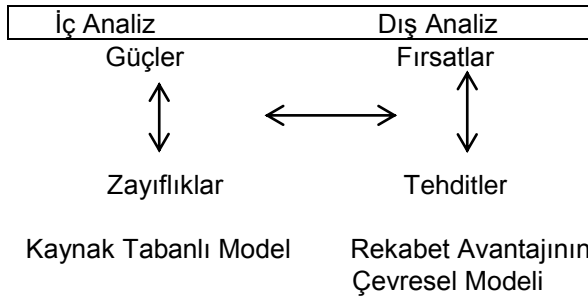
Bu yaklaşım, fırsat yaklaşımının aksine işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmeleri ve ortalamanın üstünde kazanç sağlamaları için işletmelerin sahip olduğu varlık ve yetenekleri geliştirmelerini ve kullanmalarını önermektedir. Diğer bir ifadeyle işletmelerin kendi iç çevrelerinin analizi sonucu stratejilerini belirlemesi gerektiğini savunmaktadır. Bu yaklaşımda bahsedilen işletme varlıkları maddi ve maddi olmayan varlıklar olarak ele alınmaktadır. Sermaye, makine ve binalar maddi varlıkları oluştururken; patent, teknik bilgi ve marka maddi olmayan varlıklara örnek gösterilebilir. İşletmelerin yetenekleri ise; yukarıda listelenen kaynakları etkili bir şekilde kullanarak bir işi yapabilme kapasitesidir. Bu kapasite her işletme için farklıdır. Önemli olan işletmelerin sahip olduğu bu varlık ve yeteneklerin rakip işletmeler tarafından kolay elde edilemeyecek ve uygulanamayacak olmasıdır. Bu da işletmelerin öz yetenekleriyle alakalıdır. Bir işletmenin varlık ve yetenekleri nadir, değerli, ikame

edilemez ve taklit edilemez özellikteyse bu yetenekler öz yetenekler olarak adlandırılır ve bu durum işletmelerin rekabet üstünlüğünü sağlamasına yardımcı olur (Ülgen ve diğ., 2014:77).

İlk olarak Wernerfelt (1984) tarafından stratejik yönetim literatürüne uyarlanan ve işletmeler arasındaki performans farklılıklarının işletmelerin varlık ve yeteneklerine bağlı olduğunu ileri süren bu görüşe ait savların, geçmişte kıt bulunan ve hareketsiz durumda bulunan değerli kaynakların nasıl kar ve kazanç sağladıklarını açıklayan Ricardo kuramına kadar gittiği görülmektedir. Wernerfelt işletmelerin sahip oldukları benzersiz varlık ve yetenekler ile rekabet üstünlüğü elde edeceklerini savunurken, Barney işletmelerin her kaynak ve yeteneğinin bu üstünlüğü yaratmayacağı sadece stratejik olarak değerlendirilen kaynak ve yeteneklerin bunu başaracağını ifade etmektedir (Kamaşak ve diğ., 2013:118-119).

Kaynaklara dayalı yaklaşımın savunduğu temel düşünceye göre; nihai belirleyici, işletmelerin sahip olduğu kaynak ve kabiliyetlerdir. Yine bu yaklaşıma göre rekabet üstünlüğü elde edebilmek ve ortalamanın üzerinde kazanç sağlamanın nedeni; fırsat yaklaşımının öne sürdüğü gibi rekabeti önleyen giriş engellerinden değil, stratejik olarak nitelendirilen kaynak ve yeteneklerin rakipler tarafından taklit edilmesinin zor olmasıyla alakalıdır. Bu sebeple giriş engelinden kaynaklandığını düşünen fırsat yaklaşımı, dış çevre olarak pazarı analiz etmektedir. Kaynak tabanlı yaklaşım ise işletme düzeyinde kaynak ve yeteneklerin taklit edilmesinin zorluğu ile işletme içi analiz yaparak ortalamanın üzerinde getiri sağlamayı amaçlamaktadır (Barca ve diğ., 2012:104).

Şekil 2: Fırsat ve Kaynak tabanlı Model Arasındaki İlişki



Kaynak: Barney(1991:99), "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage".

Şekil 2'de ifade edildiği üzere kaynak temelli yaklaşım, işletmenin iç analizi ile endüstri ve rekabet ortamının dış analizini birleştirmiştir. Diğer bir ifadeyle bu yaklaşım ortaya atılırken fırsat yaklaşımını tamamen reddetmemiştir. İşletmelerin iç çevresini dikkate alırken dış çevresinin de dikkate alınması gerektiğini savunmaktadır. Kısaca ifade edecek olursak; işletmeler ortalamanın

üzerinde kar sağlamak ve sektördeki rakiplerine karşı rekabet avantajı elde edebilmek için benzersiz kaynaklara sahip olmalı ve bunları stratejik olarak kullanabilmelidir (Papatya, 2007:52).

İşletmelerin tüm kaynakları sürdürülebilir rekabet avantajı oluşturacak nitelikte değildir. Bu potansiyele sahip olabilecek kaynakların 4 özelliği vardır (Barney, 1991:105-106); 1-değerli olmalı, 2-nadir olmalı, 3-taklit edilmemeli, 4-ikamesi olmamalı. İşletme yeteneği ise; işletmeye ait somut ve soyut varlıkların koordinasyonunu sağlayarak amacına uygun şekilde kullanabilme kapasitesidir. Bir işletmenin somut ve soyut varlıkları hemen hemen her işletmede bulunmaktadır. Önemli olan bu varlıkları etkili ve fark yaratacak şekilde kullanabilme kapasitesidir (Ülgen ve diğ., 2014:117). Bu yetenekler; dış ilişkiler kurma ve sürdürmede, işletme yöneticilerinin ve yönetimde olmayan çalışanların teknik bilgisi ve kolektif olarak teknik bilgi üstünlüğüne sahip olma gibi yeteneklerden oluşmaktadır (Galbreath ve diğ., 2008:112).

3.Rekabet Stratejileri

Rekabet stratejileri, işletmelerin rekabetin temel oluşturduğu bir endüstride uygun bir rekabet pozisyonu elde etmek için çaba harcamasıdır. Rekabet stratejilerinin tercih edilmesinin temelinde iki soru bulunmaktadır. İlki uzun dönemli karlılık ve bu karlılığın faktörlerini belirlemek için çekici bir endüstrinin varlığıdır. İkinci temel soru ise bir endüstride göreceli rekabet pozisyonu belirleyicileri olmasıdır.

3.1.Rekabet Stratejisi Yaklaşımları

Stratejik yönetim alan yazınında rekabet stratejileri çok farklı şekillerde ele alınmıştır. Rekabet stratejileri ilk olarak Porter (1980) tarafından kullanılmıştır ve daha sonraki araştırmacılar Porter'ın stratejilerini farklı şekillerde sınıflandırmalarda bulunarak rekabet stratejilerine katkıda bulunmuşlardır. Bunlardan ilki; Schuler ve Jackson (1987)'dir. Bu iki araştırmacı rekabet stratejilerini, rekabet avantajının boyutları şeklinde bir sınıflandırmayla; yenilik, kalite artırma ve maliyet sınırlama olarak üç boyutta ele almıştır. Stratejik alan yazınının önemli isimlerinden Mintzberg (1988) ise; Porter'ın farklılaştırma stratejisini alt boyutlara ayırarak; fiyat farklılaştırma, imaj farklılaştırma, destek farklılaştırma, kalite farklılaştırma, tasarım farklılaştırma ve farklılaştırmama olarak sınıflandırmıştır. Wright ve arkadaşları (1992); düşük maliyet, farklılaştırma, düşük maliyetli farklılaştırma, karma strateji, düşük maliyetli odaklanma, düşük maliyetli farklılaşmaya odaklanma olarak rekabet stratejilerini işletme boyutu, kapsamı ve güç olarak çeşitlendirmiştir. Thompson ve Stricland (1999) da rekabet stratejilerini, stratejik güç ve boyut kapsamında maliyet liderliği, farklılaştırma, odaklanma ve en iyi maliyet sağlayıcı olarak açıklamıştır. Hitt ve diğ. (2007), Porter'ın stratejilerine ek olarak birleşik maliyet ve farklılaştırma stratejisini ortaya koymuştur (Sümer ve diğ., 2012:102) Bu araştırmada rekabet stratejilerini ilk ortaya koyan Porter'ın stratejileri ele alınmıştır.

3.2.Porter'ın Rekabet Stratejileri

Porter'ın rekabet stratejisi, bir endüstrinin çekiciliğini belirleyen rekabet kurallarını sofistike bir anlayış içerisinde sunmaktadır. Rekabet stratejilerinin nihai amacı da bu kurallarla başa çıkmak ve işletmenin lehine bu kuralları değiştirmektir. Herhangi bir sektörde, ister uluslararası ister yerli bir ürün veya hizmet üreten işletme olsun rekabet kuralları beş rekabet gücü ile belirlenir. Bu beş güç; yeni rakiplerin sektöre girişi, ikame malların tehdidi, alıcıların pazarlık gücü, tedarikçilerin pazarlık gücü ve mevcut rakipler arasındaki rekabettir (Porter, 1985:4). Bu beş güç sektörün karlılığını belirler. Çünkü sektörün karlılığını belirlemek için fiyat, maliyet ve gerekli yatırımlar gibi faktörlere etki eder. Alıcıların gücü fiyatları etkiler. Bu etkiyle sektördeki işletmeyi şarj edebilirsiniz. Örneğin tedarikçi işletmelerin tehdidinde olduğu gibi. Alıcıların gücü aynı zamanda maliyeti ve yatırımı da etkiler, çünkü güçlü alıcılar maliyetli bir hizmet talep ederler. Tedarikçilerin pazarlık gücü, hammadde ve diğer girdilerin maliyetini belirler. Rekabetin yoğunluğu fiyatları olduğu kadar tesis alanı, ürün geliştirme, reklam ve satış gibi rekabet maliyetlerini de etkiler. Yeni işletmelerin giriş tehdidi piyasadaki fiyatlara bir sınır koyar ve gerekli yatırımları yaparak yeni girişleri engellemeye çalışır. Tüm bu ifadelerden yola çıkılarak beş rekabet gücünün her biri sektörün yapısını belirlemede bir ölçüttür ya da sektörün ekonomik ve teknik özelliklerini ortaya koyan unsurlardır (Porter, 1985:4-5).

Yukarıda ifade edilen beş rekabet gücü ile başa çıkabilmek ve bir sektörde diğer işletmelerden daha iyi performansla sahip olmak için potansiyel başarı üç jenerik stratejiyle sağlanmaktadır. Bunlar;

- Toplam maliyet liderliği
- Farklılaştırma
- Odaklanma (Porter, 1998:35).

3.2.1.Toplam Maliyet Liderliği

Toplam maliyet liderliği kalite, hizmet ve diğer alanları göz ardı etmeksizin maliyetleri rakiplere göre daha düşük bir oranda gerçekleştirme anlayışını vurgulamaktadır (Dess ve diğ., 1984:469). Porter'ın sunduğu bu anlayış işletmelerin içinde bulunduğu sektörde tüm rakiplerine oranla en düşük maliyet ile faaliyetlerini gerçekleştirebilme becerisi olarak tanımlanırken, işletmelerin bu stratejiyi hayata geçirebilmeleri için ölçek ekonomilerinden faydalanıp, üretim faktörlerini ucuza tedarik edebilmeli ve yine ürün geliştirme, yenilik, dağıtım ve reklam gibi giderlerini en düşük maliyetle tedarik edebilmelidir (Kamaşak, 2010:50).

Maliyet stratejisinin amacı, faaliyet gösterdiği sektörde maliyet konusunda lider olmaktır. Bir işletme bu liderliği elde ettiği zaman, maliyet avantajını fiyat üzerinde kullanıp rakiplerinden daha düşük fiyat sunabilir (Akbolat ve diğ.,

2012:404). Burada dikkat edilmesi gereken durum amacın müşteriye uygulanan fiyatların düşürülmesi olmadığıdır. Bazı durumlarda müşteriye uygulanan fiyat, işletmenin pazardaki payını arttırmak için ve stok devir hızını yükseltmek amacıyla düşürülebilir, fakat bu pazarlama stratejilerine girer ve işletme maliyet stratejisinden söz edemez (Ülgen ve diğ., 2014:258).

Toplam maliyet liderliği stratejisine sahip olan işletmeler, bulunduğu sektörde ortalamanın üzerinde getiri elde eder ve sektördeki beş güce karşı kendisini korur. Çünkü düşük maliyetler ile diğer rakipler karlarını kaybetse bile maliyet liderliğini koruyan işletme getiri elde etmeye devam eder. Yine düşük maliyet liderliği, işletmeyi sektördeki güçlü alıcılara karşı korur. Çünkü alıcılar, fiyatları ancak bir sonraki en verimli rakibin fiyat düzeyine kadar düşürmek için güç kullanırlar. Maliyet liderliği güçlü tedarikçiler karşısında da işletmeyi üretim maliyetlerindeki liderlikten dolayı korur (Dinçer, 2013:201).

Eren (2010)'e göre maliyet liderliği stratejisinin iki önemli avantajı bulunmaktadır. Bunlardan ilki; rakiplere göre düşük maliyet avantajına sahip olan işletmeler ürettikleri mal ve hizmetleri daha ucuz fiyatla pazara sunarak hem aynı karı elde etmeleri hem de pazar paylarını arttırmalarıdır. İkincisi ise faaliyette buldukları sektörün büyümesi ve yeni müşterilere açılma sonucunda maliyet avantajı ile rakipleri fiyat savaşında yenerek pazar paylarını ele geçirmektir.

3.2.2.Farklılaştırma Stratejisi

Farklılaştırma stratejisi, işletmelerin müşteriler için sunmuş olduğu ürün ya da hizmetlerden birini farklılaştırmasıdır. Bu farklılaştırma tasarım ve marka kimliği, teknoloji ve müşteri hizmetleri olabilir. Farklılaştırma başarılı olarak gerçekleştirildiyse işletme ortalamanın üzerinde getiri elde etmiştir. Çünkü sektördeki beş rekabet gücüne maliyet liderliğinden farklı bir yolla korumacı bir pozisyon yaratmıştır. Farklılaştırma, müşterilerin marka sadakati ve fiyata karşı düşük duyarlılık göstermesi nedeniyle rakiplere karşı rekabet avantajı sağlar ve elde edilen müşteri sadakati ve benzersiz ürünler sektöre yeni girenler için bir engel oluşturur (Porter, 1998:37).

Hill ve Jones (2009)'a göre; farklılaştırma stratejisinin amacı, müşteriler tarafından eşsiz olarak algılanan bir ürün oluşturularak, rakiplerine karşı rekabet avantajı elde etmektir. Farklılaşmış ürün yeteneği sayesinde işletmeler rakiplerinden yüksek fiyat uygulayarak, müşterilerin bu fiyatı ödemesini sağlayarak, ortalamanın üzerinde getiri elde eder. Çünkü müşteriler ödemeyi kabul ettikleri fiyatın farklılaştırılmış ürün için değdiğine inanmaktadır. Ürün farklılaştırması üç yolla sağlanabilir bunlar; kalite, yenilik ve müşteri ihtiyaçlarına cevap vermedir.

3.2.3.Odaklanma Stratejisi

Odaklanma stratejisi, sınırlı bir müşteri grubunun ya da pazarın ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bir stratejidir. Bu strateji coğrafi pazar olarak, ürün hattının ya da müşteri grubunun bölümlendirilmesiyle, belirli bir pazarda mal veya hizmet üzerine yoğunlaşmaktadır. Müşteri türüne göre bir pazar seçilerek zengin, maceracı, genç diye bir pazar sınırlandırılması yapılabilir. Ürün hattının belirli bir kesimine yoğunlaşmak için hızlı arabalar, vejetaryen ürünler, giysi tasarımı ve güneş gözlüğü olmak üzere sadece tek bir ürün hattına yönelebilirler (Hill ve diğ., 2009:117).

3.2.4.Birleşik Rekabet Stratejileri

Globalleşmenin etkisiyle işletmelerin içerisinde bulunduğu sektör değişmekte ve bu sektörde rekabet eden işletmelerin sayısındaki artış rekabeti şiddetlendirmektedir. Uluslararası işletmelerin yerel ve sınırlandırılmış pazarlara girmesiyle rekabet yapısı da değişmektedir. Bütün bunlar göz önüne alındığında farklı özellikteki pazarlarda yer alan işletmeler, belirli bir pazar için seçmiş olduğu stratejiyi farklı bir pazarda uygulayamayabilir. Yine aynı işletme iki farklı stratejiyi aynı anda farklı pazarlarda uygulayabilir.

3.Gereç Ve Yöntem

Rekabet avantajı elde etmede ve sürdürmede dış çevredeki fırsatların analizini ön plana çıkaran fırsat yaklaşımı ve işletme içi kaynakların analizini öne çıkaran kaynak yaklaşımı, stratejik alan yazınında işletmelerin performansını açıklamada en çok kullanılan yaklaşımlardan ikisidir. İşletmelerin rekabet stratejisi tercihlerinin belirlenmesinde bu iki yaklaşımın etkisinin olup olmadığını belirlemek için bu araştırma yapılmıştır. Araştırmanın amacı bu soru kapsamında Burdur ilinde mermer sektöründe faaliyet gösteren mermer işletmelerinin hangi stratejik yaklaşımla hareket ettiği ve bu yaklaşımlardan fırsat yaklaşımını seçen işletme hangi rekabet stratejisini, kaynak yaklaşımını seçen işletme hangi rekabet stratejisini tercih etmiş bu durumun belirlenmesidir.

Araştırmanın örnekleme Burdur ili ve ilçelerinde (Bucak hariç) 202, Bucak Sanayi ve Ticaret Odasına kayıtlı 69 adet mermer sektöründe faaliyet gösteren mermer işletmeleri ve mermer fabrikalarından oluşmaktadır. Bunlardan 7 tanesi makine üreticisi olduğu için, 10 tanesi farklı isimle aynı işletmeye bağlı olduğu için örnekleme dâhil edilmemiştir. Toplamda 254 adet işletme örnekleme dahil edilmiş olup, kimi yöneticiler anketi cevaplandırmak istemediği için, kimilerinden de anket dağıtıldığı halde geri dönüş alınamadığı için sonuç olarak 100 adet anket, mail yoluyla ve yüz yüze yapılarak toplanmıştır ve bunlardan da 10 tane anket hatalı olarak görüldüğünden analizden çıkarılmış, 90 adet anket analize tabi tutulmuştur.

3.1.Araştırmanın Kısıtları

Mermer işletmeleri Burdur'un ekonomisi için önemli bir lokomotif oluşturmaktadır ve çoğu araştırmacı mermer işletmelerini konu alan araştırmalar yapmıştır. Zamanla bu durum mermer yöneticilerinin bu tür çalışmalara karşı ön yargılı davranmasına sebep olmuştur. Bu durum zaten var olan anket yöntemine karşı ön yargıyla birleşmiş ve yöneticilerin bazıları anketi cevaplamaktan kaçınmıştır. Araştırmanın evrenini Burdur İli mermer endüstrisi oluşturmaktadır. Bu durum başka illerde araştırma yapmanın zaman ve maliyet kısıtı oluşturmasından kaynaklanmaktadır. Diğer bir kısıt ise; anketi cevaplaması gereken üst düzey ve orta düzey yöneticiler olduğu için bu kişilere ulaşmak çok kolay olmamıştır. Bazı yöneticilerde stratejik yönetimle alakalı soruların işletmeye ait bilgilerin açığa vurulacağı düşüncesiyle anketi cevaplandırmak istememiştir.

3.2.Araştırmanın Ölçekleri

Araştırma verilerinin toplanması için anket tekniği kullanılmıştır. Stratejik yaklaşımlarla ilgili çok sayıda araştırma ve ölçek olmasına rağmen bu iki yaklaşımdan birisinin tercih edilebilirliğini konu edinen bir ölçeğe alan yazınında rastlanılmamıştır (İnce, 2011:162). Bu yüzden daha önce Ali Rıza İnce'nin 2011 yılında yazmış olduğu doktora tezinde geliştirdiği ölçek baz alınarak, anket soruları düzenlenmiştir. Kullanılan ölçekte stratejik yaklaşım tercihlerinin belirlenmesi için 26 adet soru sorulmuştur. Fakat bu anketi cevaplayanlar açısından uzun olacağı ve bu durumun sıkıntı oluşturacağı düşünüldüğü ifadeler özetlenerek soru sayısı 10' a düşürülmüştür. Anket soruları, soruların bir yönü fırsat yaklaşımını, diğer yönü kaynak tabanlı yaklaşımı işaret edecek şekilde oluşturulmuş; orta noktayı etkisiz ve denge kabul eden ve yalnızca derecelerden birinin işaretlenmesini zorunlu kılan 7'li Thurstone Ayırma tipi bir ölçek oluşturulmuştur. (İnce, 2011:162). Ölçek puanının hesaplanmasında maddelerin aritmetik ortalaması alınmıştır. Araştırmada işletme stratejik yaklaşım puanı 1 ile 7 arasında değişmektedir. Puanın yükselmesi işletmelerin fırsat yaklaşımını tercih ettiğini, puanın düşmesi kaynak yaklaşımını tercih ettiğini göstermektedir. Araştırmada aynı zamanda stratejik yaklaşım puanının aralığı SPSS programında hesaplanıp 3,8482'nin altı kaynak yaklaşımı 4,5541'in üstü de fırsat yaklaşımını temsil edecek şekilde ayrılmıştır.

İşletmelerin uyguladıkları rekabet stratejilerini belirlemek için alan yazınında çok sayıda çalışma yapılmış, ama ortak bir ölçek ortaya konulmamıştır ve çalışmalardaki ölçekler birbirini tekrar eder nitelikte hazırlanmıştır. Bu araştırmadaki rekabet stratejileri ölçeği oluşturulurken Dess ve Davis (1984), Kotha ve Vadlamani (1995) ile Nayyar'ın (1993) ölçekleri ile Bourgeois (1980), Kim ve Lim ile Robinson ve Pearce'in (1988) ölçekleri esas alınarak oluşturulmuştur (Karabağ, 2008:59). Kullanılan ölçek; Solmaz Filiz Karabağ'ın "Strateji ve Endüstrinin Firma Performansına Etkisi: Türkiye'nin

Öncü Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma” isimli doktora tezinden alınmıştır. Ankette 28 adet ifadeye yer verilmiş olup, ifadelerin ölçümünde: 1=Hiçbir zaman, 2=Nadiren, 3=Bazen, 4=Sık Sık, 5=Sürekli şeklinde sıralanan 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır. Rekabet stratejilerinden odaklanma stratejisi tek soru ile ölçüldüğünden sağlıklı bir sonuç vermeyeceği düşüncesi nedeniyle ve stratejik kararsızlık boyutu altındaki “yüksek düzeyde stok bulundurma” sorusu araştırmada ölçülmek istenmediği için anketten çıkarılmış ve ankete son şekli 26 soru olarak verilmiştir.

3.3.Araştırma Hipotezleri

3.3.1.Ana Hipotez

Literatür incelemeleri bağlamında aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H₁: Fırsat tabanlı stratejik yaklaşım ile pazarlamada farklılaşma stratejisi arasında anlamlı fark vardır.

H₂: Fırsat tabanlı stratejik yaklaşım ile kalitede farklılaşma stratejisi arasında anlamlı fark vardır.

H₃: Fırsat tabanlı stratejik yaklaşım ile üretimde farklılaşma stratejisi arasında anlamlı fark vardır.

H₄: Fırsat tabanlı stratejik yaklaşım ile karma rekabet stratejisi arasında anlamlı fark vardır.

H₅: Kaynak tabanlı stratejik yaklaşım ile pazarlamada farklılaşma stratejisi arasında anlamlı fark vardır.

H₆: Kaynak tabanlı stratejik yaklaşım ile kalitede farklılaşma stratejisi arasında anlamlı fark vardır.

H₇: Kaynak tabanlı stratejik yaklaşım ile üretimde farklılaşma stratejisi arasında anlamlı fark vardır.

H₈: Kaynak tabanlı stratejik yaklaşım ile karma rekabet stratejisi arasında anlamlı fark vardır.

3.3.2.Demografik Verilere İlişkin Alt Hipotezler

H₁: Farklı çalışan sayılarına sahip Burdur mermer işletmelerinin fırsat ve kaynak tabanlı yaklaşım tercihleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₂: Burdur mermer işletmelerinde yönetim kurulu olup olmamasının fırsat ve kaynak tabanlı yaklaşım tercihleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₃: Burdur mermer işletmelerinin mermer ocağına sahip olup olmamasının fırsat ve kaynak tabanlı yaklaşım tercihleri arasında anlamlı bir fark yoktur.

H₄: Farklı cirolara sahip burdur mermer işletmelerin fırsat ve kaynak tabanlı yaklaşım tercihleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₅: Farklı ihracat oranlarına sahip burdur mermer işletmelerin fırsat ve kaynak tabanlı yaklaşım tercihleri arasında anlamlı bir fark vardır.

3.4. Analiz Yöntemi

Araştırmada elde edilen veriler SPSS 22.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistiksel yöntemleri olarak frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma kullanılmıştır. Verilerin Skewness Kurtosis değerlerinin (+1, -1) aralığında yer aldığı tespit edilmiş ve analizlerde parametrik testlerin kullanılmasına karar verilmiştir.

Araştırma soruları öncelikle; frekans ve yüzdelerle analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Araştırmada farklılıkların analiz edilmesinde; bağımsız değişkenlerden cinsiyet ve medeni durum gibi iki ve daha az gruba sahip değişkeni olanlarla yargı cümleleri arasında farklılık olup olmadığı t testi ile, ikiden fazla gruba sahip bağımsız değişkenlerle farklılık olup olmadığı ise F (Anova) testi ile analiz edilmiştir. Bağımsız t testi; iki birbirinden bağımsız grubun ortalamalarının birbirinden farklı olup olmadığını belirlemek için kullanılır. Tek yönlü anova testi ise; ikiden fazla bağımsız grubun ortalamaları arasındaki farkı belirlemek için kullanılır (Durmuş ve diğ., 2013:118). t testinde farklılığın kimin lehine olduğu ortalamalar üzerinden, Anova testinde ise; farklılıkların kimin lehine olduğunu belirlemek üzere tamamlayıcı Post-Hoc analizi olarak Scheffe testi kullanılmıştır. Ayrıca araştırmanın değişkenleri arasında Pearson Korelasyon teknikleri uygulanmıştır. Elde edilen bulgular %95 güven aralığında, %5 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

4.Bulgular

Stratejik yaklaşım ölçeği için güvenilirlik ve geçerlilik çalışması yapılmıştır. Ölçeğin genel güvenilirliği; Cronbach Alpha=0,922 olarak yüksek bulunmuştur. Güvenilirlik katsayısının 0,70 ve daha yüksek olması test puanlarının güvenilirliği için genellikle yeterli görülmektedir (Büyükoztürk, 2015:183). Güvenirliğine ilişkin bulunan alpha değerine göre stratejik yaklaşım ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir araç olduğu anlaşılmıştır. Araştırmada rekabet stratejisi ölçeğinin genel güvenilirliği Cronbach Alpha=0.885; pazarlamada farklılaşma alt boyutunun güvenilirliği 0.881; maliyet liderliği stratejisinin güvenilirliği 0.906; kalitede farklılaşma alt boyutunun güvenilirliği 0.893; üretimde farklılaşma alt boyutunun güvenilirliği 0.874; karma stratejinin güvenilirliği 0.868 olarak tespit edilmiştir.

4.1. İşletmelerin Tanımlayıcı Özelliklerine İlişkin Bulgular

İşletmelerin, tanımlayıcı özelliklerine ait bilgilerin verildiği bu kısımda işletmelere sorulan demografik soruların frekans ve yüzde değerleri gösterilmiştir.

Tablo 1. İşletmelerin Tanımlayıcı Özellikleri

Tablolar	Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
Çalışan Sayısı	1-50 Kişi	43	47,8
	50-150	33	36,7
	150-250	14	15,6
	Toplam	90	100,0
Yönetim Kurulunun Varlığı	Var	60	66,7
	Yok	30	33,3
	Toplam	90	100,0
Mermer Ocağı Sahibi Olma	Var	46	51,1
	Yok	44	48,9
	Toplam	90	100,0
Yıllık ciro miktarı	0-5 Milyon\$	36	40,0
	5-10 Milyon \$	26	28,9
	10-15 Milyon \$	19	21,1
	15-25 Milyon \$	9	10,0
	Toplam	90	100,0
Satışlardaki İhracat Oranı	0	18	20,0
	0-30	22	24,4
	30-60	14	15,6
	60-100	30	33,3
	100	6	6,7
	Toplam	90	100,0

Tablo 1'e göre; işletmelerin çalışan sayısı bakımından dağılımına bakıldığında; 43'ü (%47,8) 1-50 kişi, 33'ü (%36,7) 50-150, 14'ü (%15,6) 150-250 olarak dağılım göstermiştir. İşletmeler yönetim kurulu varlığının durumuna göre; 60'ı (%66,7) var, 30'u (%33,3) yok olarak cevaplandırmıştır. İşletmelerin mermer ocağına sahip olup olmama durumuna verdikleri cevapların 46'sı (%51,1) var, 44'ü (%48,9) yok olarak dağılmaktadır. İşletmeler yıllık ciro miktarları incelendiğinde; 36'sı (%40,0) 0-5 milyon \$, 26'sı (%28,9) 5-10 milyon \$, 19'u (%21,1) 10-15 milyon \$, 9'u (%10,0) 15-25 milyon \$ olarak belirlenmiştir.

İşletmelerin satışlardaki ihracat oranı dağılımına göre; 18'i (%20,0) 0, 22'si (%24,4) 0-30, 14'ü (%15,6) 30-60, 30'u (%33,3) 60-100, 6'sı (%6,7) 100 olarak dağıldığı gözlemlenmiştir.

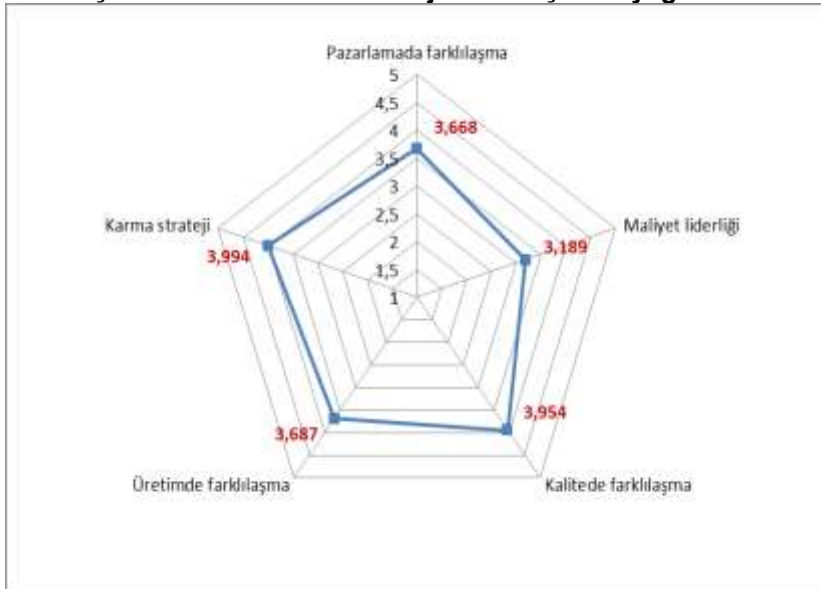
4.2. İşletmelerin Stratejik Yaklaşım ve Rekabet Stratejileri Düzeylerine İlişkin Bulgular

İşletmelerin stratejik yaklaşımları ve rekabet stratejileriyle ilgili, ortalamalar, standart sapmalar, minimum-maksimum değerler ve verilerin yüzdeleriyle ilgili bilgiler aşağıda verilmektedir.

Tablo 2. İşletmelerin Stratejik Yaklaşım ve Rekabet Stratejilerine İlişkin Ortalamalar

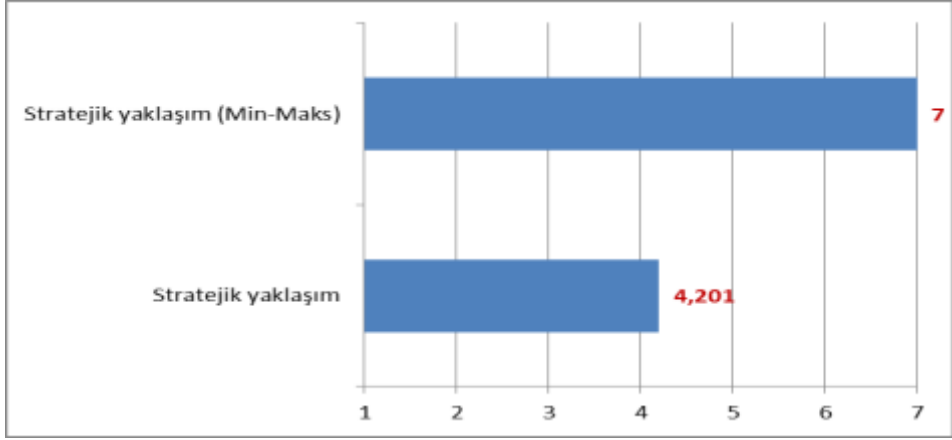
	N	Ort	S.s	Min.	Max.
Pazarlamada farklılaşma	90	3,668	1,025	1,290	5,000
Maliyet liderliği	90	3,189	0,912	1,000	5,000
Kalitede farklılaşma	90	3,954	0,622	2,000	5,000
Üretimde farklılaşma	90	3,687	0,833	1,400	5,000
Karma strateji	90	3,994	0,710	2,000	5,000
Stratejik yaklaşım	90	4,201	1,685	1,800	6,400

Tablo 2’de görüldüğü üzere, araştırmada işletmelerin “pazarlamada farklılaşma” düzeyi Tablo 2’deki ölçek değerlendirme kriterlerine göre; yüksek ($3,668 \pm 1,025$); “maliyet liderliği” düzeyi orta ($3,189 \pm 0,912$); “kalitede farklılaşma” düzeyi yüksek ($3,954 \pm 0,622$); “üretimde farklılaşma” düzeyi yüksek ($3,687 \pm 0,833$); “karma strateji” düzeyi yüksek ($3,994 \pm 0,710$) olarak saptanmıştır. Şekil 3’de bu durum diyagramda gösterilmiştir.

Şekil 3. İşletmelerin Rekabet Stratejilerine İlişkin Diyagram

Araştırmada işletmelerin “stratejik yaklaşım” düzeyi orta ($4,201 \pm 1,685$) olarak saptanmıştır. Bu durum Şekil 4’de gösterilmiştir.

Şekil 4. İşletmelerin Stratejik Yaklaşım Düzeylerine İlişkin Diyagram

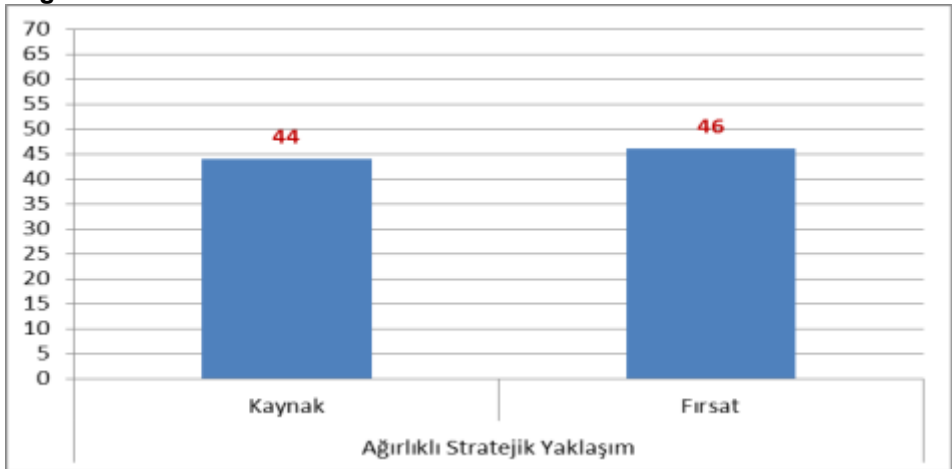


Tablo 3. Ağırlıklı Stratejik Yaklaşım Göre İşletmelerin Dağılımı

Tablolar	Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
Ağırlıklı Stratejik Yaklaşım	Kaynak	44	48,9
	Fırsat	46	51,1
	Toplam	90	100,0

Tablo 3'te işletmelerin ağırlıklı stratejik yaklaşım değişkenine göre; 44'ü (%48,9) kaynak, 46'sı (%51,1) fırsat olarak dağıldıkları görülmektedir ve bu dağılım Şekil 5'te grafik halinde verilmiştir.

Şekil 5. Ağırlıklı Stratejik Yaklaşım Göre İşletmelerin Sayılarının Dağılımı



4.3.Hipotez Testleri Bulguları

Araştırmanın bu bölümünde; işletmelerin uyguladıkları rekabet stratejisi ile stratejik yaklaşım tercihleri arasındaki ilişkiyi analiz etmek için korelasyon, fırsat ve kaynak yaklaşımlarının rekabet stratejisi tercihleri ile arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için bağımsız t-testi yapılmıştır.

Tablo 4.Korelasyon Katsayısının Değerlendirilmesi					
Kuvvetli(-)	Orta(-)	Zayıf(-)	Zayıf(+)	Orta(+)	Kuvvetli(+)
$-1 \leq r < -0,7$	$-0,7 \leq r < -0,3$	$-0,3 \leq r < 0$	$0 < r \leq 0,3$	$0,3 < r \leq 0,7$	$0,7 < r \leq 1$

Kaynak: Gürbüz ve Şahin(2015), "Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri".

4.3.1.İşletmelerin Fırsat ve Kaynak Tabanlı Yaklaşım İle Rekabet Stratejileri Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular

İşletmelerin stratejik yaklaşımlar ve rekabet stratejileri tercihleri arasındaki ilişkiyi açıklamak için korelasyon analizi yapılmıştır. Bu analiz iki değişken arasındaki ilişkiyi ve değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü, şiddetini ortaya koymak için yapılmaktadır. İlişkinin yönü pozitif ise bir değişken artarken diğeri de bir o kadar artıyor demektir, ilişkinin yönü negatif ise bir denek artarken diğerin azalması söz konusudur (Büyüköztürk, 2015:31). Tablo 5'te işletmelerin stratejik yaklaşım ile rekabet stratejileri arasındaki ilişkiler ortaya konulmuş ve Tablo 4'deki korelasyon katsayılarına göre ilişkinin yönü ve şiddeti değerlendirilmiştir.

Tablo 5. İşletmelerin Stratejik Yaklaşım İle Rekabet Stratejileri Arasındaki İlişkiler

		Pazarlamada Farklılaşma	Maliyet Liderliği	Kalitede Farklılaşma	Üretimde Farklılaşma	Karma Strateji	Stratejik Yaklaşım
Pazarlamada Farklılaşma	R	1,000					
	p	0,000					
Maliyet Liderliği	R	0,179	1,000				
	p	0,092	0,000				
Kalitede Farklılaşma	R	0,462**	0,240*	1,000			
	p	0,000	0,023	0,000			
Üretimde Farklılaşma	R	0,473**	0,254*	0,774**	1,000		
	p	0,000	0,016	0,000	0,000		
Karma Strateji	R	0,193	0,058	0,571**	0,435**	1,000	
	p	0,068	0,587	0,000	0,000	0,000	
Stratejik Yaklaşım	R	0,060	-0,009	0,173	0,139	0,272**	1,000
	p	0,572	0,935	0,103	0,190	0,010	0,000

Tablo 5'e göre; kalitede farklılaşma ve pazarlamada farklılaşma arasında orta düzeyde ve pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0.462$; $p=0,000<0.05$). Kalitede farklılaşma ve maliyet liderliği arasında zayıf, pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır ($r=0.24$; $p=0,023<0.05$).

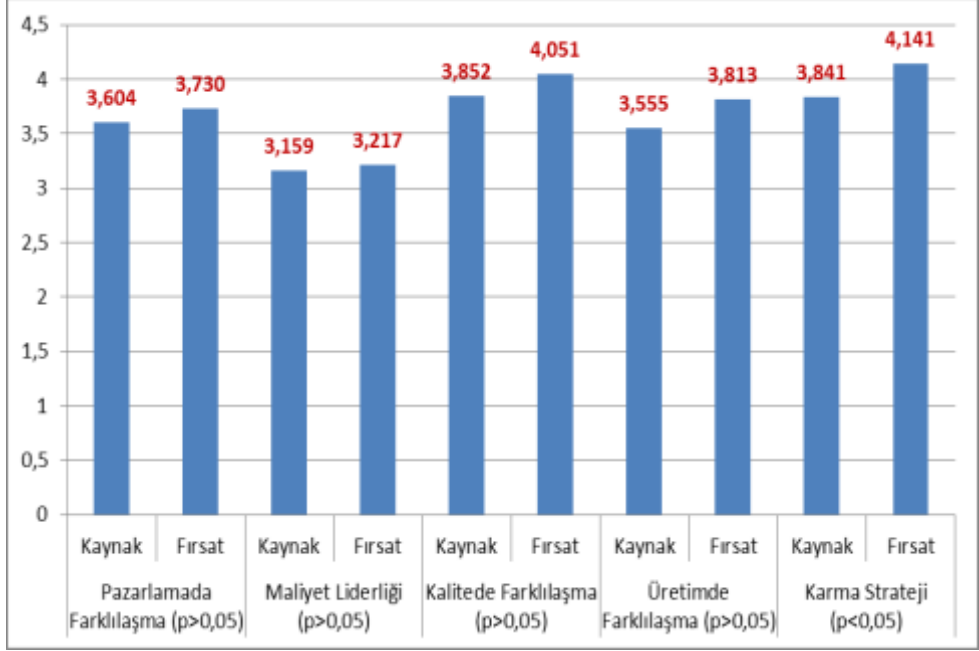
Üretimde farklılaşma ve pazarlamada farklılaşma arasında orta düzeyde, pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır ($r=0.473$; $p=0,000<0.05$). Üretimde farklılaşma ve maliyet liderliği arasında zayıf, pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır ($r=0.254$; $p=0,016<0.05$). Üretimde farklılaşma ve kalitede farklılaşma arasında kuvvetli, pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır ($r=0.774$; $p=0,000<0.05$). Karma strateji ve kalitede farklılaşma arasında orta, pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır ($r=0.571$; $p=0,000<0.05$). Karma strateji ve üretimde farklılaşma arasında orta, pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır ($r=0.435$; $p=0,000<0.05$). Stratejik yaklaşım ve karma strateji arasında zayıf, pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır ($r=0.272$; $p=0,010<0.05$). Diğer değişkenler arasındaki ilişkiler istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p>0.05$).

Tablo 6. İşletmelerin Rekabet Stratejilerinin Ağırlıklı Stratejik Yaklaşımına Göre Ortalamaları

	Grup	N	Ort	S.s	t	P
Pazarlamada Farklılaşma	Kaynak	44	3,604	1,092	-0,580	0,563
	Fırsat	46	3,730	0,966		
Maliyet Liderliği	Kaynak	44	3,159	1,013	-0,302	0,764
	Fırsat	46	3,217	0,814		
Kalitede Farklılaşma	Kaynak	44	3,852	0,641	-1,524	0,131
	Fırsat	46	4,051	0,594		
Üretimde Farklılaşma	Kaynak	44	3,555	0,886	-1,482	0,142
	Fırsat	46	3,813	0,766		
Karma Strateji	Kaynak	44	3,841	0,818	-2,042	0,046
	Fırsat	46	4,141	0,559		

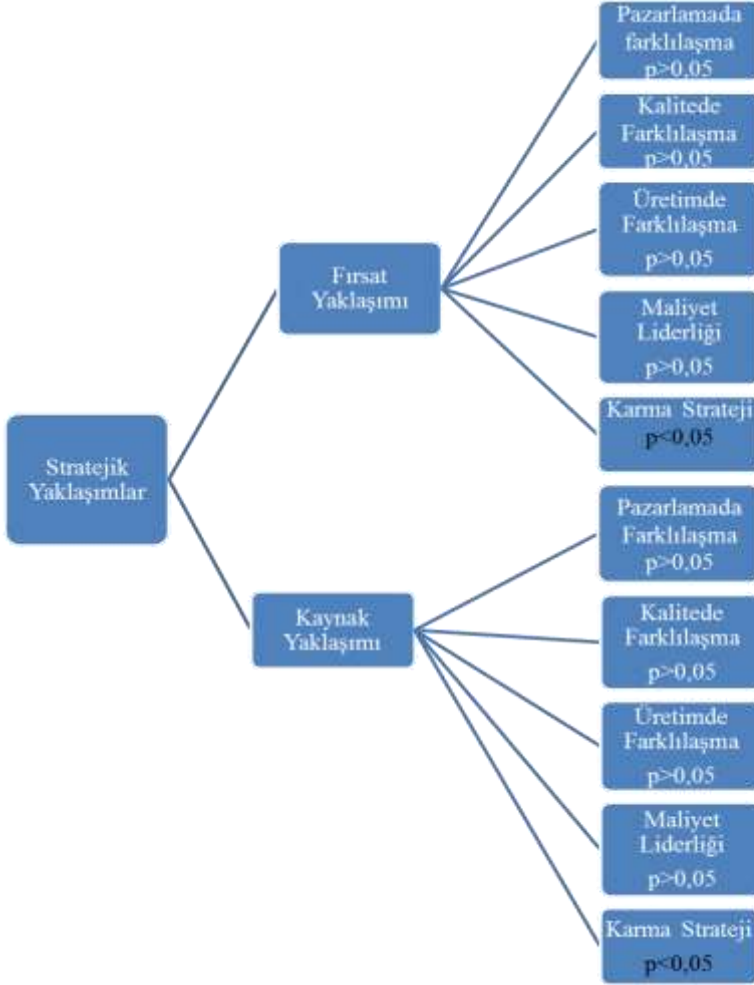
Tablo 6'ya göre araştırmaya katılan işletme yöneticilerinin, karma strateji puanları ortalamalarının ağırlıklı stratejik yaklaşım değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($t=-2.042$; $p=0.046<0,05$).

Şekil 6. İşletmelerin Rekabet Stratejilerine İlişkin Düzeylerin Ağırlıklı Stratejik Yaklaşımına Göre Dağılımları



Ağırlıklı fırsat yaklaşımına sahip işletmelerin karma strateji puanları ($x=4,141$), ağırlıklı kaynak yaklaşımına sahip işletmelerin karma strateji puanlarından ($x=3,841$) yüksek bulunmuştur. Araştırmaya katılan işletme yöneticileri pazarlamada farklılaşma, maliyet liderliği, kalitede farklılaşma, üretimde farklılaşma puanları ortalamalarının ağırlıklı yaklaşım değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p>0,05$). Şekil 6'da t-testi sonucu grafik olarak gösterilmiştir.

Şekil 7. İşletmelerin Fırsat ve Kaynak Tabanlı Yaklaşımların Rekabet Stratejileri ile İlişkisinin Sonuç Modeli



Şekil 7’de Bağımsız t - testinin sonuçları; fırsat ve kaynak yaklaşımı ile rekabet stratejilerinin ilişkisini istatistiksel olarak anlamlı olup olmamasına göre analiz edilip sonuç modelinde gösterilmiştir.

4.3.2. Stratejik Yaklaşım ve Rekabet Stratejilerinin İşletmelerin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımlarına İlişkin Bulgular

İşletmelere sorulan demografik soruların analiz edilmesinde bağımsız t testi ve tek yönlü Anova testi kullanılmıştır. Bağımsız t testi; iki birbirinden

bağımsız grubun ortalamalarının birbirinden farklı olup olmadığını belirlemek için kullanılır. Tek yönlü Anova (F) testi ise; ikiden fazla bağımsız grubun ortalamaları arasındaki farkı belirlemek için kullanılır (Durmuş vd., 2013:118). Demografik değişkenlere göre; işletmelerin rekabet strateji tercihleri ve stratejik yaklaşım sonuçlarının, işletmelerin çalışan sayılarına göre farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan anova testinin, kalitede ve üretimde farklılaşma alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Bu sonuçlara göre; çalışan sayısı 150-250 olanların kalitede farklılaşma puanları, çalışan sayısı 1-50 kişi olanların kalitede farklılaşma puanlarından yüksek bulunmuştur. Çalışan sayısı 150-250 olanların kalitede farklılaşma puanları, çalışan sayısı 50-150 olanların kalitede farklılaşma puanlarından yüksek bulunmuştur. Daha sade ifade edecek olursak işletmelerin çalışan sayısı arttıkça kalitede ve üretimde farklılaştırma stratejilerine verdikleri puan artmaktadır.

İşletmelerin mermer ocağına sahip olup olmama durumlarına bakıldığı zaman araştırmaya katılan işletmelerin; pazarlamada farklılaşma, maliyet liderliği, kalitede farklılaşma, üretimde farklılaşma, karma strateji, stratejik yaklaşım puanları ortalamalarının mermer ocağı işletme değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p>0,05$).

Diğer bir değişken olan yönetim kuruluna sahip olma durumuyla ilgili işletmelerin rekabet stratejileriyle istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılammıştır. Fakat yönetim kurulu olan işletmelerin stratejik yaklaşım puanları ($x=4,518$), yönetim kurulu olmayan işletmelerin stratejik yaklaşım puanlarından ($x=3,567$) yüksek bulunmuştur.

İşletmelerin satışlardaki ihracat oranı ile kalitede ve üretimde farklılaşma stratejileri arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Bu fark işletmenin ihracat oranı arttıkça kalite ve üretimde farklılaşma artması olarak gözlemlenmiştir.

Son olarak işletmelerin stratejik yaklaşım ve rekabet stratejilerinin yıllık ciro miktarına göre ortalamaları bakıldığında kalitede, üretimde farklılaşma ve karma strateji ve stratejik yaklaşım tercihleri arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre işletmelerin yıllık ciro miktarı arttıkça kalitede, üretimde farklılaşma ve karma strateji puanları da artmaktadır.

4.3.3.Hipotez Testleri Sonuç Bulguları

Hipotezlerin test edilmesinde grupların ortalamalarında anlamlı bir fark olup olmadığını sınamak için; bağımsız t testi ve anova testi kullanılmıştır. Araştırmada sekiz ana hipotez ve beş demografik değişkene ait alt hipotez oluşturulmuştur ve sonuçlar Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7. Hipotez Testleri Sonuç Tablosu

Ana Hipotez	H₀	H₁
H ₁ : Fırsat tabanlı stratejik yaklaşım ile pazarlamada farklılaşma stratejisi arasında anlamlı fark vardır.	Kabul	Red
H ₂ : Fırsat tabanlı stratejik yaklaşım ile kalitede farklılaşma stratejisi arasında anlamlı fark vardır.	Kabul	Red
H ₃ : Fırsat tabanlı stratejik yaklaşım ile üretimde farklılaşma stratejisi arasında anlamlı fark vardır.	Kabul	Red
H ₄ : Fırsat tabanlı stratejik yaklaşım ile karma rekabet stratejisi arasında anlamlı fark vardır.	Red	Kabul
H ₅ : Kaynak tabanlı stratejik yaklaşım ile pazarlamada farklılaşma stratejisi arasında anlamlı fark vardır.	Kabul	Red
H ₆ : Kaynak tabanlı stratejik yaklaşım ile kalitede farklılaşma stratejisi arasında anlamlı fark vardır.	Kabul	Red
H ₇ : Kaynak tabanlı stratejik yaklaşım ile üretimde farklılaşma stratejisi arasında anlamlı fark vardır.	Kabul	Red
H ₈ : Kaynak tabanlı stratejik yaklaşım ile karma rekabet stratejisi arasında anlamlı fark vardır.	Red	Kabul
Alt Hipotezler	H₀	H₁
H ₁ : Farklı çalışan sayılarına sahip Burdur mermer işletmelerinin Fırsat ve Kaynak tabanlı yaklaşım tercihleri arasında anlamlı bir fark vardır.	Red	Kabul
H ₂ : Burdur mermer işletmelerinde yönetim kurulu olup olmamasının Fırsat ve Kaynak tabanlı yaklaşım tercihleri arasında anlamlı bir fark vardır.	Red	Kabul
H ₃ : Burdur mermer işletmelerinin mermer ocağına sahip olup olmamasının Fırsat ve Kaynak tabanlı yaklaşım tercihleri arasında anlamlı bir fark yoktur.	Kabul	Red
H ₄ : Farklı cirolara sahip burdur mermer işletmelerin Fırsat ve Kaynak tabanlı yaklaşım tercihleri arasında anlamlı bir fark vardır.	Red	Kabul
H ₅ : Farklı ihracat oranlarına sahip burdur mermer işletmelerin Fırsat ve Kaynak tabanlı yaklaşım tercihleri arasında anlamlı bir fark vardır.	Kabul	Red

Sonuç Ve Öneriler

Bu çalışmada Burdur'daki mermer işletmelerinde görev yapan yönetici pozisyonundaki personelin, rekabet strateji tercihleri ve stratejik yaklaşım olarak ele alınan fırsat ve kaynak tabanlı yaklaşım tercihleri ve bu yaklaşım tercihleri ile uyguladıkları rekabet stratejileri arasındaki ilişki araştırılmış ve önemli bulgular elde edilmiştir.

Anketi cevaplandıran yöneticilerin işletmelerin ağırlıklı stratejik yaklaşım tercihlerine göre verdikleri cevapların dağılımı incelendiğinde; 44'ü (%48,9) kaynak, 46'sı (%51,1) fırsat olarak dağıldığı görülmektedir. Bu oran mermer işletmelerinin stratejik yaklaşım tercihlerinde az bir fark ile fırsat yaklaşımını tercih ettiklerini göstermektedir. Yine bu farkın çok olmamasından ve stratejik yaklaşım puanlarının denge noktasında olmasından ötürü mermer sektöründeki işletmelerin, kaynak ve fırsat yaklaşımını birbirine alternatif olarak görmedikleri aksine iki yaklaşımı birbirinin tamamlayıcısı olarak gördükleri yorumu yapılabilmektedir.

Araştırmada işletmelerin “pazarlamada farklılaşma” düzeyi yüksek “maliyet liderliği” düzeyi orta “kalitede farklılaşma” düzeyi yüksek “üretimde farklılaşma” düzeyi yüksek “karma strateji” düzeyi yüksek olarak saptanmıştır. Bu sonuçlar işletmelerin farklılaşmayı ölçülen alt boyutlarıyla beraber maliyet liderliğine göre daha çok tercih ettikleri sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Kalitede farklılaşma ve pazarlamada farklılaşma arasında orta düzeyde, pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır. Kalitede farklılaşma ve maliyet liderliği arasında çok zayıf, pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır. Bu bulgulara göre mermer işletmeleri kalitede farklılaştırma stratejisini uygularken, üretim ve diğer maliyetleri azaltmaya yönelik bir stratejiyi çok tercih etmedikleri görülmüştür.

Üretimde farklılaşma ve pazarlamada farklılaşma arasında orta düzeyde, pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır. Üretimde farklılaşma ve maliyet liderliği arasında zayıf, pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır. Üretimde farklılaşma ve kalitede farklılaşma arasında kuvvetli, pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır. Karma strateji ve kalitede farklılaşma arasında orta, pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır. Buradan elde edilen sonuçlara değerlendirildiğinde işletmelerin üretimde farklılaşmaya giderken aynı zamanda kalitede de farklılaşmaya gittiğini söyleyebiliriz.

Karma strateji ve üretimde farklılaşma arasında orta, pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır. Stratejik yaklaşım ve karma strateji arasında zayıf, pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır. Diğer değişkenler arasındaki ilişkiler istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p>0.05$).

Araştırmaya katılan işletme yöneticileri karma strateji puanları ortalamalarının ağırlıklı stratejik yaklaşım değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Ağırlıklı fırsat yaklaşımına sahip işletmelerin karma strateji puanları ($x=4,141$), Ağırlıklı kaynak yaklaşımına sahip işletmelerin karma strateji puanlarından ($x=3,841$) yüksek bulunmuştur. Elde edilen bu sonuçlara göre; Fırsat yaklaşımını tercih

eden işletme yöneticileri rekabet stratejisi olarak karma stratejiyi, kaynak yaklaşımını tercih eden işletmelerden daha fazla uygulamaktadır.

Araştırmaya katılan işletme yöneticileri pazarlamada farklılaşma, maliyet liderliği, kalitede farklılaşma, üretimde farklılaşma puanları ortalamalarının ağırlıklı stratejik yaklaşım değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p>0,05$).

Demografik değişkenlerin sonuçlarına değerlendirildiğinde zaman; işletmelerin rekabet strateji tercihleri ve stratejik yaklaşım sonuçlarının, işletmelerin çalışan sayılarına göre farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan anova testinin, kalitede ve üretimde farklılaşma alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre; çalışan sayısı 150-250 olanların kalitede farklılaşma puanları, çalışan sayısı 1-50 kişi olanların kalitede farklılaşma puanlarından yüksek bulunmuştur. Çalışan sayısı 150-250 olanların kalitede farklılaşma puanları, çalışan sayısı 50-150 olanların kalitede farklılaşma puanlarından yüksek bulunmuştur. Daha sade ifade edecek olursak işletmelerin çalışan sayısı arttıkça kalitede ve üretimde farklılaştırma stratejilerine verdikleri puan artmaktadır.

Araştırmaya katılan işletmelerin stratejik yaklaşım puanları ortalamalarının çalışan sayısı değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterdiği bulunmuştur. Bu duruma göre İşletmelerin çalışan sayıları arttıkça stratejik yaklaşım puan ortalamaları artmaktadır.

İşletmelerin satışlardaki ihracat oranı ile kalitede ve üretimde farklılaşma stratejileri arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Bu fark işletmenin ihracat oranı arttıkça kalite ve üretimde farklılaşma ortalamalarını arttırmaktadır.

Son olarak işletmelerin stratejik yaklaşım ve rekabet stratejilerinin yıllık ciro miktarına göre ortalamaları bakıldığında kalitede, üretimde farklılaşma ve karma strateji ve stratejik yaklaşım tercihleri arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre işletmelerin yıllık ciro miktarı arttıkça kalitede, üretimde farklılaşma ve karma strateji puanları da artmaktadır ve yine ağırlıklı stratejik yaklaşım puanları, fırsat yaklaşımı yönünde artmaktadır.

Burdur mermer işletmeleri yöneticilerine uygulanan anketlerin değerlendirilmesi sonucunda, ele alınan örneklem çerçevesinde, stratejik yaklaşımlardan her iki yaklaşımında yarı yarıya tercih edildiği, rekabet stratejilerinden sadece karma stratejinin stratejik yaklaşım tercihlerinde etkili olduğu, fırsat tabanlı yaklaşımı tercih eden işletmelerin, kaynak tabanlı görüşü tercih eden işletmelere göre karma stratejiyi daha fazla uyguladıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın örnekleme, evreni az bir oranı temsil etse de Burdur da mermer sektöründe faaliyet gösteren işletmelere, sektördeki rekabet stratejilerine, işletme içi ve işletme dışı çevrenin stratejilerle ilişkisini ortaya

koyması yönüyle ilgili işletmelere ve bu alanda çalışma yapacak olanlara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada stratejik yönetim alanında çalışma yapan ve yapacak olan araştırmacılara, stratejik yaklaşım tercihlerini belirleyen değişkenlerle ilgili çalışma yapmalarını önermektedir. Çünkü rekabet stratejilerinin bu çalışmada stratejik yaklaşımlar ile zayıf bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Rekabet üstünlüğü elde etmek ve en önemlisi bunu sürdürülebilir kılmak genellikle bu araştırmada ele alınan iki yaklaşım ile açıklandığı için bu durumun araştırılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

AKBOLAT, M. ve IŞIK, O. (2012). Hastanelerde Rekabet Stratejileri ve Performans, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, C.16 S.1, (401-424).

BAKOĞLU, R. (2010). Çağdaş Stratejik Yönetim, Beta Yayınları, İstanbul.

BAKOĞLU, R. ve DİNÇ ÖZCAN, E. (2010). İşletme Düzeyinde Strateji Paradokslarının Mintzberg'in On Stratejik Yönetim Okulu Açısından Değerlendirilmesi. Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.9 S.34, (57-69).

BARCA, M. ve ESEN, Ş. (2012). Rekabet Avantajı Sağlama ve Sürdürmede Stratejik Yaklaşımlar, E-Journal of New World Sciences Academy, C.7 S.2, (89-107).

BARNEY, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, Journal of Man, C.17 S.1, (99-120).

BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2012). Sosyal Bilimlerde Veri Analizi El Kitabı, Pegem Akademi, Ankara.

CHANDLER, A. (1962). Strategy and Structure, Massachusetts Institute of Technology, USA.

DESS, G. D. ve DAVIS, P. S. (1984). Porter's (1980) Generic Strategies as Determinants of Strategic Group Membership and Organizational Performance, Academy of Management Journal, C.27 S.3, (467-488).

DİNÇER, Ö. (2013). Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, Alfa Yayınları, İstanbul.

DURMUŞ B., YURTKORU S. ve ÇİNKO M. (2013). Sosyal Bilimlerde Spss ile Veri Analizi, Beta Yayıncılık, İstanbul.

- EREN, E. (2010). Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, Beta Yayınları, İstanbul.
- EROL, Y. ve İNCE, A. R. (2013). Türk Sanayi Sektöründe Stratejik Yönetim Yaklaşımları Tercih: ISO 1000 Firmalarında Bir Araştırma. Business and Economics Research Journal, C.4 S.3, (75-92).
- GALBREATH, J. ve GALVIN, P. (2008). Firm Factors, Industry Structure and Performance Variation: New Empirical Evidence to a Classic Debate, Journal Of Business Research, C.61, (109-117).
- GÜRBÜZ, S. ve ŞAHİN F. (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- HILL, C. W. ve JONES, G. R. (2009). Essentials of Strategic Management, Cengage Learning, USA.
- HITT, M., IRELAND, R.D. ve HOSKISSON, R. E. (2007). Strategic Management: Competitiveness and Globalization (Concepts and Cases). Thomson, Mason, USA.
- İNCE, A. R. (2011). Stratejik Yönetim Yaklaşımlarının Tercih Edilebilirliğinin Yönetici Bakış Açısından Değerlendirilmesi ve Iso 1000 Firmalarında Bir Araştırma. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Osman Paşa Üniversitesi, Tokat.
- KAHVECİ, D. (2012). İşletme Stratejileri ve İhracat Performansı İlişkileri, Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, C.4 S.6, (2-34).
- KAMAŞAK, R. (2010). Jenerik Rekabet Stratejilerinin İşletme Karlılığı ve Pazar Performansına Etkisi, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi-Yönetim, C.21 S.65, (47-63).
- KAMAŞAK, R. ve YOZGAT, U. (2013). Endüstriyel Faktörler, Benzersiz Kaynaklar ve Performans İlişkisi: İmalat ve Hizmet Sektörü İşletmeleri Üzerinde Bir Araştırma, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, C.27, (114-136).
- KARABAĞ, S. F. (2008). Strateji ve Endüstrinin Firma Performansına Etkisi: Türkiye'nin Öncü Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, SBE, Adana.
- KOTLER, P., BERGER, R. ve BICKHOFF, N. (2010). The Quintessence of Strategic Management, Springer.
- LEE, H., GRIMM, C. M. ve SMITH, K. G. (2006). Strategy as Action: Competitive Dynamics and Competitive Advantage, Oxford University Press, New York.

- ÖZER, M. A. (2015). İşletmelerde Stratejinin Önemi Üzerine Değerlendirmeler, International Journal of Economic and Administrative Studies, C.7 S.14, (70-84).
- PAPATYA, N. (2007). Kaynak Tabanlı Görüş, Asil Yayınları, Ankara.
- PORTER, M. (1981). The Contributus of Industrial Organization to Strategic Management
- PORTER, M. (1985). Competitive Advatage. Free Press, New York.
- PORTER, M. (1996). What Is Strategy? Harvard Business School Puplishing, (61-78).
- PORTER, M. (1998). Competitive Strategy Techniques for Analyzing Industries and Competitors, The Free Press, New York.
- SÜMER, K. ve BAYRAKTAR, C.A. (2012). Business Strategies And Gaps in Porter's Typology: A Literature Review, Journal of Management Research, C.4 S.3, (100-119).
- ULWICK, A. W. (1999). Busines Strategy Formulation, Quorum Books, London.
- ÜLGEN H. ve MİRZE K. (2014). İşletmelerde Stratejik Yönetim, Beta Yayınları, İstanbul.
- WERNERFELT, B. (1984). A Resource-based View of the Firm, Strategic Management Journal, C.5, (171-180).
- YOLAÇ, S. (2004). Yapı-Davranış-Performans Paradigması, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C.6, (215-21).

Finansal Araçların Oyun Teorisi İle Analiz Edilmesi

Muhammet YAVUZ

Kırıkkale Üniversitesi Mühendislik Fakültesi,
Endüstri Mühendisliği Bölümü
muhammetyavuzhan@gmail.com

Tamer EREN

Kırıkkale Üniversitesi Mühendislik Fakültesi,
Endüstri Mühendisliği Bölümü
tamereren@gmail.com

Özet: Günümüzde finansal piyasa krizlerine yapısal sorunlarda eklenince yatırım sektörü olumsuz etkilenmiştir. Ülke ekonomilerinin başlıca sorunu ekonomik büyümenin yanında, toplumsal hayatı da etkilemektedir. Bu sorunun çözümlenmesinde, doğrudan ve dolaylı yatırım büyük öneme sahiptir. Yatırım için gerekli olan fonun sağlanması, düşük risk ve yüksek getiri paralelinde uygun finansal araçlar ile birlikte irdelenmesi, küresel ekonominin en önemli problemlerindedir. Yapılan çalışmada en çok kullanılan finansal piyasa araçlarından Altın, Euro, Dolar ve İMKB 100 endeks değerleri ele alınarak bir portföy oluşturulmuştur. Oluşturulan bu portföyün getirisi oyun teorisi ile hesaplanmıştır. Getiriler doğrusal programlama ile modellenmiş ve çözüm sonuçları sunulmuştur.

The Analysis of Financial Instruments With Game Theory

Abstract: Nowadays, the investment sector has been adversely affected by this situation the added structural problems of the financial market crisis. The main problem of the country's economy, alongside economic growth affects social life. In analyzing this problem, direct and indirect investment is of great importance. The provision of funds for investment, low risk and high returns examined with the appropriate financial instruments in parallel, one of the most important problems of the global economy. In this study, the most widely used tool of financial markets by taking like: Gold, Euro, Dollar and portfolio value the İMKB100 index was created. The profit of the created portfolio is calculated by game theory. These profits modeled with linear programming and solution results are presented.

Giriş

Günümüzde yatırım araçlarından birçok kişinin takip etmiş olduğu Altın, Euro, Dolar ve İMKB100 endeksi, parasal fonların yatırımı için önem arz eden bir konudur. Birçok çevresel vb. durumlar yatırım araçlarının değer kaybetmesi ya da değer kazanmasına sebep olur. Yani yatırım araçlarının hangisine yatırım yapılması durumunda daha fazla kazanç sağlanacağı önem arz eder.

Yapılan çalışmada oyun teorisinin iki kişili sıfır toplamlı modeli kullanılmıştır. İki kişili sıfır toplamlı oyun yaklaşımı ile optimal portföy ve kazanç tespit edilmiştir. Dönem getirisi hesabının belirlenmiştir, Oyunun kısıtının oluşturularak getiriler bulunmuştur. Stratejiler çözümlenerek yatırımcının kazancını ençoklayan finansal araç saptanmış ve sonuçlar irdelenmiştir.

Bekçi (2001) yaptığı çalışmada İMKB100'de işlem gören hisse senetlerini esas alarak, bireysel veya kurumsal yatırımcıların getirilerini maksimum, risklerini ise minimum yapacak olan doğrusal programlama modelini kullanarak, oluşabilecek bulanıklığı dikkate alıp optimal portföyler oluşturmak ve yeni yatırımcılara aktarmakla ilgili çalışma yapmıştır. Küçüksille (2004) yapmış olduğu çalışmada bireysel yatırımcıların portföylerini oluştururken göstermiş oldukları davranışlar, nedenleri ile incelenmeye çalışmıştır. Demirtaş ve Güngör (2004) yaptığı çalışmada çeşitli sektörlerden alınan portföylerin beş yıllık değerleri ortalama, standart sapma ve kovaryansları hesaplanmış, korelasyonlar hesaplanmış, ayrıca portföy yöneticisinin piyasada alacağı risk değerleri de göz önünde bulunarak değişik sayıda iterasyonlar ile yöneticiye kriterlerine göre alternatifli portföy çeşitlendirmeleri yapılmıştır. Korelasyonlar hesaplanmış, ayrıca portföy yöneticisinin piyasada alacağı risk değerleri de göz önünde bulundurularak değişik sayıda iterasyonlar ile yöneticiye kriterlerine göre alternatifli portföy çeşitlendirmeleri konularında bir çalışma yapmışlardır. Haklı (2006) yaptığı çalışmada tam sayılı doğrusal programlama modeli ile İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Ulusal 100 endeksinde işlem gören hisse senetlerinden optimal portföy oluşturulmuş ve optimal portföy bir sonraki işlem yılı verileri ile test edilmiştir. Kayalidere ve Aktaş (2010) çalışmasında Markowitz'in ortalama-varyans modeli ile birlikte alternatif olarak geliştirilen Sharpe'in tek indeks ve Elton-Gruber'in EGP modellerinin oluşturduğu optimum portföylerin performanslarının karşılaştırılmasının amaçlandığı bu çalışmada, Haziran 2001 – Aralık 2007 dönemini kullanmışlardır. Hisse senetlerinin günlük kapanış verileri üzerinden aylık ortalama getirilerinin hesaplandığı ve portföy oluşturma stratejisinin her ayın ilk işlem gününde portföy oluşturma, sonraki ayın ilk işlem gününde portföyü revize etme şeklinde belirlendiği araştırmada, varyans-kovaryans matrisini oluşturmak ve beklenen getirileri tahmin etmek amacıyla her ay geriye dönük 30 aylık periyot kullanılmış ve etkin portföylerin performansı her ay İMKB100 endeksinin riski ile eşleştirilerek değerlendirilmiştir. Seçilen stratejiler Ocak 2004 - Aralık 2007 portföy oluşturma dönemini kapsayan 48 aylık ana periyodun yanı sıra 12 ve 24 aylık alt dönemler

açısından İMKB-tüm endeksinde yer alan hisse senetlerinden yararlanılarak oluşturulan portföylere uygulanmıştır. Portföy performanslarının, portföylerin oluşturulduğu gözlem kümesine göre farklılık gösterip göstermediğini analiz edebilmek ve düşük hacim problemini ortadan kaldırabilmek amacıyla aynı stratejiler yüksek işlem hacimli hisse senetlerinden oluşturulan portföyler için de yinelendiği bir çalışma yapmıştır. Canbaş ve diğ. (1997), 1993-1997 döneminde hisse senetleri İMKB100'de işlem gören 173 endüstri işletmesinin finansal oranlarını kullanarak yaptığı çalışmada, finansal oranların hisse senetlerinin değerlendirilmesinde ve hisse senetlerinin getirilerinin açıklanmasında istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ve yatırımcıların yatırım kanallarında önemli rol oynayacak oranların da likidite, finansal yapı ve karlılık oranları olduğunu belirtmişlerdir.

Uygulamada dört finansal yatırım aracı olan Altın, Euro, Dolar ve İMKB100 fiyat endeks değerleri dikkate alınarak bir portföy oluşturulmuştur. Bu portföyden hareketle kısıtlar belirlenmiştir. Daha sonra dönemsel getirileri bulunmuştur. Problem doğrusal programlama modeli ile çözülmüştür.

Çalışma planı: ikinci bölümde portföy hakkında bilgi verilmiştir. Üçüncü bölümde portföy yönteminde kullanılacak oyun teorisinden bahsedilmiştir. Dördüncü bölümde yapılan uygulama anlatılmış ve beşinci bölümde de çalışmanın sonuçları verilmiştir. Akabinde gelecekte yapılacak çalışmalara öneride bulunulmuştur.

1. Portföy Oluşturma Problemi

Portföy (portfolio), kelime anlamı olarak cüzdan demektir. Portföy, yatırımcıların elinde bulunan veya yatırımcı adına kullanılan menkul kıymetlerin tümünü ifade etmektedir. Menkul kıymet açısından ise portföy, menkul kıymetlerden oluşan bir menkul kıymet kümesidir (Gürol ve diğ., 1994).

Portföy, değişik menkul kıymetlerden, özellikle hisse senedi, tahvil ve türev ürünlerden oluşan ve belirli kişi veya kişilerin sahip olduğu finansal varlıklar olarak tanımlanabilir (Members, 1976).

Daha geniş anlamıyla portföy, belirli amaçları gerçekleştirmek isteyen yatırımcıların sahip olduğu, belirli ilişki ve kendine özgü ölçülebilir nitelikli yeni bir varlıktır. Portföy, belirli menkul kıymetlerden meydana gelse de, bu menkul kıymetler arasında bir ilişki söz konusudur ve portföy kendine özgü, ölçülebilir nitelikte bir varlıktır. Bu nedenle portföy, içerdiği menkul kıymetlerin toplamı değildir (Korkmaz ve diğ., 1998).

Portföy teorisine göre yatırımcılar, genelde tek bir menkul kıymete yatırım yapmazlar. Yatırımcılar, tasarruflarını çeşitli menkul kıymetler arasında

dağıtırlar. Bu durum ile amaçlanan, yatırımcıların tasarruflarını çeşitli menkul kıymetler arasında en uygun bir şekilde paylaşmaktır (Akgüç, 1994).

Yatırım yöneticiliğinin temel yaklaşımlarından biri yatırım kavramını, genel bir yatırım planının parçası olarak değerlendirmektir. Sermaye piyasasında süratle yaygınlaşan ortak yatırım fonlarının temelinde bu yaklaşım yatmaktadır. Böylece, yatırıma dönüştürülecek fonlar ne kadar küçük olursa olsun fonlar, ortak bir hesapta toplanarak riskin dağıtılması esasına göre farklı menkul kıymetlere dağıtılır. Dolayısıyla aralarında herhangi bir sınırlama olmadan, çeşitli menkul kıymetlerden oluşan bu genel yatırıma portföy denilmektedir. Her bir menkul kıymet, yatırım portföyünün bir parçasıdır (Uğuz, 1990).

Portföy yönetimi, portföy oluşturmak ve oluşturulan bu portföylerden hangi menkul kıymetlerin ne zaman çıkarılacağına ve çıkarılan menkul kıymetlerin yerine ne zaman, hangi menkul kıymetlerin kullanılacağına karar vermektir.(Yörük, 2000) Portföy yönetimi, politika, ekonomi, piyasa, endüstri kolu ve menkul kıymetler açısından ortaya konulan bilgilerden hareketle, yatırımcıların amaçlarının, tercihlerinin ve kısıtlarının belirlendiği ve bu bilgiler altında çözüldüğü ve verilen kararların başarısının portföyün izlenmesi suretiyle değerlendirilmesinin devamlı olarak sürdürülmesi ve güncelleştirilmesi sistemidir (French, 1989). Portföy yatırımcının sahip olduğu menkul kıymetlerdir. Başka bir deyimle portföy, farklı veya aynı özellikteki yatırım aracının en yüksek getiriye sağlamak için oluşan toplam değer olarak bilinmektedir.

Portföy, değişik yatırım araçlarından veya menkul kıymetlerden oluşturulabilir. Hatta çok sayıda portföy de oluşturulabilir. Portföylerin genellikle hisse senedi ve tahvillerden oluşturulduğu dikkate alınır dört farklı portföy çeşidinden söz edilebilir. Bu portföy çeşitleri yalnız hisse senetlerinden oluşan portföyler, yalnız tahvillerden oluşan portföyler, diğer yatırım araçlarından oluşan portföyler ve karma portföylerdir. Yukarıda sayılan portföy çeşitleri yatırımcıların riski sevmesi veya riskten kaçmasına göre, tercihlerinde en ideal bileşimi yapmaları açısından önemlidir (Bekçi, 2001).

Yatırım araçlarından çok sayıda portföy oluşturulabilir. Bir portföy hisse senedi ve tahvil gibi temel menkul kıymetler dışındaki yatırım araçlarıyla da oluşturulabilir. Yatırım araçları arasında karşılaştırmalar yapılır. Hangi finansal aracın daha etkin olduğu istatistiki yollarla bulunarak tahmin hesaplanır. Bu varlıklar seçilerek portföye dahil edilir.

Gelecekteki sonuçların bilinmeyeceği durumları anlatan risk ile belirsizlik arasında çok önemli bir ayrım vardır. Risk olarak nitelendirilebilen durumlarda, gelecekteki olayların alternatif sonuçlarının ortaya çıkışına ait tarihi bilgilerin bilimsel yöntemler kullanılarak analiz edilmesiyle ulaşılan objektif olasılık dağılımı söz konusudur. Belirsizlik durumunda ise, gelecekteki bir olayın ortaya

çıkma olasılığının hiçbir tarihi bilgiye dayanmayan sübjektif olasılık dağılımı söz konusudur (Bekçi, 2001).

Finansal araçlar arasında risk ve getiri ilişkilendirilerek aralarında uygun seçimin saptanmasını sağlar. Yatırımı yapacak kişi risk hakkında yeteri kadar bilgi birikimine sahibi değildir. Ama getiri hakkında bilgi birikimi vardır. Risk hakkında gerekli bilgi ve donanımına sahip olunması, yatırımcıyı daha sağlam kararlar almasında yardımcı olur.

2. Oyun Teorisi

Oyun bugüne kadar birçok bilim adamı tarafından kendi uzmanlık alanlarına göre farklı şekillerde tanımlanmıştır. Ancak bu tanımlar incelendiğinde aslında hepsinin ortak pek çok noktası olduğu açıkça görülmektedir. Göz ardı edemeyeceğimiz tek şey, insanın doğduğu andan başlayarak oyun kavramına aşına olduğu ve yaşı ilerledikçe de bu kavramı geliştirdiği, hayatın her safhasında ve alanında kullanmaya meyilli olduğudur. Oyun oynama küçük yaşlardan itibaren insan için sürekli bir öğrenme deneyimidir. İnsan doğduğu anda sürmekte olan bir oyuna yeni bir oyuncu olarak dâhil olur (Yürüten, 2010).

Doğumundan itibaren insan doğası farklı şeylere karşı ilgi ve merak duyar. Büyümeyle gelen farkındalık sonrasında ise, faydacı bir yaklaşımla ulaşabildiği şeyleri ve becerebildiği davranışları kendi lehinde kullanmak ister. İsteklerinin gerçekleşmesi için davranışsal oyunlara girmeye başlar. Sosyalleşme ile gelen iktidar ve ego savaşı onu aslında dünyaya ve yaşama hazırlar. İstekleri ve hayalleri için savaşmayı, neleri yaparsa onlara ulaşabileceği, farklı yolların kendisine maliyeti gibi kavramları kendi kendine öğrenir. Her seçimin bir sonucu varken, bir kazancı ve bir de gideri olduğunu bilir. Piaget'ye göre oyun; "dış dünyadan alınan uyarıların özümleme ve uyum sistemine yerleştirme yolu" dur. Sheridan'a göre oyun; "belirli bir memnuniyet seviyesinde yarar sağlamak için yapılan fiziksel ve zihinsel aktivitelerdir" (Yürüten, 2010).

Ekonomide çeşitli çatışma durumlarıyla karşılaşırız. Çatışma genel olarak şu şekilde ifade edilir; taraflardan birinin yapacağı herhangi bir hareketin sonucunun, kısmen diğer tarafın hareketine bağlı olması durumu. Bu tarz çatışma durumlarını analiz edebilmek ve bu çatışma durumu altında uygun kararın alınabilmesini sağlamak için oyun teorisi geliştirilmiştir. Oyun teorisinde amaç birbirine rakip olan tarafların akılcı bir şekilde nasıl davranmaları gerektiğini ortaya koymaktır. Gerçek hayatta karşılaştığımız çatışma durumları çok sayıda faktörü içinde barındırır. Bu faktörlerin tümünün etkisini ortaya koyabilmek ve analiz edebilmek son derece zordur hatta bazen imkânsızdır. Bu yüzden, böyle durumların matematiksel analizini mümkün kılabilmek için, belirtilen tarzdaki çatışma durumunu en iyi şekilde temsil edecek, ana faktörlerin

dikkate alındığı, yan faktörlerin göz ardı edildiği basitleştirilmiş örnek modeller kurmamız gerekmektedir.

John Von Neumann yüzyılın en iyi matematikçilerinden biri olarak oyun teorisinin büyük bir bölümünü tek başına tamamlamıştır. Oyun teorisinin matematiksel bölümünün oluşturulmasında, Emile Borel'in çalışmalarında yardımcı olduğu bilinmektedir. Von Neumann iki kişili sıfır toplamı oyun teorisini 1928 yılında yayınlamıştır. Von Neumann ve Morgenstern, iki kişili sıfır toplamı olarak adlandırılan oyunların çoğunda çözüme ulaşmışlardır (Ferguson, 2000).

İki kişili sıfır toplamı oyunlarda üç sonuç bulunabilir. Bu sonuçlar oyunu kazanmak, kaybetmek ve oyundan çekilmek olarak açıklanabilir. Fakat oyundan çekilmek yine kayba neden olacak ise, sonuç kazanmak ve kaybetmek olarak iki türlü olacaktır (Yıldırım, 2006).

Karar vericilerin kayıp ve kazançlarını belirten değerleri, diğer bir deyişle oyuncuların strateji seçimlerinin türlü bileşiminden sonuçlanan kayıp ve kazançları gösteren matrise kazanç matrisi denir. Kazanç matrisi oluşturulurken karar vericinin amaç ve hedefi saptanır. Stratejilerle ilgili bilgiler sağlanır, bunlar geçmiş deneyler, yayımlanan istatistikler ve diğer bilgiler veya karar vericinin bizzat yaptığı araştırmalardır. Seçilmiş olan karar vericinin en iyi strateji çözümüne göre pozitif değerler kazancını, negatif değerler kaybını, sıfır ise ne kaybı ne kazancı olduğunu gösterir (Yürüten, 2010).

İki kişili sıfır toplamı oyunlarda bazı varsayımlar bulunmaktadır. Bu varsayımlar oyunun oluşturulmasında temel kavramlardan biri olan stratejilerin sonlu sayıda olması, diğeri ise oyuncuların rakip stratejileri hakkında tam bilgiye sahip olmasıdır.

İki kişilik sıfır toplamı oyunlarda her iki oyuncunun da çıkarları birbirine tamamıyla zıttır. Yani taraflardan birinin kazancı diğerinin kaybına eşittir. Dolayısıyla oyuncuların kazançları toplamı sıfırdır. Oyun sonunda elde edilen kazançlar toplamı sıfır olduğu için bu tarz oyunlara sıfır toplamı oyunlar denmektedir. Sıfır toplamı oyunlarda her iki oyuncu için, ayrı ayrı, oluşturulacak olan ödemeler matrisleri birbirinin zıt işaretlisi olur. Bu nedenden dolayı her iki matrisi oluşturmaya gerek yoktur. Bu matrislerin sadece biri ile iki kişilik sıfır toplamı oyunlar ifade edilebilir.

Doğrusal programlama birçok pratik alanda kullanım sahası bulmaktadır. Özellikle birçok işletme ve ekonomi sorunlarına özel veya kamu sektöründe devamlı kullanılmaktadır. Nakliyat, enerji üretimi ve dağıtımı, telekomünikasyon, sınai üretim gibi teknik işletmecilik gerektiren alanlarında bulunan birçok firmalar doğrusal programlamayı kullanmaktadır. Doğrusal programlama işletmecilik alanlarında çok kapsamlı ve çok çeşitli sorunların çözülebilmesini

sağlamaktadır. Bunlar arasında planlama, yol gösterme, zaman programlaması, iş ve işçi tahsis edilmesi gibi önemli sorunlar doğrusal programlama kullanılarak modellenebilmektedir (Yürüten, 2010).

Doğan ve diğ. (2015) yaptıkları çalışmada öğrencilerin akıllı telefon kullanım özelliklerini değerlendirmek için oyun teorisi kullanmışlardır.

3. Finansal Araçların Oyun Teorisiyle Analiz Edilmesi

Çalışmada 4 farklı finansal araç ele alınmıştır ve oyun teorisi ile son 6 yılın hisse değerleri analiz edilmiştir.

3.1. Finansal Araçların Seçimi

Araştırmaya konu olan finansal araçlar, aşağıdaki gibi ifade edilmektedir.

- Altın (TL)
- İMKB 100 Endeks
- Dolar (TL)
- Euro (TL)

Her yıl için 4 çeyrek şeklinde incelenerek, fiyat değişimleri bir önceki dönem fiyatı baz alınarak getiri endeksi oluşturulmuştur. Kazanç matrisi 2009–2014 dönemleri arası 6 yıla ait her 3 aylık periyot içerisinde, seçilmiş finansal araçların net getirileri ile oluşturulmuştur. 4 ayrı kazanç matrisi doğrusal programlama modeline dönüştürülerek, 6 yıllık verilerden hareketle her 3 aylık dönem için yatırımcının minimum risk düzeyinde, maksimum getiri kazandıran portföy elde edilmiştir.

Yatırımcının en kısa yatırım döneminin 3 ay olduğu varsayılmakta ve 3 aylık dönemin sonunda portföyün durumu hakkında yeniden karar verilmiştir. Finansal piyasa stratejilerinin tanımlandığı dönem olarak 2009-2014 yılları alınmıştır. Araştırmaya konu olan finansal araçlara ait fiyat değişimleri aşağıdaki grafiklerde gösterilmiştir.

Oyunda piyasanın (doğanın) stratejilerinin tanımlandığı 2009-2014 yılları arasındaki 3 aylık fiyatları aşağıdaki şekilde olmaktadır. Tablo 1’de belirlenen finansal araçların 2009-2014 yıllarına ait verileri ele alınmıştır.

Tablo 1’deki veriler doğrultusunda piyasa ve yatırımcı için olası stratejiler belirlenerek, her 3 aylık dönemler için kazanç matrisi oluşturulmuştur. Daha sonra doğrusal programlama modeline dönüştürülerek, her bir dönem için optimal portföy araştırılmıştır.

3.2. Stratejilerin Tanımlanması

Yatırımcının stratejileri, aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır.

- 1 no.lu strateji; Altın; *t.* dönemde Altın alımı,
 2 no.lu strateji; İMKB100 endeks; *t.* dönemde İMKB100 endeks vadeli işlem,
 3 no.lu strateji; Dolar; *t.* dönemde Dolar vadeli işlem,
 4 no.lu strateji; Euro; *t.* dönemde Dolar vadeli işlem.

Tablo 1. 2009-2014 Yılları Arası Finansal Araçların Değerleri

Tarih	Altın (TL/gr)	İMKB 100	Dolar (TL)	Euro (TL)
01.Ara.08	40,13	156,29	1,57	1,99
01.Mar.09	51,49	158,94	1,67	2,15
01.Haz.09	47,39	161,40	1,54	2,17
01.Eyl.09	48,08	161,90	1,50	2,15
01.Ara.09	54,94	165,56	1,49	2,24
01.Mar.10	55,20	172,58	1,54	2,10
01.Haz.10	62,43	173,73	1,57	1,94
01.Eyl.10	61,63	176,35	1,53	1,94
01.Ara.10	68,04	180,25	1,51	1,96
01.Mar.11	72,56	189,98	1,60	2,21
01.Haz.11	78,87	191,44	1,59	2,30
01.Eyl.11	102,70	197,77	1,75	2,50
01.Ara.11	98,94	204,27	1,85	2,46
01.Mar.12	96,76	205,60	1,75	2,35
01.Haz.12	93,78	203,77	1,85	2,30
01.Eyl.12	101,72	205,75	1,82	2,28
01.Ara.12	96,65	209,28	1,79	2,32
01.Mar.13	92,90	210,33	1,80	2,36
01.Haz.13	81,32	214,43	1,87	2,45
01.Eyl.13	87,85	218,56	2,03	2,69
01.Ara.13	81,85	223,87	2,02	2,75
01.Mar.14	95,12	235,98	2,24	3,06
01.Haz.14	88,10	235,09	2,10	2,85
01.Eyl.14	88,11	239,79	2,16	2,85
01.Ara.14	88,92	237,84	2,21	2,76

Yatırımcı, strateji seçimleri neticesinde her bir finansal aracın getirisi oranında gelir elde etmiştir. Yatırımcının strateji seçimi sonucu elde edilen gelir fonksiyonu aşağıdaki gibi ifade edilmektedir.

$$Y = f \{ \text{Altın}, \text{İMKB100}, \text{Dolar}, \text{Euro} \}$$

Yatırımcı, kötümser bir bakış açısı ile piyasanın kendisi için en kötü stratejiyi seçeceğini düşünmektedir. Yatırımcı olası en düşük getiriyi sağlayan

stratejiler arasından, en yüksek getiriye sağlayacak stratejiyi belirlemeye çalışmaktadır.

3.3.Kazanç Matrisinin Oluşturulması

Kazanç matrisindeki her bir değer, finansal varlığın bir önceki döneme göre değişim oranı hesaplanarak ve bu orana anapara anlamında (+1) eklenmek suretiyle yapılmıştır. Bu şekilde negatif bir değer matriste yer almaması sağlanmıştır. Kazanç matrisinde, 1'den büyük değerler pozitif, 1'den küçük değerler negatif getiriye temsil etmektedir.

F_t = Finansal varlığın t dönemdeki fiyatı,
 F_{t-1} = Finansal varlığın $t-1$ dönemdeki fiyatı,
 G = Getiri Oranı,

$$G = \frac{(F_t - F_{t-1})}{F_{t-1}}$$

Birinci dönem Altın için getiriler:

2009- $G_{Altın} = (51,49 - 40,13)/40,13 = 0,28308$

2010- $G_{Altın} = (55,2 - 54,94)/54,94 = 0,00473$

2011- $G_{Altın} = (72,56 - 68,04)/68,04 = 0,06643$

2012- $G_{Altın} = (96,76 - 98,94)/98,94 = -0,02203$

2013- $G_{Altın} = (92,9 - 96,65)/96,65 = -0,03879$

2014- $G_{Altın} = (95,12 - 81,85)/81,85 = 0,16213$

ALTIN stratejisinin [0,28308, 0,00473, 0,06643, -0,02203, -0,03879, 0,16213] şeklinde ifade edilmektedir.

Her bir dönemin getirileri Tablo 2' de gösterilmiştir.

Tablo 2. Dönemlere ait getiri oranları matrisi

		Yatırımcı				
		Yıllar	Altın	İMKB100	Dolar	Euro
Doğa	1. Dönem	2009	0,2831	0,0170	0,0637	0,0804
		2010	0,0047	0,0424	0,0336	-0,0625
		2011	0,0664	0,0540	0,0596	0,1276
		2012	-0,0220	0,0065	-0,0541	-0,0447
		2013	-0,0388	0,0050	0,0056	0,0172
		2014	0,1621	0,0541	0,1089	0,1127
	2. Dönem	2009	-0,0796	0,0155	-0,0778	0,0093
		2010	0,1310	0,0067	0,0195	-0,0762
		2011	0,0870	0,0077	-0,0063	0,0407
		2012	-0,0308	-0,0089	0,0571	-0,0213
		2013	-0,1247	0,0195	0,0389	0,0381
		2014	-0,0738	-0,0038	-0,0625	-0,0686

3. Dönem	2009	0,0146	0,0031	-0,0260	-0,0092
	2010	-0,0128	0,0151	-0,0255	0,0000
	2011	0,3021	0,0331	0,1006	0,0870
	2012	0,0847	0,0097	-0,0162	-0,0087
	2013	0,0803	0,0193	0,0856	0,0980
	2014	0,0001	0,0200	0,0286	0,0000
4. Dönem	2009	0,1427	0,0226	-0,0067	0,0419
	2010	0,1040	0,0221	-0,0131	0,0103
	2011	-0,0366	0,0329	0,0571	-0,0160
	2012	-0,0498	0,0172	-0,0165	0,0175
	2013	-0,0683	0,0243	-0,0049	0,0223
	2014	0,0092	-0,0081	0,0231	-0,0316

1. döneme ait değerler, bu dört yatırım aracından herhangi birinin yatırımcıya sağladığı kazanç ve kayıp oranlarını temsil etmektedir. 2009 yılında % 28,3, % 1,7, % 6,4, % 8, 2010 yılında % 0,5, % 4,2, % 3,4, -% 6,2, 2011 yılında % 6,6, % 5,4, % 6, % 12,8, 2012 yılında -% 2,2, % 0,7, -% 5,4, -% 4,5, 2013 yılında -% 3,9, % 0,5, % 0,6, % 1,7, 2014 yılında % 16,2, % 5,4, % 10,9, % 11,3 kazanç sağlamaktadır.

2. döneme ait değerler, bu dört yatırım aracından herhangi birinin yatırımcıya sağladığı kazanç ve kayıp oranlarını temsil etmektedir. 2009 yılında -% 8, % 1,5, -% 7,8, % 0,9, 2010 yılında % 13,1, % 0,7, % 1,9, -% 7,6, 2011 yılında % 8,7, % 0,8, -% 0,6, % 4,1, 2012 yılında -% 3,1, -% 0,9, % 5,7, -% 2,1, 2013 yılında -% 12,5, % 1,9, % 3,9, % 3,8, 2014 yılında -% 7,4, -% 0,4, -% 6,3, -% 6,9 kazanç sağlamaktadır.

3. döneme ait değerler, bu dört yatırım aracından herhangi birinin yatırımcıya sağladığı kazanç ve kayıp oranlarını temsil etmektedir. 2009 yılında % 1,5, % 0,3, -% 2,6, -% 0,9, 2010 yılında -% 1,3, % 1,5, -% 2,5, % 0, 2011 yılında % 30,2, % 3,3, % 10,1, % 8,7, 2012 yılında % 8,5, % 1, -% 1,6, -% 0,9, 2013 yılında % 8, % 1,9, % 8,6, % 9,8, 2014 yılında % 0,01, % 2, % 2,9, % 0 kazanç sağlamaktadır.

4. döneme ait değerler, bu dört yatırım aracından herhangi birinin yatırımcıya sağladığı kazanç ve kayıp oranlarını temsil etmektedir. 2009 yılında % 14,3, % 2,3, -% 0,7, % 4,2, 2010 yılında % 10,4, % 2,2, -% 1,3, % 1, 2011 yılında -% 3,7, % 3,3, % 5,7, -% 1,6, 2012 yılında -% 5, % 1,7, -% 1,6, % 1,8, 2013 yılında -% 6,8, % 2,4, -% 0,5, % 2,2, 2014 yılında % 0,9, -% 0,8, % 2,3, -% 3,2 kazanç sağlamaktadır.

Tablo 3. Çözüm Fonksiyonuna Ait Kısıtlar

Dönem	Altın	İMKB100	Dolar	Euro
X	Y1	Y2	Y3	Y4
2009-1.Dönem	1,2831	1,0170	1,0637	1,0804
2009-2.Dönem	0,9204	1,0155	0,9222	1,0093
2009-3.Dönem	1,0146	1,0031	0,9740	0,9908
2009-4.Dönem	1,1427	1,0226	0,9933	1,0419
2010-1.Dönem	1,0047	1,0424	1,0336	0,9375
2010-2.Dönem	1,1310	1,0067	1,0195	0,9238
2010-3.Dönem	0,9872	1,0151	0,9745	1,0000
2010-4.Dönem	1,1040	1,0221	0,9869	1,0103
2011-1.Dönem	1,0664	1,0540	1,0596	1,1276
2011-2.Dönem	1,0870	1,0077	0,9938	1,0407
2011-3.Dönem	1,3021	1,0331	1,1006	1,0870
2011-4.Dönem	0,9634	1,0329	1,0571	0,9840
2012-1.Dönem	0,9780	1,0065	0,9459	0,9553
2012-2.Dönem	0,9692	0,9911	1,0571	0,9787
2012-3.Dönem	1,0847	1,0097	0,9838	0,9913
2012-4.Dönem	0,9502	1,0172	0,9835	1,0175
2013-1.Dönem	0,9612	1,0050	1,0056	1,0172
2013-2.Dönem	0,8753	1,0195	1,0389	1,0381
2013-3.Dönem	1,0803	1,0193	1,0856	1,0980
2013-4.Dönem	0,9317	1,0243	0,9951	1,0223
2014-1.Dönem	1,1621	1,0541	1,1089	1,1127
2014-2.Dönem	0,9262	0,9962	0,9375	0,9314
2014-3.Dönem	1,0001	1,0200	1,0286	1,0000
2014-4.Dönem	1,0092	0,9919	1,0231	0,9684

Tablo 3'de dönemsel getiri oranlara +1 eklenerek çözüm fonksiyonuna ait fonksiyonlar elde edilmiştir.

3.4. Doğrusal Programlama ile Çözüm

Doğrusal programlama ile çözüm safhasında öncelikle v değerinin pozitif olduğu kabul edilir. Eğer oyun matrisinde negatif a_{ij} değerleri var ise, sabit bir sayı eklenerek tüm negatif a_{ij} değerlerinin pozitif olması sağlanır. Sonuç bulunduktan sonra eklenen sayı oyunun değerinden çıkartılarak, oyunun gerçek v değeri bulunmuş olur. Doğrusal programlama ile öncelikle en kötü seçenekler belirlenir. Daha sonra en kötü seçenekler içindeki en iyi seçenek belirlenir. Aşağıdaki denklemde Y_i değerleri (Y_1, Y_2, Y_3, Y_4) yatırım araçlarına ait olasılık vektörüdür. Bu noktada amaç, yatırım araçlarının olasılık vektörünün bulunmasıdır.

$$Z_{enb} = v = \min_j \left(\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n p_i a_{ij} \right), \{ p_i \in [0,1]; i = 1,2, \dots, m \}$$

$$a_{11}y_1 + a_{12}y_2 + \dots + a_{1n}y_n \leq v$$

$$a_{21}y_1 + a_{22}y_2 + \dots + a_{2n}y_n \leq v$$

.....

$$a_{m1}y_1 + a_{m2}y_2 + \dots + a_{mn}y_n \leq v$$

$$y_1, y_2, \dots, y_n \geq 0$$

Modelin, doğrusal programlama şeklinde gösterilebilmesi için amaç denklemi ve kısıtlar (v) değerine bölünür ve $y_i = y_i/v$ varsayımı altında kabul edilerek, aşağıdaki denklem oluşturulmaktadır.

$$Enb \frac{1}{v} = y'_1 + y'_2 + \dots + y'_n$$

Oyunun kısıtları; aşağıdaki gibi olacaktır.

$$a_{11}y'_1 + a_{12}y'_2 + \dots + a_{1n}y'_n \leq 1$$

$$a_{21}y'_1 + a_{22}y'_2 + \dots + a_{2n}y'_n \leq 1$$

.....

$$a_{m1}y'_1 + a_{m2}y'_2 + \dots + a_{mn}y'_n \leq 1$$

$$y'_1 y'_2 \dots y'_n \geq 0$$

Doğrusal programlama modelinin standart şekli, aşağıda gösterilmiştir.

$$Enb \frac{1}{v} = y'_1 + y'_2 + \dots + y'_n$$

Oyunun kısıtları; aşağıdaki gibi olacaktır:

$$a_{11}y'_1 + a_{12}y'_2 + \dots + a_{1n}y'_n + S_1 = 1$$

$$a_{21}y'_1 + a_{22}y'_2 + \dots + a_{2n}y'_n + S_2 = 1$$

.....

$$a_{m1}y'_1 + a_{m2}y'_2 + \dots + a_{mn}y'_n + S_n = 1$$
$$y'_1, y'_2, \dots, y'_n \geq 0$$

Matematiksel programlamanın standart şekli;

Amaç Fonksiyonu

Max v

Kısıtlar:

$$a_{11}y'_1 + a_{12}y'_2 + \dots + a_{1n}y'_n + S_1 = 1$$

$$a_{21}y'_1 + a_{22}y'_2 + \dots + a_{2n}y'_n + S_2 = 1$$

.....

$$a_{m1}y'_1 + a_{m2}y'_2 + \dots + a_{mn}y'_n + S_n = 1$$
$$y'_1, y'_2, \dots, y'_n \geq 0$$

Yatırımcı beklenen kazancını oyun değerine (v) eşit veya büyük yapmaya çalışacaktır. Bu durumda beklenen gelir eşitsizlik olarak, aşağıdaki gibi ifade edilmektedir.

2009 Yılı 1.DÖNEM; $1,2831Y_1 + 1,0170Y_2 + 1,0637Y_3 + 1,0804Y_4 \geq v$

2010 Yılı 1.DÖNEM; $1,0047Y_1 + 1,0424Y_2 + 1,0336Y_3 + 0,9375Y_4 \geq v$

2011 Yılı 1.DÖNEM; $1,0664Y_1 + 1,0540Y_2 + 1,0596Y_3 + 1,1276Y_4 \geq v$

2012 Yılı 1.DÖNEM; $0,9780Y_1 + 1,0065Y_2 + 0,9459Y_3 + 0,9553Y_4 \geq v$

2013 Yılı 1.DÖNEM; $0,9612Y_1 + 1,0050Y_2 + 1,0056Y_3 + 1,0172Y_4 \geq v$

2014 Yılı 1.DÖNEM; $1,1621Y_1 + 1,0541Y_2 + 1,1089Y_3 + 1,1127Y_4 \geq v$

Ayrıca olasılıklar toplamı, aşağıdaki gibi ifade edilmektedir.

$$Z_{\min} = x_1 + x_2 + x_3 + x_4$$

Bütün eşitsizliklerin her iki yanı v ye bölünüp, $Y'_i = Y_i/v$ dönüşümü yapılarak, her bir dönem için aşağıdaki denklemlere ulaşılmıştır.

1. Dönem kısıtları

$$1,2831 Y'_1 + 1,0170 Y'_2 + 1,0637 Y'_3 + 1,0804 Y'_4 \geq 1 \quad (2009)$$

$$1,0047 Y'_1 + 1,0424 Y'_2 + 1,0336 Y'_3 + 0,9375 Y'_4 \geq 1 \quad (2010)$$

$$1,0664 Y'_1 + 1,0540 Y'_2 + 1,0596 Y'_3 + 1,1276 Y'_4 \geq 1 \quad (2011)$$

$$0,9780 Y'_1 + 1,0065 Y'_2 + 0,9459 Y'_3 + 0,9553 Y'_4 \geq 1 \quad (2012)$$

$$0,9612 Y'_1 + 1,0050 Y'_2 + 1,0056 Y'_3 + 1,0172 Y'_4 \geq 1 \quad (2013)$$

$$1,1621 Y'_1 + 1,0541 Y'_2 + 1,1089 Y'_3 + 1,1127 Y'_4 \geq 1 \quad (2014)$$

Amaç Fonksiyonu

$$Y_1 + Y_2 + Y_3 + Y_4 = 1 / v$$

Yatırımcının oyun değerini (v) büyükmeye çalışması $1/v$ 'yi en küçüklemek istemesiyle eş anlamlıdır. Bu durumda amaç denklemi, aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir.

$$Z_{\min} = (1/v) = Y_1' + Y_2' + Y_3' + Y_4'$$

Oluşturulan doğrusal programlama modeli Tablo 4'de 1. Dönem için çözümlenerek, optimal çözüme aşağıdaki gibi elde edilmiştir.

Tablo 4. Dönem 1 için Oyunun Değeri ve Karma Strateji Vektörü

Yatırım Araçları	Y_i'	Y_i
Altın	0,0000	0,0000
İMKB100	0,9713	0,9662
Dolar	0,0000	0,0000
Euro	0,0234	0,0233
$Z=1/V$	1,0053	
Oyun Değeri (v)	0,9947	

$$Y_i = [0, 0,97, 0, 0,02], v = 0,9947$$

Kazanç matrisinin çözümü neticesinde, bir karma strateji elde edilmiştir. 2009-2014 yıllarına ait 1. dönem verileri incelenmiş ve portföyün %97'sinin İMKB100 Endeks ve %2'sinin Euro hisse senetleri alımı yapılmasının, en uygun çözüm olduğu sonucuna varılmıştır.

Oluşturulan doğrusal programlama modeli Tablo 5' de 2. Dönem için çözümlenerek, optimal çözüme aşağıdaki gibi elde edilmiştir.

Tablo 5. Dönem 2 için Oyunun Değeri ve Karma Strateji Vektörü

Yatırım Araçları	Y_i	Y_i
Altın	0,0000	0,0000
İMKB100	0,9649	0,9709
Dolar	0,0414	0,0416
Euro	0,0000	0,0000
$Z=1/v$	0,9938	
Oyun Değeri (v)	1,0062	

$$Y_i = [0, 0,97, 0,04, 0], v = 1,0062$$

Kazanç matrisinin çözümü neticesinde, bir karma strateji elde edilmiştir. 2009-2014 yıllarına ait 2. dönem verileri incelenmiş ve portföyün %97 'sinin İMKB100 Endeks ve %4 'ünün Dolar hisse senetleri alımı yapılmasının, optimal çözüm olduğu sonucuna varılmıştır.

Oluşturulan doğrusal programlama modeli Tablo 6'da 3. Dönem için çözümlenerek, optimal çözüme aşağıdaki gibi elde edilmiştir.

Tablo 6. Dönem 3 için oyunun değeri ve karma strateji vektörü

Yatırım Araçları	Y_i	Y_i
Altın	0,3025	0,3005
İMKB100	0,6910	0,6865
Dolar	0,0000	0,0000
Euro	0,0000	0,0000
$Z=1/v$	1,0066	
Oyun Değeri (v)	0,9935	

$$Y_i = [0,30, 0,69, 0, 0], v = 0,9935$$

Kazanç matrisinin çözümü neticesinde, bir karma strateji elde edilmiştir. 2009-2014 yıllarına ait 3. dönem verileri incelenmiş ve portföyün %30'unun Altın ve %69'unun İMKB100 Endeks hisse senetleri alımı yapılmasının, optimal çözüm olduğu sonucuna varılmıştır.

Oluşturulan doğrusal programlama modeli Tablo 7' de 4. Dönem için çözümlenerek, optimal çözüme aşağıdaki gibi elde edilmiştir.

Tablo 7. Dönem 4 için oyunun değeri ve karma strateji vektörü

Yatırım Araçları	Y_i	Y_i
Altın	0,0000	0,0000
İMKB100	0,6080	0,6055
Dolar	0,3880	0,3864
Euro	0,0000	0,0000
$Z=1/v$	1,0041	
Oyun Değeri (v)	0,9960	

$$Y_i = [0, 0,61, 0,39, 0], v = 0,9960$$

Kazanç matrisinin çözümü neticesinde, bir karma strateji elde edilmiştir. 2009-2014 yıllarına ait 4. dönem verileri incelenmiş ve portföyün %61'inin İMKB100 ve %39'unun Dolar hisse senetleri alımı yapılmasının, optimal çözüm olduğu sonucuna varılmıştır.

3.5. Optimal Strateji Seçimi

Kazanç matrisinin çözümü sonucu, ortaya çıkan portföyler 2009-2014 yıllarına ait her 3 aylık dönem için uygulanmıştır. Her bir dönem için olası getiriler Tablo 8'de hesaplanmıştır.

Tablo 8. Portföy Çözümleri

Dönem	Altın	İMKB 100	Dolar	Euro
1.Dönem	0,00%	97,62%	0,00%	2,33%
2.Dönem	0,00%	97,09%	4,16%	0,00%
3.Dönem	30,05%	68,65%	0,00%	0,00%
4.Dönem	0,00%	60,55%	38,64%	0,00%

Sonuç ve Öneriler

Oyun teorisi yaklaşımı ile finansal yatırım araçlarının 2009-2014 yılları arasındaki borsa fiyatları dikkate alınarak yapılan bu çalışma, oynanacak maçlarda tahmini sonuç söylememize yardımcı olmaya çalışmaktadır. Çalışmamız kesin sonuç vermemekle birlikte, yorumlarken dikkatli ve etkin biçimde değerlendirilmesi gerekmektedir.

Çalışmada 1. dönem %97,62 İMKB 100 ve %2,33 Euro, 2. dönemde %97,09 İMKB 100 ve %4,16 Dolar, 3. dönemde %30,05 Altın ve %68,65 İMKB 100, 4. dönemde ise %60,55 İMKB 100 ve %38,64 Euro çıkmaktadır. Görüldüğü gibi İMKB 100 yatırım aracı her dönemde çıkmaktadır. Altın ve Euro sadece bir dönemde getiri sağlarken, Dolar iki dönem getiriye sahip olacaktır.

Bu uygulama ile oyun teorisinin uygulamalarının yaşantımızda yer alan maddi gelirleri etkin ve verimli kullanımı gerçekleştirmemizi sağlar. Yapılan uygulama dikkat çekebilecek bir uygulamadır. Çalışma alanı oldukça geniştir. İnsanların yoğun olarak ilgilendiği bu alan, sonuçları ile birçok kişiyi karar alma noktasında yönlendirmektedir.

Bu proje kapsamında yapılan Oyun Teorisi alanı, başka konularda veya alanlarda uygulanması mümkün olan ve karmaşık sayılabilecek problemleri basitleştirerek çözüm sağlar. Bu sayede karar vericilere her türlü karmaşık problemlere farklı bakış açısı kazandırır.

KAYNAKLAR

AKGÜÇ, Ö. (1994), Finansal Yönetim, Muhasebe Enstitüsü Yayın No: 63, Gözden Geçirilmiş Ve Genişletilmiş 6. Bası, İstanbul.

BEKÇİ, İ. (2001), Optimal portföy oluşturulmasında bulanık doğrusal programlama modeli ve İMKB'de bir uygulama: İşletme Anabilim Dalı Sosyal Bilimler Enstitüsü Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.

CEYLAN, A. ve Korkmaz T. (1998), Borsada Uygulamalı Portföy Yönetimi, Ekin Kitabevi Yayınları, 3. Baskı, Bursa.

DEMİRTAŞ, Ö. ve Güngör Z. (2004) Portföy Yönetimi Ve Portföy Seçimine Yönelik Uygulama Havacılık Ve Uzay Teknolojileri Dergisi.

DOĞAN, R., Yavuz, M., Küçükdemirci, İ., Eren T. (2015), "Öğrencilerde Akıllı Telefon Kullanımının Özellikleri Bakımından Oyun Teorisi ile Analiz Edilmesi". Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7 (2).

FERGUSON, S. (2000), Game Theory, Two-Person Zero-Sum Games, s.3.

FRENCH, W. (1989), Security Analysis And Portfolio Analysis: Concepts And Management, Merrill Publishing Company.

GÜROL, E. ve Kılıçoğlu A. (1994), Business World Dictionary, 2. Cilt, Cem Yayınevi, İSTANBUL.

HAKLI, Z. (2006), Tam Sayılı Doğrusal Programlama Modeli İle Optimal Portföy Oluşturma Ve İMKB'de Bir Uygulama: İşletme Anabilim Dalı Sosyal Bilimler Enstitüsü Süleyman Demirel Üniversitesi Isparta.

<http://www.tcmb.gov.tr/> (Erişim Tarihi:15.10.2014)

<http://www.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 21.01.2015)

KAYALIDERE, K. ve Aktaş H. (2009), Alternatif Portföy Seçim Modellerinin Performanslarının Karşılaştırılması (İmkb Örneği): Doktora Programı İşletme Anabilim Dalı Celal Bayar Üniversitesi Manisa.

KÜÇÜKSİLLE, E. (2004), Optimal Portföy Oluşturmaya Davranışsal Bir Yaklaşım: İşletme Anabilim Dalı Sosyal Bilimler Enstitüsü Süleyman Demirel Üniversitesi Isparta.

MEMBERS, E. (1976), Dictionary Of Economic And Business, Littlefields, Adams Co., New Jersey.

SEZER, D. (2013), Yatırımcı davranışlarının etkinliği ve psikolojik yanılsamalar: İşletme Anabilim Dalı Sosyal Bilimler Enstitüsü Adnan Menderes Üniversitesi, AYDIN.

TAHA, H. (1976), "Yöneylem Araştırması", İstanbul, 6. Basımdan Çeviri.

UĞUZ, M. (1990), Menkul Kıymet Seçimi Ve Yatırım Yönetimi, İstanbul.

YILDIRIM, S. (2006), Oyun Teorisi ile İMKB’de Sektör Analizi: Ekonometri Ana Bilim Dalı Yöneylem Araştırması Bilim Dalı Sosyal Bilimler Enstitüsü Marmara Üniversitesi, İstanbul.

YÖRÜK, N. (2000), Finansal Varlık Fiyatlama Modelleri Ve Arbitraj Fiyatlama Modelinin İMKB’ de Test Edilmesi, İMKB Yayınları, İstanbul.

YÜRÜTEN, S. (2010), Sıfır toplamlı iki kişili oyun modeli yaklaşımı ile finansal piyasaların incelenmesi: Ekonometri Anabilim Dalı Yöneylem Araştırması Bilim Dalı Sosyal Bilimler Enstitüsü Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Yapısal Eşitlik Modellemesi İle Hasta Memnuniyeti Ölçeğinin Geliştirilmesi

Doç. Dr. Yalçın KARAGÖZ

Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,
Sayısal Yöntemler ABD
ykaragoz@cumhuriyet.edu.tr

Prof. Dr. Said KINGİR

Bartın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim ve
Organizasyon ABD
skingir@bartin.edu.tr

Uzman Fadime GÜVENDİ

Özet: Kaliteli sağlık hizmeti verebilmek için, sağlık hizmeti veren kurumların alanlarında uzman olmalarıyla birlikte, hasta ile muhatap olurken, gerekli olacak bilgiyi de elde etmiş olmaları, hasta memnuniyeti açısından önemlidir. Sağlık hizmetlerinin hastalar tarafından değerlendirilmesi, sağlık hizmetlerinde kalitenin ve hasta memnuniyetinin artmasını sağlayacaktır. Bu çalışmada; hastanelerde hastalara verilen sağlık hizmetlerinin, hastalarda meydana getirdiği memnuniyeti belirleyebilecek bir ölçek geliştirilmiştir. Ölçeği geliştirebilmek için, yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Önce açıklayıcı faktör analizi uygulanarak faktörler belirlenmiş, sonrada bulunan faktörlere doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Veriler 2014–2015 yılları arasında, Sivas ilindeki hastanelerden hizmet alan 700 hastaya yüz yüze anket yöntemi uygulanarak elde edilmiştir. Hastalara 51 sorudan oluşan, TUİK'ten alınmış hazır bir anket uygulanmıştır. Analiz SPSS 23 (AMOS 23) paket programıyla yapılmış olup elde edilen verilerin analizinde 6 boyut ve 24 sorudan oluşan bir ölçek elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yapısal Eşitlik Modellemesi, Hasta Memnuniyeti.

Development of Patient Satisfaction Scale with Structural Equation Modelling

Abstract: *In order to give high quality healthcare, healthcare providers should be expert in their field and when they are interacting with a patient they should have the necessary information as well, which are important for patient satisfaction. Evaluation of healthcare by the patients ensures increasing quality and patient satisfaction. In this study a scale was developed to determine the satisfaction aroused in the patients through the healthcare given in the hospitals. In order to develop the scale, structural equation modeling is used. Factors are identified first by applying explanatory factor analysis, and then confirmatory factor analysis is applied to these factors. Data is obtained from the face-to-face surveys applied to 700 patients who received healthcare from the hospitals in Sivas province during the 2014-2015 period. A complete survey of 51 questions which is obtained from TUIK was applied to the patients. Analysis is made with SPSS 23 (AMOS 23) package software and with this analysis a scale is obtained with 6 dimensions and 24 questions.*

Keywords: *Structural Equation Modeling, Patient Satisfaction.*

Giriş

Hasta memnuniyeti, kaliteli hizmetin önemli bir parçasıdır. Hastaların memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi, hizmet kalitesinin artırılması ve hastaların beklentileri doğrultusunda daha nitelikli hizmet sunulması bakımından önemlidir (Söylemez ve diğ., 2009: 110).

Sağlık hizmetlerinin kalitesini, verimliliğini, etkililiğini ve dolayısıyla performansını değerlendirmede kullanılan önemli kavramlardan biri de hasta memnuniyetidir. Günümüzde sağlık kuruluşları hastaların beklenti ve ihtiyaçları ile sağlık hizmetlerinden memnuniyet sonuçlarına göre hareket etmektedir. Sağlık hizmetlerinde hasta odaklı anlayışın ön plana çıkmasıyla birlikte hasta memnuniyeti ve hasta memnuniyetini değerlendirme çalışmaları önem kazanmıştır. Hasta memnuniyeti; hastaların aldıkları sağlık hizmeti veya tıbbi bakımla ilgili beklenti, deneyim ve değer yargılarını ihtiva eden ve daha çok hastaların algılamalarına dayanan bir kavramdır. Hasta memnuniyeti sağlık hizmetlerinin gelişmesinde ve değerlendirilmesinde önemli bir yere sahiptir. Hasta memnuniyeti; hastayı, çalışanları ve örgütsel sonuçları ölçmek için temel

bir ölçüt sağlamaktadır. Bu nedenle sağlık hizmetlerinde hasta memnuniyeti, performans ölçümünün önemli bir anahtarıdır. Bunun yanı sıra, hastanın sağlık hizmetlerinden memnuniyeti, sağlık hizmetlerinin nasıl sunulacağına karar verir ve hizmet kalitesini artırmak için periyodik olarak ölçülmesine ihtiyaç duyar (Yıldız ve diğ., 2015: 12-13).

Ülkemizde özel sağlık işletmelerinin sayısının her geçen gün artması, yoğun bir rekabet ortamının yaşanmasına ve doğal olarak daha kaliteli hizmet verilmesi gerekliliğini beraberinde getirmektedir. Çünkü kaliteli sağlık hizmetleri hem bireysel, hem de toplumsal yapıyı derinden etkiler. Aynı zamanda kaliteli sağlık hizmetleri bireylerin mutluluğuna, işletmelerin verimliliğine ve ülkenin kalkınmasına kadar uzanan sarmal bir ilişki ortaya çıkarır. Bu yüzden sağlık işletmelerinde sağlanan hizmetin kalitesi sadece hastalar açısından değil, devlet kurumları ve hükümetleri de ilgilendiren önemli bir konudur (Papatya ve diğ., 2012: 88)

Sağlık hizmetleri, hayati öneme sahip olan ve hata kabul etmeyen bir hizmet alanıdır. Birçok kamu hizmetiyle karşılaştırıldığında, sağlık hizmetlerinin üzerinde en fazla hassasiyetle durulması gereken hizmet alanı olduğu gerçeği ortaya çıkmakta ve sağlık hizmetlerinin olabildiğince yüksek kalitede üretilmesi kaçınılmaz bir sorumluluk olmaktadır (Derin ve diğ., 2013: 1113).

Hizmet işletmeleri, hastalarına (müşterilerine) sundukları hizmetin, niceliğini ile kalitesini belirleme ve değerlendirme imkânına sahip değildirler. Hizmet kalitesini hastanın memnuniyeti (müşteri tatmin düzeyi) belirler. Tatmin ve kalite anlayışında, hastanın başvurusundan, teşhis, tedavi ve bakım sonuçlarının alınmasına kadar geçen süreç içindeki iletişim ile davranış ve bilgilendirme faaliyetleri de önemli rol oynamaktadır (Gülmez, 2005: 148).

Hasta memnuniyeti çeşitli unsurlardan etkilenen karmaşık bir kavramdır ve kaliteli hasta bakımının da en önemli göstergelerindedir. Hasta memnuniyeti genel anlamda, verilen hizmetin hastanın beklentilerini karşılaması ya da hastaların verilen hizmeti algılamalarına dayanmaktadır. Hizmetin kalitesini temelde hastanın memnuniyet düzeyi belirlemekte ve bu süreçte hastanın başvurusundan, teşhis, tedavi ve bakım sonuçlarının alınmasına kadar geçen tüm faaliyetler önemli rol oynamaktadır. Hizmet kalitesini belirleyen unsurlar; hizmetin sunulduğu ortam, görünüm, hizmetin zamanlaması, hizmeti sunanların konularında uzman olması, hizmetin süreklilik arz etmesi, güvenilir, doğru ve esnek olması gibi unsurlardır (Kıdak ve diğ., 2008: 93)

Sağlık alanında verilen hizmetleri, hastaların değerlendirmesi, sağlık hizmetlerinde kalitenin artmasına neden olmaktadır. Sağlık alanında verilen hizmetlerin kalitesini, ölçen yöntemlerden biri de hasta memnuniyeti anketidir. Hasta memnuniyeti anketleri ile elde edilen bilgiler; hastanın beklentilerinin karşılanma düzeyini belirlemesi ve esas otoritenin hasta olduğunun ortaya çıkarılması açısından önemlidir. Sağlık hizmetlerinin değerlendirilmesinde yer alan hasta memnuniyeti; maliyetin giderek arttığı sağlık hizmetlerinde, kaynakların doğru kullanımına karar verilmesi, sağlık hizmetlerinde ileri teknolojinin kullanılması, kaliteli sağlık bakımın yaygınlaşması açısından da önemlidir (Vedsted ve diğ., 2008: 174-180; Edirne ve diğ., 2009: 137-147; Özcan ve diğ., 2008: 96-101).

1. Literatür İncelemesi

Sağlık hizmetlerinde hasta/bireyin pasif rolden aktif role geçişi 1960'ların sonlarında başlamıştır. Bu yıllarda ortaya çıkan teknolojik gelişmeler, sağlık sisteminde önemli değişikliklere neden olmuştur. Teknolojik gelişmelerle birlikte bireyler özelleşmiş profesyonellerden daha kompleks tedavi ve bakımı almaya başlamış ve bu da maliyeti arttırmıştır. Ancak var olan bu üstün teknolojiye dayalı bakımda bireyin duyguları yeterince dikkate alınmamıştır. Ayrıca toplumlarda eğitim düzeyinin artması ile daha bilgili ve verilen hizmeti eleştiren tüketiciler ortaya çıkmaya başlamıştır. Günümüzde artık hastalar giderek artan bir şekilde kendi sağlık bakımına katılmak ve karar verme sürecinde kendi durumlarının ne olduğunu öğrenmek, tanıılarını anlamak istemektedirler. Bundan dolayı verilen sağlık bakım hizmetinin kalitesi yalnızca sağlık ekibinin tanımladığı ve belirlediği boyutta görülmemektedir. Sağlık hizmetleri ile ilgili hasta memnuniyeti ilk kez 1956 yılında Amerika Birleşik Devletlerinde hemşirelik alanında değerlendirilmiştir. Son on yıldır ise özellikle Amerika ve İngiltere gibi gelişmiş ülkelerde hasta memnuniyeti sağlık bakım kalitesinin bir sonuç ölçütü olarak önemli bir yere sahiptir (Merkouris, 1999; Larsson, 1999; Walker, 1998; Williams, 1994; Akt. Yılmaz, 2001:69-70).

Sağlık hizmeti hakkı modern çağımızda en temel insani hak olarak kabul edilmektedir ve bu hakkın tam anlamı ile sunulmasında 20. yüzyılın başından itibaren çok sayıda arayış içerisine girilmiştir. Bu bağlamda birinci basamak sağlık hizmeti sağlık sorunlarına hem önleme, hem de tedavi düzeyinde sağladığı faydalar nedeni ile tartışılmaz hale gelmiştir. Giderek artan nüfus ve yaşam beklentisinin artması ile de günümüzde birinci basamak sağlık hizmetinin en kapsamlı, en az maliyet ve en etkin düzeyde sağlanması amacı ile Avrupa ve diğer birçok dünya ülkelerinde olduğu gibi Türkiye'de de birçok kez yeni

sağlık politikaları geliştirilmiş ve uygulanmıştır (Wensing ve diğ., 2002: 111-118, Akt. Kara ve diğ., 2011: 13).

Ülkemizde hasta memnuniyeti, çeşitli sağlık kurumlarında, üniversite hastanelerinde ve devlet hastanelerinde de giderek yaygınlaşmaktadır (Arslan ve diğ., 2011: 2).

2. Uygulama

2. 1. Araştırmanın Amacı

Hastaların istek ve beklentilerini karşılamak için sağlık hizmeti veren kurumların, hasta memnuniyetini etkileyen faktörleri bilmeleri, hasta memnuniyetini yükseltmek için neler yapılması gerektiğini de bilmeleri demektir. Bu sebeple, hastanelerde verilen sağlık hizmetlerinde, yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak, hastaların memnuniyetini belirleyici bir ölçek geliştirilecektir. Bu ölçekle, hastaların yaşadığı problemler ve bu problemlerin çözüm yolları ortaya konularak, hasta memnuniyetinin artırılması için, sağlık hizmeti veren kurum ve kuruluşlara bir rehber hazırlanmış olacaktır.

2. 2. Materyal ve Metot

2.2.1. Verilerin Normalliği, Güvenilirliği ve Geçerliliği

Büyük örneklem verilerinde (Pragmatik bilim adamlarına göre $n > 100$ ve daha duyarlı bilim adamlarına göre $n > 400$) test sonuçları normallik şartının sağlanmadığını gösterse de bunun pratikte çok fazla bir önemi yoktur. Böyle bir durumda histogram, kutu grafiği ve normal olasılık grafikleri incelenir. Dağılım normale yakın bir özellik gösteriyorsa, p değerinde normallik koşulunun sağlanmaması çok fazla önemli değildir (Şencan, 2005: 196). Bu çalışmada, veri sayısı 700'dür.

Ayrıca, Bartlett Testi (Bartlett Test of Sphericity) sonucunda significance (olasılık) değerinin 0.01'den küçük çıkması da, verilerin çoklu normal dağılım varsayımının sağlandığını göstermektedir (Akgül ve diğ., 2003:428, Hair ve diğ.1998:374).

Verilerin güvenilirliğini ve geçerliliğini belirlemek için, anketteki bütün maddeler için yapılan güvenilirlik testinde, Cronbach Alpha değeri 0,831 bulunduğundan, verilerin güvenilirliği çok yüksektir. Ayrıca yapısal geçerlilik

analizi için öncelikle açıklayıcı (explanatory) faktör analiz yapılmış ve ayırt edici geçerlilik için de doğrulayıcı (confirmatory) faktör analizi yapılmıştır (Bollen, 1989).

2.2.2. Materyal

Araştırmanın ana kütesini 2014-2015 yılları arasında, Sivas ilinde yer alan üç hastaneden hizmet alan hastalar oluşturmaktadır. Veriler, hastalara yüz yüze anket yöntemi uygulanarak elde edilmiştir. Anket olarak TUIK'ten alınmış hazır bir anket uygulanmış ve 700 veri toplanmıştır. Sekaran'a göre ana kütenin 10.000.000 olması durumunda örneklem büyüklüğünün 384 olması yeterlidir (Sekaran, 2003: 285; Altunışık ve diğ., 2005: 127). Veri toplamada küme örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Anket olarak TUIK'ten alınmış hazır bir anket uygulanmıştır. Veriler SPSS 23 (AMOS 23) Paket programı ile analiz edilmiştir. (SPSS programı, Cumhuriyet Üniversitesi Kampüs Lisanslıdır).

2.2.3. Metot

Analizde temel olarak yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Yapısal eşitlik modellemesi psikoloji, sosyoloji, eğitim araştırmaları, siyasal bilimler, pazarlama vb. araştırmalarında kullanılan bir tekniktir (Dow vd., 2008: 106). Temel olarak faktör analizi ve regresyon analizinin birleşimidir. Teorik modele göre oluşturulan tahmini kovaryans matrisinin, gözlenen verilerin kovaryans matrisine uygunluğunu test eder (Hox-Bechger, 1995: 356). Yapısal eşitlik modellemesini, diğerinden ayıran iki temel özellik vardır (Hair vd., 1998: 584): birincisi, çoklu ve karşılıklı bağımlı ilişkiler tek bir analizde test edilir. Yani, bütün ilişkiler aynı anda test edilir. İkincisi, gösterge değişkenlerinin mükemmel olarak ölçülemeyeceği kabul edilir ve göstergelerin hata varyansları da hesaplamalara dâhil edilir.

2.2.3.1. Yapısal Eşitlik Modellemesi

Yapısal eşitlik modellemesi psikoloji, sosyoloji, eğitim araştırmaları, siyasal bilimler, pazarlama vb. araştırmalarında kullanılan bir tekniktir (Dow ve diğ., 2008: 106). Temel olarak faktör analizi ve regresyon analizinin birleşimidir. Teorik modele göre oluşturulan tahmini kovaryans matrisinin, gözlenen verilerin kovaryans matrisine uygunluğunu test eder (Hox-Bechger, 1995: 356). Yapısal eşitlik modellemesini, diğerinden ayıran iki temel özellik vardır (Hair ve diğ., 1998: 584): birincisi, çoklu ve karşılıklı bağımlı ilişkiler tek bir analizde test edilir. Yani, bütün ilişkiler aynı anda test edilir. İkincisi, gösterge değişkenlerinin

mükemmel olarak ölçülemeyeceği kabul edilir ve göstergelerin hata varyansları da hesaplamalara dâhil edilir.

Yapısal eşitlik modellerinin bilimsel çalışmalarda çokça kullanılıyor olmasının temel nedeni, verilen bir modeldeki gözlenen değişkenlere (hem bağımlı hem bağımsız) ilişkin ölçüm hatalarını açıkça hesaba katan bir yöntem olmasından kaynaklanmaktadır. Yapısal eşitlik modellerinin aksine, geleneksel regresyon analizinde açıklayıcı değişkenlerdeki olası ölçüm hataları göz ardı edilmektedir. Bu nedenle de regresyon analizi sonuçları yanlış ve yanıltıcı sonuçlar verebilmektedir. Ölçüm hatalarının üstesinden gelmesinin yanı sıra yapısal eşitlik modelleri ayrıca araştırmacıların çok değişkenli kompleks modeller geliştirmesi, tahmin etmesi ve test etmesine de olanak sağlamakta ve verilen modeldeki değişkenlerin direkt ve dolaylı etkilerini de dikkate almaktadır. Direkt ve dolaylı etkilerin kombinasyonu açıklayıcı değişkenin bağımlı değişken üzerindeki toplam etkisini ortaya koymaktadır (Bayram, 2013: 1)

YEM, sahip olduğu bazı özellikler bakımından klasik çok değişkenli istatistiksel yöntemlerden farklılaşmaktadır. İlk olarak YEM, diğer istatistiksel yöntemlerden farklı olarak, keşfedici bir yaklaşım yerine, doğrulayıcı bir yaklaşımı benimsemektedir. Dolayısıyla YEM'in dışındaki birçok istatistiksel yöntem veri seti üzerindeki ilişkileri keşfetmeye çalışırken; YEM, kuramsal olarak varlığı kurulmuş olan ilişkilerin veri ile uyumunu doğrulamaktadır. Bu haliyle YEM'in, hipotez testleri için diğer yöntemlerden daha başarılı olduğu söylenebilir. İkinci olarak geleneksel çok değişkenli yöntemler ölçüm hatasının hesaplanması ya da düzeltilmesi için herhangi bir yeteneğe sahip değilken; YEM, hata hesaplamalarında oldukça net sonuçlar ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, geleneksel yöntemler ölçüm hatalarını ayrı ayrı ele alırken, YEM tüm çözümlenemelerde ölçüm hatalarını açıkça hesaba katmaktadır. Üçüncü olarak, geleneksel yöntemler analizlerde sadece gözlemlenebilen değişkenler üzerinden işlem yapabilirken; YEM, aynı model içerisinde hem gözlenebilen hem de gözlenemeyen değişkenler üzerinden test yapabilmektedir. Son olarak, günümüzde, hem gözlenen hem gözlenemeyen değişkenlerin aynı anda test edilebildiği, doğrudan ve dolaylı çoklu ilişkilerin ya da ardışık dolaylı ilişkilerin ölçülebildiği YEM'den daha iyi veya daha çok kabul gören bir metod bulunmamaktadır. Tüm bu özellikler ise YEM'i, günümüzde oldukça popüler bir yöntem haline getirmiştir. (Meydan ve diğ., 2015: 1).

Yapısal eşitlik modelleri; yol analizi, doğrulayıcı faktör analizi, yapısal eşitlik (regresyon) ve gizli büyüme eğrisi modelleri olmak üzere dört başlık altında incelenebilir. Bu çalışmada doğrulayıcı faktör analizi kullanılacaktır.

2.2.3.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Önceden oluşturulan bir model aracılığıyla gözlenen değişkenlerden yola çıkarak gizli değişken (faktör) oluşturmaya yönelik bir işlemdir. Genellikle ölçek geliştirme ve geçerlilik analizlerinde kullanılmakta veya önceden belirlenmiş bir yapının doğrulanmasını amaçlamaktadır. Çok sayıda gözlenen veya ölçülen değişken tarafından temsil edilen gizli yapıları içeren, çok değişkenli istatistiksel analizleri tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi, açıklayıcı faktör analizi ile belirlenen faktörlerin, hipotez ile belirlenen faktör yapılarına uygunluğunu test etmek üzere yararlanılan faktör analizidir. Açıklayıcı faktör analizi, hangi değişken gruplarının hangi faktör ile yüksek düzeyde ilişkili olduğunu test etmek için kullanılırken, belirlenen k sayıda faktöre katkıda bulunan değişken gruplarının bu faktörler ile yeterince temsil edilip edilmediğinin belirlenmesi için doğrulayıcı faktör analizinden faydalanılır (Aytaç ve diğ., 2010: 16). Özetle, yapısal eşitlik modellerinde teoride var olan kavramsal model, veri yardımı ile test edilmeye çalışılır. Doğrulayıcı faktör analizi, genellikle ölçek geliştirme ve geçerlilik analizinde kullanılır ve önceden belirlenmiş bir yapının doğruluğunu belirlemeyi amaçlar.

Doğrulayıcı faktör analizinde modeller; birinci düzey (first-order), ikinci düzey (second-order), üçüncü-düzyey, dördüncü-düzyey, ..., yüksek-düzyey (higher-order) olarak ele alınmaktadır.

2.2.3.3. Uyum İndeksleri

Önceden belirlenen modellerin (predefined), veriyi ne kadar iyi açıkladığı uyum istatistikleri ile belirlenir. Modellerin uyumunu test eden birden fazla uyum istatistiği (fit statistic) vardır. Bu uyum istatistikleri, ileri sürülen modellerin parametreleri ile örnek verilerden elde edilen istatistiklerin uygunluğunu test etmektedirler. Eğer model verilere uymuyorsa reddedilir. İleri sürülen model reddedilemiyorsa model gözlenen verilerin altında yatan nedensel yapıyı açıklama yeteneğine sahiptir (Özdamar, 2010: 251-252).

Ki kare testi ile modelin genel uyumuna bakılır. Model uyumunun belirlenmesinde, başlangıç uyum indeksi olarak ki-kare uyum iyiliği indeksine (chi-square goodness of fit) bakılır. Ki-kare testi veriyle model arasındaki

uyumun testidir. Ki karenin anlamlı olmaması ve $CMIN/DF = \chi^2 / sd \leq 5$ olması modelin uyumluluğunu gösterir. Ki kare uyum iyiliği indeksi ile birlikte, Artırmalı Uyum İndeksi (Incremental Fit Index, IFI), Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index, CFI), Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation, RMSEA), İyilik Uyum İndeksi (Goodness Of Fit Index, GFI), Ortalama Hataların (Kalıntıların) Karekökü (Root Mean Square Residual, RMR) de sık kullanılmaktadır. Aşağıda, uyum değerleri ve uyum aralıkları özetlenmiştir (Schermelleh ve diğ., 2003).

Tablo 1: Uyum İndeksleri

Model Uyum Kriteri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2 Uyum testi	$0,05 < p \leq 1$	$0,01 < p \leq 0,05$
CMIN/SD	$\chi^2 / sd \leq 3$	$\chi^2 / sd \leq 5$
IFI	$0,95 \leq IFI$	$0,90 \leq IFI$
CFI	$0,97 \leq CFI$	$0,95 \leq CFI$
RMSEA	$RMSEA \leq 0,05$	$RMSEA \leq 0,08$
GFI	$0,90 \leq GFI$	$0,85 \leq GFI$
RMR	$0 < RMR \leq 0,05$	$0 < RMR \leq 0,08$

Analizlerde hangi uyum indekslerinin değerlendirileceğine dair kesinlik yoktur. Bununla birlikte genel olarak ki-kare, CMIN/DF, CFI, GFI, RMSEA vb. indeksi değerleri verilmektedir.

2.2.3.4. Açıklayıcı (Exploratory) Faktör Analizi

Özellikle psikoloji, sosyal bilimler, eğitim bilimleri, siyaset bilimi ve uluslararası ilişkiler, iktisat, iktisadi kalkınma ve şehircilik, sosyoloji, biyoloji, jeoloji, tıp, işletmecilik (piyasa araştırması, özellikle tüketici ve reklam araştırmalarında) gibi alanlarda, birimlerin çok sayıdaki birbirleriyle ilişkili özellikleri arasında, birlikte ele alınabilen, birbirleriyle ilişkisiz fakat bir oluşumu (olayı, fenomeni) açıklamakta yararlanılabilecek olanlarını bir araya toplayarak (gruplayarak) yeni bir isimle faktör olarak tanımlamayı sağlayan, yaygın kullanımı olan bir yöntemdir (Kline, 1993: 1; Tavşancıl, 2002: 47; Karagöz, 1991: 20-21; Özdamar, 2002: 235). Açıklayıcı faktör analizi; çok sayıda değişkeni, belirli gruplara ayırarak, grup içindeki değişkenler arasındaki ilişkiyi

maksimum, gruplar arasındaki ilişkiyi ise minimum yaparak, grupları yeni değişkenlere dönüştüren bir analiz türüdür. Oluşturulan bu yeni değişkenlere faktör adı verilir. Açıklayıcı faktör analizi ile değişkenlerin sayısı azalmaya ve değişkenler arası ilişkilerden faydalanılarak yeni yapılar ortaya çıkartmaya çalışılır.

Açıklayıcı faktör analizinde; verilerin çoklu normal dağılımdan gelip gelmediğini belirlemek Bartlett Testi (Bartlett Test of Sphericity) yapılır. Verilerin çoklu normal dağılımdan gelme varsayımlarının sağlanması için significance (olasılık) değerinin 0,05'ten küçük olması gerekir (Akgül ve diğ., 2003:428, Hair ve diğ., 1998:374). Veri yeterliliğini belirlemek içinde Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) testi yapılır. KMO, testinde bulunan değer 0,50'nin altında ise kabul edilemez, 0,50 zayıf, 0,60 orta, 0,70 iyi, 0,80 çok iyi, 0,90 mükemmeldir (Sharma, 1996:116; Tavşancıl, 2002: 50; Altunışık ve diğ., 2005:217; Nakip, 2003:408-409). Rotasyon yöntemleri içinde varimax, quartimax equamax, en yaygın kullanılanlardır. Bu çalışmada varimax yöntemler tercih edilecektir. Varimax yöntemi ile basit yapıya ve anlamlı faktörlere ulaşmada faktör yükleri matrisinin sütunlarına öncelik verilir. Bu yöntemle daha az değişkenle faktör varyanslarının maksimum olması sağlanacak şekilde döndürme yapılır (Tavşancıl, 2002: 50; Kline ve diğ., 1994: 62). Ayrıca, varimax olmadan faktör skor katsayılarına ulaşmak mümkün olmamaktadır (Nakip, 2003:413).

2.2.3.5. Açıklayıcı (AFA) ve doğrulayıcı (DFA) faktör analizlerinin karşılaştırılması

Açıklayıcı faktör analizi; çok sayıda değişkeni, belirli gruplara ayırarak, grup içindeki değişkenler arasındaki ilişkiyi maksimum, gruplar arasındaki ilişkiyi ise minimum yaparak, grupları yeni değişkenlere dönüştüren bir analiz türüdür. Oluşturulan bu yeni değişkenlere faktör adı verilir. Açıklayıcı faktör analizi ile değişkenlerin sayısı azalmaya ve değişkenler arası ilişkilerden faydalanılarak yeni yapılar ortaya çıkartmaya çalışılır. Faktör analizi ile değişkenlerin sayısı azalmaya ve değişkenler arası ilişkilerden faydalanılarak yeni yapılar ortaya çıkartmaya çalışılır.

Açıklayıcı faktör analizinde, değişkenler arası ilişkilerden faydalanılarak faktörler ortaya çıkarılırken, doğrulayıcı (confirmatory) faktör analizinde, oluşturulmuş faktörlerin doğruluğu test edilir. Yani, doğrulayıcı faktör analizi; açıklayıcı faktör analizi ile elde edilen faktörler ile değişkenler arasında yeterli düzeyde ilişki olup olmadığı, faktörler birbirinden bağımsız olup olmadığı,

belirlenen faktörlerin orijinal yapıyı açıklamakta yeterli olup olmadığı, değişkenler faktörler arasında doğru ilişki kurulup kurulmadığı test edilir.

Açıklayıcı (keşfedici, exploratory) faktör analiz ile değişkenler arasındaki ilişkiler göz önüne alınarak faktörler belirlenir. Doğrulayıcı faktör analizinde ise değişkenler arasındaki ilişkiler, daha önce belirlenmiş bir model ya da hipotez ile test edilir.

Açıklayıcı faktör analizi, yeni oluşturulan ölçeklerin güvenilirliğini ve yapı geçerliğini test eder. Ölçekteki gözlenen değişkenler arasındaki ilişkilerden faydalanarak, gözlenemeyen daha az faktörle ifade edilen bir yapıya ulaşmayı amaçlamaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi ise daha önce ortaya çıkarılmış yapıların, araştırmanın yapıldığı örnekleme de benzer olup olmadığını test eder.

3. Analiz ve Bulgular

Verilere önce açıklayıcı faktör analizi uygulanarak faktörler belirlenmiş, sonrada bulunan faktörlere doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır.

3.1. Açıklayıcı Faktör Analizinin Bulguları

51 soruluk anket verilerine (Ek 1) açıklayıcı faktör analizi uygulanmış ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 2: KMO ve Bartlett's Test Sonucu

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,846
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	6459,631
	df	378
	Sig.	,000

KMO katsayısı 0,846 olduğundan sonuç mükemmeldir. Bu sebeple, araştırmadaki örnek büyüklüğü yeterlidir. Bartlett Testi (Bartlett Test of Sphericity) sonucunda significance (olasılık) $p(\text{sign.}) = 0,000 < 0,01$ olduğundan, veriler çoklu normal dağılım varsayımını sağlamakta (Akgül ve diğ., 2003:428; Hair ve diğ., 1998:374) ve faktör analizinin yapılabiliğini teyit etmektedir.

Açıklayıcı faktör analizi ile oluşturulan faktörler, aşağıdaki dönüşümlü faktör yükleri (rotated component matrix) tablosunda verilmiştir.

Tablo 3: Açıklayıcı Faktör Analizi İle Oluşturulan Faktörler

Faktör 1: Sağlık Personelinin Değerlendirilmesi	
Muayene olduğunuz sağlık personeli güler yüzlü müydü?	,826
Muayene olduğunuz sağlık personeli sorumluluk sahibi miydi?	,805
Muayene olduğunuz sağlık personeli güvenilir miydi?	,783
Muayene olduğunuz sağlık personeli saygılı mıydı?	,776
Muayene olduğunuz sağlık personeli tecrübeli miydi?	,739
Faktör 2: Muayene Olunan Doktorun Değerlendirilmesi	
Muayene olduğunuz doktorunuz güvenilir miydi?	,750
Muayene olduğunuz doktorunuz tecrübeli miydi?	,705
Muayene olduğunuz doktorunuz saygılı mıydı?	,686
Muayene olduğunuz doktorunuz güler yüzlü müydü?	,578
Faktör 3: Muayene Olunan Hemşirenin Değerlendirilmesi	
Muayene olduğunuz hemşireniz saygılı mıydı?	,831
Muayene olduğunuz hemşireniz sorumluluk sahibi miydi?	,791
Muayene olduğunuz hemşireniz güvenilir miydi?	,781
Muayene olduğunuz hemşireniz güler yüzlü müydü?	,748
Faktör 4: Doktorla İletişiminin Değerlendirilmesi	
Doktorunuza soru sorduğunuzda anlayacağınız şekilde yanıt aldınız mı?	,729
Tedavi sürecini düşündüğünüzde, endişelerinizi, korkularınızı, şikâyetlerinizi doktorunuzla rahatça(dostça) paylaşabildiniz mi?	,698
Siz ve yakınlarınız tarafından hastalığınız ile ilgili yapılan açıklamaları doktorunuz yeterince dinledi mi?	,690
Doktorunuz tedavinizle ilgili kararları sizinle paylaştı mı?	,652
Faktör 5: Sağlık Binalarının Değerlendirilmesi	
Sağlık kurumunda temizlik/hijyen nasıldı?	,744
Sağlık kurumunun bekleme/oturma salonlarında yeteri kadar oturulacak yer var mıydı?	,674
Sağlık kurumunun kokusu nasıldı?	,672
Sağlık kurumunda genel olarak huzurlu ve sakin bir ortamla karşılaştım diyebiliyor musunuz?	,659
Faktör 6: Hastaneden Taburcu Olan Hastalara Muhtemel Durumlar İçin Bilgi Verilmesi Durumunun Değerlendirilmesi	
Evinizde sağlığınız veya tedavinizle ilgili gözlenebilecek olası tehlikeli durumların neler olabileceği konusunda, hastane personeli tarafından uyarıldınız mı?	,776
Evinizde almanız gereken ilaçların olası yan etkileri konusunda sağlık görevlileri size veya yakınlarınıza bilgi verdi mi?	,691
Evinizde almanız gereken ilaçlar konusunda sağlık görevlileri tarafından anlayabileceğiniz şekilde size veya yakınlarınıza bir açıklama yapıldı mı?	,655

Elde edilen rotasyonlu (dönüşümlü) faktör yüklerine göre ölçek, 24 soruyu içeren 6 faktörden oluşmuştur. Faktörlerdeki maddelerin taşıdıkları anlam dikkate alınarak, faktörlere isim verilmiştir.

3.2. Doğrulayıcı Faktör Analizinin Bulguları

Açıklayıcı faktör analizi ile belirlenen faktörlere, doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Model uyumu (model fit) için, model ile veri arasındaki uyumu test ederken, uyum iyiliği testlerinden birkaçı kullanılabilir gibi, hepsinin de kullanılması tercih edebilir (Schumacker, 2006: 120). Bu uyum iyiliği istatistiklerinden hangisinin kullanılacağına dair literatürde tam bir uzlaşma bulunmamaktadır (İlhan ve diğ., 2014: 30-31). Model uyumu (model fit) için genel olarak bakılan değerler; χ^2 / df , GFI, CFI, IFI, AGFI, RMR ve RMSEA değerleridir. Raporlanan değerler araştırmacının dikkat çekmek istediği değerlere göre değişebilmektedir. Oluşturulan model ile ilgili uyum değerleri aşağıda verilmiştir.

Tablo 4: CMIN/DF Uyum Değerleri

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Standart model	63	678,184	237	,000	2,862
Doymuş Model	300	,000	0		
Bağımsız Model	24	5716,728	276	,000	20,713

Tablo 5: RMR Uyum Değerleri

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Standart model	,025	,923	,903	,730
Doymuş Model	,000	1,000		
Bağımsız Model	,120	,441	,393	,406

Tablo 6: CFI Uyum Değerleri

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Standart model	,881	,862	,919	,906	,919
Doymuş Model	1,000		1,000		1,000
Bağımsız Model	,000	,000	,000	,000	,000

Tablo 7: RMSEA Uyum Değerleri

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Standart model	,052	,047	,056	,275
Bağımsız Model	,168	,164	,172	,000

$\chi^2 / df = 2,862 < 5$, $RMR = 0,025 < 0,08$, $0,85 < GFI = 0,923$,
 $0,90 < AGFI = 0,923$, $0,90 < IFI = 0,919$, $0,90 < CFI = 0,919$,
 $RMSEA = 0,052 < 0,08$ uyum değerlerine göre model, verilere mükemmel uyum göstermektedir. Dolayısıyla, açıklayıcı faktör analizi ile bulunan memnuniyet ölçeğinin geçerliliği, doğrulayıcı faktör analizi ile de teyit edilmiştir.

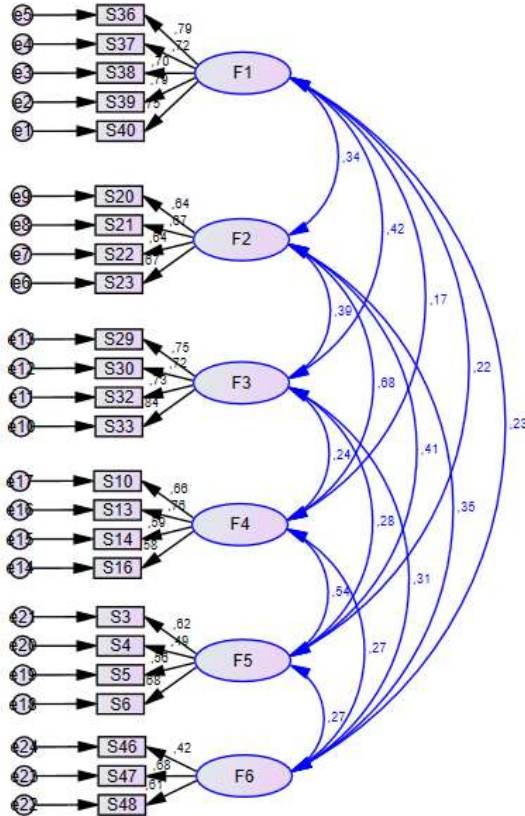
Aşağıdaki tabloda standardize edilmiş regresyon katsayıları (standardized regression weights) verilmiştir. Regresyon değerleri, gözlenen değişkenlerin, gizli değişkenleri tahmin etme gücünü, yani faktör yüklenimlerini gösterir. Aşağıdaki her ikili ilişki için “p” değerleri 0,01’ten küçük olduğu için, faktör yüklenimleri önemlidir. Faktör yüklenimlerinin önemli çıkması maddelerin, faktörlere doğru yüklendiği göstermiştir. Ayrıca, regresyon katsayıları oldukça yüksek çıkmıştır.

Tablo 8: Standardize Edilmiş Regresyon Katsayıları

Standardize Edilmiş Regresyon Katsayıları	Tahmin
SORU 23 <--- F1	,667
SORU 22 <--- F1	,643
SORU 21 <--- F1	,672
SORU 20 <--- F1	,642
SORU 33 <--- F2	,839
SORU 32 <--- F2	,733
SORU 30 <--- F2	,716
SORU 29 <--- F2	,755
SORU 16 <--- F3	,580
SORU14 <--- F3	,593
SORU13 <--- F3	,756
SORU10 <--- F3	,664
SORU 6 <--- F4	,676
SORU 5 <--- F4	,560
SORU 4 <--- F4	,489

Standardize Edilmiş Regresyon Katsayıları	Tahmin
SORU 3 <--- F4	,616
SORU 48 <--- F5	,608
SORU 47 <--- F5	,675
SORU 46 <--- F5	,423
SORU 40 <--- F6	,749
SORU 39 <--- F6	,792
SORU 38 <--- F6	,701
SORU 37 <--- F6	,719
SORU 36 <--- F6	,785

Doğrulayıcı faktör analizi ile elde edilen uygun modelin diyagramı aşağıda verilmiştir.



Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada; Sivas ilindeki hastanelerde hastalara verilen sağlık hizmetlerinin, hastalarda meydana getirdiği memnuniyeti belirleyebilecek bir ölçek geliştirilmiştir. Ölçeği geliştirebilmek için, yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Önce açıklayıcı faktör analizi uygulanarak faktörler belirlenmiş, sonrada bulunan faktörlere doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır.

Açıklayıcı faktör analizi elde edilen rotasyonlu (dönüşümlü) faktör yüklerine göre ölçek, 24 soruyu içeren 6 faktörden oluşmuştur. Faktörlerdeki maddelerin taşıdıkları anlam dikkate alınarak, faktörlere isim verilmiştir.

Açıklayıcı faktör analizi ile belirlenen faktörlere, doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Elde edilen model uyum (model fit) değerlerine göre model, verilere mükemmel uyum gösterdiği belirlenmiştir. Dolayısıyla, açıklayıcı faktör analizi ile bulunan memnuniyet ölçeğinin geçerliliği, doğrulayıcı faktör analizi ile de teyit edilmiş ve bulunan ölçeğin hasta memnuniyetini ölçmek için kullanılabilmesine karar verilmiştir.

Bu çalışmanın içeriğinin geliştirilmesi, özel, devlet ve üniversite hastaneleri için ayrı ayrı uygulama yapılması ve bu çalışmanın ülke genelinde yaygınlaştırılması, daha kaliteli bir ölçeğin elde edilmesi açısından önemlidir.

KAYNAKÇA

AKGÜL, A. ve O. Çevik, (2003), İstatistiksel Analiz Teknikleri, Emek Ofset, Ankara.

ALTUNIŞIK, R., R. Coşkun, S. Bayraktaroğlu, E. Yıldırım, (2005), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Sakarya Kitabevi, Sakarya.

ARSLAN, Ç. ve M. Kelleci, (2011), Bir Üniversite Hastanesinde Yatan Hastaların Hemşirelik Bakımından Memnuniyet Düzeyleri Ve İlişkili Bazı Faktörler, Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi, 14: 1.

AYTAÇ, M. ve B. Öngen, (2012), "Doğrulayıcı faktör analizi ile yeni çevresel paradigma ölçeğinin yapı geçerliliğinin incelenmesi". İstatistikçiler Dergisi 5.

BAYRAM, N., (2013), Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş, Ezgi Kitabevi Yayınları, Ankara.

BOLLEN, K.A. (1989), Structural Equations with Latent Variables, Wiley Interscience Publication, J. Wiley & Sons: New York.

DERİN, N., E.T. Demirel, (2013), Scale Development Study Aimed At Patient Satisfaction Which Is The Quality Indicator In Medical Services, The Journal Of Academic Social Science Studies (JSSS), International Journal Of Social Science, Volume 6, Issue 2.

DOW, K.E., C. Jackson, J. Wong ve R.A. Leitch (2008), "A Comparison Of Structural Equation Modeling Approaches: The Case Of User Acceptance Of Information Systems" Journal Of Computer Information Systems, Summer.

EDİRNE, T., D. K. Avcı ve B. Atmaca, Van ilinde birinci basamakta hasta memnuniyeti: Ankete dayalı kesitsel çalışma, Türk Aile Hek Derg, 2009, 13(3).

GÜLMEZ, M., (2005), Sağlık Hizmetlerinde Memnuniyet Ölçümü ve Cumhuriyet Üniversitesi Araştırma Hastanesi'nde Ayakta Tedavi Gören Hastalara Yönelik Bir Uygulama, C.Ü. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 6, 2005, Sayı 2.

HAİR, J.F., R.E. Anderson, R.L. Tahtam ve W.C. Black (1998), Multivariate Data Analysis, Prentice Hall International Inc., New Jersey.

HOX, J.J. ve T.M. Bechger (1995), An Introduction to Structural Equation Modeling, Family Science Review, 11.

KARA, İ.H., T. Bahçebaşı, S. Sayın, A. Yılmaz ve A. Çeler, (2011), Düzce İlinde Birinci Basamakta Sağlık Hizmeti Alan Hastaların Aile Hekimi ve Muayenehanesi Hakkındaki Görüşlerinin Belirlenmesi, Konuralp Tıp Dergisi 2011, 3(2), s. 9-15, e-ISSN1309.3878.

KARAGÖZ, Suat (1991), Faktör Analizi Tekniği Kullanarak Üniversite Öğrencilerinin Gazete Tercihinde Etkin Faktörlerin Belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

KIDAK, L. B., M. Aksaraylı, (2008), Yatan Hasta Memnuniyetinin Değerlendirilmesi ve İzlenmesi: Eğitim ve Araştırma Hastanesi Uygulaması, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 10, Sayı 3.

KLİNE, P., (1994), An Easy Guide To Factor Analysis, Routledge, London.

MEYDAN, C.H. ve H. Şeşen, (2015), Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları, Seçkin Yayınevi, Ankara.

NAKİP, M., (2003), Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

ÖZCAN, M., V. Özkaynak ve İ. Toktaş, Silvan Devlet Hastanesi'ne başvuran kişilerin memnuniyet düzeyleri, Dicle Tıp Dergisi, 2008, 35(2).

ÖZDAMAR, K., (2010), Pasw ile Biyoistatistik, Kaan Kitabevi, Eskişehir.

ÖZDAMAR, K., (2002), Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi, Kaan Kitabevi, Eskişehir.

PAPATYA, G., N. Papatya ve A. B. Hamşioğlu, (2012), Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Hasta Memnuniyeti: İki Özel Hastanede Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 2, Sayı 1.

SCHERMELLEH-ENGEL, K. and H. Moosbrugger, (2003), Evaluating The Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures, Methods of Psychological Research Online, Vol:8.

SCHUMACKER, R. E., (2006), Conducting Specification Searches With Amos, Structural Equation Modeling, 13 (1).

SEKARAN, U., (2003), Research Methods for Business: A Skill Building Approach, 4th Edition, John Wiley, New York.

SHARMA, S., (1996), Applied Multivariate Techniques, Jhonn Wiley & Sons Inc.; 116, New York. (Lewis-Beck Vd. 1994:112-113)

SÖYLEMEZ, H., vd., (2009), Üroloji Poliklinik Hastalarında Üriner Sistem Ultrasonografisinin Hasta Memnuniyeti Üzerine Etkisi, Dicle Tıp Dergisi, 36(2).

ŞENCAN, H., (2005), Güvenilirlik ve Geçerlilik, Seçkin Yayınevi, Ankara.

TAVŞANCIL, Ezel (2002), "Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi" Nobel Yayıncılık, Ankara.

TÜİK, Sağlık Hizmetleri Memnuniyeti Araştırması 2006, 2007, Ankara.

VEDSTED, P., I. Sokolowski, HN Heje, Data quality and confirmatory factor analysis of the Danish EUROPEP questionnaire on patient evaluation of general practice, Scand J Prim Health Care, 2008, 26.

WENSİNG. M., P. Vedsted, J. Kersnik ve Et Al, (2002), Patient Satisfaction With Availability Of General Practice: An İnternational Comparison, Int J Qual Health Care, 14(2).

YILDIZ, S. ve F. Yalman, (2015), Sağlık İşletmelerinde Yalın Uygulamalar Üzerine Genel Bir Literatür Taraması, Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi, Cilt 1, Sayı 1.

YILMAZ, M., (2001), Sağlık Bakım Kalitesinin Bir Ölçütü : Hasta Memnuniyeti, C. Ü. Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi, 2001, 5 (2).

Müşteri Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma: Umre Seyahatleri Örneği⁵

Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN

Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi,
Turizm İşletmeciliği Bölümü
bzengin@sakarya.edu.tr

Muhammet TAŞ

Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
muhammed.tas3@ogr.sakarya.edu.tr

Özet: Günümüzde manevi tatmin amacıyla Hac ve Umre seyahatlerine olan talep giderek artmaktadır. Artan talep ile birlikte ülkemizdeki hac ve umre seyahatleri düzenleyen firmaların müşteri memnuniyetine yeterince önem verip vermediği hususu da tartışılmaya başlanmıştır. Bu araştırmanın ana amacı ülkemizde genelde dini turizm, özelde umre seyahatleri düzenleyen firmaların müşteri memnuniyetine önem verip vermediğini tespit etmek ve çözüm önerileri getirmektir. Bu kapsamda müşteri memnuniyetini ölçmek için nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniğinden yararlanılmıştır. Veri toplamak amacıyla kasti örnekleme yöntemi ile seçilen evrenden 466 örnekleme ulaşılmıştır. Anketlerden elde edilen veriler SPSS 22.0 paket programı ile Frekans Analizi, Faktör Analizi ve Bağımsız İki Grup Arası Fark Testlerine tabi tutularak inaç

⁵ Bu çalışma; Sakarya Üniversitesi SBE-Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında 2015 yılında kabul edilen 393686 nolu "İnaç Turizmi Kapsamında Umre Seyahatlerine Katılan Müşterilerin Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma" adlı yüksek lisans tez çalışmasından yararlanılarak hazırlanmıştır.

turizmi amaçlı umre seyahatlerine katılan müşterilerin memnuniyet düzeyleri çeşitli açılardan analiz edilmeye çalışılmıştır.

Sonuç olarak Frekans Analizinde ankete katılanların en az varış ülkesindeki görevlilerin davranış ve tutumları ile Mekke otellerinin temizliğinden, en fazla Medine'deki otellerin verdikleri konaklama hizmetlerinden ve rehberlik hizmetlerinden memnun kaldıkları anlaşılmaktadır. Faktör analizi sonucunda 3 faktör boyutu ortaya çıkmıştır. Bunlar; "Personel Hizmetleri ve Rehberlik", "Mekke'de Verilen Hizmetler" ve "Medine'de Verilen Hizmetler"dir. Bağımsız iki grup arası farkların testi sonuçlarına göre ise umre organizasyonlarında müşteri memnuniyeti üzerinde oluşan 3 faktör boyutunun da eğitim seviyelerinde istatistiki açıdan anlamlı bir fark olduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, İnanç Turizmi, Umre Organizasyonu, Müşteri Memnuniyeti.

A Study on Customer Satisfaction: Example of Umrah Travelling

Abstract: *Nowadays, Hajj and Umrah travelling are constantly increasing. With increasing demand in our country, it is being started to discuss whether the tourism agency care customer satisfaction or not. This study's aim is to determine and to find solutions about the agencies that organize faith tourism in generally and Umrah activity in private sector in our country.*

For the purpose of to collect data, we reached the 466 samples from the universe selected by sampling method. The data obtained from the Survey were analyzed in SPSS 22.0 package program as Frequency Analysis, Factor Analysis and Individual Differences between the two groups and were analyzed the customer satisfaction of the people, that participating in the Umrah trips for the purpose of faith tourism.

As a result, it's understood in the Frequency Analysis that, the respondents are the most satisfied with the accommodation and guidance services of the hotels in Medina and the least satisfied with the attitudes and behavior of officials in Arabia and the cleanliness of the hotels in Mecca. As a result of the Factor analysis has appeared the 3 Factors. These are: Personnel Services and Guidance, Services provided in Mecca and Services provided in Medina. And according to the results of Testing of Differences between Two Independent Groups has appeared a significant difference.

Keywords: *Tourism, Faith Tourism, Umrah Organization, Customer Satisfaction,*

Giriş

İslam inancına göre insan bir yolcudur. İnsanın bu yolculuğu, çocukluktan gençliğe, gençlikten orta yaşlılığa ve nihayetinde ihtiyarlığa, ihtiyarlıktan da kabre, kabirden haşre, haşirden ebede kadar devam eder (Nursi, 2010: 223). Bu açıdan bakıldığında, insan yaratılışı itibarıyla dünyaya turist olarak gönderilmiştir. Turist olmak demek, insanın alışkanlık nazarını kaldırarak dikkatle, temiz bir bakışla ve çocuksu bir merakla kâinata bakması demektir (Batman, 2013). Bugün büyük bir titizlikle yeryüzüne gönderilen önceki kavimlerin geride bırakmış olduğu, şehir, saray, han, kervansaray gibi tarihi kalıntıları ve harabeleri birer ibret vesikası olarak gezilip görülmesini ve günümüzde az sayıda bulunan tabiat güzelliklerinin ziyaret edilerek tefekkür edilmesini Kur'an teşvik etmektedir. Yani doğa güzelliklerinin Yaratıcıyı düşünmeye ve ona teslim olmaya sevk edeceği, bu nedenle de tabiat harikası olan yerlerin gezilip görülmesi yüce Allah tarafından istenmektedir. Kur'an-ı Kerim'in birçok ayetinde Allah (c.c.) çeşitli kazanımlar için insanı yeryüzünde seyahat etmeye, gezip-görmeye, dolaşip-öğrenmeye teşvik etmektedir (Şimşir, 2013: 1208-1211). Her sanat sanatkârını göstermesi sırrıyla kâinata var olan eserlerin sanatkârını ve sahibini göstereceğini ve kâinata ibret nazarıyla bakıldığında Kâinatın sanatkârının görüleceğini ve bununda seyahat etmekle yani turizm faaliyeti içerisinde bulunmakla gerçekleşeceğini, Kur'an' da geçen ayetler şöyle ifade etmektedir.

- *“Deki, yeryüzünde gezip dolaşın da Allah ilk baştan nasıl yaratmış bir bakın. İşte Allah bundan sonra ahiret hayatını da yaratacaktır. Gerçekten Allah her şeye kâdirdir (Ankebut suresi, 20)”*
- *“Görmediler mi ki, onlardan önce yeryüzünde size vermediğimiz bütün imkânları kendilerine verdiği-miz, gökten üzerlerine bol bol yağmurlar indirip evlerinin altından ırmaklar akıttığımız nice nesilleri helak ettik. Biz onları günahları sebebiyle helak ettik ve onların ardından başka nesiller yarattık (En'am suresi, 6.)”*
- *“...şimdi o ülkelerde duvarlar tavanların üzerine yıkılmıştır. Nice kullanılmaz hale gelen kuyular ve ıssız kalmış ulu saraylar vardır. Yeryüzünde hiç dolaşmadılar mı? Zira dolaşsalardı elbette düşünecek kalpleri ve işitecek kulakları olurdu. Ama gerçek şu ki, gözler kör olmaz ama göğüslerin içindeki kalpler kör olur (Hac, 22/45-46.)”*
- *“Onlar yeryüzünde dolaşip kendilerinden öncekilerin akıbetlerine bakmadılar mı? Ki onlar, kendilerinden daha güçlü idiler, yeryüzünü kazıp alt-üst etmişler, onu bunların imar ettiklerinden daha çok imar etmişlerdi... (Rûm, 30/9)”*

Bu hususta Hz. Peygamberin de seyahat etmeyi teşvik eden hadis-i şerifleri olduğu gibi nasıl, ne şekilde, ne zaman ve hangi koşullarda yolculuk yapılacağını da aşağıda belirtmiştir:

- Yolculuğa mümkünse perşembe günü çıkılması,
- Yolculuğa erken başlanması,
- Yolculukta arkadaş gurubu ile hareket edilmesi,
- Konaklama ve mola verme işleminin nasıl yapılması gerektiği,
- Mola esnasında ve yolculuk süresince kafilenin birlikte hareket etmesi, birbirlerinden ayrılmamaları,
- Kafile içerisinde herkesin birbirlerine olan tutumlarının nasıl olması gerektiği,
- Yolculuk amacına ulaşıldıktan sonra eve dönüş konusunda acele edilmesi gerektiği,
- Mümkünse dönüşün sabah vakitlerine denk getirilmesi,

gibi birçok hususu ümmetine her anlamda örnek ve lider olan peygamber efendimiz belirtmiştir (Şimşir, 2013: 1208-1211). Bu açıklamalardan da anlaşılacağı gibi İslam dininin muhtevasında seyahat etmek, turist olmak ve turizm faaliyeti içerisinde Kur'an'ın çizdiği sınırlar dâhilinde bulunmak vardır.

İnanç turizmi, turizm endüstrisinin içinde hızlı gelişen bir sektördür (Hanendah, 2013). Dünya Turizm Örgütü rakamlarına göre, 2013 yılında dünyada turizm amaçlı seyahat edenlerin sayısı 1 milyarı aşmaktadır. Söz konusu 1 milyar kişinin yaklaşık 300 milyonu tatiline 'inancı' da dâhil etmiştir. Dünyada giderek büyüyen inanç turizminden elde edilen gelir 20 milyar dolara yaklaşmış durumdadır (TÜRSAB, 2014: 4). Çağımızda pazarlama insan ve işletme yaşamının her yönünde etkili ve önemli bir olgu haline gelmiştir. Dolayısıyla çağımızda pazarlama anlayışı ve uygulamalarından yoksun olarak yaşamak, kurak bir iklimde yaşamaya benzer (Rızaoğlu, 2007: 1).

Pazarlama anlayışının nihai ve en önemli hedefi müşteri memnuniyeti, müşteri sadakati ve hizmet kalitesi olmuştur. Hac ve Umre organizasyonlarında müşteri memnuniyetinin oluşmasında, memnuniyeti etkileyen psikolojik etmenler açısından bakıldığında ve bu organizasyon şeklinin ibadet olması açısından değerlendirildiğinde, inanç ve tutumlar etkili olmaktadır. Yani bir organizasyona katılan umreci ve hacı diye ifade ettiğimiz müşterilerin memnuniyetleri fizyolojik etmenlerin yanında daha çok manevi etmenlerle sağlanmaktadır. Bu düşünceler ışığında araştırmamızda umre seyahatlerine katılan müşterilerin memnuniyet düzeyleri farklı açılardan tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca umre seyahatleri düzenleyen firmaların (diyanet, seyahat acentası ve tur operatörü) müşteri memnuniyetine verdikleri önemi yapılan anketler sonucu tespit edilmiştir.

1. Literatür Araştırması

Kavramsal olarak inanç turizmi değişik şekillerde ifade edilmektedir. Bunlardan bazıları; inanç turizmi, dini turizm, manevi turizm, ibadet turizmi, manevi tatmine yönelik turizm vb. şeklinde sıralanabilir. Bu çalışmada bu kavramlardan en yaygın kullanılan "inanç turizmi" kavramı kullanılmıştır. İnanç turizmi tanımı, turizm ile ilgili yapılan diğer tanımlara benzemekle birlikte amaç farklılığı içermektedir (Zengin ve Erkol 2012: 238-242). Aslında hemen hemen birçok turizm çeşidinin tanımı yapılırken insanların ikamet ettikleri ve yaşadıkları yerlerin dışına çıkıp turistik ürünleri talep ederek geçici konaklamaları ve turizm çeşidinin amaçları belirtilerek tanımlanır. Tanımlarda ana tema insanların ikamet ettiği ve yaşadığı yerin dışına çıkmak ve turizm ürünlerinden faydalanarak geçici süre konaklamaktır. Turizm çeşitlerini ayıran nokta ise amaçların farklılığıdır.

Bu bağlamda inanç turizmini tanımı, insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına, dini inançlarının gereğini gerçekleştirmek ve inanç çekim merkezlerini görmek amacıyla yaptıkları turistik amaçlı gezilerin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi olarak tanımlanabilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014). Başka bir tanıma göre ise inanç turizmi, dinlerce kutsal sayılan mekânları ziyaret etmek, dini toplantı ve törenlere katılmak ve bunları seyretmek, hac gibi dini görevleri yerine getirmek, kutsal mabetleri ve mekânları görmek amacıyla yapılan seyahatlerin ve konaklamaların oluşturduğu turizm faaliyetidir (Kızılkaya, 2013: 20). İnanç turizmi, turizm çeşitleri içerisinde önemli yer tutmaktadır. İnsanoğlu var oluşu süresince gerek semavi, gerekse çok tanrılı bir inanç sisteminin içerisinde bulunmuş ve yaşamını inandığı inanç sisteminin eksenini etrafında dizayn etmiştir.

İnsanoğlunun birçoğu, manevi ihtiyacını tatmin etmek için seyahate çıkmakta, hac ibadetine katılmakta ve dini etkinlikler içinde bulunmaktadır. Yapılan bir başka araştırmada ise insanların seyahat etme sebeplerinin başında dinsel öğelerin geldiği ve insanların inanç turizmine katılmalarında ise, psikolojik, dini arz kaynaklarının zenginliği, dini gün ve bayramlar, dini yarma faaliyetleri gibi birçok nedenin bulunduğu anlaşılmıştır (Aksoy, 2002: 421). Bu açıdan bakıldığında insanların inançları gereği turizm faaliyetine katılmalarının birçok nedeni vardır.

Turistik anlamda ilk seyahatler kutsal mekânlara yapılan ziyaretler sonucu gerçekleşmiştir. İslam Ülkeleri ve Vatikan arşivlerinde bu konuyla ilgili birçok kitap ve seyahatnameler vardır. Buharlı gemilerin icadı, sanayi inkılabı ve Rönesans ile insanlık büyük bir değişime uğramıştır. İnsanların makine olarak görülmeye başlandığı bu dönemde, ücretli tatil hakkının gelmesiyle yıl boyunca devam eden yoğun çalışma temposunun ardından insanların seyahat etme

ihtiyacı değişmiş ve insanlar dinlenmek ve eğlenmek amacıyla seyahat etmeye ve turizm faaliyetlerine katılmaya başlamıştır. Bu faaliyetler sonucu turizm endüstrisi bacasız sanayii olarak görülmüş ve birçok ülkenin bütçe açıklarının kapatılmasında önemli rol oynamıştır. Fakat insanlık gün geçtikçe yaratılışı gereği muhtevasında bulunan merak duygusu ve inanç anlayışıyla manevi duygularını tatmin etmek için başladığı noktaya geri dönmüş ve turizm faaliyetleri inanç kavramı etrafında oluşmaya tekrar başlamıştır. Gerek İslam gerekse Hristiyanlık dünyasında kutsal mahallerin ziyaretleri tekrar ön plana çıkmıştır (Zengin ve Erkol 2012: 239-240).

İnanç turizmi konusunda verilebilecek en önemli örnek kuşkusuz her yıl milyonlarca Müslüman'ın ziyaret ettiği Mekke ve Medine'dir. Suudi Arabistan'ın toplam ziyaretçi sayısının % 55'i Hac görevini yerine getirmeyenlerden oluşmaktadır (Kahraman vd., 2009: 52). Hac kavramı diğer dinlerde de öne çıkmakta ve hacı olmak için birçok insan turizm faaliyetine katılmaktadır. Umre hac kavramının benzeri bir kavramdır. Ancak hacı umreyi ayıran fark umrenin kurban bayramı dışında yıl boyunca yapılmasıdır. Umre ibadetinde Peygamber Efendimizin hayattayken belirlediği Kâbe'nin dışında bulunan mikat mahallerinden umre seyahati için çıkanların ihrama girmeleri ve niyet edip iki rekât namaz kılmalarıyla başlar. Daha sonra telbiyeler getirerek Kâbe'ye doğru hareket edilir. Kâbe'yi tavaf ettikten sonra iki rekât tavaf namazı kılınıp, Safa ve Merve arasında Say edilir ve Say'ın sonunda tıraş olunarak umre ibadeti tamamlanmış olur (Bilmen, 1999: 366-367).

1.1. Umre Kavramı ve Turizm İlişkisi

Umre kelimesi, hayat, medeniyet, imar, büyük insan topluluğu anlamlarının kaynağı olan "amr" köküne dayanan i'timar mastarından türetilmiş olan ziyaret anlamına gelir (Özcan, 2007: 115). Umre İslami bir ibadet türüdür. Sözlükteki anlamı, hac mevsimi dışında kalan dönemlerde Mekke (Kâbe-i Muazzama, Cennet-ül Mualla, Cin Mescidi, Sevr Dağı, Hira Mağarası vb.) ve Medine'deki (Mescid-i Nebevi, Hz. Muhammed'in kabri, Uhud Dağı, Cennet-ül Baki vb.) mukaddes yerleri ziyaret etmek ve Kâbe-i Muazzama'yı tavaftan ve Safa ile Merve denilen iki mukaddes mevki arasında sa'y etmekten ibarettir (Yeğin, 2013: 1057).

Haccın ancak hac ayında yapılabilmesine karşılık umre için belirlenmiş her hangi bir zaman dilimi yoktur. Arife ve bayram günleri dışında her zaman umre ziyareti yapılabilir (Diyanet, 2014). Umre Müslümanlar için önemli bir ziyaret ve ibadet türüdür. Umre seyahatinin Müslümanlar için önemini, Müslümanların kutsal kitabı Kur'an'dan, İslam peygamberi Hz. Muhammed'in (s.a.s.) sözlerinden ve Müslümanların Kur'an'ın ve Hz. Muhammed'in (s.a.s.) sözlerine itaat edip umre seyahatine katılmalarından anlaşılmaktadır. Umre ibadeti ve ziyareti konusunda âyet ve hadislerden verilecek örnekler ile

nüfusunun % 99,2 Müslüman olan ülkemiz (TUİK, 2014) ve %23'ü yani yaklaşık 1,57 milyar (Pewforum, 2015) Müslüman barındıran dünya için umre ibadetinin inanç turizmi potansiyeli açısından önemi anlaşılmış olur.

Umre ile ilgili Ayet ve Hadislerden örnekler:

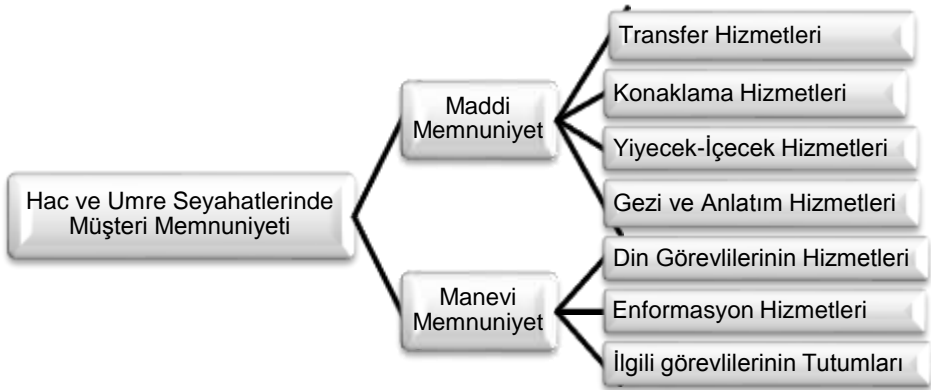
- *“Şüphesiz Safa ile Merve, Allah'ın (dininin) nişanelerindedir. Onun için her kim hac ve umre niyetiyle Kâbe'yi ziyaret eder ve onları da tavaf ederse, bunda bir günah yoktur. Her kim de gönlünden koparak bir hayır işlerse, şüphesiz Allah onu bilir, karşılığını verir” (Bakara,2/158).*
- *Ebû Hüreyre (r.a.) 'den rivayet edildiğine göre Hz. Muhammed (s.a.s.) şöyle buyurdu: "Hac ve Umre yapanlar Allah'ın misafirleridir. O'ndan bir şey isterlerse, onlara cevap verir. Af isterlerse, onları affeder" (İbn-i Mâce, Menâsik, 5).*

Yalnızca Müslümanlara has olan umre ibadeti kurban bayramının Arefe gününü de kapsayan dört günü dışında yılın her anında yapılabilen bir ibadettir. Her yıl yaklaşık 2 milyon insan hacca gitmekte ve dolayısıyla yaklaşık 1,5 milyar Müslümanın bulunduğu günümüzde bu rakam beklentileri karşılamamakta ve her ülkeye belirlenen kotaya göre insanlar hac ibadetini gerçekleştirmektedir. Her yıl bilhassa Türkiye'den binlerce insan hac ibadeti için sıraya girmekte fakat oluşturulan kotadan dolayı hac ibadetini yapamamaktadır. Bu sebepten dolayı yılın her anında yapılabilen ve belli bir kota uygulaması olmayan umre ibadeti kutsal toprakları görme arzusunda olanlar için önem arz etmektedir (Diyaret, 2015 ve TURSAB, 2014).

1.2. Umre Seyahatlerinde Müşteri Memnuniyeti

Müşteri memnuniyeti bir ürünün zannedildiği kadar iyi olup olmadığına dair bir değerlendirmedir. Bu değerlendirme müşteri tarafından ortaya koyulmaktadır. Ürünün özelliklerinin müşteri beklentilerini, dolayısıyla da müşterinin ilgili ürünü tüketme yolu ile beklediği faydayı gerçekleştirip gerçekleştirmediğini, bu gerçekleşmenin düzeyini ifade etmektedir (Halis, 2009: 408). İnanç turizmi kapsamında yapılan her türlü faaliyette müşteri memnuniyetinin oluşmasının temeli insanların katıldıkları programdan maddi beklentilerinin yanında manevi beklentilerinin karşılanmasıdır. Bu bağlamda müşteri memnuniyeti, tüketim performansı ve onu takip eden hislerle yakından ilgilidir. Müşterinin ürün, hizmet veya organizasyonu satın aldıktan sonra normal bir şekilde memnuniyet düzeyi ölçülebilir. Geleneksel olarak müşteri memnuniyeti, sunulan hizmetlere satılan ürüne müşterinin verdiği cevaba göre değerlendirilebilir. Fakat değerlendirilmeyen şey ise kişinin o üründen, hizmetten veya organizasyondan duyacağı manevi feyzidir (Saren, 2006: 172-173). Umre ibadeti hac ibadetinin gerçekleştiği Kurban Bayramı arifesi ve Kurban Bayramını

kapsayan 4 günün dışında bütün yıl yapılabilir. Fakat umre organizasyonu hac dönemi bittikten bir ay sonra başlamaktadır. Hemen hemen yılın uzun bir dönemini kapsayan umre seyahatlerinde, hac seyahatlerindeki kota uygulaması gibi belli bir sınırlandırmaya tabi değildir. Bu açıdan umre, hac kotasından dolayı hacca gidemeyenlerin yoğunlukla tercih ettiği, hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti açısından önem verilmesi gereken bir ibadet ve seyahat türüdür. Umre seyahatlerinde müşteri memnuniyetinin oluşması, oluşturulan tur programındaki fiziki etmenlerle birlikte en önemli ve başta gelen manevi etmenlerdir. Bu açıdan personelin verdiği hizmet ve rehberlik hizmeti çok önemlidir. Umre ibadetinin gerekliliklerini bilen personel tarafından hizmet verilmelidir. Ayrıca umrecinin sorularına tatmin edici cevap verebilecek din görevlisinin de mevcut olması umre seyahatlerine katılan müşterilerin memnuniyeti açısından önemlidir.



Şekil-1: Hac ve Umre Organizasyonunda Müşteri Memnuniyetinin Yapısı

Şekil-1’de görüleceği üzere hac ve umre organizasyonlarında müşteri memnuniyetinin oluşması maddi ve manevi birleşenlerle mümkündür. Maddi memnuniyetin oluşabilmesi için fiziki şartların olgunlaştırılması gerekir. Bunlardan ilki transfer hizmetleri olup müşterilerin ülkelerinden çıkıp geri dönüncüye kadar ki sürede kullanmış oldukları uçak, otobüs ve vasıtaları içermektedir. Organizasyonu üstlenen işletmenin transfer hizmetlerinde tercihleri müşteri memnuniyetini etkilemektedir. Aynı zamanda seçilen otelin konaklama, yeme-içme ve hijyen faaliyetleri de müşteri memnuniyetini etkilemektedir. Mekke ve Medine’de bulunan ziyaret yerlerinin gezisi sırasında ki rehberlik hizmetleri de müşterilerin memnun edilmesi açısından ayrıca önemlidir. Manevi memnuniyetin sağlanmasının temel şartı din görevlisinin alanında uzman kişiler tarafından seçilmesidir. Din görevlisinin hac ve umre ibadeti hususunda müşterileri bilgilendirmeleri ve onlara ibadetlerini yapmada

yardım etmeleri hac ve umre organizasyonunda müşteri memnuniyetinin oluşması için en önemli etmendir. Genel olarak personelin tutumları da müşteri memnuniyetine yönelik olmalı ve personel bu konuda bilinçlendirilmelidir.

2. Metodoloji

2.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmada; İnanç turizmi kapsamında umre organizasyonlarında müşteri memnuniyetinin ölçülmesi, seyahat acentalarının gelişen ve değişen umre seyahatlerinin yapısında, müşteri memnuniyetine verdikleri önem düzeyinin saptanması, umre organizasyonu yapan acentaların verdikleri hizmetlerden, umre organizasyonuna katılan umrecilerin memnuniyetlerini etkileyen faktörlerin anlaşılması ve sorunların belirlenerek çözüm önerileri getirilmesi amaçlanmıştır.

Ayrıca bu araştırma; umre organizasyonları düzenleyen acentaların müşteri memnuniyeti oluşturarak, müşteri sadakati elde etmeleri ve karlılıklarını arttırmaları açısından, araştırma kapsamında elde edilen bulguların yorumlanarak sonuç çıkarılması ve ilgili literatür ışığında daha sonra yapılabilecek çalışmalara önerilerde bulunması açısından, işletmelerin umre organizasyonu düzenlemesinde müşteri memnuniyetinin oluşması için dikkat edilmesi gereken hususların belirmesi açısından önemlidir.

2.2. Çalışmanın Evren ve Örneklemi

Evren, “araştırmacının çalışma alanını oluşturan, örneğini seçtiği ve edindiği sonuçları genelleştireceği guruptur” (Altunışık ve diğerleri, 2010: 130). Araştırmanın evreni 2015 yılının ilk 4 ayında umre organizasyona katılan umreciler oluşturmaktadır. Fakat çalışmamızın kapsamında yapılan anketlerin evrenini belirlemek üzere 2015 yılının Ocak, Şubat, Mart ve Nisan aylarında umreye giden umrecilerin sayısı henüz açıklanmadığından daha önceki 4 yıla göre umreye gidenlerin sayısı Tablo-1 de görüleceği üzere değerlendirilip ortalaması alınarak evren belirlenmiştir.

Yıl	Sayı
2011	411.495
2012	381.881
2013	391.500
2014	400.526

Kaynak: TÜRSAB, (2014), İnanç Turizmi Raporu 2014, Ankara.

Yıllara göre ortalama değer 395.350 olarak belirlenmiş ve 2015 yılının ilk dört ayı ve yılın yoğun dönemi olması da göz önünde bulundurularak, evren sayısı son dört yılın aritmetik ortalamasını 1/3 şeklinde belirlenmiştir. Bu kapsamda evren sayısı 132.116 olmaktadır. Örneklem ise; “evreni temsil etmek üzere çeşitli tekniklerle evren elemanlarından seçilen ve üzerinde inceleme yapılan gruptur” (Özen ve Gül, 2007). Belirtilen evren 100.000 geçtiğinde örneklem sayısı en az 384 olmalıdır. Bu çalışmada 2015 yılının ilk dört ayında umreye giden müşterilere yapılan anket çalışması sonucu evren içinden olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden “kasti (kararsal) örnekleme” yöntemi seçilerek örneklem belirlenmiştir. Örneklem kitlesinin yoğun olduğu düşünülen cami, dergâh, vakıflar ve sohbet mahallerine gidilerek ve bizzat umre programında görevli personel vasıtasıyla umrecilere anket yapılmıştır. “Kasti örnekleme” yönteminde, örneği oluşturan elemanlar araştırmacının araştırma problemlerine cevap bulacağına inandığı kişilerden oluşur. Yani deneklerin belirlenmesinde ölçüt araştırmacının yargısıdır. Denekler rastgele seçilmezler” (Altunışık ve diğerleri, 2010: 140). Kullanılan bu örnekleme yöntemi ile 778 örnekleme ulaşılmıştır. Fakat ulaşılan bu örneklemeden analiz yapmaya uygun olmayan anketler çıkarılarak 466 anket değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

2.3. Araştırmanın Hipotezleri

Hipotez, “ araştırılan sorunla ilgili olarak öne sürülen, doğruluğu veya yanlışlığı henüz test edilmemiş, fakat doğru çıkacağına önceden güven duyulan bir önerme, ifade veya çözümlerdir” (Seyidoğlu, 2009: 17).

Araştırmaya yönelik hipotezlerimiz;

- H₁:** Umrecilerin memnuniyet düzeyleri cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H₂:** Umre seyahatlerine katılan yolcuların memnuniyetleri yaş düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H₃:** Umre seyahatlerine giden yolcuların memnuniyetleri eğitimi seviyelerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

2.4. Çalışmanın Yöntem ve Kısıtları

Bu araştırmada birincil ve ikincil veriler kullanılmıştır. Birincil veriler, “ Araştırmacının, çalışması için ihtiyaç duyduğu verileri değişik araçlar kullanarak kendisinin toplaması ile oluşan verilere denmektedir” (Altunışık vd., 2010: 77). İkincil veriler, “birincil verilere dayanılarak yapılan çalışmalara denilmektedir. İkincil veriler tasnif edilmiş olmaları ve yer yer işlenmiş veriler sunmaları nedeniyle araştırmacılara zaman ve kaynak bakımından avantaj sağlamaktadır

(Al, 2010: 13). Araştırmada veri toplama yöntemi olarak birincil verileri elde etmek için kullanılan gözlem, mülakat ve anket yöntemlerinden anket yöntemi tercih edilmiş ve kullanılmıştır. Anket, “bilgi alınacak kişilerin doğrudan doğruya cevaplandıracakları bir soru listesinin hazırlanması şeklinde yapılan gözlemdir (Seyidoğlu, 2009: 39). Anket sorularının ana hatları Şen ve arkadaşları (2015)’nin çalışmasından faydalanılarak oluşturulmuş ve geliştirilmiştir. Geliştirilen bu anket 12 uzman tarafından incelenerek uzman görüşü alınmış ve 20 kişilik bir odak grup görüşmesi ile anket hazırlama süreci tamamlanmıştır. Anket 5’li Likert ölçeğine göre oluşturulan sorulardan oluşturulmuştur ve Likert ifadeleri şöyledir: (1) Tamamen katılmıyorum, (2) Kısmen katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Kısmen katılıyorum, (5) Tamamen katılıyorum.

Çalışma kapsamında hazırlanan 2000 anket formu, umre seyahatlerine katılan müşterilere (umrecilere) farklı yollardan ulaştırılmıştır. Anket formlarının bir kısmı umre organizasyonu düzenleyen acentalarda çalışan rehberler vasıtasıyla, umre dönüşü umrecilere uygulanmak üzere verilmiş ancak anketlerin büyük bir kısmı umrecilere ulaştırmak üzere verdiğimiz rehberlerin ilgisizliği yüzünden kaybedilmiş ve geri dönüşü gerçekleşmemiştir. Bir diğer yöntem ise deneklerin bir arada bulunduğu cami, dernek, dergâh gibi mekânlarda umreye katılanlara anketler toplu halde uygulanmıştır. Ek olarak yüz yüze anket yöntemiyle de uygulama yapılmıştır. Tüm bu uygulamalar sonucu elde edilen ve geri dönüş yapılan anket sayısı 778’dir. Bu anketlerin geçerliliği incelenerek 312 anket eksik doldurma ve yanlış cevaplama gibi nedenlerle değerlendirme dışı bırakılmış ve analizler kalan 466 verileri ile sürdürülmüştür. Anketlerden elde edilen veriler, inanç turizmi amaçlı umre seyahatlerine katılan umrecilerin memnuniyet düzeylerini çeşitli açılardan analiz etmek için SPSS 22.0 paket programında istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur.

Böylece SPSS 22.0 paket programı yardımıyla bütün verilere “Frekans Analizi” yapılmıştır. Frekans Analizi, “bir ya da daha çok değişkene ait değerlerin ya da puanların dağılımına ait özelliklerini betimlemek amacıyla verileri sayı ve yüzde olarak veren bir analiz tekniğidir” (Büyükoztürk, 2012: 21). Daha sonra inanç turizmi kapsamında umre seyahatlerine katılan müşterilerin memnuniyet düzeyleri üzerinde etkili olduğu düşünülen değişkenler için “faktör analizi” yapılmıştır. Faktör analizi, “başlıca amacı aralarında ilişki bulunduğu düşünülen çok sayıda değişken arasındaki ilişkilerin anlaşılmasını ve yorumlanmasını kolaylaştırmak için daha az sayıda temel boyuta indirgemek veya özetlemek olan bir grup çok değişkenli analiz tekniğidir” (Altunışık ve diğerleri, 2010: 262). Faktör analizi veriler arasındaki ilişkilere dayanarak verilerin daha anlamlı ve özet bir biçimde sunulmasını sağlayan birçok değişkenli istatistiksel analiz türüdür. Amaç esas olarak değişkenler arasındaki karşılıklı bağımlılığın kökenini araştırmaktır (Frekans, 2015).

Faktör analizi sonuçlarına göre demografik bilgilerden cinsiyet üzerine ve katılımcıların ailelerinde daha önce hac ve umre ziyaretlerine katılan var mı? Sorusu ile daha önce dini ve/veya turistik amaçlı seyahatte bulundunuz mu? sorusuna “Bağımsız İki Grup Arasında farklılık Testi (t-testi) yapılmıştır. Bağımsız İki Grup Arasında Farklılık Testi, “iki bağımsız ölçümle elde edilmiş iki ayrı ortalama arasındaki ayrımın anlamlı olup olmadığını araştırmamanın bir istatistik test etme yoludur. Bu test iki ölçüm arasındaki ayrımın vasıflandırarak bağlanma ihtimalini gösteren bir işlemdir” (Aslantürk, 1999:140). Ayrıca faktör analizi sonucu çıkan değerler ışığında katılımcıların eğitim bilgileri ve yaşı üzerine “One-Way ANOVA Testi” yapılmıştır. One-Way ANOVA, “bağımsız örneklemeler gerektirmektedir ve bağımsız gruplarda eşit varyanslı iki ortalama arasındaki farkın “t testi”nin genelleştirilmiş şeklidir (Oğuzlar, 2007: 111). Şüphesiz tüm bilimsel araştırmalarda bazı kısıtlılıkların olması muhtemeldir. Bu bağlamda da süre ve mali kaynaklara yönelik kısıtlar söz konusudur.

3. Araştırma Bulguları ve Yorumlanması

3.1. Demografik Veriler

Yapılan araştırmada anketi geçerli sayılan umreci sayısı toplam 466’dır. Bu umrecilerden Tablo-2’de de görüleceği üzere demografik verileri şu şekildedir; katılımcıların %49,6’sını kadınlar oluştururken %50,4’ünü ise erkekler oluşturmaktadır. Türkiye nüfusunun kadın ve erkek oranına çok yakın olan bu oran araştırma için çok önemlidir.

Araştırma kapsamında yapılan anket sonuçlarına göre katılımcıların yaş ortalaması % 30,3’ünü 41-51 arası yaşlardaki katılımcılar oluştururken, % 24,9’unu 30-40 yaşları arasındaki katılımcılar oluşturmaktadır. Geriye ise sırasıyla, % 23,0 ile 52 veya üzeri, % 17,2 ile 19-29 yaşları arası ve % 4,2 ile 18 ve altı olmak üzere kaydedilmiştir. Katılımcıları yaşlarına göre ikiye ayırdığımızda 40’ a kadar ki olanları genç daha sonrasına yaşlı olarak bakılırsa umre seyahatlerine katılanların % 53,2 ‘si 40 yaş üstü olduğu ve % 46,2’sinin ise 40 yaşının altında olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca yoğunluk % 78,2’lik oranıyla 30 yaşının üstünde olanlardadır. Bu rakamlara göre umre seyahatlerine katılımın ağırlıkla 30 yaş üstü olduğu görülmektedir.

Katılımcıların eğitim bilgileri ise, %35,8 ile ilkökul mezunları ilk sırada, % 29,8 ile ortaokul ikinci ve % 13,9 ile lisans mezunları üçüncü sırada yer almaktadır. Takiben %10,7 ile ön lisans dördüncü, % 6,2 ile okur-yazar beşinci, % 2,8 ile yüksek lisans altıncı ve % 0,6 ile doktora sonuncu sırada

yer almaktadır. Eğitim bilgileri üç ana grubu ayrıldığında görüleceği üzere sonuç şu şekildedir; % 42,1 ilköğretim (okur-yazar, ilkokul), % 40,6 ortaöğretim (ortaokul, ön lisans), % 17,4 yükseköğretim (lisans, yüksek lisans, doktora) şeklindedir. Bu bilgiler ışığında umre seyahatlerine katılan katılımcıların eğitim seviyelerinin ilköğretim ve ortaöğretim düzeyinde ağırlık gösterdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Dağılımlarına İlişkin Frekans Analizi					
Cinsiyet	Sayı (n)	%	Gelir dağılımı (TL)	(n)	(%)
<i>Kadın</i>	231	49,6	0-1000	50	10,7
<i>Erkek</i>	235	50,4	1001-2000	154	33,0
Toplam	466	100,0	2001-3000	87	18,7
Yaş	Sayı (n)	%	3001-4000	94	20,2
<i>18 veya altı</i>	22	4,7	4001-5000	47	10,1
<i>19-29</i>	80	17,2	5001 veya üzeri	34	7,3
<i>30-40</i>	116	24,9	Toplam	466	100,0
<i>41-51</i>	141	30,3	Eğitim durumu	Sayı (n)	%
<i>52 veya üzeri</i>	107	23,0	<i>Okur-yazar</i>	29	6,2
Toplam	466	100,0	<i>İlkokul</i>	167	35,8
Eğitim Durumu	(n)	%	<i>Ortaöğretim</i>	139	29,8
<i>İlköğretim</i>	196	42,1	<i>Ön Lisans</i>	50	10,7
<i>Ortaöğretim</i>	189	40,6	<i>Lisans</i>	65	13,9
<i>Yükseköğretim</i>	81	17,4	<i>Yüksek Lisans</i>	13	2,8
Toplam	466	100,0	<i>Doktora</i>	3	0,6
Medeni durum	n	%	Toplam	466	100,0
<i>Evli</i>	343	73,6			
<i>Bekâr</i>	123	26,4			
Toplam	466	100,0			

Türkiye'deki 81 vilayetin 43'den umre seyahatlerine katılan yolcuların umreye katıldıkları illerin değerlendirilmesi Tablo-3 yapılmaktadır. Tablo-10'da en çok katılımın %52,6 ile İstanbul'dan sırasıyla % 15,9 ile Sakarya'dan ve %

5,2 ile Hatay'dan olmuş ve diğer vilayetlerden toplam % 26,3 oranında katılım gerçek-leşmiştir. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların ailelerin aylık toplam gelir düzeyi Tablo 2' de görüleceği üzere % 33,0 ile en yüksek orana "1001-2000" arası sahipken % 20,2'lik oranla "3001-4000" arasında seyretmektedir. Takiben % 18,7 ile "2001-3000", %10,7 ile "0-1000" arası ve % 7,3 ile 5001 veya üzerindedir.

Şehir	Sayı (n)	Oran %
<i>34 İstanbul</i>	245	52,6
<i>54 Sakarya</i>	74	15,9
<i>31 Hatay</i>	24	5,2
<i>Diğerleri iller</i>	93	26,6
TOPLAM	459	98,5

Araştırma kapsamında yapılan 5'li Likert ölçeği ile hazırlanan anketin kısmen katılıyorum ve tamamen katılıyorum olumlu beyanları birleştirildiğinde % 82,2 oranıyla personel hizmetleri ve rehberlik kapsamında değerlendirilecek "Medine genel ve yakın ziyaretlerindeki (Peygamber Efendimiz' in Kabri, Uhud Şehitliği, Cennetül Baki, vb.) rehberlik hizmetlerinden memnunuz" ifadesi yer almaktadır. Bunu takiben % 79, 9 oranıyla en yüksek "Kâbe ile otel arasındaki mesafe müşteri memnuniyetini üzerinde etkilidir" önermesi öne çıkmaktadır. "Umreye tekrar gitme imkânım olsa aynı acentayı tercih ederim" sorusuna katılımcıların % 73,0 olumlu yönde tercih kullanarak kısmen katılıyorum ve tamamen katılıyorum şeklinde cevap vermişlerdir. Umre organizasyonu yapan acentadan genel olarak memnuniyet düzeyi ise % 76,4 oranıyla yüksek olduğu anlaşılmıştır. "Arabistan'daki acenta görevlileri genel anlamda müşteri memnuniyetini ön planda tutuyorlar" ifade ise % 17,8'lik oranıyla memnuniyetsizliğin en fazla belirtildiği önermedir.

Tablo 4: Umre Seyahatlerinde Müşteri Memnuniyetine Yönelik Değişkenler	
Sıra	DEĞİŞKENLER
1	Tercih ettiğim acenta yetkilileri, Umre kayıtlarında vaat ettiklerini yerine getirdiler.
2	Umre organizasyonları yapan acentelerde görevli personelin yaptıkları işlemlerle ilgi bilgi ve beceri düzeyi yeterlidir.
3	Umre organizasyonları yapan acentelerde görevli personelin tavır ve davranışları (güleryüzlü, nazik, yetenekli, eğitilmiş, dürüst...) düzgündür.
4	Umre organizasyonları yapan acentelerde görevli personel ve yöneticilerin müşteri memnuniyetine önem verdiklerini düşünüyorum.
5	Umre organizasyonları yapan acentelerde görevli personel ve yöneticiler, herhangi bir sorun ile karşılaştığımda veya talep ettiğimde, bana yeterince hızlı şekilde geri dönüş yapmaktadırlar.
6	Umre organizasyonu yapan acentelerde görevli personel ve yöneticilerin, olağandışı durumlarda yaklaşımları oldukça olumludur.
7	Mekke havalimanında karşılama ve uğurlama hizmetlerinden memnun kaldım.
8	Medine havalimanında karşılama ve uğurlama hizmetlerinden memnun kaldım.
9	Mekke genel ziyaretlerindeki (Sevr, Arafat, Müzdelife, Mina, Hira) rehberlik hizmetlerinden memnunum
10	Mekke yakın ziyaretlerindeki (Peygamber Efendimiz' in Evi, Cin Mescidi, Cennetül Mualla) rehberlik hizmetlerinden memnun kaldım.
11	Medine genel ve yakın ziyaretlerindeki (Peygamber Efendimiz' in Kabri, Uhud Şehitliği, Cennetül Baki, vb.) rehberlik hizmetlerinden memnunum
12	Mekke'deki transfer hizmetlerinden (yerel ulaşım) memnun kaldım.
13	Medine'deki transfer hizmetlerinden (yerel ulaşım) memnun kaldım.
14	Mekke'deki otellerin verdikleri konaklama hizmetlerinden memnun kaldım.
15	Mekke'deki otellerin verdikleri yiyecek-içecek hizmetlerinden memnun kaldım.
16	Mekke'deki otellerin temizlik (hijyen) hizmetlerinden memnun kaldım.
17	Medine'deki otellerin verdikleri konaklama hizmetlerinden memnun kaldım.
18	Medine'deki otellerin verdikleri yiyecek-içecek hizmetlerinden memnun kaldım.
19	Medine'deki otellerin temizlik (hijyen) hizmetlerinden memnun kaldım.
20	Arabistan'daki acenta görevlileri genel anlamda yeterli bilgi ve beceriye sahipti.
21	Arabistan'daki acenta görevlileri genel anlamda müşteri memnuniyetini ön planda tutuyorlardı.
22	Katıldığımız programdaki din görevlilerinin verdiği samimi hizmet tüm aksaklıkları ve olumsuzlukları unutturabilecek düzeyde idi.
23	Kâbe ile Otel arasındaki mesafe müşteri memnuniyeti üzerinde etkilidir.
24	Katıldığımız umre programda verilen rehberlik hizmetlerinden memnun kaldım.
25	Katıldığım umre organizasyonundaki sağlık hizmetlerinden memnun kaldım.
26	Umre organizasyonu yapan acentadan genel olarak memnun kaldım.
27	Umreye tekrar gitme imkânım olursa aynı acentayı tercih ederim.

Tablo 5: Umre Seyahatlerinde Müşteri Memnuniyetine Yönelik Frekans Analizi Sonuçları

Sıra No	1		2		3		4		5		6	
Sayı/oran	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<i>Tamamen Katılmıyorum</i>	41	8,8	25	5,4	22	4,7	19	4,1	26	5,6	18	3,9
<i>Kısmen Katılmıyorum</i>	46	9,9	47	10,1	33	7,1	30	6,4	43	9,2	32	6,9
<i>Kararsızım</i>	27	5,8	41	8,8	31	6,7	44	9,4	45	9,7	58	12,4
<i>Kısmen Katılıyorum</i>	86	18,5	108	23,2	125	26,8	125	26,8	108	23,2	132	28,3
<i>Tamamen Katılıyorum</i>	266	57,1	245	52,6	255	54,7	248	53,2	244	52,4	226	48,5
Toplam	466	100	466	100	466	100	466	100	466	100	466	100
Sıra No	7		8		9		10		11		12	
Sayı/oran	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<i>Tamamen Katılmıyorum</i>	51	10,9	28	6,0	25	5,4	22	4,7	24	5,2	31	6,7
<i>Kısmen Katılmıyorum</i>	25	5,4	33	7,1	30	6,4	32	6,9	22	4,7	33	7,1
<i>Kararsızım</i>	64	13,7	67	14,4	41	8,8	28	6,0	37	7,9	58	12,4
<i>Kısmen Katılıyorum</i>	109	23,4	110	23,6	87	18,7	97	20,8	116	24,9	125	26,8
<i>Tamamen Katılıyorum</i>	217	46,6	228	48,9	283	60,7	287	61,6	267	57,3	219	47,0
Toplam	466	100	466	100	466	100	466	100	466	100	466	100
Sıra No	13		14		15		16		17		18	
Sayı/oran	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<i>Tamamen Katılmıyorum</i>	38	8,2	37	7,9	30	6,4	49	10,5	35	7,5	25	5,4
<i>Kısmen Katılmıyorum</i>	29	6,2	31	6,7	36	7,7	36	7,7	26	5,6	34	7,3
<i>Kararsızım</i>	53	11,4	50	10,7	68	14,6	58	12,4	34	7,3	36	7,7
<i>Kısmen Katılıyorum</i>	110	23,6	112	24,0	109	23,4	112	24,0	132	28,3	122	26,2
<i>Tamamen Katılıyorum</i>	236	50,6	236	50,6	223	47,9	211	45,3	239	51,3	249	53,4
Toplam	466	100	466	100	466	100	466	100	466	100	466	100

Sıra No	19		20		21		22		23		24	
Sayı/oran	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<i>Tamamen Katılmıyorum</i>	22	4,7	25	5,4	46	9,9	26	5,6	36	7,7	28	6,0
<i>Kısmen Katılmıyorum</i>	41	8,8	38	8,2	37	7,9	34	7,3	17	3,6	23	4,9
<i>Kararsızım</i>	49	10,5	85	18,2	72	15,5	49	10,5	41	8,8	43	9,2
<i>Kısmen Katılıyorum</i>	117	25,1	127	27,3	120	25,8	127	27,3	72	15,5	105	22,5
<i>Tamamen Katılıyorum</i>	237	50,9	191	41,0	191	41,0	230	49,4	300	64,4	267	57,3
Toplam	466	100	466	100	466	100	466	100	466	100	466	100
Sıra No	25		26		27							
Sayı/oran	N	%	N	%	N	%						
<i>Tamamen Katılmıyorum</i>	23	4,9	26	5,6	48	10,3						
<i>Kısmen Katılmıyorum</i>	24	5,2	41	8,8	25	5,4						
<i>Kararsızım</i>	50	10,7	43	9,2	53	11,4						
<i>Kısmen Katılıyorum</i>	100	21,5	99	21,2	88	18,9						
<i>Tamamen Katılıyorum</i>	269	57,7	257	55,2	252	54,1						
Toplam	466	100	466	100	466	100						

3.2.Faktör Analizi

Faktör Analizi, “başlıca amacı aralarında ilişki bulunduğu düşünülen çok sayıda değişken arasındaki ilişkilerin anlaşılması ve yorumlanmasını kolaylaştırmak için daha az sayıdaki temel boyuta indirgemek veya özetlemek olan bir grup çok değişkenli analiz tekniğine verilen genel bir isimdir” (Altunışık ve diğerleri, 2010: 262). Çalışma kapsamında elde edilen verilerin analiz ve raporlama süreçlerinin daha iyi sonuçlar vermesi için verilere ilişkin ifadelerin sadeleştirilmesine yönelik faktör analizi yapılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucu üç farklı boyut çıkmıştır. Bu boyutların ilki” personel hizmetleri ve rehberlik”, ikincisi “Mekke’de verilen hizmetler” ve üçüncüsü “Medine’de verilen hizmetler” şeklindedir. Bu boyutlara ilişkin bilgiler Tablo-6’da verilmektedir. Oluşturulan boyutların soru dağılımı ise şöyle çıkmıştır;

1. Personel hizmetleri ve rehberlik: 2, 26, 15, 27, 4, 24, 22, 15, 6, 9, 10, 3
2. Mekke'de verilen hizmetler (konaklama, yeme-içme, transfer): 7, 21, 6, 14, 12, 20'dir.
3. Medine'de verilen hizmetler (konaklama, yeme-içme, transfer): 19, 18, 17, 13, 11'dir.

Tablo 6: Müşteri Memnuniyetine Yönelik Faktör Analizi

Personel hizmetleri ve rehberlik	Cr. Alfa: 0,947	Art. Ort.	Standart Sapma	Faktör Yükü
Umre organizasyonları yapan acentelerde görevli personelin yaptıkları işlemlerle ilgili bilgi ve beceri düzeyleri yeterlidir.		4,08	1,224	0,757
Umre organizasyonu yapan acentadan genel olarak memnun kaldım.		4,12	1,220	0,756
Umre organizasyonları yapan acentelerde görevli personel ve yöneticiler, herhangi bir sorun ile karşılaştığımda veya talep ettiğimde, bana yeterince hızlı şekilde geri dönüş yapmaktadırlar.		4,08	1,220	0,754
Umreye tekrar gitme imkânım olursa aynı acentayı tercih ederim.		4,01	1,342	0,751
Umre organizasyonları yapan acentelerde görevli personel ve yöneticilerin müşteri memnuniyetine önem verdiklerini düşünüyorum.		4,19	1,104	0,741
Katıldığımız umre programda verilen rehberlik hizmetlerinden memnun kaldım.		4,20	1,169	0,725
Katıldığımız programdaki din görevlilerinin verdiği samimi hizmet tüm aksaklıkları ve olumsuzlukları unutturabilecek düzeyde idi.		4,08	1,179	0,666
Katıldığım umre organizasyonundaki sağlık hizmetlerinden memnun kaldım.		4,22	1,136	0,650
Umre organizasyonu yapan acentelerde görevli personel ve yöneticilerin, olağandışı durumlarda yaklaşımları oldukça olumludur.		4,11	1,106	0,647
Mekke genel ziyaretlerindeki (Sevr, Arafat, Müzdelife, Mina, Hira) rehberlik hizmetlerinden memnunum		4,23	1,177	0,628
Mekke yakın ziyaretlerindeki (Peygamber Efendimiz' in Evi, Cin Mescidi, Cennetül Mualla) rehberlik hizmetlerinden memnun kaldım.		4,28	1,141	0,625
Umre organizasyonları yapan acentelerde görevli personelin tavır ve davranışları (güleryüzlü, nazik, yetenekli, eğitilmiş, dürüst...) düzgündür.		4,20	1,134	0,616

Mekke'de verilen hizmetler	Cr. Alfa: 0,900	Art. Ort.	Standart Sapma	Faktör Yükü
Mekke havalimanında karşılama ve uğurlama hizmetlerinden memnun kaldım.		3,89	1,340	0,759
Arabistan'daki acenta görevlileri genel anlamda müşteri memnuniyetini ön planda tutuyorlardı.		3,80	1,317	0,749

Mekke'deki otellerin temizlik (hijyen) hizmetlerinden memnun kaldım.	3,86	1,348	0,731
Mekke'deki otellerin verdikleri konaklama hizmetlerinden memnun kaldım.	4,03	1,264	0,699
Mekke'deki transfer hizmetlerinden (yerel ulaşım) memnun kaldım.	4,00	1,216	0,602
Arabistan'daki acenta görevlileri genel anlamda yeterli bilgi ve beceriye sahipti.	3,90	1,181	0,580
Mekke'deki otellerin verdikleri yiyecek hizmetlerinden memnun kaldım.	3,98	1,231	0,560
Medine'de verilen hizmetler	Cr. Alfa: 0,882	Art. Ort.	Standart Sapma
Medine'deki otellerin temizlik (hijyen) hizmetlerinden memnun kaldım.	4,09	1,177	0,799
Medine'deki otellerin verdikleri yiyecek	4,15	1,169	0,744
Medine'deki otellerin verdikleri konaklama hizmetlerinden memnun kaldım.	4,10	1,216	0,744
Medine'deki transfer hizmetlerinden (yerel ulaşım) memnun kaldım.	4,02	1,267	0,527
Medine genel ve yakın ziyaretlerindeki (Peygamber Efendimiz' in Kabri, Uhud Şehitliği, Cennetül Baki, vb.) rehberlik hizmetlerinden memnunum	4,24	1,117	0,522

Veri setinin faktör analizine uygun olup olmadığının belirlenebilmesi için KMO değerine (0,962) bakılmıştır. Ayrıca faktör boyutlarının her biri için farklı Cronbach's Alpha katsayılarına bakılmıştır. Birinci faktör için Cronbach's Alpha 0,947, ikincisi için 0,900 ve üçüncüsü için ise 0,882 çıkmaktadır. Bu katsayılar söz konusu boyutların güvenilirlik açısından da yeterli olduklarını göstermektedir.

3.3. Hipotez Testi

Hipotez, "doğruluğu sınamak amacıyla öne sürülmüş geçici önermedir." Hipotez testi ise araştırmacının hipotezini kurduktan sonra olay ve olguları gözleyip kanıtlar toplayarak önerisinin doğruluğunu desteklemeye çalışır. Böylelikle hangi hipotezin desteklendiği hangisinin desteklenmediği anlaşılır" (Seyidoğlu, 2009: 18). Faktör analizi yardımıyla oluşan üç faktör boyutuna "Bağımsız İki Grup Arasında farklılık Testi" (t-testi) ve One-Way ANAVO (f-testi) yapılarak hipotezlerin doğruluğu kontrol edilmiştir. Tablo 7'de umre seyahatlerine katılan müşterilerin memnuniyet düzeylerini kişisel özelliklerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek için uygulanan T Testi ve F Testi sonuçları bulunmaktadır. %95 güven düzeyinde yani $\alpha = 0,05$ anlamlılık ile test edilen F ve T testine göre anlamlılık sütununda bulunan değer $p < 0,05$ ise H1 hipotezi red edilir. Aksi durumda $p > 0,05$ ise H1 hipotezi kabul edilir.

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	Arit. Ortalama	t Değeri	Anlamlılık
Personel Hizmetleri ve Rehberlik	Kadın	231	4,0130	1,201	0,001*
	Erkek	235	4,3021		
Mekke'de Verilen Hizmetler	Kadın	231	3,7965	1,879	0,000*
	Erkek	235	4,1745		
Medine'de Verilen Hizmetler	Kadın	231	4,0433	0,000	0,048*
	Erkek	229	4,2314		

**p<0,050 düzeyinde anlamlılık*

Umre seyahatlerinde müşteri memnuniyeti ile ilgili faktör analiz sonucu oluşturulan 3 boyutun cinsiyete göre farklılığını ölçen t-testi analiz sonuçları tablo-7'de verilmektedir. Tablo-7 incelendiğinde müşteri memnuniyeti ile ilgili oluşturulan 3 boyuttan personel hizmetleri ve rehberliğin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık taşıdığı görülmektedir ($p<0,050=0,001<0,050$). Ayrıca Mekke'de verilen hizmetlerinde cinsiyete göre ($p<0,050=0,000<0,050$) anlamlı bir farklılığı ortaya koyduğu anlaşılmaktadır. Son olarak $p<0,050=0,048<0,050$ oranıyla Medine'de verilen hizmetlerinde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Böylelikle;

H₁: Umrecilerin memnuniyet düzeyleri cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. H₁ hipotezimiz kabul edilmiştir.

Faktör Boyutları	Değişken	Sayı(n)	Arit. Ortalama	F değeri	Anlamlılık
Personel ve Rehberlik Hizmetleri	18 veya altı	107	4,0561	0,894	0,468
	19 – 29	22	4,0909		
	30 - 40	141	4,1135		
	41 – 51	80	4,2500		
	52 veya üzeri	116	4,2586		
Mekke'de Verilen Hizmetler	18 veya altı	107	3,822	1,891	0,111
	19 – 29	141	3,893		
	30 - 40	80	4,112		
	41 – 51	22	4,136		
	52 veya üzeri	116	4,137		
Medine'de Verilen Hizmetler	18 veya altı	22	3,772	1,499	0,201
	19 – 29	140	4,035		
	30 - 40	104	4,173		
	41 – 51	80	4,225		
	52 veya üzeri	114	4,236		

**Böylelikle, ileri sürülen hipotezimiz H₂ p>0,050 olduğu için reddedilir.*

Bütün bu açıklamalara rağmen oluşan 3 boyuta ilişkin aritmetik ortalamalar ilişkin tablo incelendiğinde hem kadınların hem de erkeklerin müşteri memnuniyeti düzeyleri 3 farklı boyutta da ortalamaların üzerinde olup memnun oldukları anlaşılmaktadır. Faktör analizi sonucunda oluşan 3 boyutun umre seyahatlerine katılan müşterilerin yaşlarına göre farklılığını ölçen One-Way ANOVA testi analiz sonuçları Tablo-8 'de verilmektedir. Katılımcıların yaşlarına yönelik boyutun müşterilerin memnuniyetine göre istatistiki açıdan anlamlı farklılık göstermediği Tablo-8'den anlaşılmaktadır. Yaşa göre umre seyahatlerine katılan müşterilerin memnuniyetlerinde anlamlı farklılık göstermemektedir. Ortalamalar incelendiğinde, bu 3 boyuta göre farklılık olmamasının yanında, yaşa göre katılımcıların genelini 3'ün üzerinde cevaplar verdiği, yani katıldıkları umre seyahatlerinde verilen hizmetlerden memnun kaldıkları anlaşılmaktadır.

- **H₂** Umre seyahatlerine katılan yolcuların memnuniyetleri yaş düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. **H₂** hipotezi reddedilir.

Tablo 9: Umre Seyahatlerine Katılanların Eğitim Düzeyine Göre Farklılık Analizi Sonuçları					
Faktör Boyutları	Değişken	Sayı(n)	Arit. Ortalama	F değeri	Anlamlılık
Personel ve Rehberlik Hizmetleri	İlköğretim**	196	4,0000	5,147	0,006*
	Ortaöğretim**	81	4,3122		
	Yüksek Öğrenim	189	4,1852		
Mekke'de Verilen Hizmetler	İlköğretim**	196	3,7296	11,319	0,000*
	Ortaöğretim**	81	4,2328		
	Yüksek Öğrenim	189	4,0370		
Medine'de Verilen Hizmetler	İlköğretim**	196	4,0051	5,095	0,006*
	Ortaöğretim**	75	4,3175		
	Yüksek Öğrenim	189	4,0267		

* $p < 0.05$ düzeyinde anlamlılık
 **Scheffe testi sonucuna göre değişkenler arasındaki farklılık "ilköğretim" ve "ortaöğretim" arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Yapılan çalışmanın anketinde eğitim bilgilerine ait değişkenler yedi farklı eğitim düzeyine (1-okur-yazar, 2-ilkokul, 3-ortaokul, 4-önlisans, 5-lisans, 6-yüksek lisans, 7- doktora) göre demografik bilgiler içerisinde incelenmiştir. Fakat bu eğitim düzeyini belirten ifadeler arasında sayısal olarak bir denge olmadığından, eğitim düzeyleri üç farklı eğitim düzeyine indirgenmiştir. Buna göre; ilköğretim= okur-yazar, ilkokul, ortaöğretim= ortaokul, ön lisans, yükseköğrenim= lisans, yüksek lisans ve doktora şeklinde indirgenmiştir.

Tablo 9 dikkatli incelendiğinde müşteri memnuniyetiyle ilgi oluşan üç boyutun üç 'ünde de istatistiki açıdan anlamlı bir fark olduğu anlaşılmaktadır ($p < 0,05$). Scheffe testi incelendiğinde söz konusu farklılığın "ilköğretim" ve "ortaöğretim" arasında olduğu görülmektedir. Bu iki değişken arasındaki farklılığın eğitim durumu ile ilişkili olduğu, ortaöğretim eğitim düzeyinde olan katılımcıların, eğitim durum düşük olanlara (okur-yazar, ilköğretim) nispeten katıldıkları umre organizasyonunda verilen hizmetlerin bütünden memnuniyet düzeylerinin daha düşük olduğu Tablo-9 ile desteklenmektedir. İleri sürülen hipotezlerden;

- **H₃**: Umre seyahatlerine giden yolcuların memnuniyetleri eğitimi seviyelerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. H₃ hipotezi kabul edilmiş olur.

Ayrıca inanç turizmi kapsamında umre seyahatlerine katılan müşterilerin eğitim seviyesine göre memnuniyet düzeyleri genel itibari ile 3'ün üzerinde olup katıldıkları organizasyondan memnun oldukları anlaşılmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Tarih boyunca dini seyahatlerin önemi hiçbir zaman azalmamıştır. Hatta dini seyahatlere verilen önem her geçen gün giderek artmaktadır. Özellikle gelir artışı, artan dünya nüfusu ile birlikte dini ibadetlerini, onlar için kutsal sayılan mekânları ziyaret ederek gerçekleştirme isteği ve manevi tatmin arzusu gelecekte de önemini koruyacaktır denilebilir. Bu çalışmadan elde edilen bulgular doğrultusunda müşteri memnuniyetinin genel anlamda olumlu yönde seyrettiği anlaşılmıştır. Katılımcıların en çok şikâyet ettikleri alanlar ise Arabistan'daki acenta görevlilerinin ilgisizliği, Mekke havaalanındaki karşılama ve uğurlama hizmetlerinin yetersizliği noktasında olmuştur. Yapılan araştırmada çıkan "Personel Hizmetleri ve Rehberlik", "Mekke'de Verilen Hizmetler" ve "Medine'de Verilen Hizmetler" olarak üç faktör boyutuna göre müşteri memnuniyetini yorumlanarak, memnuniyet düzeyinin en fazla olduğu hizmetler "Medine'de Verilen Hizmetler" sırasıyla "Personel Hizmetleri ve Rehberlik" ve son olarak "Mekke'de Verilen Hizmetler" olduğu anlaşılmaktadır.

Yapılan frekans analizi sonucu müşteri memnuniyetinin en fazla olduğu alan Medine'de Verilen Hizmetler kapsamında Medine otellerinin konaklama, temizlik ve yeme içme faaliyetleridir. Ayrıca umreciler organizasyonda ki din görevlisi iyi olduğu takdirde oluşabilecek tüm aksaklıkları unutabileceklerini ifade etmektedirler. Kâbe ile otel arasındaki mesafenin müşteri memnuniyetiyle orantılı olduğunda yapılan frekans analizi sonucunda çıkmıştır. Frekans analizi sonucu en az memnuniyetin olduğu ve dikkat çeken hava alanlarında yaşanan sıkıntılar ve Mekke otellerindeki konaklama hijyen ve yeme içme faaliyetleridir. Genel anlamda oluşan faktör boyutları açısından bakıldığında Mekke'de verilen hizmetlerden en az memnun olunmuştur.

Bu az memnuniyet aslında acentaların turu organize ederken ki seçiminden kaynaklanmaktadır. Fakat müşteri yanlış yönlendirilmekte ve bütün hatalar Araplara ithaf edilmektedir. Örneğin, yeme-içme faaliyetlerindeki kalitesizliğin acenta yetkililerinin maliyetleri düşürmek için yapılan tercihinden dolayı olmasına rağmen suç başka taraflara atılarak memnuniyeti korumaya çalışmaktadırlar. Otelin hijyen ve konaklaması tercih edilen otel standartlarından dolayı olmasına rağmen acenta yetkilileri “Arabistan’da oteller genel olarak pis ve konaklamaya önem vermiyorlar” diyerek suçu üzerlerinden atmaktadırlar. Acenta yetkililerinin yaptığı bir başka hata otel mesafesini uyguladığı paket programa göre yakın seçebilecekken maliyetleri düşürmek adına uzak seçerek, Kâbe ile otel arasında oluşan mesafeden dolayı şikâyet oluşmasına neden olmaktadır (Maran, 2015).

Diğer yandan araştırmamız kapsamında müşteri memnuniyeti ve demografik bilgilerle birlikte kişisel bilgilere uygulanan farklılık testlerinden t-testi ve one-way ANOVA sonuçlarına göre, inanç turizmi kapsamında umre seyahatlerine katılan müşterilerin memnuniyetlerinin eğitim seviyesine göre farklılık gösterdiği anlaşılmıştır. Bu farklılığın, eğitim seviyelerinden ilköğretim ve ortaöğretim arasında olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre eğitim seviyesi ilköğretim olanlar ortaöğretim olanlara nazaran daha az memnun olmaktadır. Bu açıdan işletmelerin hizmetlerini sunarken bunu göz önünde bulundurmalı ve ilköğretim eğitim seviyesine sahip olan insanların memnuniyetlerini arttırmak için faaliyetlerde bulunmalıdırlar. Örneğin; daha açık ve anlaşılır bilgilendirme ve hoşgörü ile bu sağlanabilir. Araştırma kapsamında elde edilen bir diğer sonuç ise, t-testi sonucu elde ettiğimiz kadınların erkeklere oranla daha az memnun olduğudur. “Personel Hizmetleri ve Rehberlik”, “Mekke’de Verilen Hizmetler” ve “Medine’de Verilen Hizmetler” olmak üzere oluşan üç faktör boyutunda da kadınlar erkeklere göre, verilen hizmetlerden daha az memnun olmaktadır. Bunun nedeni kadınların ayrıntıya daha fazla dikkat etmeleri ve ilgi alakaya önem vermeleri olabilir. Ayrıca araştırmamızda analiz edilen demografik bilgilerden katılımcıların yaşının farklı olması müşteri memnuniyetini etkilememektedir. Kişisel bilgiler ışığından yapılan farklılık testlerinde de fark olmadığı anlaşılmaktadır.

Bir başka dikkat edilecek ve hassas olan durum, insanların ibadetlerini gerçekleştirmek için katıldıkları bu tür seyahat programlarındaki ibadetin vereceği huzurdur. İbadetlerin huşu içerisinde gerçekleştirilmesi çok önemli olmakla birlikte, pek çok umrecinin hizmet kaynaklı eksiklik ve/veya aksaklıkları görmemesi ve âdete çekilen sıkıntıları ifade etmeyerek, sanki ibadetin daha makbul olacağını düşünmeleridir. Bu nedenle gerçekleştirdiğimiz bu çalışmadan elde edilen veriler yardımıyla, anket uygulamasını umre seyahatlerine yeni başlayan veya bu seyahatlerden dönmek üzere olan müşterilere uygulamış olmamız memnuniyet düzeyini etkilemiş olduğu söylenebilir. Peygamber

efendimizin “hac meşakkattir” sözü işletmeler tarafından kullanılmakta ve organizasyonun bütün aksaklıklarında buna benzer ifadelerle ibadetini gerçekleştirmek için gelen umrecilerin dini hassasiyetleri istismar edilmektedir. Araştırmamız, temiz duygularla kutsal topraklara ibadet için giden umrecilere daha iyi hizmet nasıl verilir ve umrecilerin memnuniyet düzeyi nasıl en üst seviyede tutulur? gibi sorunları araştırmayı ve çözüm önerileri getirmeyi hedeflemektedir. Maksadımız işletmelerin kârlılığında ziyade umrecilerin memnuniyetlerinin sağlanması için yapılması gerekenleri tespit etmektir. Araştırmamız kapsamında elde edilen sonuçlar ve ilgili literatür ışığında önerilerimiz kısaca şöyledir;

Kamu kurum ve kuruluşlarına öneriler;

- Diyanet İşleri Başkanlığı Hac ve Umre Komisyonunun Umre organizasyonu yapan firmaları sıkı denetlemeleri gerekmektedir. Bu denetlemelerden ilki umrecilerin memnuniyeti üzerinde çok etkili olduğunu düşündüğümüz din görevlisidir. Firmalar her 40 kişilik gruba bir din görevlisi verilmesi lâzımken, bunu ihlâl etmektedirler. Diyanet İşleri Başkanlığı denetlemelerini artırmalı ve usulsüzlük yapan işletmeler belirlenerek ağır cezalar verilmelidir.
- Umre organizasyonu düzenleyen işletmeler A grubu ve TÜRSAB üyesidirler. TÜRSAB olası şikâyetlerde gerekeni yapmaktadır. Fakat yalnızca şikâyetler üzerine değil, hac ve umre hususunda nitelikli elemanlar ile işi yerinde denetlenmelidir.

Umre organizasyonu düzenleyen işletmelere öneriler;

- İbadetini yapmak ve kutsal toprakları görmek için safi duygularla umre organizasyonuna katılan umrecilerin dini hassasiyetlerinin dikkate alınarak memnun edilmesi gerektiği ve bunun için işletmelerin maddi beklentilerin yanında manevi beklentilerde olmaları ve ona göre hizmet etmelidirler.
- İşletmelerin, Diyanetin 40 kişiyi ulaşan her grup için din görevlisi tahsisini engellemek için her grupları 40'ın altında göstermekten vazgeçmeleri ve Diyanet İşleri Başkanlığı ile işbirliği içinde çalışmaları gereklidir.
- İşletmelerin umrecilerin dini hassasiyetlerini istismar etmemeleri ve aldıkları ücretin karşılığını sunulan hizmet ve organize edilen tur programıyla vermelidirler.
- Umre organizasyonu düzenleyen işletmelerin ve Diyanet İşleri'nin hizmet kalitesini artırmak ve müşteri memnuniyeti oluşturarak müşteri sadakati elde etmek için eğitimli personel ile çalışmalı ve eldeki personeli bilinçlendirmesi gerekmektedir.
- Organizasyonun her aşamasında müşteri memnuniyeti esas alınmalı ve ona göre davranılmalıdır.

Araştırmacılara öneriler;

- Benzer çalışma yapacak araştırmacılara, örneklem sayısını arttırmaları ve yüz yüze anket ya da mülakat yöntemi kullanmalıdırlar. Ayrıca sorular mümkün olduğu kadar kısa olmalı ve geneli teşkil etmelidir.
- Araştırmacılara yapılacak bir diğer öneri ise, konu hakkında daha fazla araştırma yapmaları ve umre seyahatlerini sunulan hizmete göre lüks, standart ve ekonomik tur olarak ayrı ayrı incelemelerdir.

KAYNAKÇA

AKSOY, Mustafa. (2002), Türkiye’de İnanç Turizmine Genel Bakış ve Hıristiyanlığın Seyahate Verdiği Önem, Dinler Tarihi Araştırmaları, Ankara.

AL, Hamza, (2010), Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.

ALTUNIŞIK, Remzi., R. Coşkun, S. Bayraktaroğlu, (2010), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamaları, 6. Baskı, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.

ASLANTÜRK, Zeki, (1999), Araştırma Metot ve Teknikleri, İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.

BATMAN, Orhan, (2013), “Kâinata Turist Gözüyle Bakmak”, Türkiye Yazarlar Birliği Sakarya Şubesi, Sait Tanış Kültür Merkezi, Sakarya, Söyleşi-2013.

BİLMEN, Ömer Nasuhi, (1999) Büyük İslam İlmihali, A. F. Yavuz (çev.), Akçağ Yayınları, Ankara.

BÜYÜKÖZTÜRK, Şener, (2012), Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı, Pegem Akademi, Ankara.

DIYANET, (2014), Umrenin yapılışı, <http://hacveumre.diyamet.gov.tr/RehUmreYapilisi.aspx>, (ET: 10.04. 2015).

DIYANET,(2015), Haccın Yapılışı, <http://hacveumre.diyamet.gov.tr/RehHacYapilisi.aspx#.VUM-12yJJIU>, (20 Nisan 2015).

FREKANS, (Ty.), İstatistik Analizleri, http://www.frekans.com.tr/tr_analizler.html, (04 Haziran 2015).

HALİS, M., Türkay, O., (2009), Turizm İşletmeleri Pazarlamasında Doğrulama (Confirmation), C. Avcıkurt, B. Zengin, Ş. Demirkol (edt.), Turizm İşletmelerinin Pazarlamasında 7P ve 7C İçinde, 7-49, Değişim Yayınları, Sakarya.

HANENDAH, Ali El, (2013), Quantifying The Carbon Footprint Of Religious Tourism: The Case Of Hajj, Journal Of Cleaner Production 52, (2013), Ss:53-60.

KAHRAMAN, Nüzhet, Oğuz, Türkay, (2009), "Turizm ve Çevre", Detay Yayıncılık, Ankara.

KIZILKAYA, Y., (2013), Erzurum İli'nin İnanç Turizm Potansiyeli, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum: Atatürk Üniversitesi SBE.

KUR'AN KERİM, Ankebut suresi, 20, En'am suresi, 6, Hac, 22/45-46, Rûm, 30/9.

KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI, (2014), İnanç Turizmi, <http://www.ktyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9952/inanc-turizmi.htm> , (15 Nisan 2015).

MARAN, Tahir, (2015), Kişisel Görüşme, Marka Turizm Yönetim Kurulu Başkanı, Nisan 2015.

NURSİ, Said, (2013), Sözler, Envar Neşriyat, İstanbul.

OĞUZLAR, Ayşe, (2007), İstatistiksel Veri Analizi 1 SPSS ve MINITAB Uygulamaları, Ezgi Kitapevi Yayınları, Bursa.

ÖZCAN, Abdullah, (2007), Hac Kitabı, Ensar Neşriyat, İstanbul.

PEWFORUM, (2015), <http://www.pewforum.org/2015/04/02/religious-projections-2010-2050/> (15.10.2015)

RIZAOĞLU, Bahattin, (2007), Turizm Pazarlaması, Detay Yayıncılık, Ankara.

SAREN, Michael, (2006), Marketing Graffiti The View From The Street, Elsevier, Amsterdam.

SEYİDOĞLU, Halil (2009), Bilimsel Araştırma ve Yazma El Kitabı, 10. Baskı, İstanbul: Güzem Can Yayınları.

ŞEN, L. Mustafa, Burhanettin Zengin ve Muhammed Taş (2015), Hac ve Umre Organizasyonlarında Müşteri Memnuniyeti: Sakarya İli Alan Araştırması, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 7 (2015): 92-103.

ŞİMŞİR, Mehmet, (2013), İslam Dini Açısında İnanç Turizminin Kökenleri, Önemli Mekân, Şahıs ve Zaman Dilimleri, International Conference On Religion Tourism and Tolerance, 9-12 May 2013, Konya/ Türkiye.

TUİK, (2014), <http://haber.star.com.tr/guncel/halkin-yuzde-kaci-kendini-musulman-goruyor/haber-911294>, (14 EKİM 2015).

TÜRSAB, (2014), İnanç Turizmi Raporu 2014, Ankara.

YEĞİN, Abdullah, (2013), İslami-İlmi-Felsefi-Yeni Lügat, Hizmet Vakfı Yayınevi, İstanbul.

ZENGİN, Burhanettin ve Gül Erkol, (2012), Hac ve Umre Organizasyonu Düzenleyen İşletmelerin Sorunları: İzmir İli, VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi: 12-15 Nisan 2012, Kemer, Antalya Ss:238-249.

Kurumsallaşma Göstergelerinin Doğrulayıcı Faktör Analizi ile İncelenmesi ve Kurumsallaşma Algılarını Farklılaştıran Etmenlerin Belirlenmesi: Kırgızistan Örneği

Aizat NARMAMBETOVA

Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
ayzat.narmambetova@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Salih Börteçine AVCI

Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Kamu Yönetimi Bölümü
savci@atauni.edu.tr

Prof. Dr. Önder BARLI

Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Kamu Yönetimi Bölümü
barli@atauni.edu.tr

Özet: Kurumsallaşma, işletmelerin hayatta kalma mücadelelerinde önemi artan bir kavram haline gelmiştir. Artan önemine rağmen hali hazırda işletmelerin kurumsallaşma ile ilgili nasıl bir süreç oluşturmaları gerektiği konusunda fikir birliğine varamadıkları görülmektedir. Bu mekanizmanın temelindeki göstergelerin belirlenmesi ise son derece önemlidir. Kurumsallaşma göstergelerinin belirlenerek önem düzeylerinin tespit edilmesi, işletmelerin hangi yolu izlemeleri gerektiği konusunda da bir perspektif sunacaktır. Mevcut çalışma, hem kurumsallaşma göstergelerinin incelenmesini hem de bu göstergeler yoluyla kurumsallaşma algılarını değiştiren etmenlerin tespit edilmesini amaçlamaktadır. Araştırma Kırgızistan'da bulunan 100 Türk şirketi şirketinin incelenmesi yoluyla gerçekleştirilmiştir. Verilerin çözümlenmesinde nicel araştırma yöntemi kapsamında betimsel ve karşılaştırmalı modellerden oluşan karma bir model kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsallaşma, Doğrulayıcı Faktör Analizi, Kırgızistan

Investigation of Institutionalization Indicators with Confirmatory Factor Analysis and Determination of Factors That Differentiate The Institutionalization Perceptions: The Case Of Kyrgyzstan

Abstract: *Institutionalization became an increasingly important concept in businesses survival. Despite the increasing importance, it is seen that businesses can not have a consensus about how should they create a process related to the institutionalization at present. Identification of indicators on the basis of this mechanism is extremely important. Determination of institutionalization indicators with importance levels will also offer a perspective to businesses about which path should they follow. Current paper aims both examine the institutionalization indicators and determination of factors changing the institutionalization perceptions through this indicators. This research is organized with 100 Turkish companies located in Kyrgyzstan. A qualitative approach of scientific inquiry was employed combining descriptive and comparative models.*

Keywords: *Institutionalization, Confirmatory Factor Analysis, Kyrgyzstan*

Giriş

Günümüzde küreselleşme ile birlikte artan rekabet, işletmeleri daha esnek ve daha sağlam yapılar oluşturmaları konusunda stratejiler geliştirmeye itmiştir. Temelleri sağlam olan işletmeler çevresel etkenlerin değişkenliği ile daha kolay mücadele edebilir hale gelecektir. İşletmelerin sağlam temellere sahip olmaları ise ancak kurumsallaşmaları ile mümkündür. Bu anlamda işletmelerin kurumsal sistemlerini geliştirebilmek adına örgüt yapılarını ve iş stratejilerini en iyi biçimde organize edecek kurumsallaşma modellerini benimsemeleri gerekir. İşletmelerin kişilere bağımlılığını azaltmak ve standart yönetim süreçleri hazırlayabilmeleri adına da kurumsallaşmaya ihtiyaç duyarlar. Bunun için işletmelerin kurumsallaşma sürecini harekete geçirecek unsurları ve göstergeleri kendilerine özgü biçimde düzenlemeleri, tüm süreçlerde aktif ve dinamik bir biçimde uygulamaları büyük önem taşımaktadır.

Büyüyen her yapı belirli düzeyde negatif entropinin etkisi altındadır ve istese de istemese de bozulmaya doğru giden bir girdabın içerisine düşebilir (Koçel, 2003). Bu bozulmanın önüne geçebilmek ise basit yapılardan daha biçimsel, yönetim basamaklarının ve bürokrasinin hâkim olduğu bir yapıya geçiş ile mümkündür. Genel olarak kurumsallaşma işletmenin yeni koşullara uyum

sağlamasını kolaylaştırarak kurum içi bozulmaları engelleyen bir mekanizma sunar.

Kurumsallaşmasını tamamlayan işletmeler çevresel koşullara uyum sağladıktan sonra yapılarını sağlam zeminlere oturtma şansı yakalarlar. Oturmuş olan bu yapılarını, kişilere endeksli olmaktan çıkararak kurumun kendi misyonu, amaç ve hedeflerine varabilmesini sağlayan kural ve değerler ile çevrelerini etkilerler ve kendilerine özgü kurumsal bir kimlik oluşturmuş olurlar (Karpuzoğlu, 2004).

Kurumsallaşmanın oluşumunda etkili olan unsurların belirlenmesi ve işletmelerin bu unsurlara göre dinamik bir yapıya sahip olmaları önemlidir. İşletmelerin kurumsallaşma düzeylerinin tespitinde kullanılan belirleyici temel göstergeler literatürde farklı mekanizmalarla açıklanmaya çalışılmaktadır. Kurumsallaşmayı oluşturan bu göstergeler kurumsallaşmanın her sürecinde göz önünde bulundurulması gereken kritik faktörleri oluşturur. Kurumsallaşmayı tam manasıyla temsil edecek göstergelerin araştırılması ve bu göstergelerin kurumsallaşma içerisindeki önemini ortaya koymak adına bu çalışmaya karar verilmiştir. İşletme anayasası, profesyonelleşme, yetki devri ve yetkilendirme, hesap verebilirlik, kültürel güç, yönetim anlayışı ve yönetime katılma, etkin iletişim sistemi seçilen yedi göstergelyi oluşturmaktadır.

Kurumsallaşma göstergelerinin belirlenmesinin yanı sıra işletmelerin kurumsallaşma süreçlerinin sağlam temeller üzerine yürütülmesi yönetici desteğine bağlıdır. Bu anlamda yöneticilerinin kurumsallaşmaya yönelik algılarının ve bu algıları farklılaştıran etmenlerin neler olduğunu anlamaya çalışmak da göstergelerin belirlenmesi adına önemlidir. Çalışmada belirlenen göstergelerle oluşturulan kurumsallaşma modeline yönelik algısal farklılıkların hangi unsurlara dayandığının belirlenmesi bağlamında belirli değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Bu çalışmada Kırgızistan'da faaliyet gösteren Türk işletmeleri özelinde bir inceleme yapılmasına karar verilmiştir. Bu kararın verilmesinde farklı ülkelerde yatırım yapan işletmelerin yaşadığı zorlukların olması ve kurumsallaşma ihtiyaçlarının yurt içinde yatırım yapanlara göre daha yoğun yaşandığı varsayımına dayanmaktadır. Bu amaçla Kırgızistan'da faaliyet gösteren 100 işletmede anket yoluyla incelemelerde bulunulmuştur.

1. Teorik Çerçeve

1.1. Kurumsallaşma

Kurumların oluşması ve varlıklarının sürdürülmesi belirli amaç ve kurallara bağlıdır. Belirlenen amaçlar çerçevesinde süreklilik sağlayarak kendilerini geliştirmeye ihtiyaç duyarlar (Aydın, 2000). Bu gelişim kapsamında yalnızca kendileri için değil insan ve toplum arasındaki ilişkilerin düzenlenmesi için de belirli bir sistematik oluştururlar.

Kurumların yaşamlarını sürdürebilmeleri, bozulmaya eğilimli yapısını sistematize etmekten geçer. Bu hususta en önemli dinamik ise kurumsallaşmadır. Kurumsallaşma, işletmeyi sistemli bir yapıya kavuşturma, kişilerden ziyade belirli kurallara, standartlara ve prosedürlere göre işletmek üzere belirli bir düzen oluşturma faaliyetidir. Kurumsallaşma, işletmeyi çevrede oluşan koşullara uyarlayarak, istikrarsız, dağınık ve dar teknik faaliyetlerden uzaklaştırıp, denge, düzen, belirlilik ve sosyal bütünleşmeyi sağlama, kurumsal bir kimliğe sahip olma, kurumun yönetimini yani geleceğini güvenceye alarak sürekliliğini sağlamak şeklinde tanımlanmaktadır (Çakıcı, 2008).

Kurumsallaşmanın işletmelere sunduğu en büyük olanak işletmeleri kişilerden bağımsız hale getirecek kurallar, standartlar ve prosedürler oluşturarak değişen çevre koşullarına karşı mücadele edecek güçlü bir yapı sunmasıdır. Bu sayede işletmenin diğerlerinden farklı ve ayırt edici bir kimliğe bürünmesi sağlanmış olur (Karpuzoğlu, 2004). Kurumsallaşmanın en temel felsefesi tüm işletme faaliyetlerinin kişiye değil bir modele dayandırılarak yürütülmesidir. Böyle bir model sayesinde işletme yöneticileri ve sahipleri işletmenin devamı için pek bir anlam ifade etmez (Yazıcıoğlu, 2008). Dolayısıyla kurumsallaşma organizasyonu kişilerden bağımsız olarak saptanmış amaçlar doğrultusunda hareket etmesini sağlayarak (Hatten, 1997), kendi varlığını insanların varlığından ayırıp daha uzun ömürlü olmasına yardımcı olur.

Kurumsallaşma sayesinde bir örgütün yerleşmiş bir takım ilke ve politikalara göre farklı zaman ve mekânlarda standart tavırlar geliştirmesi ve daha tutarlı davranışlarla istikrar ve güvenin temsilcisi konumuna yükselmesi sağlanır (Ural, 2004).

Kurumsallaşma, bir sistemin ihtiyaç duyduğu tüm uygulamaları ve yapıların tek bir bünyede toplanmasını sağlayan bir süreçtir (Scott, 1995; Colbeck, 2002). Kurumsallaşma süreci düzenleyici, normatif ya da ilişsel bir mekanizmaya oturtularak incelenebilir. Düzenleyici süreçler resmi kuralların oluşturulması, denetlenmesi ve yanlış faaliyetlerin cezalandırılması üzerine kurulmuştur. Normatif süreçler ise işletme için en uygun anlayışların biraraya getirilerek belirli bir temellendirmenin oluşması gerekliliği üzerine sistem

geliştirmeyi esas alır. Bilişsel süreçlerde ise faaliyetlerin uygulanmasında geniş çaplı kurumsal kabulün egemen olduğu bir anlayışlar sistemi oluşturulur (Colbeck, 2002).

İşletmelerin kurumsallaşma düzeylerinin tespitinde kullanılan belirleyici temel öğeler bulunmaktadır. Kurumsallaşmanın başlangıç düzenlemelerini oluşturan bu öğeler kurumsallaşmanın her sürecinde göz önünde bulundurulması gereken kritik faktörleri oluşturmaktadır. Bu öğelere genel olarak bakıldığında; sadelik, farklılaşma, esneklik ve özerklik şeklinde dört yönetsel düzenleme öne çıkmaktadır (Karpuzoğlu, 2004). Kurumsallaşma, toplumsal yapıların, değerlerin, kurumun üstlendiği sorumlulukların, toplumsal düşünce ve hareketler çerçevesinde yasa niteliğinde bir statü kazandığı süreci kapsamaktadır (Özgener, 2000). İşletmelerde kurucu girişimci olmadan da işlerin düzenli bir biçimde yürütülmesini ve işletmelerin en kârlı biçimde, sürekliliklerini sağlamak amacıyla işlerin profesyonel kişilere bırakılabilmesi için çalışmaların yapıldığı ve tedbirlerin alındığı dinamik sürece “kurumsallaşma süreci” adı verilebilir (Ak, 2010).

Kurumsallaşma süreci literatürde; tüzel kişilik kazanma, varlığın sürekliliği, bireysel-örgütsel amaç uyumu, kurumsal kimlik kazanma olarak sıralanmaktadır (Karpuzoğlu, 2004). Günümüzde işletmelerin ekonomik ve ticari anlamda tüzel kişilik kazanması varlıklarının sürekliliğini sağlamak için hukuki altyapıyı tamamlamış olmaları ile muhtemeldir. Bu aynı zamanda kanunen tanınabilmeleri içinde bir ön koşuldur. Bir işletmenin tüzel kişilik kazandıktan sonra yapması gereken ilk iş uzun yıllara yayılacak bir yönetim mekanizmasıdır. İşletmelerin varlığını sürekli kılabilmesi adına işletme amaçları ile kişisel amaçlarını uyumlaştırmaya çalışmaları, güçlü yönleri ve zayıf yönlerinin farkına vararak çevresel tehditlerden korunabilecek, fırsatları yakalayabilecek bir bakış açısına sahip olmaları gerekir (Pembe, 2004). Uzun dönemde stratejik olarak planlanmış amaçlara ulaştıracak işletme felsefesi, kültürü ve tüm soyut unsurlarının toplandığı kurumsal kimlikleri ile işletmeler geleceğe daha özgüvenle bakabileceklerdir. Bu anlamda kurumsal kimlik kazanma kurumsallaşma sürecinde önemli bir unsurdur (Örmeci, 2005).

1.2. Kurumsallaşma Göstergeleri

İşletmelerde kişiye değil modele dayalı bir sistemin olması gerektiğini ifade eden kurumsallaşmanın, bir işletmede oluşumuna ilişkin bazı göstergeleri bulunmaktadır. Bu göstergeler; işletme anayasası, profesyonelleşme, etkin bir örgüt yapısı, yetki devri ve yetkilendirme, yönetim anlayışı, karar verme şekli ve etkin bir iletişim sisteminin kurulması şeklinde özetlenebilir (Yazıcıoğlu, 2009).

İşletme Anayasası (Formalleşme); Kurumsallaşmada hangi konuda olursa olsun her türlü etkileşim ve iletişimde belirli kuralların hâkim olması gerekmektedir. Dolayısıyla kurumun işleyişindeki bütün süreçlerde uygun kuralların oluşturulması ve bu kuralların yazılı hale getirilmesi gerekir. Yazılı hale getirilen bu kurallar işletmenin anayasasını meydana getirir (Bilgin, 2007). İşletme anayasası, işletmenin vizyon ve misyonunun yer aldığı, işletmeye ait genel ve özel hedeflerin belirlendiği, iş ve işleyişe ilişkin tüm ilke ve kurulların yazılı olarak ortaya konulduğu temel bir yol göstericidir. Tüm işletmeler için işletme anayasasının varlığı, kurumsallaşmanın önemli bir göstergesi niteliğindedir (Yazıcıoğlu, 2009). İşletme çalışanlarınca rollerin bilinmesi, belirsizliği azaltarak kimin ne yapacağını sınırlandırmaktadır. Bu sayede işletme içinde koordinasyon kolaylaşarak kurumsallaşma artmaktadır. Formalleşme çalışanların işletmeye bağlılığını artırmaktadır. Bunun temel nedeni işletme içerisinde görev tanımlarının ve sorumlulukların belirlenmesidir (Ford ve diğ., 1982).

Profesyonelleşme; Profesyonelleşme, işletme içerisindeki iş ve işlemlerin o konuda uzman kişiler tarafından yerine getirilmesi, görev, yetki ve sorumluluk dengesinin uzmanlık esasına göre belirlenmesi anlayışına dayanmaktadır (Barnes ve diğ., 1994) İşletmelerin profesyonelleşmesini sağlayan önemli bir unsur çalışan profesyonellerin işletmedeki çalışanlar arasındaki oranıdır. Profesyonel çalışan sayısı arttıkça işletmeler daha çok profesyonel özellik kazanmaktadırlar (Hall, 1968).

Yetki Devri ve Yetkilendirme; Yetki devri, bir yöneticinin herhangi bir alanda kendisine verilmiş olan karar verme yetkisini, kendi isteği ile belirli şartlar altında astına devretmesidir. Yetki devrinin özünde, yönetici işin sonunda hala sorumlu kişidir ve gerekli gördüğü için ya da daha iyi sonuçlar elde edebileceğini düşündüğü için kendine ait olan bir hakkı geçici olarak astına devretmektedir (Kenan, 1996).

Hesap Verebilirlik; İşletmelerin örgütsel, politik ve sosyal alanda, dış çevreleri ile ilişkilerinin düzenlenmesi ve bu ilişkilerin sürdürülebilir hale gelmesinde tüm çıkar gruplarına karşı cevap verebilir bir yapının oluşturulmasında etkili bir konudur (Kaynak ve diğ., 2014). İşletmelerin hesap verebilir olması için eylemlerinin çevresel kurumların normlarına uygun olarak kaydedilmesi, saydam olması, eylemlerin ilgili sektörel ve mesleki kurumlarca onaylanması, işletme eylemlerinin sosyal sorumluluk özelliklerini taşıması ve yönetimin işletme ve çalışanların eylemlerinin sonuçlarını üstlenmesidir. İşletmelerin meşru kurumlara dönüşmesi yönünde işletmeyle ilgili çıkar gruplarının baskıları sonucunda işletmelerin hesap verebilirliğe sahip olması gerekmektedir (Apaydın, 2009).

Kültürel Güç; Kültürel güç örgüt kültürünün kabullenilme düzeyi ve işletme içerisinde yaygın olarak paylaşılmasıdır. Kültürü oluşturan normlar, etik kurallar, değer ve ilkelerin işletme üyelerince kabullenilme düzeyi arttıkça ve bütün üyelerce paylaşıldıkça işletme güçlü bir kültüre sahip olmaktadır. Kültür, kişilerin ve grupların davranışlarını etkilediğinden ve şekillendirdiğinden işletmede güçlü kültürün oluşması, üyelerin istenilen davranışlarda bulunmalarını sağlayacağından kurumsallaşmaya katkıda bulunmaktadır (Gottlieb ve Sanzgiri, 1996).

Yönetim Anlayışı ve Yönetime Katılma; kurumsallaşmanın tepeden tabana doğru yayılmasını temin edebilmenin yolu yönetim anlayışını kurumsallaşma sürecine yardımcı olacak bir şekle büründürmekten geçer. Bunun en kolay yolu ise iç müşterinin yönetime katılımını sağlamaktır. Çalışanlar işletmede kendileri ile ilgili her türlü kararın alınmasında aktif rol alarak düşüncelerinin önemsendiğini hissetmek ister (Akçakaya, 2010). İmkân verildiği ölçüde personelin etkinliğinin artırılması ve örgütte demokratik bir yönetim sisteminin aktif tutulması kurumsallaşmanın bütün süreçlere yayılıp başarıyla sürdürülmesi açısından önemlidir.

Etkin Bir İletişim Sisteminin Oluşturulması; İşletmelerin kurumsal bir yapıya sahip olması temelde, sürekli ve çok yönlü bir iletişim sisteminin kurulmasını, işi yavaşlatmadan ve gecikmeden standartlardan sapmaları gösteren bir denetim sisteminin oluşturulmasını gerekli kılmaktadır (Alayoğlu, 2003).

2. Metodoloji

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışma kurumsallaşma göstergelerinin incelenmesini ve Kırgızistan özelinde işletmelerde kurumsallaşma algısını farklılaştırdığı düşünülen unsurların ortaya çıkarılmasını amaçlamaktadır. Bu yolla kurumsallaşma düzeyini etkileyeceği varsayılan bazı unsurların ortaya çıkarılması ile işletmelerin kurumsallaşmaya yönelik farkındalık seviyelerini etkileyen etmenler belirlenmiş olacaktır.

Çalışma iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda kurumsallaşma göstergeleri belirlenerek genel kurumsallaşma düzeyi ortaya çıkarılacak, ikinci kısımda ise kurumsallaşma algısını etkileyeceği varsayılan unsurların istatistiksel değerlendirmesi yapılacaktır. Bu amaçla Kırgızistan'da bulunan 100 Türk şirketi incelenmiştir ve anket yoluyla veriler toplanarak analiz edilmiştir.

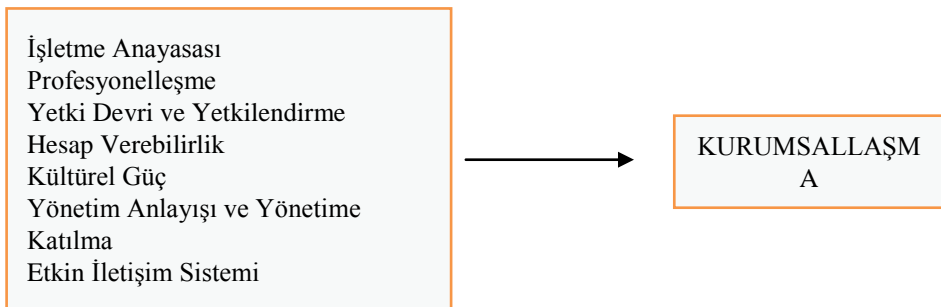
2.2. Araştırmanın Ana Kütle ve Örneklemi

Araştırmanın ana kütlelerini Kırgızistan'daki inşaat malzemeleri üretimi ve pazarlama, gıda maddeleri, temizlik ürünleri üretimi, mobilya ve beyaz eşya

üretimi, tekstil pazarlama, hizmet sektörü, kafe işletmeciliği vb. gibi sektörlerde faaliyet gösteren 400'ü aşkın küçük ve orta ölçekli Türk işletmeleri oluşturmaktadır. İşletmelerin sınıflandırılmasında çalışan sayıları kriter kabul edilerek; 0-9 arası küçük işletme, 10-49 arası orta işletme ve 50-249 arası büyük işletme şeklinde yapılmıştır. Söz konusu işletmeler Kırgızistan'ın çeşitli şehirlerinde faaliyet göstermesi ve işletme sayısının oldukça fazla olması nedenleriyle çalışmanın tüm işletmeleri kapsayacak bir şekilde yapılması yüksek maliyetli ve çok zaman alıcı bir süreç olması açısından ciddi bir kısıt olarak bu çalışmayı etkilemiştir. Bu hususlar dikkate alınarak kapsam dâhiline alınan örneklerin ana kütlelerin özelliklerini yansıtacağı varsayılmıştır. Bu nedenle araştırmada ana kütleleri yansıtmayı amacıyla iş kollarından zümrelere göre örneklem belirleme yoluna gidilmiştir. Bu doğrultuda belirlenen örneklem imalat (%20), ticaret (%50), hizmet (%23), inşaat ve diğer (%7) alanlarında faaliyet gösteren 100 Türk şirketten oluşturulmuştur.

2.3. Araştırma Modeli ve Ölçek Geliştirme

Bu çalışmada öncelikli olarak Kırgızistan özelinde Türk işletmelerinin kurumsallaşma göstergeleri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın modeli keşifsel ve tanımlayıcı bir nitelik taşımaktadır. Verilerin çözümlenmesinde nicel araştırma yöntemi kapsamında betimsel ve karşılaştırmalı modellerden oluşan karma bir model kullanılmıştır. Kurumsallaşma göstergeleri ile ilgili ölçekler ve ölçme modeli literatür desteği ile yazarlar tarafından oluşturulmuştur. Bu yönüyle ölçek orijinal bir nitelik taşımaktadır. Teori kısmında açıklanan kurumsallaşma göstergelerine ait modelin ölçeği toplamda 23 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin iki maddesi işletme anayasası, iki maddesi profesyonelleşme, iki maddesi yetki devri ve yetkilendirme, beş maddesi hesap verebilirlik, üç maddesi kültürel güç, altı maddesi yönetim anlayışı ve yönetime katılma ve üç maddesi ise etkin iletişim sistemini ölçmek amacıyla belirlenmiştir. Araştırmada ölçek oluşturulurken ön test sonucu yapılan açıklayıcı faktör analizlerinin ardından faktör yapılarına girmeyen ifadeler çıkarılmıştır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırmada veri toplama aracı olarak birincil ve ikincil kaynaklar kullanılmıştır. Öncelikle şirket el kitapları, şirket broşürleri, şirket resmi web sayfalarından yararlanılmıştır. Daha sonra Atatürk Üniversitesi Kütüphanesi, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Kütüphanesi, Kırgız Milli Kütüphanesi ve Rusya Devlet Kütüphanesinde bulunan Türkçe, Kırgızca, Rusça ve İngilizce kitap ve makaleler incelenmiş ve gerekli bilgiler alınmıştır.

Veriler literatür destekli oluşturulan anketler yoluyla yüz yüze toplanmıştır. Anket çalışması 2014 yılı Temmuz ayında bir aylık süreç içerisinde toplanmıştır. Anket formunda demografik özelliklerle ilgili 5 soru kontrol değişkenleri ile ilgili 18 soru sorulmuştur. Kontrol değişkenleri ile ilgili sorularda Guttman ölçeği tercih edilmiştir. Kurumsallaşma göstergelerinin belirlenmesine yönelik olarak hazırlanan sorularda ise 5'li likert ölçeği (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır.

Kurumsallaşma göstergelerinin belirlenmesi amacıyla gösterge ölçeği doğrulayıcı faktör analizine ve yol analizine tabi tutulmuş ve LISREL programı kullanılmıştır. Demografik özellikler ve kurumsallaşma etkenlerinin çözümlenmesi ile ilgili analizlerde SPSS 20.0 programı kullanılarak frekans, aritmetik ortalama ve farklılık analizinden faydalanılmıştır.

3. Analiz ve Bulgular

3.1. Demografik Özellikler

Araştırmaya katılan şirketlerin genel durumlarını yansıtmaları açısından demografik özellikler belirli unsurlar çerçevesinde değerlendirmeye alınmıştır. Tablo 1. araştırmayı oluşturan demografik özellikleri ve kurumsallaşma etkenlerine ait tanımlayıcı istatistikleri göstermektedir. Anketleri dolduran katılımcıların tamamı yöneticilerden oluşmuştur. Verilerin toplandığı şirketlerin %13'ü şahıs, %13'ü kolektif, %54'ü limited, ve %20'si anonim şirket özelliği taşımaktadır. Bu işletmelerin %38'i 0-5 yıl arası, %32'sinin 6-10 yıl, %29'unun 11-20 yıl ve %1'inin ise 20 yıl üzerinde tecrübesi bulunmaktadır. İşletmelerin %56'sı aile işletmesidir. %58'i ise dış ticaretle uğraşmaktadır. Kalite sistemine sahip olan işletmelerin oranı %57'dir. Genel olarak bakıldığında işletmelerin; %76'sının organizasyon şemasının bulunduğu, %43'ünün organizasyon el kitabının bulunduğu, %79'unda yönetim kurulu bulunduğu, %73'ünde yazılı iş talimatı bulunduğu görülmüştür. Şirketlerin %58'inde insan kaynakları bölümü, %64'ünde performans değerlendirme sisteminin bulunduğu tespit edilmiştir. Hizmet standartları konusunda %95'inin bu standartlara sahip olduğu ve %70'inin veri tabanı kullandığı görülmüştür.

Tablo 1.Demoğrafik Özellikler ve Kurumsallaşma Etkenleri

<i>Değişken</i>	<i>Fr.(%)</i>	<i>Değişken</i>	<i>Fr.(%)</i>	<i>Değişken</i>	<i>Fr.(%)</i>
(1)Yöneticinin Görevi	<i>Fr.(%)</i>	(7)İşletme Yapısı	<i>Fr.(%)</i>	(17) İKY Bölümü var mı?	<i>Fr.(%)</i>
Alt Düzey Yönetici	22 (22,0)	Aile İşletmesi	56 (56,0)	Evet	58 (58,0)
Orta Düzey Yönetici	41 (41,0)	Diğer	64 (64,0)	Hayır	42 (42,0)
Üst Düzey Yönetici	28 (28,0)	(8)Dış Ticaret Yapılıyor mu?	<i>Fr.(%)</i>	(18) Performans Değerleme Sistemi var mı?	<i>Fr.(%)</i>
Diğer	9 (9,0)	Evet	58 (58,0)	Evet	64 (64,0)
(2)İşletme Tecrübesi		Hayır	42 (42,0)	Hayır	36 (36,0)
0-5 yıl	38 (38,0)	(9) Kalite Sistemi var mı?	<i>Fr.(%)</i>	(19)Personel Kariyer Yolları Açık mı?	<i>Fr.(%)</i>
6-10 yıl	32 (32,0)	Evet	57 (57,0)	Evet	72 (72,0)
11-20 yıl	29 (29,0)	Hayır	43 (43,0)	Hayır	28 (28,0)
20 yıl ve üzeri	1 (1,0)	(10) Organizasyon Şeması var mı?	<i>Fr.(%)</i>	(20) Düzenli Eğitim Programı var mı?	<i>Fr.(%)</i>
(3)Çalışan kişi Sayısı	<i>Fr.(%)</i>	Evet	76 (76,0)	Evet	69 (69,0)
0-9 arası	32 (32,0)	Hayır	24 (24,0)	Hayır	31 (31,0)
10-49 arası	55 (55,0)	(11) Organizasyon El Kitabı var mı?	<i>Fr.(%)</i>	(21) Hizmet Standartları var mı?	<i>Fr.(%)</i>
50-249 arası	12 (12,0)	Evet	43 (43,0)	Evet	95 (95,0)
250 ve üstü	1 (1,0)	Hayır	57 (57,0)	Hayır	5 (5,0)
(4)Sahiplik Yapısı	<i>Fr.(%)</i>	(12) Yönetim Kurulu var mı?	<i>Fr.(%)</i>	(22) Kurumsal Kimlik İmajı var mı?	<i>Fr.(%)</i>
Şahıs	13 (13,0)	Evet	69 (69,0)	Evet	76 (76,0)

Limited Şirket	54 (54,0)	Hayır	31 (31,0)	Hayır	24 (24,0)
Anonim Şirket	20 (20,0)	(13) Müteşebbis Tepe Yönetici mi?	Fr.(%)	(23) Elektronik Veri Tabanı Kullanılıyor mu?	Fr.(%)
Kolektif Şirket	13 (13,0)	Evet	58 (58,0)	Evet	70 (70,0)
(5) Faaliyet Alanı	Fr.(%)	Hayır	42 (42,0)	Hayır	30 (30,0)
Üretim/İmalat	20 (20,0)	(14) Yazılı İş Tanımları var mı?	Fr.(%)		
Ticaret	50 (50,0)	Evet	73 (73,0)		
Hizmet	23 (23,0)	Hayır	27 (27,0)		
Diğer	7 (7,0)	(15) Düzenli Toplantı Yapılıyor mu?	Fr.(%)		
(6) Profesyonel Yönetici sayısı	Fr.(%)	Evet	87 (87,0)		
Yok	12 (12,0)	Hayır	13 (13,0)		
1-4 arası	58 (58,0)	(16) Danışmanlık alınıyor mu?	Fr.(%)		
5-8 arası	17 (17,0)	Evet	47 (47,0)		
9-12 arası	5 (5,0)	Hayır	53 (53,0)		
13 ve üzeri	8 (8,0)				

3.2. Kurumsallaşma Göstergeleri ve Kurumsallaşma

Kurumsallaşmanın oluşmasında etkili olan unsurlar konusunda literatürde genel kabul gören göstergeler seçilmiştir (Yazıcıoğlu, 2009). Bu göstergelerin tespit edilmesine yönelik 5'li Likert ölçeği ile hazırlanmış anket soruları oluşturulmuştur. Kullanılan ölçeğin içsel tutarlılığını belirlemek için Cronbach's Alpha değerine bakıldığında; birinci boyut olan işletme anayasası değerinin $\alpha = 0.748$, ikinci boyut olan profesyonelleşme değerinin $\alpha = 0.785$, üçüncü boyutta yer alan yetki devri ve yetkilendirme değerinin $\alpha = 0.742$ dördüncü boyut olan hesap verebilirliğin değerinin $\alpha = 0.852$ olduğu, beşinci boyutta yer alan kültürel güç değerinin $\alpha = 0.736$ altıncı boyut olan yönetim anlayışı ve yönetime katılma

değerinin $\alpha = 0.838$ son faktör olan etkin iletişim sistemi değerinin ise $\alpha = 0.740$ bulunduğu görülmüştür. Cronbach's Alpha değerleri Nunally (1978) tarafından önerilen minimum 0.70 seviyesinin üzerinde güvenilir olduğu ortaya çıkmıştır.

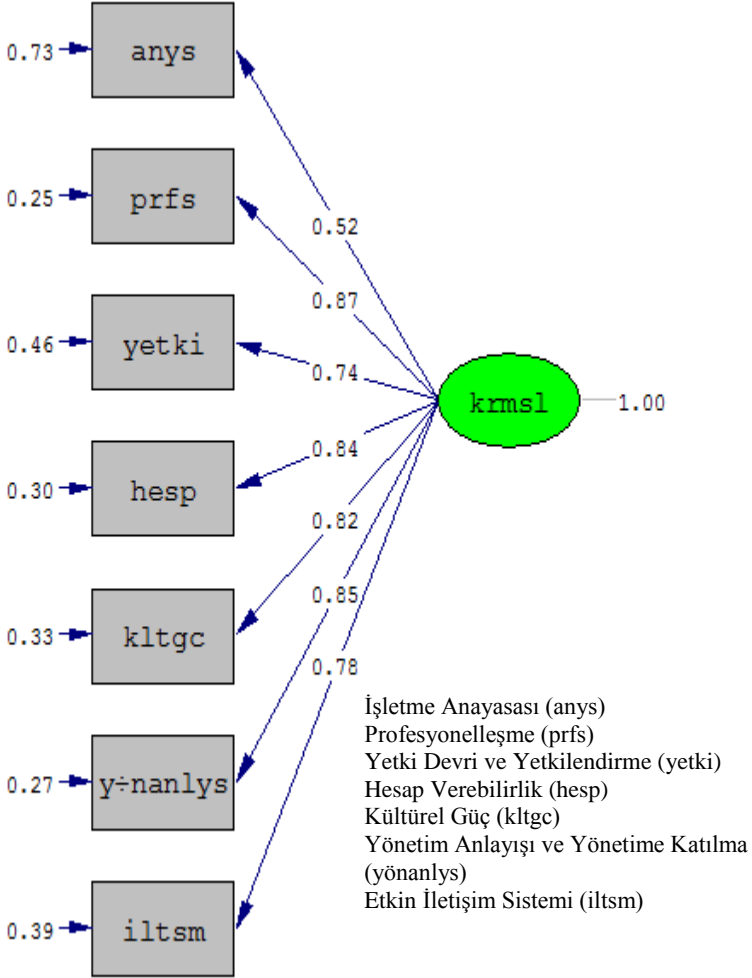
Kurumsallaşma göstergelerinin kurumsallaşmayı açıklama durumunun belirlenmesi için önerilen model, toplanan verilere doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Sağlam bir teorik temele dayanmayan araştırmalarda açılımlı faktör analizi sonuçları olumlu olsa bile doğrulayıcı faktör analizi aşamasında problemler çıkabilmektedir. Doğrulayıcı faktör analizi açılımlı faktör analizine göre daha katı bir istatistiksel süreçtir (Şimşek, 2007). Bu anlamda ölçek geliştirme sürecinde doğrulayıcı faktör analizine başvurulmuştur. Kurumsallaşma göstergelerine ilişkin ölçeğe uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucu modelin uyumluluk istatistiklerine ait bilgiler aşağıda Tablo 2. de gösterilmektedir.

Tablo 2. Kurumsallaşmayı Etkileyen Faktörlere İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Model Uyum İndeksleri	Değerler	Uyum Düzeyi	Kabul Edilebilir Sınırlar
Chi-Square (χ^2)	45,60	p=0,00	p≤0.0001
Df	14		
(χ^2)/df	3,25	Kabul Edilebilir Uyum	≤2: mükemmel uyum ≤2,5: mükemmel uyum (örneklem küçük ise) ≤5: kabul edilebilir uyum
p-value	0,00003	Geçerli	p≤0,0001
RMSEA	0,084	Kabul Edilebilir Uyum	≤0,05: mükemmel uyum ≤0,08: iyi uyum ≤0,10 zayıf uyum
NFI	0,93	İyi uyum	0.90≤NFI≤0.95
CFI	0,95	İyi uyum	0.95≤CFI≤0.97
GFI	0,90	Kabul Edilebilir Uyum	0.90≤GFI≤0.95

Tablo 2. deki göstergeler yardımıyla bu çalışmada 23 maddeden oluşan yedi faktörlü yapının bir model olarak doğrulandığı ve bu modelin uyumunun kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmektedir (Şimşek, 2007). (χ^2)/df oranı referans değerinin altında 3.25 olarak kabul edilebilir düzeydedir. Aynı şekilde RMSEA, NFI, CFI ve GFI değerleri de kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğu gözlenmiştir. Elde edilen sonuçlar oluşturulan ölçeğin faktör yapısının

doğrulandığını ispatlamakta ve uyum iyiliği için asgari değerlerin üretildiği görülmektedir.



Şekil 2. Kurumsallaşmayı Etkileyen Faktörler Yol Şeması

Kurumsallaşmayı etkileyen göstergeler arasındaki ilişkiyi test eden yol diyagramına (yapısal eşitlik modeline) ilişkin sonuçlara bakıldığında tüm faktörlerin kurumsallaşmanın oluşmasında etkili olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Doğrulayıcı Faktör Analizi Standardize Yol Katsayıları

İstatistiki Açından Önemli Yollar	(t) Değeri	Standardize Edilmiş Katsayılar (β)	Hata Varyansları	R ²
Anys --- Krmsl	5.42	0.52	3.23	0.27
Prfs --- Krmsl	10.66	0.87	0.34	0.75
Yetki --- Krmsl	8.37	0.74	1.12	0.54
Hesap --- Krmsl	10.06	0.84	1.52	0.70
Kltgc --- Krmsl	9.80	0.82	0.70	0.67
Yönanlys --- Krmsl	10.41	0.85	0.16	0.73
İltsm --- Krmsl	9.13	0.78	3.50	0.61

Modele ilişkin parametre standart değerlerine bakıldığında değişken katsayılarını kritik değer olan 0.98 den küçük ve t değerlerinin de $p < 0.01$ düzeyinde 2.576 dan büyük olduğu görülmektedir. Standardize edilmiş katsayılara baktığımızda her bir boyutun kurumsallaşmanın iyi bir temsilcisi olduğu görülmektedir. Tabloya baktığımızda işletme anayasası boyutunun parametre değerinin $\beta = 0.52$, profesyonelleşme faktörü için parametre değerinin $\beta = 0.87$, yetki devri ve yetkilendirme faktörü için $\beta = 0.74$, hesap verebilirlik faktörü için $\beta = 0.84$, kültürel güç faktörü için $\beta = 0.82$, yönetim anlayışı ve yönetime katılma faktörü için $\beta = 0.85$ ve etkin iletişim sistemi faktörü için $\beta = 0.78$ olduğu görülmektedir. Buradan kurumsallaşma göstergelerinin her birisinin kurumsallaşma için önemi karşılaştırılabilir. Açıklanan varyans değerlerine (R²) bakılacak olursa, Kurumsallaşma değişkenliği en çok profesyonelleşmede (R²= 0.75) en az ise işletme anayasasında (R²=0.27) açıklanmıştır.

Kurumsallaşma göstergelerinin ortalama puanları (tablo 4.) ile ilgili değerlendirmeler için aralık olarak $1.00 < \text{ortalama} < 2.60$; düşük, $2.60 < \text{ortalama} < 3.40$; orta ve $3.40 < \text{ortalama} < 5.00$; yüksek alınmıştır (Özdamar, 2003). Buna göre işletme anayasası orta; profesyonelleşme, yetki devri ve yetkilendirme, hesap verebilirlik, kültürel güç, yönetim anlayışı ve yönetime katılma ile etkin iletişim sistemi yüksek ortalama değerlere sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Kurumsallaşma Göstergelerine Ait Ortalamalar ve Güvenirlik Sonuçları

Ölçekler	Faktörler	Ort	S.Spm	α
İşletmede, misyon, vizyonun belirtildiği bir işletme anayasası vardır	İşletme Anayasası (Anys)	2.90	1.30	,748
İşletmede, yönetim yapısı ve stratejik plan gibi unsurların belirtildiği bir işletme anayasası vardır				
İşletmede görev, yetki ve sorumluluk dengesinin uzmanlık esasına göre belirlenmesi	Profesyonelleşme	3.57	0.96	,785

İşletmeniz çalışanlarının işletmedeki görevleri, rolleri, yetki ve sorumluluklarının yazılı olarak açıkça belirlenmesi	(Prfys)			
İşletmenizde yetki devrinin etkin bir şekilde uygulanması	Yetki Devri ve Yetkilendirme (Yetki)	3.47	1.11	,742
İşletmenizde yetkilendirmenin etkin bir şekilde uygulanması				
Çalışanların herhangi bir SGK'da kaydının olması bakımından işletmenizin durumu	Hesap Verebilirlik (Hesap)	3.87	0.85	,852
Düzenli bir muhasebe sisteminin mevcudiyeti bakımından işletmenin durumu				
İşletmenin üretim ya da hizmetlerinin düzenli olarak kayıt altına alınması durumu				
İşletmenin tedarik ettiği tüm malların düzenli olarak kayıt altına alınması durumu				
İşçi sağlığı ve iş güvenliğini sağlama bakımından işletmenin yeterliliği	Kültürel Güç (kltgc)	3.54	0.88	,736
Sadelik ve yalınlık bakımından işletmenin örgüt yapısı				
İşletmede oturmuş /standart adil bir kariyer sisteminin varlığı	Yönetim Anlayışı ve Yönetime Katılma (yönanlys)	3.64	0.78	,838
İşletmede yetki devri ve yetkilendirmenin etkin bir şekilde uygulanması				
İşletmede karar alma süreçlerinde alt kademe yöneticilerin de görüşlerinin alınma durumu				
İşletmede çalışanlarla yapılan düzenli toplantılar				
İşletmede oturmuş /standart adil bir ücretlendirme sisteminin varlığı				
Uygun bir motivasyon sisteminin uygulanması bakımından işletmenin durumu				
Çalışanlara düzenli eğitimler verilmesi bakımından işletmenin durumu				
Eleman alımları ve çıkarımlarının belirli prosedürler ve kurallar çerçevesinde yapılması bakımından işletmenin durumu	Etkin İletişim Sistemi (iltsm)	3.54	0.87	,740
İşletme tarafından periyodik olarak müşteri memnuniyeti ile ilgili araştırma ve çalışmaların yapılması				
İşletme tarafından periyodik olarak tedarikçilerle ilgili araştırma ve çalışmaların yapılması				
Çok yönlü olarak işleyebilen etkin bir iletişim sisteminin varlığı bakımından işletmenin durumu				

3.3. Kurumsallaşma Algılarını Farklılaştıran Etmenlerin Belirlenmesi

Kurumsallaşma algılarındaki farklılıkları ortaya koyan nedenler işletmenin kurumsallaşmaya bakış açısını büyük oranda etkilemektedir. Kurumsallaşma farkındalığının işletmelerde kazandırılması adına yöneticilerle yapılan görüşmeler ışığında belirli konuların ön plana çıktığı ve bu konularda işletmelerdeki gelişmelerin kurumsallaşma düzeyinin de değiştirilmesinde rol oynayacağı varsayımında bulunulmuştur. Aile işletmesi, dış ticaret, kalite sistemi, organizasyon şeması, organizasyon el kitabı, yönetim kurulu, danışmanlık hizmeti, kurumsal kimlik imajı ve veri tabanı konularında işletmelerin kurumsallaşma algılarını değerlendirmek amacıyla farklılık analizine başvurulmuştur. Bağımsız örneklem t-testi sonuçların göre $p < 0.05$ düzeyinde Tablo 5 incelenecek olursa; işletmenin aile işletmesi olup olmaması, işletmede organizasyon şemasının bulunup bulunmaması, işletmede organizasyon el kitabının bulunup bulunmaması, işletmenin yönetim kurulunun olup olmaması kurumsallaşma algılarında farklılık oluşturan konular olduğu ortaya çıkmıştır. Diğer konularda herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 5. Kurumsallaşma Algılarını Farklılaştıran Etmenlere ait T-Testi

Değişkenler	Gruplar	N	Ort.	Std. Sp.	t-değeri	P
Aile İşletmesi Türü	Aile İşletmesi değil	64	3,74	,654	2,126	,036
	Aile İşletmesi	36	3,42	,803		
Dış Ticaret Türü	Yapıyor	58	3,64	,734	0,158	,875
	Yapmıyor	42	3,62	,718		
Kalite Sistemi	Var	57	3,68	,720	0,839	,404
	Yok	43	3,56	,730		
Organizasyon Şeması	Var	76	3,74	,600	2,844	,005
	Yok	24	3,28	,952		
Organizasyon El Kitabı	Var	43	3,84	,673	2,508	,014
	Yok	57	3,48	,728		
Yönetim Kurulu	Var	69	3,78	,663	3,102	,003
	Yok	31	3,31	,759		
Danışmanlık	Var	47	3,77	,683	1,839	,069
	Yok	53	3,50	,741		
Kurumsal Kimlik İmajı	Var	76	3,70	,759	1,732	,086
	Yok	24	3,41	,555		
Veri Tabanı	Var	70	3,68	,767	,988	,326
	Yok	30	3,52	,607		

Sonuç ve Öneriler

Kurumsallaşma günümüzde sağlam adımlarla ilerlemek isteyen tüm işletmeler için önemini korumaktadır. Kurumsallaşma süreçlerini tamamlayamamış işletmelerin gelecek öngörüsü ile ayakta durabilmeleri muhtemel gözükmemektedir. Kurumsallaşma sürecinin önemi itibarıyla rekabetçi yapılarını geliştirmek isteyen işletmelerin kurumsallaşma sürecinin bileşenleri konusunda nasıl bir yol izlemeleri gerektiğinin farkına varmaları açısından bu çalışma kritik sonuçlar ortaya koymaktadır.

Kurumsallaşmayı oluşturan bileşenlerin belirli göstergeler yardımıyla ele alınmasının gerekliliği günümüzde pek çok kitap ve araştırma yoluyla tartışılmaktadır. Bu çalışmanın öne sürdüğü; işletme anayasası, profesyonelleşme, yetki devri ve yetkilendirme, hesap verebilirlik, kültürel güç, yönetim anlayışı ve yönetime katılma ile etkin iletişim sistemi konuları kurumsallaşmanın bileşenlerini oluşturduğu düşünülmektedir. Bu hususlar olmaksızın bir kurumsallaşmadan bahsetmek mümkün olmamaktadır. Yapılan analizlerde de bu konuların kurumsallaşmayı açıklayabilme adına iyi bir model ortaya koyduğu görülmektedir.

Bu göstergelerin kurumsallaşmayı tanımlamanın yanında kurumsallaşmak isteyen işletmeler için de bir yol haritası çizdiğini söylemek yanlış olmayacaktır. İşletmelerin sürdürülebilir hizmetler üretebilmeleri ve uzun vadeli bakış açısı ile stratejik yönetim süreçlerini işletebilmeleri açısından işletme anayasası kritik bir yere sahiptir. İşletme anayasası dendiğinde asla taviz verilmeyecek ve işletmenin zor zamanlarında yol gösterici nitelikte misyon ve vizyonlarını barındıracak hususlar ve politikaların yer aldığı yazılı bir belge akla gelmelidir.

Profesyonelleşme işletmenin profesyonel ve uzman bakış açısı ile tüm süreçlerinin baştan sona yapılandırılmasını sağlayarak kişilere bağımlılığı azaltacaktır. Bugünün rekabetçi dünyasında işletmeler insanlardan daha uzun yaşayan birimler haline getirilmek isteniyorsa öncelikle işletmelerin kişilere bağımlılıklarının azaltılması gerekir. Kişilere bağımlılıklarından kurtarılan işletmelerin ömürlerinin de uzayacağını belirtmek profesyonelleşmenin de gerekçesini oluşturmaktadır.

Yetki devri ve yetkilendirme faaliyetleri de işletmeyi belirli kişilere bağılıktan kurtararak kurumsallaşma sürecinin verimli bir şekilde uygulanmasını kolaylaştırmaktadır. Örgütsel sistemlerin gelişimi adına yetki devri önemli bir esastır. Bu sayede hem yöneticinin işleri hafiflemiş hem de geleceğin yöneticilerinin yetişmesi sağlanabilmektedir.

Hesap verebilirlik günümüzde işletmelerin güvenilirliklerini ve saydamlıklarını artırmaları adına önemlidir. Kurumsallaşmada bürokratik sistemlerin aktif ve problemsiz bir şekilde yürütülmesinde hesap verebilirlik kritik bir rol oynamaktadır. İşletmelerin kurumsallaşma süreçlerini ilerletmelerinde tüm çıkar gruplarına karşı hesap verebilir olması gerekir. Çalışanlardan devlete, tedarikçilerden müşterilere kadar hesap verebilirliği sağlamak adına gerekli prosedürlerin yerine getirilmesi kurumsallaşma göstergesi olarak kabul edilmektedir. Bu anlamda asgari unsurlar olan sosyal güvenlik, muhasebe, üretim ve hizmet gereklilikleri, tedarik, iş sağlığı ve güvenlik konularında kayıtlı bir sistem oluşturmak hesap verebilirliğin belirli bir seviyede tutulmasını kolaylaştıracaktır.

Kültürel güç kurumsallaşma sürecinin tüm aşamalarında kararlı mekanizmaların oluşturulması adına ihtiyaç duyulan yönetsel bir araçtır. Örgüt kültürünün kurumsallaşma öncesi ve sonrasında bir güç unsuru haline getirilmesi gelecekte karşılaşılabilecek problemlerin önceden çözümünde proaktif yönetim için vazgeçilmezdir. Sade ve yalın bir örgüt yapısı ile oturmuş adil bir düzen kültürel güç adına asgari koşulları oluşturmaktadır.

Kurumsallaşmada yönetim anlayışı ve yönetime katılma başka bir gösterge olarak karşımıza çıkmaktadır. İşletmede karar alma süreçlerinde alt kademe çalışanların görüşlerinin alınması, çalışanlarla yapılan toplantılar, motive edici unsurların objektifliği, düzenli bir eğitim mekanizmasının oluşturulmuş olması, eleman alım ve çıkarmalarında önceden oluşturulmuş prosedürlerin varlığı yönetim anlayışının ve yönetime katılmanın aktif bir şekilde yürütüldüğünün göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kurumsallaşmanın dinamik yüzünü oluşturan etkin iletişim sistemi, sürdürülebilir üretim ve hizmet oluşturma noktasında işlevsel bir göstergedir. İşletme tarafından periyodik olarak düzenlenen müşteri memnuniyet çalışmaları, tedarikçilerle ilgili etkin iletişim süreçleri, işletme içi ve işletme dışında oluşturulan etkin bir iletişim sisteminin varlığı kurumsallaşmanın sağlam temellere dayalı yürütülmesi açısından gereklilik arz etmektedir.

Tüm bu açıklamalar ışığında bu çalışmada kurumsallaşmayı oluşturan yedi göstergenin her biri belirli düzeyde süreci etkilemektedir. Analizlerde çıkan sonuçlar ışığında kurumsallaşma yol haritası diyebileceğimiz adımlar önem düzeyleri itibarıyla şu şekilde sıralanmaktadır (bkz. Tablo 3). İşletmelerin öncelikle profesyonelleşmeye önem vermeleri gerekmektedir. Ardından yönetim anlayışı ve yönetime katılma, hesap verebilirlik, kültürel güç, etkin bir iletişim sistemi, yetki devri ve yetkilendirme ile bunların hepsini kapsayacak bir işletme anayasası oluşturulması kurumsallaşmayı meydana getirecektir.

Kurumsallaşma sürecinde yeterli bilgilendirmenin yapılması da kurumsallaşma sürecinin seyrini değiştirecektir. Bu anlamda kurum içerisinde yöneticilerin kurumsallaşmaya yönelik farkındalıklarının sağlanması gerekir. Kurumsallaşmaya yönelik farkındalık düzeyi oluşturulmamış yöneticilerin kurumsallaşmaya yönelik algısal farklılıkları sürecinde başarısını olumsuz etkileyecektir. Çalışmanın ikinci kısmındaki sonuçlara bakıldığında (bkz. Tablo 5) işletme yöneticilerinin kurumsallaşmaya yönelik algılarını değiştirecek nitelikteki unsurların bir kısmı ortaya çıkarılmıştır. Özellikle bir işletmenin aile işletmesi olup olmaması, organizasyon şeması ve el kitabının olup olmaması ve yönetim kurulunun varlığı kurumsallaşmanın yalnızca bu unsurlarla ilişkili bir kavram olduğu yönünde algılar oluştuğunu göstermektedir.

Sonuç olarak Kırgızistan'da faaliyet gösteren Türk işletmeleri özelinde yapılan bu çalışma ile kurumsallaşma göstergeleri tespit edilerek bir kurumsallaşmanın hangi unsurlarla meydana gelebileceği ortaya konmuştur. Yurt dışında faaliyet gösteren işletmeler için kurumsallaşma hem rekabetçi yapılarının sağlamlığını hem de uzun ömürlü bir yapının kazandırılması adına önemli bir yönetim mekanizmasıdır. Türk işletmelerinin sürdürülebilir hizmetler oluşturabilmeleri ve geleceğe yönelik sağlam adımlar atabilmeleri için yapmaları gereken kurumsallaşma sürecine hızlı ve bilinçli bir şekilde entegre olmaları gerekir. Ancak unutulmaması gereken kurumsallaşma sonu olan bir mekanizma değil dinamik bir süreçtir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda bu mevzu dikkate alınarak yeni boyutların eklenmesi ile bu çalışma politika yapıcılar ve yöneticiler açısından daha faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

AK, B.G. (2010), Aile İşletmelerinde Kurumsallaşmanın İşletme Başarısına Olan Etkileri: Aydın İlinde Faaliyet gösteren Aile İşletmeleri Örneği, Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: (Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi).

AKÇAKAYA, M. (2010), Örgütlerde Uygulanan Personel Güçlendirme Yöntemleri: Türk Kamu Yönetiminde Personel Güçlendirme, Karadeniz Araştırmaları, 7.25 s. 145-174.

ALAYOĞLU, N. (2003), Aile Şirketlerinde Yönetim ve Kurumsallaşma, MÜSiAD Yayınları, S.23.

APAYDIN, F. (2009), Kurumsal Teori ve İşletmelerin Kurumsallaşması, Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 10 (1) s.11.

AYDIN, M. (2000), Kurumlar Sosyolojisi. Ankara: Vadi Yayınları.

BARNES, L.B. ve Hershon, A. (1994), Transferring Power in the Family Business (Aile İşletmelerindeki Güç Devri), Aile İşletmeleri Dergisi, 7 (4) s.379.

BİLGİN, N. (2007), Aile Şirketleri Kurumsallaşma Eğilimleri: Anakra KOBİ Örneği, Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

BOONS, F. ve Strannegard, L. (2000), Organizations Coping with Their Natural Environment (Örgütler Kendi Doğal Çevresiyle Baş Etmektedir), Uluslararası Yönetim ve Organizasyon Bilimleri, 30 (3) s.7-15.

BURNS, L.R. ve Wholey, D.R. (1993), Adoption and Abandonment of Matrix Management Programs: Effects of Organizational Characteristics and Inter-Organizational Networks (Matris Yönetimli Programların Kabulü ve Sonlandırılması: Örgütsel Özelliklerin ve Örgüt İçi Ağların Etkileri), Yönetim Akademisi Dergisi, 36 (1), s. 106-138.

COLBECK, C. (2002), Assessing Institutionalization of Curricular and Pedagogical Reforms. Research in Higher Education, Vol.43 No. 4.

ÇAKICI, A. (2008), Mersin'deki KOBİ Sahip ve Yöneticilerinin Gözüyle Kurumsallaşma Tanımı ve Kurumsallaşmanın Darboğazları. Yönetim ve Ekonomi, 15 (1) .

DALAY, İ. (2002), Modern Yönetim Yaklaşımları. İstanbul: Beta Yayınları.

EKVALL, G. (2006), The Organizational Culture of Idea-Management: A Creative For the Management of Ideas. Harvard Business Review, s. 2-3.

FELDMAN, D. (1984), The Development and Enforcement of Group Norms (Grup Normlarının Gelişmesi ve Uygulanması). Yönetim Akademisi Dergisi, 9(1) s. 47-53.

FORD, J.D. ve Schellenberg, D.A. (1982), Conceptual Issues of Linkage in the Assessment of Organizational Performance (Kurumsal Performansı Değerlendirmedeki Kavramsal Konuların Bağlantıları), Yönetim Akademisi Dergisi, Sayı 7 s.49-58.

GOTTLIEB, J. Z.ve Sanzgiri, J. (1996), "Towards an Ethical Dimension of Decision Making in Organizations", (Kurumlardaki Karar Vermenin Etik Boyutlarına Doğru), İşletme Etiği Dergisi, 15(12), 1275-1285.

HALL, R. (1968), Professionalization and Bureaucratization (Profesyonelleşme ve Bürokratikleşme), Amerika Sosyoloji Dergisi, 33 (1) s. 92-104.

HATTEN, T. (1997), Small Business: Entrepreneurship and Beyond, New Jersey: Prentice-Hall.

KAHVECİ, T.C. (2007), İmalat İşletmelerinde Kurumsallaşma ve Kurumsal Modelleme. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: (Yayımlanmamış Doktora Tezi).

KARPUZOĞLU, E. (2004), Aile Şirketlerinin Sürekliliğinde Kurumsallaşma. T.C. İstanbul Kültür Üniversitesi 1. Aile İşletmeleri Kongre Kitabı, 42-53.

KARPUZOĞLU, E. (2004), Büyüyen ve Gelişen Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma. İstanbul: Hayat Yayınları.

KAYNAK, R. & Avcı, S.B. (2014), Logistics Service Accountabilities and Their Effects on Service Buyer's Trust. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 111 - pp. 731-740.

KENAN, K. (1996), Zamanı Doğru Kullanma. İstanbul: Remzi Kitabevi s. 46.

KİMBERLY, J. (1979), Issues in the Creation of Organizations: Initiation, Innovation, Institutionalization (İşletme Kurmadaki Sorunlar: Başlatma, Yenilik, Kurumsallaşma. Yönetim Akademisi Dergisi, 19 (9) s. 437-457.

KIRIM, A. (2003), Aile Şirketlerinin Yönetimi. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

KOÇEL, T. (2003), İşletme Yöneticiliği. İstanbul: Beta Kitabevi.

KÖRALP, G.Y. (1998), Kurumsallaşma Yaklaşımı ve Türkiye'de Kurumsal Bir Nitelik Kazanmış Olan ISO 9000 Uygulamasının Örgütler Arasında Benimsenerek Yaygınlaşmasını Kurum Teorisi İle İzah Eden Bir Araştırma. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: (Yayımlanmamış Doktora Tezi.

MACNALLY, R. (2002), The Institutionalization of Relationship Marketing (Pazarlama İlişkilerinin Kurumsallaşması). Amerika Pazarlama Birliği Konferans Yayınları, 179-184.

MAGRETTA, J. (1998), Governing the Family Owned Enterprise: An Interview with Finland's Krister Ahlstrom. Harvard İşletmecilik Dergisi, 177.

ÖRMECİ, E. (2005), Kurumsallaşma Sürecindeki İşletmelerde İnsan Kaynakları Yönetiminin Önemi ve Yaşanan Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ÖZANKAYA, Ö. (1983), Davranış Bilimlerine Giriş 2. Ankara: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.

ÖZDAMAR, K. (2003), Modern Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Eskişehir: Kaan Kitabevi.

ÖZGENER, S. (2000), Organizasyonlarda İş Ahlakının Kurumsallaştırılması, Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 16 (1).

PEMBE, M. (2004), Aile Şirketlerinin Kurumsallaşması Sürecinde İnsan Kaynakları Yönetiminin Rolü ve Bir Araştırma. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

SAĞLAM, N. (Erişim Tarihi: 10 Ocak 2007). www.kobifinans.com.tr.

SCOTT, W. (1987), The Adolescence of Institutional Theory (Kurumsal Teorinin Gelişimi). Yönetim Bilimleri Üç Aylığı, 32 (4) s. 493-511.

SCOTT, W.R. (1995), Institutions and Organizations. Thousand Oaks: CA: Sage Publications.

SELZNİCK, P. (1996), Institutionalism 'Old' and 'New', (Kurumsallaşma Eski ve Yeni). Yönetim Bilimleri Üç Aylığı, 270-277.

SİLVANO, A. (2005), The Magic Synthesis. New York: Basic Books.

ŞANAL, M. (2011), Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma ve Kurumsal Girişimcilik Üzerine Bir Araştırma, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: (Yayınlanmamış Doktora Tezi).

ŞİMŞEK, Ö. (2007), Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş: Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları. Ankara: Ekinoks Yayınevi.

URAL, A. (2004), Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma Sendromu,3 İstanbul: Sistem Yayıncılık.

YAZICIOĞLU, İ. (2008), Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma. Pusula Dergisi, (2) 42-43.

YAZICIOĞLU, İ. K. (2009), Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21 (502) s. 500-501.

Hastaların Sürekli Kaygı Düzeyleri ile Acil Sağlık Hizmetlerini Kullanma Eğilimlerinin Analizi

Uzm. Uğur UĞRAK
Hacettepe Üniversitesi Sağlık İdaresi Bölümü
ugrakugur@gmail.com

Doç.Dr. Necmettin CİHANGİROĞLU
Çorlu Asker Hastanesi İdari Amirliği
ncihangiroglu@gata.edu.tr

Dr. Yasin UZUNTARLA
GATA Sağlık Hizmetleri Yönetimi BD.
yuzuntarla@gata.edu.tr

Doç.Dr. Abdulkadir TEKE
GATA Sağlık Hizmetleri Yönetimi BD.
ateke@gata.edu.tr

Özet: Bu çalışma hastaların sürekli kaygı düzeyleri ile acil sağlık hizmetlerini kullanma eğilimleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Tanımlayıcı nitelikte olan bu çalışma bir eğitim hastanesinde 702 poliklinik hastası üzerinde uygulanmıştır. Veri toplama aracı olarak iki bölümden oluşan anket kullanılmıştır. İlk bölümde araştırmacılar tarafından oluşturulan, sosyodemografik özellikleri ve bazı acil servis sağlık hizmetleri kullanma eğilimlerini içeren veri formu; ikinci bölümde ise "Sürekli Kaygı Envanteri" kullanılmıştır. Hastaların yaş gruplarına, gelir ve öğrenim düzeylerine, yaşadıkları yere göre acil sağlık hizmeti kullanma sıklıklarının istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği bulunmuştur. Ayrıca acil sağlık hizmetlerini kullanma sıklıkları ile sürekli kaygı puanı arasında doğrusal bir ilişki bulunmuştur. Hasta cevapları iki hekimin danışmanlığında acil servislere başvuru şikâyetlerine göre 15 grupta, konulan teşhise göre ise 14 grupta toplanmıştır. Gruplandırma sonucunda, acil serviste konulan teşhislerin yaklaşık dörtte birinin acil olmayan viral enfeksiyon vakası olduğu tespit edilmiştir. Acil sağlık hizmetlerinin acil olmayan nedenlerle kullanımının, tedavi etkinliğinin düşmesine ve verimsiz kaynak kullanımına neden olacağı değerlendirilmektedir.

Anahtar kelimeler: Acil sağlık hizmetleri, sürekli kaygı.

Analysis of Patients' Trait Anxiety Level and Emergency Health Care Usage Tendencies

Abstract: *This study was conducted in order to analyze relationship between trait anxiety level and emergency health care usage tendencies. The descriptive research was conducted in an education hospital on 702 outpatient. Two-part question form was used as a data collection instrument. First part combined by researchers and comprised sociodemographic characteristics and a few emergency health care usage tendencies a long with second part "Trait Anxiety Inventory" were utilized. Significant differences were found among patients' emergences health care usage frequency in terms of age, income, education level and residence location. In addition, linear relationship was determined between emergency health care usage frequency and trait anxiety level score. Patient answers were classified according to 2 physicians' consultancy in 15 groups in terms of admission complaint and in 14 groups in term of diagnosis. As a result of the classifying, it was found that approximately a quarter of the diagnoses in emergency department was viral infections, which is non-urgent case. It is thought that non-urgent usage of the emergency health care might decrease treatment effectiveness and cause inefficiency.*

Keywords: *Emergency health care, trait anxiety.*

Giriş

Günümüzde hızla artan sağlık hizmetleri tüketimi, akademisyenlerin ve sağlık politikacılarının önemli ilgi alanları arasında yer almaktadır. Sınırlı sağlık hizmeti kaynaklarının önemli bir kısmını tüketen ve sağlık hizmetlerinin önemli bileşenlerinden birisi olan acil sağlık hizmetleri de artan bir şekilde kaynakları kullanmaktadır. Asıl amacı acil durumlarda kritik sağlık bakımına ihtiyaç duyan bireylere hizmet vermek olan bu birimlerin; sağlık durumu acil olmayan, birinci basamakta tedavi görebilecek veya ertelenebilecek hastalar tarafından kullanılması önemli bir sorundur (Patrick, 2012; Cannon ve diğ., 2010; Köse ve diğ., 2011).

Acil sağlık hizmetlerinin hastalar tarafından acil olmayan sebeplerden dolayı gereksiz kullanımı küresel çapta bir problemdir (Carret ve diğ., 2007; Afilalo ve diğ., 2004; Billings ve diğ., 2000). Türkiye ve uluslararası düzeyde yapılan araştırmalar tarandığında acil servislerin acil olmayan nedenlerle

kullanım oranlarının değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmalara göre acil olmayan nedenlerle acil servislerin kullanım oraları %8 ile %42'i arasında değişmekte olup araştırmaların çoğunda ise bu oran %20-25 arasında kalmaktadır (Patrick, 2012; Carret ve diğ., 2007; Afilalo ve diğ., 2004; Billings ve diğ., 2000; Yaşar ve diğ., 2000; Edirne ve diğ., 2008; Cunningham, 2011; Mann, 2014; Öztürk, 2014). Ancak araştırmaların ortak sonucu acil servislerin “*acil olmayan*” sağlık sorunları ile yoğun olarak kullanıldığı yönündedir. Acil servislerdeki “*acil olmayan*” nedenlerle kullanımının sağlık hizmet sunumuna olumsuz etkileri olmaktadır.

Birçok araştırmacı acil servislerin kalabalık olmasında hastaların “*acil olmayan*” nedenlerden dolayı kullanımının önemli payı olduğunu düşünmektedir (Cunningham, 2011). Acil servislerin kalabalık olmasının nedenlerine yönelik olarak yeterince araştırma olmamasına rağmen ayaktan sağlık hizmetlerine ulaşma zorluğu, randevusuz anında sağlık hizmeti alma, test ve prosedürleri aynı yerde yaptırma isteği gibi nedenlerin etkili olduğu değerlendirilmektedir (DeLia, 2007). Ayrıca acil servislerin kalabalık olmasının, hasta güvenliğini tehlikeye attığı ve sağlık sisteminin güvenilirliğini azalttığı değerlendirilmektedir (Trzeciak ve diğ., 2003). Ek olarak acil servislerin kapasitelerini aşan şekilde kullanılması sonucunda aşırı kalabalıklaşması, beklenmedik zamanlardaki gerçek acil vakalara yönelik olarak cevap verme yeteneklerini olumsuz etkilediğine dair kaygılar da mevcuttur (DeLia, 2009).

Acil servislerin acil olmayan nedenlerle kullanılmasının sağlık sistemine finansal etkilerinin olması da kaçınılmazdır. McWilliams ve arkadaşlarının yaptığı araştırmada, acil servise ayaktan başvuran hastaların çoğunluğunun maliyeti daha az olan birinci basamak sağlık merkezlerinde tedavi edilebileceği sonucuna ulaşılmıştır (McWilliams ve diğ., 2011). ABD'nin Massachusetts eyaleti 2010 yılı acil servis verilerine göre ayaktan acil servis hastalarının %22,9'u acil olmayan olarak sınıflandırılmış olup, bu hastalar tüm acil servis giderlerinin %18,4'ünü kullanmıştır (Patrick, 2012). ABD'de acil servislerin aşırı kullanımının her yıl yaklaşık 38 milyon dolarlık israfa neden olduğu tahmin edilmektedir (New England Health Care Institute, 2010).

Hastaların sağlık hizmetlerini kullanımını etkileyen birçok faktör vardır. Anderson ve Newman, sağlık hizmet kullanım modelinde sağlık hizmet kullanımını etkileyen faktörleri “toplumsal belirleyiciler, sağlık hizmet sistemi ve bireysel belirleyiciler” olarak üç gruba ayırmıştır (Andersen ve diğ., 2005). Ancak sağlık ihtiyaç faktörlerinden biri olan bireylerin hastalık algısı, acil sağlık hizmetlerini kullanma eğilimlerini etkileyen faktörlerdendir (He ve diğ., 2011).

Günümüzde bireylerin hastalık algısını birçok faktör etkileyebilmektedir. Ancak toplumda yaygın olarak görülen, bireysel özellik olarak nitelendirilen sürekli kaygının bireylerin algısal özelliklerini etkileyerek sağlık hizmet kullanımını etkileyebileceği değerlendirilmektedir. Sürekli kaygı, bir kişilik

özelliğini belirtmektedir. Bireyin öz değerlerinin tehdit edildiğini zannetmesi ya da içinde bulunduğu durumu stresli yorumlaması sonucu kaygı duymaktadır. Bu tür kaygıya “*sürekli kaygı*” denilmektedir (Spielberger ve diğ., 1970). Tanımdan da anlaşılacağı gibi kişinin içinde bulunduğu durumu olduğundan daha tehlikeli algılaması, sağlık sorunlarına yüklediği anlamları da etkileyecektir. Sürekli kaygının hastaların algılarında yaratacağı bu değişkenliğin bireyin acil sağlık hizmetlerini kullanma eğilimlerini etkileyeceği değerlendirilmektedir. Bu araştırma poliklinik hastalarının, sürekli kaygı düzeyleri ile acil servis sağlık hizmetlerini kullanma eğilimlerinden bazıları arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır.

1. Gereç ve Yöntem

Bu araştırma; GATF Eğitim Hastanesi’ne başvuran poliklinik hastalarının, sürekli kaygı düzeyleri ile acil servis sağlık hizmetlerini kullanma eğilimleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır. GATA Tıbbi Biyokimya Ana Bilim Dalı Kan Alım Merkezi, tüm GATA Polikliniklerinden gelen hastaların toplandığı nokta olması ve bu birimdeki hastaların homojen olması nedeni ile araştırmanın yapılacağı yer olarak tercih edilmiştir.

Tanımlayıcı nitelikte olan araştırmamızda örneklem alınmamış olup araştırma süresince en çok sayıda poliklinik hastasına ulaşılması hedeflenmiştir. Araştırma GATA Biyokimya Ana Bilim Dalı Başkanlığı Kan Alım Merkezi’nde, araştırma kriterlerine uyan gönüllü 738 poliklinik hastası üzerinde yapılmıştır. Ancak toplanan anket formlarının 36’sı eksik veya hatalı doldurulduğu için değerlendirmeye alınmamıştır. Sonuç olarak araştırma kriterlerine uyan 702 poliklinik hastası verileri araştırma kapsamında incelenmiştir.

Verilerin toplanmasında; sosyodemografik özellikleri ve araştırmacı tarafından oluşturulan, bazı acil servis sağlık hizmetleri kullanma eğilimlerini içeren veri formu ile C.D. Spielberger ve arkadaşları (1970) tarafından geliştirilen, Türkçeye uyarlaması Le Compte ve Öner (1985) tarafından yapılan “*Sürekli Kaygı Envanteri*” (Trait Anxiety Inventory) kullanılmıştır.

Acil servislerin acil olmayan nedenlerden dolayı kullanım konusundaki tahminler literatürden elde edilen verilerden de görüldüğü gibi farklılık göstermektedir. Bunun nedeni acil kavramının hasta ve hekim algısı arasında farklılık göstermesine dayandırılmaktadır (Cunningham, 2011). Acil olup olmama hususu kimi araştırmacılar tarafından triyaj kodları kullanılarak belirlenirken, bazı araştırmacılar ise NYU ED algoritmasını kullanarak değerlendirmişlerdir (Billings ve diğ., 2000; Ballard ve diğ., 2010). Araştırmamızda ise acil servis kullanma eğilimlerine yönelik olarak katılımcılara

sorulan “*acil servise başvurma şikâyetiniz neydi ?*” ve “*acil serviste sağlık sorunuza konulan tanı neydi ?*” sorularına verilen cevaplar iki farklı uzman tabip danışmanlığı doğrultusunda araştırmacı tarafından gruplandırılmıştır. Hasta şikayetleri gruplandırılması sonucu 15 grup elde edilmiştir. “Yüksek tansiyon, şeker gibi” kronik hastalık kökenli şikayetler “*kronik hastalık*” grubunda toplanmıştır. Gruplandırılmayacak kadar nadir olan şikayetler ise “*diğer*” grubu altında toplanmıştır.

Acil serviste hastalara konulan teşhise yönelik verilen cevaplar 14 farklı grup altında toplanmıştır. Grip, nezle, soğuk algınlığı ve üşütme gibi cevaplar “*viral enfeksiyon*” grubunda toplanmıştır. Şeker, tansiyon, kalp damar hastalıkları, romatolojik ve immün sistem hastalıkları gibi kronik hastalıkların tamamı “*kronik hastalık*” grubu altında toplanmıştır. Kalp krizi, apandisit, beyin kanaması gibi anında acil girişim ihtiyacının net olduğu durumlar ayrı ayrı gruplandırılmamış olup “*acil girişim ihtiyacı*” grubu altında toplanmıştır. Gruplandırılmayacak kadar nadir olan teşhisler ise “*diğer*” grubu altında toplanmıştır.

Sürekli kaygı ölçeğinden elde edilen puan; 20 ile 80 puan aralığında değişmekte olup, puanın yüksek olması kaygının yüksek olmasına işaret etmektedir. Ayrıca kaygı puanları değerlendirilirken;

- 20–35 puan düşük,
- 36–42 puan orta,
- 43–80 puan yüksek kaygı seviyesi olarak değerlendirilmektedir

(Dalkıran, 2012).

• 60 ve üstünde puan alan kişilerin, normal kaygı sınırlarını aştığı ve ciddi bir sağlık sorununa işaret etmesi nedeniyle yakından takip edilmesi gerektiği belirtilmektedir (Le Compte ve diğ., 1985). Araştırmada elde edilen verilerin değerlendirmesinde Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) 22.00 istatistik programı kullanılmıştır. Bu amaçla; verilerin dağılımlarını göstermek için; tanımlayıcı istatistiklere ve grupların karşılaştırılması için ise, bağımsız t-testi, tek yönlü varyans analizi, post-hoc tukey testine yer verilmiştir. İstatistiksel olarak $p < 0.05$ değeri anlamlı olarak kabul edilmiştir.

2. Bulgular

Tablo 1’de araştırma kapsamındaki poliklinik hastalarının sosyodemografik özelliklerine ilişkin bilgiler sunulmaktadır.

Tablo 1. Araştırma Kapsamındaki Hastaların Sosyodemografik Özellikleri

Sosyodemografik Özellikler		n	%
Cinsiyet	Erkek	371	52,8
	Kadın	331	47,2
Yaş Grupları	18-34	308	45,0
	35-49	250	36,5
	50-64	89	13,0
	65-85	38	5,5
Medeni Durum	Evli	434	62,0
	Bekâr	231	33,0
	Dul	18	2,6
	Boşanmış	17	2,4
Gelir Düzeyi	1100 TL den az	238	35,6
	1101 TL- 3400 TL	306	45,8
	3401 TL - 5000 TL	85	12,7
	5001 TL ve üstü	39	5,8
Öğrenim Durumu	İlkokul Mezunu	96	13,7
	Ortaokul Mezunu	101	14,4
	Lise Mezunu	204	29,1
	Üniversite Mezunu	267	38,1
	Lisans Üstü Eğitim	33	4,7
Yaşadığı Yer	Köy / Nahiye	48	6,9
	İlçe Merkezi	95	13,6
	İl Merkezi	555	79,5

Katılımcıların %52,8'i (n=371'i) erkek, % 45'i (n=308) ise 18-34 yaş grubunu oluşturmaktadır. Araştırma kapsamındaki katılımcıların yaş ortalaması $38,13 \pm 13,84$ yıldır (yaş aralığı 18-85 yıl). Evli olanların oranı ise %62,0'dır (n=434). Gelir düzeyi açısından bakıldığında ise 1101 TL-3400TL gelir grubu (dört kişilik bir ailenin yoksulluk sınırı TÜRK-İŞ 2013 yılı verilerine göre) katılımcıların %45,8'ini (n=306) oluşturmaktadır. Katılımcıların %29,1'i (n=204) üniversite mezunu iken, %13,7'si (n=96) ilkokul mezunudur. Yaşadığı yer açısından katılımcılardan %79,5'i (n=555) şehir merkezinde yaşamaktadırlar.

Tablo 2'de araştırma kapsamındaki katılımcıların son altı ay içinde acil servis kullanma eğilimlerinin dağılımları verilmiştir.

Tablo 2. Araştırma Kapsamındaki Hastaların Acil Servisi Kullanma Eğilimleri

Acil Servisi Kullanma Eğilimleri	(n)	(%)	
Son altı ay içinde acil servise başvurma sıklığı	Hiç	310	44,2
	1 kez	297	42,3
	2-5 kez	84	12,0
	6 ve daha fazla	11	1,6
Acil servise gitme şikâyeti	Soğuk Algınlığı- Halsizlik	69	23,1
	Kronik hastalık	56	18,7
	Bölgesel ağrı	27	9,0
	Ateş	25	8,4
	Zehirlenme-mide bulantısı	21	7,0
	Karın ağrısı	21	7,0
	Göğüs ağrısı	17	5,7
	Travma	12	4,0
	Baş ağrısı	12	4,0
	Diğer	10	3,3
	Baş dönmesi	9	3,0
	Kulak ağrısı	7	2,3
	Öksürük	7	2,3
	Alerjik reaksiyon	3	1,0
	Diş ağrısı	3	1,0
	Acil serviste konulan tanı	Viral enfeksiyon	64
Kronik hastalık		53	21,4
Acil girişim ihtiyacı		21	8,5
Üst solunum yolu enfeksiyonu		18	7,3
Alt solunum yolu enfeksiyonu		17	6,9
Diğer		17	6,9
İncinme-kirik		12	4,8
Zehirlenme		9	3,6
Böbrek taşı-safra kesesi taşı		9	3,6
Gaz sıkışması-ülser-gastrit		8	3,2
İdrar yolları enfeksiyonu		7	2,8
Fıtık		5	2,0
Kolit- Enterit		4	1,6
Alerjik reaksiyon		4	1,6

Katılımcıların son altı ay içinde acil servis hizmetlerini kullanma sıklıklarına bakıldığında %44,2'si(n=310) hiç, %42,3'ü (n=297) 1 kez, %12,0'ı (n=84) 2-5

kez, %1,6'sı (n=11) 6 veya daha fazla kez acil servis hizmetlerini kullandıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların hangi sağlık şikâyeti ile acil servisi kullandığına bakıldığında, katılımcıların %23,1'i (n=69) soğuk algınlığı-halsizlik, %18,7'si (n=56) kronik hastalık nedeniyle şikâyetleri en yüksek oranda olup, diğer şikâyetler Tablo 2'de görülmektedir. Acil servise giden katılımcılara konulan teşhis dağılımına bakıldığında ise, katılımcılar %25,8'ine (n=64) viral enfeksiyon nedeniyle hastalıkların tanısı konurken, sadece %8,5'ine (n=21) acil girişim gerektiren sağlık sorunu olarak nitelendirilmiştir. Zehirlenme %3,6 (n=9), incinme ve kırık %4,8 (n=12), böbrek taşı-safra kesesi taşı %3,6 (n=9), alerjik reaksiyon %1,6 (n=4) gibi önemli olarak nitelendirilebilecek sağlık sorunlarının düşük oranlarda olduğu görülmektedir.

Tablo 3'de araştırma kapsamındaki hastaların sürekli kaygı düzeyi puan ortalamaları görülmektedir. Katılımcıların %15,8'i (n=111) düşük kaygı seviyesine, %27,4'ü (n=192) orta kaygı seviyesine, %54,7'si (n=384) ise yüksek kaygı seviyesine sahiptir. %2,1'i (n=15) ise ciddi kaygı seviyesine sahiptir.

Tablo 3. Araştırma Kapsamındaki Hastaların Sürekli Kaygı Düzeyleri

Kaygı Seviyesi Ort= 43,56 ±8,12	Sürekli Kaygı Puan Aralığı	n	%
Düşük Kaygı Seviyesi	20-35	111	15,8
Orta Kaygı Seviyesi	36-42	192	27,4
Yüksek Kaygı Seviyesi	43-60	384	54,7
Ciddi Kaygı Seviyesi *	61-80	15	2,1

Araştırma kapsamındaki hastaların sosyodemografik özelliklerine göre son altı ay içinde acil servise başvurma sıklıkları arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi amacıyla Ki-kare testi uygulanmış ve sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir. Katılımcıların cinsiyet, medeni durum ve en son yaşadıkları yer sosyodemografik özellikleri ile son altı ay içinde acil servise başvurma sıklıkları arasında istatistiksel anlamlı ilişki bulunamamıştır ($p>0,05$). Yaş grupları açısından 18-34 yaş grubunun %15,3'ü (n=47) son altı ay içinde acil servise 2 ile 5 defa arasında başvururken bu oran 35-49 yaş grubunda %7,6 (n=19), 50-64 yaş grubunda % 10,1 (n=9), 65-85 yaş grubunda ise %15,8 (n=6) dir. Yapılan analiz sonucunda hastaların yaş grupları ile son altı ay içinde acil servise başvurma sıklıkları arasında istatistiksel anlamlı ilişki tespit edilmiştir ($p=0,007$). Gelir düzeyi açısından baktığımızda 1100 TL ve daha az gelir grubuna sahip katılımcıların %14,3'ü (n=34), 1101 TL- 3400 TL gelir grubuna sahip katılımcıların %12,4'ü (n=38), 3401 TL - 5000 TL gelir grubuna sahip katılımcıların %8,2'si (n=7) ve 5000 TL ve üstü katılımcıların ise %10,3'ü (n=4) son altı ay içinde 2 ile 5 kez acil servise başvurmuşlardır. Eğitim düzeyi açısından bakıldığında ise katılımcılardan ilkökul mezunu olanların %94'u (n=47), ortaokul mezunlarının %43,6'sı (n=44), lise mezunlarının %44,1'i (n=90), lisan üstü eğitim seviyesine sahip olanların ise %30,3 (n=10) son altı ay

içinde 2 ile 5 kez arasında acil servise başvurmuşlardır. Ayrıca diğer gruplardan daha yüksek oranla ortaokul mezunu katılımcıların %5,9 (n=6) son altı ay içinde 6 ve daha fazla sayıda acil servise başvurmuşlardır. Yapılan analizler sonucunda katılımcıların eğitim seviyesi ile son altı ay içinde sağlık sorunu nedeni ile acil servise başvurma sıklıkları arasında anlamlı ilişkiye rastlanmıştır (p=0,003).

Tablo 4. Araştırma Kapsamındaki Hastaların Sosyodemografik Özelliklere Göre Acil Servisi Kullanma Sıklıkları

Sosyodemografik Özellikler		Hiç n(%)	1 kez n(%)	2-5 kez n(%)	6 ve fazla n(%)	p
Cinsiyet	Erkek (n=371)	165(44,5)	155(41,8)	46(12,4)	5(1,3)	0,930
	Kadın (n=331)	145(43,8)	142(42,9)	38(11,5)	6(1,8)	
Yaş Grupları	18-34 yaş (n=308)	109 (35,4)	146 (47,4)	47 (15,3)	6 (1,9)	0,007
	35-49 yaş (n=250)	130 (52,0)	96 (38,4)	19 (7,6)	5 (2,0)	
	50-64 yaş (n=89)	45 (50,6)	35 (39,3)	9 (10,1)	0 (0)	
	65-85 yaş (n=38)	16 (42,1)	16 (42,1)	6 (15,8)	0 (0)	
Medeni Durum	Evli (n=434)	210(48,4)	167(38,5)	50(22,5)	7(2,6)	0,067
	Bekâr (n=231)	80(34,6)	117(50,6)	30(13,0)	4(1,7)	
	Dul (n=18)	10(8,0)	5(27,8)	3(16,7)	0(0)	
	Boşanmış (n=17)	10(7,5)	6(35,3)	1(5,9)	0(0)	
Gelir düzeyi	1100 TL den az (n=238)	81(34,0)	120(50,4)	34(14,3)	3(1,3)	0,017
	1101 TL- 3400 TL (n=306)	148(48,4)	117(38,2)	38(12,4)	3(1,0)	
	3401 TL - 5000 TL (n=85)	46(54,1)	30(35,3)	7(8,2)	2(2,4)	
	5001 TL ve üstü (n=39)	22(17,3)	13(33,3)	4(10,3)	0(0)	
Öğrenim Durumu	İlkokul Mezunu (n=96)	35(36,5)	47(49,0)	13(13,5)	1(1,0)	0,003
	Ortaokul Mezunu (n=101)	34 (33,7)	44 (43,6)	17(16,8)	6(5,9)	
	Lise Mezunu (n=204)	87 (42,6)	90 (44,1)	25(12,3)	2(1)	
	Üniversite Mezunu (n=267)	133 (49,8)	105 (39,3)	27 (10,1)	2(0,7)	
	Lisansüstü mezunu (n=33)	21 (63,6)	10(30,3)	2(6,1)	0(0)	
En son yaşadığı yer	Köy / Nahiye (n=48)	20(41,7)	21(43,8)	5(10,4)	2(4,2)	0,039
	İlçe Merkezi (n=95)	31 (32,6)	45(47,4)	15(15,8)	4(4,2)	
	İl Merkezi (n=555)	256 (46,1)	230(41,4)	64(11,5)	5(0,9)	

Araştırma kapsamındaki hastaların sosyodemografik özelliklerine göre sürekli kaygı düzey puan ortalamaları arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi amacıyla T Testi ve Tek Yönlü Varyans analizi uygulanmıştır. Tek yönlü varyans analizi sonucunda istatistiksel anlamlı fark ($p<0,05$) bulunan gruplarda farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek için Post Hoc Tukey testi uygulanmış olup sonuçları Tablo 5'te gösterilmiştir. Tablo 5'te görüldüğü üzere kadın katılımcıların sürekli kaygı puan ortalamaları $44,73\pm 7,97$ iken, erkek katılımcıların $42,51\pm 8,16$ dir. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların cinsiyet yönünden sürekli kaygı puan ortalamaları arasında istatistiksel yönden anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,001$). Yaş grupları açısından ise en yüksek sürekli kaygı puan ortalaması $45,63\pm 6,30$ ile 65-85 yaş grubunda tespit edilirken, en düşük puan ise $42,46\pm 8,22$ ortalamayla 18-34 yaş grubunda tespit edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda katılımcıların yaş gruplarına göre sürekli kaygı puan ortalamaları arasında istatistiksel anlamlı fark tespit edilmiştir ($p=0,003$). Gruplara arasında yapılan ikili karşılaştırmada ise 18-34 yaş grubunun sürekli kaygı puan ortalaması ile 35-49 yaş grubu puan ortalamaları arasında istatistiksel anlamlı farklılık görülmüştür ($p=0,007$). Katılımcıların medeni durum ve en son yaşadığı yer açısından sürekli kaygı düzey puan ortalamaları arasında istatistiksel anlamlı ilişki tespit edilememiştir ($p>0,05$). Öğrenim durumuna göre katılımcıların sürekli kaygı puan ortalamalarına baktığımızda ilkokul mezunu katılımcıların sürekli kaygı puan ortalamaları $48,08\pm 0,63$ iken, lisansüstü mezunlarında ortalama $39,36\pm 1,63$ olarak bulunmuştur. Yapılan analizler sonucunda katılımcıların eğitim düzeylerine göre sürekli kaygı puan ortalamaları arasında istatistiksel anlamlı fark tespit edilmiştir ($p<0,001$). Gruplar arası yapılan ikili karşılaştırmada ise ilkokul mezunlarının sürekli kaygı puan ortalamaları ile lise mezunlarının ($p=0,001$), üniversite mezunlarının ($p<0,001$), lisansüstü mezunlarının ($p<0,001$) sürekli kaygı puan ortalamaları arasında istatistiksel anlamlı fark tespit edilmiştir. Ortaokul mezunlarının sürekli kaygı puan ortalamaları ile üniversite mezunlarının ($p<0,001$), lisansüstü mezunlarının ($p<0,001$) sürekli kaygı puan ortalamaları arasında istatistiksel anlamlı farklılık bulunmuştur. Lise mezunlarının sürekli kaygı puan ortalamaları ile üniversite mezunlarının ($p<0,001$) ve lisansüstü mezunlarının ($p=0,005$) sürekli kaygı puan ortalamaları arasında istatistiksel anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Ayık gelir durumuna göre sürekli kaygı düzey puan ortalamalarına baktığımızda 1100 TL'den daha az olan grubun puan ortalaması $45,62\pm 8,03$ ile en yüksek seviyede bulunurken, 5001 TL ve üstü gelir grubuna sahip katılımcıların ise $40,97\pm 9,47$ ortalama ile en düşük seviyede tespit edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda katılımcıların gelirlerine göre sürekli kaygı düzey ortalamaları arasında istatistiksel anlamlı fark tespit edilmiştir ($p<0,001$). Gruplar arasında yapılan ikili karşılaştırmalarda ise 1100 TL ve daha az aylık gelir grubuna sahip katılımcıların sürekli kaygı puan ortalamaları ile 1101 TL -3400 TL arası aylık gelir grubuna sahip katılımcıların ($p=0,002$), 3401 TL - 5000 TL arası aylık gelir grubuna sahip katılımcıların

($p < 0,001$) ve 5001 TL ve üstü aylık gelir grubuna sahip katılımcıların ($p = 0,004$) sürekli kaygı düzey puan ortalamaları arasında istatistiksel anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 5. Araştırma Kapsamındaki Katılımcıların Sosyodemografik Özelliklere Göre Sürekli Kaygı Düzeyleri

Sosyodemografik Özellikler		n	Sürekli Kaygı Puanı (Ort ± Ss)	p	p2
Cinsiyet	Erkek	371	42,51±8,16	<0,001§	
	Kadın	331	44,73±7,97		
Yaş Grupları	(1) 18-34 Yaş Grubu	308	42,46±8,22	0,003*	1-2=0,007
	(2) 35-49 Yaş Grubu	250	44,69±8,43		
	(3) 50-64 Yaş Grubu	89	42,75±7,17		
	(4) 65-85 Yaş Grubu	25	45,63±6,30		
Medeni Durum	Evli	434	43,83±7,74	0,122*	
	Bekâr	231	42,79±8,64		
	Dul	18	47,00±7,88		
	Boşanmış	17	43,06±10,78		
Son Yaşadığı Yer	Köy / Nahiye	48	44,69±8,46	0,490*	
	İlçe Merkezi	95	43,95±7,48		
	İl Merkezi	555	43,37±8,21		
Öğrenim Durumu	(1)İlkokul Mezunu	96	48,08±0,63	<0,001*	1-3=0,001 1-4<0,001 1-5<0,001 2-4<0,001 2-5<0,001 3-4<0,001 3-5=0,005
	(2)Ortaokul Mezunu	101	46,46±0,69		
	(3)Lise Mezunu	204	44,33±0,58		
	(4)Üniversite Mezunu	267	40,79±0,46		
	(5)Lisans Üstü Mezun	33	39,36±1,63		
Aylık Gelir Durumu	(1) 1100 TL den az	238	45,62±8,03	<0,001*	1-2=0,002 1-3<0,001 1-4=0,004
	(2) 1101 TL- 3400 TL	306	43,16±7,71		
	(3) 3401 TL - 5000 TL	85	41,32±8,10		
	(4) 5001 TL ve üstü	39	40,97±9,47		

§ T Testi, * Tek Yönlü Varyans Analizi, p2 Post Hoc Tukey Testi sonucuna aittir.

Katılımcıların son altı ay içinde sağlık sorunları nedeni ile acil servise başvurma sıklıklarına göre sürekli kaygı düzey puan ortalamaları arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi amacıyla Tek Yönlü Varyans analizi uygulanmıştır. Tek yönlü varyans analizi sonucunda istatistiksel anlamlı fark ($p < 0,05$) bulunan gruplarda farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek için Post Hoc Tukey testi uygulanmış olup sonuçları Tablo 6'te gösterilmiştir. Son altı ay içinde

acil servise hiç başvurmayan katılımcıların sürekli kaygı puan ortalamaları $42,49 \pm 8,24$, bir kez başvuranların $44,11 \pm 7,98$, 2 ile 5 kez arasında başvuranların $44,80 \pm 8,05$, altı ve daha fazla kez başvuranların ise $49,27 \pm 5,35$ olarak tespit edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda katılımcıların son altı ay içinde acil servise başvurma sıklıklarına göre sürekli kaygı puan ortalamaları arasında istatistiksel anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p=0,003$). Gruplara arası yapılan ikili karşılaştırmada ise son altı ay içinde hiç acil servise başvurmayanların sürekli kaygı puan ortalamaları ile altı ve daha fazla kez başvuranların sürekli kaygı puan ortalamaları arasında istatistiksel anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p=0,032$).

Tablo 6. Araştırma Kapsamındaki Katılımcıların Son altı Ay İçinde Acil Servise Başvurma Sıklıkları

Acil Servise Başvurma Sıklığı	Sürekli Kaygı Puanı (Ort \pm Ss)	p	p2
(1)Hiç	42,49+8,24	0,003	1-4=0,032
(2) 1 Kez	44,11±7,98		
(3) 2-5 Kez	44,80+8,05		
(4) 6 ve Daha Fazla	49,27+5,35		

p Tek Yönlü Varyans Analizi, p2 Post Hoc Tukey Testi sonucuna aittir.

Tablo 7. Araştırma Kapsamındaki Hastaların Acil Servise Başvuru Şikâyetlerine Göre Sürekli Kaygı Düzeyleri

Acile Başvuru Şikâyetleri	n	Sürekli Kaygı Puanı (Ort \pm Ss)	p
Alerjik reaksiyon	3	52,67±9,6	0,191
Göğüs ağrısı	17	50,35±5,72	
Ateş	25	46,28±9,72	
Diş ağrısı	3	45,33±7,50	
Zehirlenme-mide bulantısı	21	44,86±9,36	
Bölgesel ağrı	27	44,74±7,6	
Bas ağrısı	12	44,67±10,50	
Soğuk algınlığı-halsizlik	69	44,61±7,67	
Karın ağrısı	21	44,52±7,71	
Kronik hastalık	56	43,96±7,41	
Travma	12	43,33±11,34	
Diğer	10	43,10±5,64	
Bas dönmesi	9	41,33±7,34	
Kulak ağrısı	7	40,57±8,26	
Öksürük	7	40,57±6,8	

Araştırma kapsamında acil servise başvuranların, başvuru şikâyetlerine göre sürekli kaygı düzey puan ortalamaları arasındaki ilişkiyi değerlendirmek amacıyla Tek Yönlü Varyans Analizi uygulanmış olup, sonuçları Tablo 7'de gösterilmiştir. Tablo 7'de görüldüğü gibi en yüksek kaygı düzeyi alerjik reaksiyon ve göğüs ağrısı şikâyeti ile acil servise başvuran hastalarda görülmektedir. Kulak ağrısı ve öksürük gibi şikâyetlerde acil servise başvuran hastaların kaygı düzeyleri diğer gruplara göre en düşük seviyede bulunmuştur. Yapılan analizler sonucunda katılımcıların acil servise başvurma şikâyetlerine göre sürekli kaygı düzey puan ortalamaları arasında istatistiksel anlamlı fark bulunamamıştır ($p>0.05$).

Katılımcılardan acil servise başvuranların acil serviste sağlık sorunlarına yönelik olarak konulan teşhis grubuna göre sürekli kaygı düzey puan ortalamaları arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi amacıyla Tek Yönlü Varyans Analizi uygulanmış olup sonuçları Tablo 8'de gösterilmiştir. Tablo 8'de görüldüğü gibi en yüksek sürekli kaygı seviyesi alerjik reaksiyon ve böbrek veya safra kesesi taşı teşhis gruplarındadır. İdrar yolları enfeksiyonu ve kolit teşhis grupları ise en düşük sürekli kaygı seviye puan ortalamasına sahiptir. Yapılan analizler sonucunda acil servise başvuran hastaların sağlık şikâyetlerine yönelik olarak konulan teşhis grubuna göre sürekli kaygı düzey puan ortalamaları arasında istatistiksel anlamlı farklılık tespit edilememiştir ($p>0.05$).

Tablo 8. Araştırma Kapsamındaki Hastalara Acil Serviste Konulan Teşhise Göre Sürekli Kaygı Düzeyleri

Acil Serviste Konulan Teşhis	n	Sürekli Kaygı Puanı (Ort \pm Ss)	p
Böbrek taşı-safra kesesi taşı	9	50,56 \pm 6,52	0,489
Alerjik reaksiyon	4	50,25 \pm 9,21	
Acil girişim ihtiyacı	21	47,38 \pm 8,29	
İncinme-kırık	12	45,75 \pm 6,34	
Kronik hastalık kökenli	53	45,28 \pm 7,02	
Üst solunum yolu enfeksiyonu	18	44,72 \pm 9,91	
Zehirlenme	9	44,67 \pm 8,09	
Viral hastalık (grip-nezle)	64	44,48 \pm 8,54	
Gaz sıkışması-ülser-gastrit	8	43,88 \pm 10,84	
Diğer	17	43,41 \pm 8,66	
Alt solunum yolu enfeksiyonu	17	43,35 \pm 7,07	
Fıtık	5	43,00 \pm 7,31	
İdrar yolları enfeksiyonu	7	41,43 \pm 6,32	
Kolit-enterit	4	41,00 \pm 5,35	

3. Tartışma

Araştırmadan elde edilen sonuçlara baktığımızda katılımcıların yaklaşık dörtte biri gibi yüksek bir oranı acil servise başvuru şikayetleri olarak soğuk algınlığı ve halsizlik gibi sağlık sorunlarını ifade etmişlerdir. Bu sonuçların hastaların kendi ifadelerine dayandırıldığı göz önüne alındığında, hastaların durumlarının acil olmadığını bildikleri halde acil servisi kullanmayı tercih ettikleri düşünülmektedir. Acil servisin acil olmayan nedenlerle kullanımı acil servis sağlık hizmetlerine erişimin kolay olmasına dayandırılmaktadır. Hastaların yaklaşık beşte biri kronik hastalıklarından kaynaklanan şikayetlerden dolayı acil servise başvurmuşlardır. Bu oranın yüksek olması acil servis erişimin kolaylığı yanında, birinci basamak sağlık hizmetleri seviyesinde tedavisi tam olarak düzenlenmiş ve kronik hastalığına yönelik yeterli bilgiye sahip olmayan hastalara dayandırılmaktadır. Acil serviste konulan tanılara baktığımızda viral enfeksiyon, üst solunum yolu ve alt solunum yolu enfeksiyonu gibi birinci basamakta tedavi edilmeleri gereken sağlık sorunlarının olduğu görülmektedir. Bu tür bir kullanım tedavi maliyetleri daha yüksek olan acil servislerin gereksiz kullanımı sonucu kalabalıklaşması nedeniyle acil servislerin etkinliğini azaltabileceği değerlendirilmektedir.

Brown ve arkadaşlarının araştırmasında 18-45 yaş grubunun son altı ay içinde acil servis sağlık hizmetlerini üç veya daha fazla kez kullanma oranları %35 civarındadır (Brown ve diğ., 2012). Araştırmamızda ise 18-49 yaş grubunun %22,9'u son altı ayda acil servisi 2-5 kez arasında kullanmışlardır. Burada dikkati çeken sonuç araştırma kapsamındaki en genç yaş grubu olan 18-34 yaş grubunun acil servisi yüksek oranda kullanmasıdır. Genç yaş grubunun acil servisleri daha yüksek oranda kullanmaları bu grubun aktif olarak çalışan yaş grubu olması nedeni ile çalışma saatlerinde birinci basamak sağlık hizmetlerini kullanmak yerine, acil servisi kullanmayı tercih ettikleri düşünülmektedir. Carret'in araştırmasında 50 yaş üstü grubun yüksek oranda acil servisi kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır (Carret ve diğ., 2007). Karadağ ve arkadaşlarının yaptığı çalışmada ise acil servislere başvuran yaşlı popülasyonun, hızla ve değişken bir şekilde arttığı sonucuna ulaşılmıştır (Karadağ ve diğ., 2010). Araştırmamızda da 50 yaş üstü grubun doğası gereği acil servileri orta yaş grubuna göre daha sık kullandıkları gözlemlenmiştir. Yaşla beraber artan sağlık sorunlarının acil servis kullanım oranlarını artıran etken olduğu değerlendirilmektedir.

Ersel ve arkadaşlarının yaptığı çalışmada acil servise uygun olmayan başvurular incelendiğinde genelde sosyoekonomik düzeyi yüksek olan hastaların acil servisi uygunsuz kullanımı gözlenmiştir (Ersel ve diğ., 2006). Araştırmamızda ise aylık gelir durumu ve eğitim seviyesi düştükçe acil servislerin kullanım oranı artmaktadır. Literatürde yoksulluk seviyesinin altındaki hastaların daha yüksek acil sağlık hizmetleri kullanım oranları olduğu görülmüştür (DeLia ve diğ., 2009). Ayrıca sınırlı ve yetersiz sağlık okuryazarlığı

toplumun acil servis kullanımını artıran etkenlerdendir (Tanrıöver ve diğ., 2014). Ersel ve arkadaşlarının araştırmalarındaki farkın araştırmanın 2006 yılında yapıldığı göz önüne alındığında genel sağlık sigortasına geçilmemesi nedeni ile sigorta kapsamı dışındaki nüfusun büyük kısmının sosyoekonomik seviyesi düşük bireylerden oluşmasının etkili olabileceği değerlendirilmektedir. Ayrıca yapılan araştırmalar sigorta kapsamındaki hastaların daha sık oranda acil sağlık hizmetlerini kullandıkları sonucu üzerinde genellikle hemfikirlerdir (DeLia ve diğ., 2009). Ek olarak çoğu acil olmayan sağlık sorunları nedeniyle yapılan acil servis başvurularının sigorta kapsamındaki kişiler tarafından yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır (Cunningham, 2011).

Araştırma kapsamındaki hastaların sosyodemografik özellikleri ve sürekli kaygı düzeyleri arasındaki ilişki değerlendirildiğinde kadın katılımcıların erkeklere göre sürekli kaygı düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Kadınların sürekli kaygı düzeylerinin daha yüksek çıkması, kadınlara özgü düşünsel ve ruhsal yapılarına dayandığı değerlendirilmektedir. Ayrıca araştırmamızda ileri yaş gruplarının daha yüksek sürekli kaygı düzeyine sahip oldukları gözlemlenmiştir. Bu sonucun ileri yaşla beraber artan sorumluk ve sağlık sorunlarından kaynaklanabileceği değerlendirilmektedir. Dul, evli ve boşanmış katılımcıların bekar katılımcılara göre sürekli kaygı düzeylerinin daha yüksek olmasının da bu gruplarının genelde daha ileri yaş gruplarına dahil olmalarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Ek olarak eğitim seviyesi ve gelir düzeyi düşük gruplarda da sürekli kaygı düzeyinin daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Gelirin düşük olmasının getirdiği zorlukların bireylerin sürekli kaygı düzeylerini etkileyebileceği düşünülmektedir ayrıca eğitim seviyesi düşük olan bireylerin aylık gelirlerinin düşük olmasının bu gruptaki yüksek sürekli kaygı seviyesini açıklayabileceği düşünülmektedir.

Olsson ve arkadaşlarının acil servisi sık kullananlar arasında yaptığı araştırmada katılımcıların acil servise başvurma şikâyetlerini acil olarak algıladıkları ve genel olarak stresli hayat şartlarına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır (Olsson ve diğ., 2001). Araştırmamızda da acil servise son altı ayda daha sık oranda başvuran bireylerin sürekli kaygı düzeyleri daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuç sürekli kaygı düzeyli bireylerin sağlık sorunlarını acil olarak algılamaları nedeni ile acil servisleri daha sık kullanmalarına dayandırılmaktadır. Acil sağlık hizmetlerindeki gereksiz kullanımın aynı zamanda yeterince tedavi edilmemiş sağlık sorunları veya erişimi zor olan birinci basamak sağlık hizmetlerinden kaynaklanmış olabileceği değerlendirilmektedir (Billings ve diğ., 2000; Mann, 2014).

Sonuç

Araştırma sonuçları ve literatür taramalarına dayanarak acil servislerin gereksiz ve aşırı kullanımının önemli bir sorun olduğu görülmektedir. Acil sağlık servislerine kolay erişim ve acil servis tedavilerinin tamamen sigorta kapsamında olması nedeniyle hastaların birinci basamak sağlık hizmetlerini kullanmak yerine acil servislere yöneldikleri değerlendirilmektedir. Ek olarak sürekli kaygı düzeyli hastaların acil sağlık hizmetlerini daha sık kullandıkları görülmüştür.

Literatürde acil sağlık hizmetleri gereksiz kullanımını düşürmek için bazı öneriler gündeme gelmiştir. Bunlar;

- Birinci basamak sağlık hizmetleri erişiminin kolaylaştırılması ve güçlendirilmesi (Billings ve diğ., 2000),
- Akıl ve fiziksel sağlığı kötü hastalar gibi acil servisi sık kullananlara odaklanılması; davranışsal sağlık problemleri ve madde bağımlılığı olan acil servis kullanıcılarının hedeflenmesi (Billings ve diğ., 2000; Mann, 2014),
- Hekimlerin hastalara kronik hastalıkları ile nasıl baş edecekleri konusunda daha fazla eğitim vermeleri (Billings ve diğ., 2000) önerilmiştir.

Literatürdeki önerilere ek olarak hastaların acil servislerin kullanımı hakkında bilgilendirilmesi tavsiye edilmektedir. Ayrıca acil sağlık hizmetlerinin sigorta kapsamında olduğu sağlık sistemlerinde gereksiz kullanımını önlemek için finansal caydırıcıların kullanılmasının da, kıt sağlık kaynakların verimsiz kullanımını önleyebileceği değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

AFILALO, J., Marinovich, A., Afilao, M., Colacone, A., Leger, R., Unger, B., Giguere, C. (2004). Nonurgent Emergency Department Patient Characteristics And Barriers to Primary Care, ACAD EMERG MED (December),11(12):1302-1310.

ANDERSEN, R., Newman, JF. (2005). Societal and Individual Determinants of Medical Care Utilization in The United States, The Milbank Quarterly, 83(4):1-28.

BALLARD, DW., Price, M., Fung, V., Brand, R., Reed, ME., Fireman, B., Newhouse, JP., Selby, JV., Hsu, J. (2010). Validation of An Algorithm For Categorizing The Severity of Hospital Emergency Department Visits, Med Care, 48(1): 1-15.

BILLINGS, J., Parikh, N., Mijanovich, T. (2000). Emergency Department Use: The New York Story, The Commonwealth Fund (Issue Brief) Nowember,1-12.

BROWN, LE., Burton, R., Hixon, B., Kakade, M., Bhagalia, P., Vick, C., Edwards, A., Hawn, MT. (2012). Factors Influencing Emergency Department Preference For Access To Healthcare, Western Journal of Emergency Medicine, 13(5):410-415.

CANNON, J., Feldman, J. (2010). Emergency Room Use in Washington State, Washington State Hospital Association (WSHA) ER Report, (October),1-15.

CARRET, MLV., Fassa, AG., Kawachi, I. (2007). Demand For Emergency Health Service: Factors Associated With Inappropriate Use, BMC Health Services Research, 7:131.

CUNNINGHAM, P. (2011). Nonurgent Use of Hospital Emergency Departments, National Institute for Health Care Reform,1-14.

DALKIRAN, O. (2012). Dershane Öğrencilerinin Fiziksel Aktivitede Bulunma Değişkenine Göre Sürekli Kaygı, Sınav Kaygısı Ve Sosyal Beceri Düzeyleri İle Sınav Performanslarının Değerlendirilmesi. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

DELIA, D. (2007). Hospital Capacity, Patient Flow, And Emergency Department Use in New Jersey, A Report to the New Jersey Department of Health, the Rutgers Center for State Health Policy, 1-63.

DELIA, D., Cantor, J.(2009). Emergency Department Utilization And Capacity, Robert Wood Johnson Foundation Reserach Synthesis Report No. 17, 1-28.

EDİRNE, T., Edirne, Y., Atmaca, B., Keskin, S. (2008). Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tıp Fakültesi Acil Servis Hastalarının Özellikleri, Van Tıp Dergisi,15 (4):107-111.

ERSEL, M., Karcioğlu, Ö., Yanturalı, S., Yürüktümen, A., Sever, M., Tunç, MA. (2006). Bir Acil Servisin Kullanım Özellikleri ve Başvuran Hastaların Aciliyetinin Hekim ve Hasta Açısından Değerlendirilmesi. Turk J Emerg Med, 6(1):25-35.

HE, J., Hou, X., Toloo, S., Patrick, JR., Gerald, GF. (2011). Demand For Hospital Emergency Departments: A Conceptual Understanding, World J Emerg Med, 2(4):253-261.

KARADAĞ, B., Çat, H., Öztürk, AO., Basat, O., Altuntaş, Y. (2010). Acil Polikliniğine Başvuran ve Gözleme Alınan Hasta Profili: Üç Yıllık İnceleme, Akad Geriatri, 2(3):176-185.

KÖSE, A., Köse, B., Öncü, MR., Tuğrul. F. (2011). Bir Devlet Hastanesi Acil Servisine Başvuran Hastaların Profili ve Başvurunun Uygunluğu, Gaziantep Tıp Dergisi, 17(2): 57-62.

LE COMPTE, A., Öner, N. (1985). Durumluk-Sürekli Kaygı Envanteri El Kitabı. II. Baskı: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları,1-22.

MANN, C. (2014). Reducing Nonurgent Use of Emergency Departments And Improving Appropriate Care in Appropriate Settings, CMCS Informational Bulletin,1-8.

MCWILLIAMS, A., Tapp, H., Barker, J., Dulin, M. (2011). Cost Analysis of The Use of Emergency Departments For Primary Care Services in Charlotte, North Carolina, NC Med J, 72(4):265-271.

NEW ENGLAND HEALTH CARE INSTITUTE. (2010). A Matter of Urgency: Reducing Emergency Department Overuse, NEHI Research Brief March, 1-15.

OLSSON, M., Hansagi, H. (2001). Repeated Use of The Emergency Department: Qualitative Study of The Patient's Perspective. Emerg Med J, 18:430-434.

ÖZTÜRK, Y. (2014). Acil Servise Başvuran Olguların Aciliyet Konusundaki Bilgi ve Tutumlarının Değerlendirilmesi, Tıp Araştırmaları Dergisi, 12(1):20-25.

PATRICK, DL. (2012). Massachusetts Health Care Cost Trends, Efficiency of Emergency Department Utilization in Massachusetts, Massachusetts Division of Health Care Finance and Policy, (August), 1-2.

SPIELBERGER, C., Gorsuch, RL., Lushene, RE. (1970). STAI Manuel For State-Trait Inventory, Consulting Psychologist Press, 1-18.

TANRIÖVER, MD., Yıldırım, HH., Ready, ND., Çakır, B., Akalın, HE. (2014). Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Araştırması, Sağlık ve Sosyal Hizmet Çalışanları Sendikası Sağlık-Sen Yayınları-25, Ankara.

TRZECIAK, S., Rivers, EP. (2003). Emergency Department Overcrowding in The United States: An Emerging Threat To Patient Safety And Public Health, Emerg Med J, 20:402-405.

YAŞAR, M., Teke, K., Dündaröz, R., Sızlan, A., Cömert, B., Özışık, T. (2000). Acil Servis Kullanımının Aciliyet Kriterlerine Göre Değerlendirilmesi, Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 5(1):53-61.

Patent Başvurusu ve İhracat Arasındaki İlişki: Panel Veri Analizi

Yrd. Doç. Dr. Cengizhan YILDIRIM

Abant İzzet Baysal Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
yildirim_c@ibu.edu.tr

Özet: Bu çalışmanın amacı beş doğu Asya ülkesi ve Türkiye de 1996-2013 dönemi için ihracat ile patent sayısı arasındaki uzun dönemli ilişkiyi araştırmaktır. Bu amaçla Pedroni Eşbütünleşme Testi, Pedroni FMOLS, Pedroni DOLS, Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Granger Nedensellik yöntemleri kullanılmıştır. Eşbütünleşme testleri ihracat ve patent sayısı değişkenlerinin uzun dönemde eşbütünleşme ilişkisine sahip olduğunu göstermektedir. Patent ve ihracat arasındaki ilişkinin araştırıldığı modele göre Panel FMOLS test sonuçları uzun dönemde ihracattaki %1'lik bir artışın, toplam patent başvurusu sayısını panel genelinde %0.56 oranında, Panel DOLS test sonuçları %0.53 oranında artırdığını göstermektedir. İhracat ve patent başvurusu arasındaki ilişkinin araştırıldığı Modele göre Panel FMOLS test sonuçları uzun dönemde patent başvurusu sayısındaki %1'lik bir artışın, ihracatı panel genelinde %0.85 oranında, Panel DOLS test sonuçları %1.12 oranında artırdığını göstermektedir. Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik yöntemi ise panel seti için ihracattan, patent başvurusu sayısına doğru tek yönlü bir Granger nedensellik ilişkisi olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Patent başvurusu sayısı, İhracat, Panel Veri Analizi, Panel Nedensellik Analizi, Dumitrescu ve Hurlin.

The Relationship between Patent Applications and Exports: A Panel Data Analysis

Abstract: The purpose of this paper is to investigate the long-run relationship between export and patent application in the five East Asian Countries over the period from 1996-2013 by utilizing the Pedroni Panel Cointegration, Pedroni FMOLS; Pedroni DOLS, Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Granger Causality methods. Cointegration tests state the long run cointegration between export and patent application. According to the model investigating the relationship between patent application and export, if export increases 1%, patent application increases 0.56% according to Panel FMOLS test results and 0.53% according to Panel DOLS test results in the long run, respectively. According to

the another model investigating the relationship between export and patent application, if patent application increases 1%, export increases 0.85% according to Panel FMOLS test results and 1.12% according to Panel DOLS test results across the panel, respectively. Dumitrescu and Hurl (2012) Panel Causality method indicates unidirectional Granger causality from export to patent application.

Key Words: *Number of patent application, Export, Panel data analysis, Panel causality analysis, Dumitrescu ve Hurlin.*

Giriş

Ülkeler arasındaki iraksamanın en önemli nedenlerinden bir tanesinin inovasyon olduğu bilinmektedir. İnovasyon, ülkeler arasındaki rekabet üstünlüğünü de belirlemektedir. Daha çok inovasyon yapan ülkeler, dış ticarete daha başarılı olmaktadır.

İnovasyonla ilgili yürütülen çalışmalarda ilk zorluk inovasyonun nasıl ölçüleceğidir. Literatürde inovasyonun yerine somut değişken olarak Ar-Ge harcamaları, Ar-Ge sektöründe çalışan sayısı, patent başvurusu sayısı, bilgisayar ve internet kullanımı gibi göstergeler kullanılmaktadır. Bu çalışmada inovasyon göstergesi olarak patent başvurusu sayısı alınmıştır.

Günümüz küresel dünyasında ihracat, ülkelerin rekabetçilik noktasında önemli bir makro iktisadi değişkeni haline gelmiştir. Uluslararası alanda rekabet eden ülkelerin refah seviyesi hızla artarken, edemeyen ülkelerin refahı yerinde saymaktadır. Bu çalışmada iki önemli makro iktisadi gösterge olan ihracat ve patent başvurusu sayısı arasındaki uzun dönemli ilişki ele alınmıştır. Alan olarak ihracat performansı iyi olan beş Asya ülkesi ve Türkiye, dönem olarak da 1996-2013 dönemi seçilmiştir. Bu amaçla Pedroni, Kao ve Johansen Fisher eşbütünleşme testleri, Pedroni FMOLS, Pedroni DOLS, Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Granger Nedensellik yöntemleri kullanılmıştır.

Girişten sonraki kısımda öncelikle ihracat ve patent başvurusu sayısı arasındaki ilişki, yapılmış olan çalışmalarda özetlenerek teorik olarak ortaya konulmuş, daha sonra 1996-2013 dönemine ilişkin beş Asya ülkesi ve Türkiye için ihracat ile patent başvurusu arasındaki uzun dönemli ilişki Pedroni, Kao ve Johansen Fisher Eşbütünleşme testleri ile araştırılmış ve bu ilişkinin katsayıları ise Pedroni (2000, 2001) tarafından geliştirilen Panel DOLS, FMOLS yöntemi

kullanılarak tahmin edilmiştir. Daha sonra Dumitrescu ve Hurlin (2012) Granger nedensellik analizi uygulanmıştır.

2. Kuramsal Çerçeve: İhracat ve Patent Başvurusu Arasındaki İlişki

19. yüzyılın başlarında ülkeler arasında gelişmişlik farkı çok az iken bu dönemden itibaren fark giderek açılmıştır. İnovasyon (yenilik) bu büyük iraksamanın en önemli nedenlerinden bir tanesidir.

OECD (2005: 46) 3 tür inovasyonu şöyle tanımlamıştır: i) tamamen yeni bir ürün (mal veya hizmet olabilir) veya süreç ya da bilinen bir üründe veya süreçte önemli bir iyileşme; ii) yeni bir pazarlama yöntemi; iii) faal uygulamalarda, işyeri organizasyonlarında veya harici işlerde yeni bir organizasyonel yöntem.

İnovasyonun iktisadi öneminin anlaşılması, iktisadi gelişmenin temel şartının inovasyon olduğunu söyleyen Schumpeter'le (1942) beraber olmuştur. Schumpeter'a göre bir yeniliğin süreci icat, yenilik ve yayılma olmak üzere üç aşamadan oluşur. İcat yeni bir fikrin bulunma aşamasıdır. Yenilik aşaması, yeni fikirler pazarlanabilir bir ürün ya da süreç haline gelirken; yayılma aşamasında yeni ürün ve süreçler potansiyel pazarlara yayılır.

Neo Schumpeterci bir yapı arz eden içsel büyüme teorileri ile inovasyonun büyüme üzerindeki etkileri tekrar gündeme gelmiştir. Romer'in (1986, 1990) ve Lucas'ın (1988) öncüsü olduğu; ancak Grossman ve Helpman (1991a, 1991b), Aghion ve Howitt'un (1992) da önemli katkı yaptığı içsel büyüme teorilerinde bilgi, iktisadi girdi olarak değerlendirilir ve iktisadi büyümenin uzun dönemde en önemli belirleyicisinin teknoloji ve inovasyon olduğu belirtilir. Ar-Ge harcamaları, çoğunlukla teknolojik ilerleme ve inovasyonun ölçülmesinde değişken olarak kullanılmaktadır.

İçsel büyüme teorileri, üç önermeye dayanmaktadır (Snowdon ve Vane, 2012: 555): Birincisi, ekonomik büyümenin arkasında yatan temel neden teknolojik değişimdir; yani üretim sürecinde girdileri nasıl çıktılara dönüştürdüğümüz hakkındaki bilgide sağlanan ilerlemedir. İkinci olarak teknoloji iktisadi olarak içsel bir değişkendir. Büyük oranda ekonomik kazançları peşinde koşan aktörlerin bilinçli faaliyetleriyle oluşmaktadır. Üçüncüsü, yeni bir fikir bir kez oluşturulduktan sonra ek maliyet olmadan tekrar tekrar kullanılabilir.

Teknoloji iktisadi gelişme açısından çok önemlidir; ancak Kuznets daha 1962 yılında teknolojik değişimin ve iktisadi önemini anlamının önündeki en büyük engelin onu ölçmek olduğunu belirtmiştir (Acs ve diğ., 2002: 1069); çünkü teknoloji (veya inovasyon) soyut ve genel bir kavramdır. İktisadi olarak tartışılabilmesi için iktisadi olarak da somut şekilde ifade edilmesi gerekir.

Bu sorunun üstesinden gelebilmek için literatürde inovasyonu ölçmede Ar-Ge harcamaları ve patent sayısı başta olmak üzere Ar-Ge sektöründe çalışan sayısı, bilgisayar ve internet kullanımı gibi değişkenler kullanılmaktadır. Ar-Ge harcamaları çok yaygın ve kolay bulunur verilerdir ve birçok çalışmada inovasyonun yerine kullanılır; ancak patent sayısına ulaşmak biraz daha fazla zaman alabilir. Hangisinin yeniliği ölçmede en iyi gösterge olduğu tartışmaya açık bir konudur.

İnovasyonun ilk ön plana çıktığı dönem olan 1950'li yıllarda Ar-Ge harcamaları, inovasyonun yerine kullanılma konusunda neredeyse rakipsizdir; ancak Ar-Ge harcamaları sadece ne kadar harcama yapıldığını gösterir. Hiç sonuç alınmamış olabilir veya harcamalar israf edilmiş olabilir. 1970'li yıllardan itibaren patent sayıları da inovasyonun yerine kukla değişken olarak kullanılmaya başlanmıştır (Acs ve diğ., 2002: 1070).

Patent, yetkili bir devlet organı tarafından verilen belirli bir süre için verilen bir belgedir. Bu belge ile bir sürecin, aparatın veya spesifik yeni bir aletin kullanım veya üretim hakkı sadece bu belge sahibine verilir (Griliches, 1998: 288). Patent, bir ülkede ne kadar icat yapıldığının önemli bir göstergesidir ve Ar-Ge sisteminin ne derece etkin işlediğini ifade etmektedir. Patent temelli göstergeler ülkenin ve firmanın Ar-Ge çıktısının ölçülmesini sağlamaktadır (Tiryakioğlu, 2006: 61). Ülkelerin gerçekleştirdiği icatların bir göstergesi olan patent sayısı, ülkenin Ar-Ge kapasitesini göstermesi ve Ar-Ge'ye dayalı çıktısının ölçülmesini sağlaması yönüyle önemlidir. Bir ülkenin patent sayısı, o ülkenin yenilikçilik potansiyelini de göstermektedir (Göçer, 2013: 219-220).

Acs ve diğ.'ne göre (2002: 1069-1070) Ar-Ge harcamaları, daha çok inovasyon sürecinin girdisi olarak kabul edilirken, onay alan patent sayısı bir ara çıktıdır. İnovasyonun ölçülmesinde patentin değeri de kullanılabilir; ancak ulaşması zor bir olsa da bununla ilgili çalışmalar da bulunmaktadır (Örneğin; Frietsch ve diğ., 2014).

Griliches (1998: 297), patent istatistiklerinin inovasyon faaliyetlerinin iyi bir göstergesi olduğunu söylemiştir. Patent sayıları sektörde tam olarak ne

olduğunu söyler ve Ar-Ge istatistiklerinden çok daha detaylı bilgi verir. Buradan hareketle Griliches'e göre (1998: 336) bütün eksikliklerine rağmen patent istatistikleri, teknik ilerlemeyi analiz etmenin yegane kaynağıdır. Acs ve diğ. de (2002: 1080) patent sayısının inovasyon faaliyetlerini ifade etmede iyi bir değişken olduğunu belirtmiştir.

Bununla beraber, patent sayıları inovasyon faaliyetlerinin kusurlu ifadesidir ve patent başvurularını iktisadi gösterge olarak kullanmanın iki sakıncası vardır. Birincisi patent başvurularının hepsi kabul edilmez ve kabul edilme oranları ülkeden ülkeye büyük farklılık gösterir (Griliches, 1998: 289). İkincisi alınan patentlerin önemi arasında büyük farklılıklar vardır; çoğunun önemi çok azken, bazı patenler çok değerlidir (Griliches, 1998: 292).

Nasıl ölçülürse ölçülsün tüm ülkeler bir inovasyon meydana getirdiklerinde bu inovasyonu sadece iç pazara sunmayarak daha geniş bir pazara ulaşırlar ve inovasyonun birim maliyeti azalır. Aynı zamanda inovasyon onu üreten birime belirli bir süre tekel hakkı verdiği için, üretildiği ülkenin dış ticarete rekabet gücünü de artıran önemli bir unsurdur. Dolayısıyla inovasyon ve dış ticaret arasında karşılıklı bir ilişkinin olduğu belirtilebilir.

Dış ticaret konusu, Merkantilist dönemden beri üzerinde çok fazla inceleme yapılan bir konudur. Özellikle 1980'li yıllardan itibaren ihracata dayalı büyüme stratejilerinin ön plana çıkmasıyla dış ticaretin önemi daha da artmıştır. Asya Kaplanları olarak bilinen ülkeler ihracata dayalı büyümede örnek gösterilmektedir (Özer ve Çiftçi, 2009: 43-44). Ancak uluslararası alanda ülkelerin rekabet gücünü artırmak için yeniliğe yatırım yapmaları gerekmektedir; çünkü inovasyon, iktisadi büyüme ve kalkınmada ve dış ticarete önemli bir rol oynar (Acs ve diğ., 2002).

İhracat, önemli bir rekabet göstergesidir. Ayrıca ihracata dayalı ekonomik büyüme stratejisi, kaynakların daha etkin dağılımını sağlar, pazar ve üretim ölçeğini büyütür ve daha fazla doğrudan yabancı yatırım çeker (Blecker ve Razmi, 2009; Yardımcıoğlu ve Gülmez, 2013: 146). Ülkeler dışa açıldıkça üretim kaynakları daha etkinleşir ve teknolojik seviyeleri ve bilgi birikimi de artar. Gelişmekte olan ülkelerin iktisadi büyümelerini sürdürülebilir kılmaları için yeni ve daha etkin üretim teknikleri ve yeni teknolojileri bünyelerine hızlı bir şekilde adapte etmeleri gerekmektedir. Bu da çoğunlukla dış ticaret ve yabancı yatırımlar yoluyla olabilmektedir (Özer ve Çiftçi, 2009: 44); yani dış ticaret inovasyon faaliyetlerini çoğunlukla olumlu olarak etkiler.

Türkiye'nin de aralarında bulunduğu yeniliğe yeterince yatırım yapamayan ülkeler, genellikle emek yoğun ürünler ve hammadde ihraç ederken ileri teknoloji içeren ürünleri gelişmiş ülkelerden ithal etmektedir. Bu da kronik dış ticaret açıklarının en önemli nedenidir (Göçer, 2013: 216). Türkiye'de imalat sanayi ihracatının yarısından fazlasını düşük ve orta-düşük teknoloji ürünleri oluşturmaktadır (Yolcu Karadam ve Özmen, 2015).

İhracata dayalı büyüme stratejisinde başarı yakalayabilen ülkelerin sayısı fazla değildir. Güney Kore, Çin, Hindistan, Malezya, Singapur ve Tayland gibi başarı yakalayabilen ülkelerin çoğunluğu Uzak Doğu'da yer almaktadır. Bu konuda en başarılı olan ülkelere birisi olan Güney Kore, ileri teknoloji ihracatı sayesinde, rekabet avantajı sağlayan bir ülkedir (Sengupta, 1998: 127). Bu ülke zamanla imalat sanayinin yapısını yıllar içerisinde önemli ölçüde değiştirerek emek yoğun sanayiden, sermaye ve ileri teknolojiye dönüştürmeyi başarmıştır (Göçer, 2013: 220).

Çin başlangıçta düşük teknoloji ürün ihracatçısıyken, günümüzde ileri teknoloji ürün ihracatında adından söz ettirmektedir. Hindistan bilişim alanında önemli rekabet avantajı sağlamaktadır. (Göçer, 2013: 221). Küçük ve dışa açık bir ülke olan Singapur, GSMH'sinin üç katı dış ticaret toplamına sahiptir ve 1988 yılından beri dış ticaret fazlası vermektedir. İhracata dayalı büyüme başarısında örnek gösterilen ülkelere bir tanesidir (Abeyasinghe ve Yeok, 1998: 51).

3. İnovasyon ve İhracatla İlgili Ampirik Literatür

Ampirik literatürde ihracat ve patent başvurusu sayısı ilişkisini araştırmaya yönelik hem tek ülke hem de ülke grupları üzerine yapılmış çok sayıda akademik çalışma mevcuttur. Çalışmanın bu kısımda ihracat ve patent sayısı üzerine yapılmış ampirik literatürün özeti verilmektedir.

İnovasyon ile dış ticaret arasındaki ilişkiyi analiz eden çalışmalarda genellikle inovasyon Ar-Ge harcamaları ile ifade edilir. Özer ve Çiftçi'ye göre, (2009) Ar-Ge yatırımları, bir ülkenin teknolojik seviyesini artırarak o ülkeye, uluslararası alanda rekabet gücü kazandırmakta ve ileri teknoloji ürünü ihracatını artırmaktadır (Özer ve Çiftçi, 2009). Göçer (2013) ve Kılıç ve diğ. (2014) de aynı sonuca ulaşmışlardır. Göçer (2013), 11 Asya ülkesini panel veri yöntemiyle karşılaştırdığı çalışmasında Ar-Ge harcamalarının bilgi-iletişim ihracatını ve genel ihracatı da artırdığını ifade etmiştir.

Bazı ülkelerde Ar-Ge harcamaları ile ihracat arasında negatif yönlü bir ilişki çıkabilir. Landesmann ve Pfaffermayr (1997), OECD ülkelerini karşılaştırdığı çalışmada; Amerika, İngiltere ve Japonya'da Ar-Ge harcamaları ihracatı olumlu etkilediği ve bu ülkelerin rekabet gücünü artırdığı sonucuna varmıştır. Ancak Landesmann ve Pfaffermayr (1997), Almanya ve Fransa'da Ar-Ge harcamaları ile ihracat arasında negatif bir ilişki olduğunu bulmuştur. Bunun neden olarak da Ar-Ge harcamalarının ekonomide azalan getiriye yol açmış olabileceğine bağlamıştır.

Yıldırım ve Kesikoğlu (2012), Ar-Ge harcamaları ile ihracat arasındaki ilişkiyi çift yönlü olarak nedensellik analizine tabi tutmuştur. Türkiye'de 1996-2008 dönemi için, 25 alt sektörü kapsayan çalışmanın sonuçlarına göre Ar-Ge harcamalarından ihracata doğru nedensellik ilişkisi tespit edilirken ihracattan Ar-Ge harcamalarına doğru bir ilişki bulunamamıştır. Ancak Kılıç ve diğ. (2014), Ar-Ge harcamaları ve ihracat arasında iki yönlü bir ilişki bulmuştur.

Uzay ve diğ. (2012), Türkiye imalat sanayindeki tüm sektörleri kapsayan analizlerinde, Ar-Ge harcamaları ile ihracat arasındaki ilişkilerin pozitif yönlü olduğunu; ancak Ar-Ge harcamalarının ihracat üzerindeki etkisinin önemli bir kısmının gecikmeli olarak ortaya çıktığını bulmuşlardır.

Köymen Özer ve Sayek Böke (2015), Türk firmalarının ihracat performanslarının analizini yaptıkları çalışmada, büyük ölçekli, üretken, yeni ürünler geliştiren, yabancı sermaye ortaklığı olan, ithal ürün kullanan ve iyi pazarlama tekniğine sahip olan Türk firmalarının ihracat yapma olasılıklarının daha yüksek olduğunu bulmuştur. Boermans ve Roelfsema (2014)'ün yaptıkları çalışmaya göre uluslararasılaşma (dışa açılma) firmaların yeniliğe olan yatkınlığını artırır.

İnovasyon ile dış ticaret arasındaki ilişkiyi analiz ederken inovasyonu patent sayısı ile ifade eden çalışma sayısı Ar-Ge ile ifade eden çalışma sayısına göre daha azdır. Wakelin çalışmasında ülkelerin dış ticaret performansını ölçerken hem patenti hem de Ar-Ge'yi değişken olarak kullanmıştır. İnovasyon, gelişmiş ülkelerin dış ticaretini etkilemektedir (Wakelin, 1998).

Fagerberg (1988), teknoloji için Ar-Ge harcamaları ve yabancı patentlerin her ikisini de değişken olarak kullandığı çalışmada, ülkelerin rekabet gücünün teknolojiye bağlı olduğu sonucuna varmıştır. Dosi ve diğ. (1990) patent verileri ve başka verileri de kullandığı çalışmada benzer sonuçlara ulaşmıştır.

Frietsch ve diğ. (2014), yaptıkları çalışmada patent ve ihracat arasında çok güçlü bir bağlantı olduğunu bu yüzden bir ülkede alınan patent değerlerinin o ülkenin ihracat rakamları ile ifade edilebileceğini söylemişlerdir.

Blind ve Jungmittag (2005) Almanya ve İngiltere arasındaki dış ticareti incelemişlerdir. Patent sayısını inovasyon göstergesi olarak aldıkları çalışmaya göre inovasyon faaliyetleri, ileri düzey sanayileşmiş ülkelerin dış ticaret performanslarını anlamada çok önemli bir göstergedir.

Boermans ve Roelfsema (2015), 10 Doğru Avrupa ve Orta Asya'daki 1355 firmayı analiz ettikleri çalışmada, firmaların dışa açılmanın inovasyon üzerindeki etkisini araştırmışlardır. İnovasyonun inovasyon üretmeye yatkınlık, Ar-Ge harcamaları ve uluslararası patent sayısı ile ifade edildiği çalışmanın sonuçlarına göre dışa açılma ile inovasyon arasında güçlü bir ilişki vardır.

Firmalar, daha büyük pazarlara ulaşmak için dış pazarlara çoğu zaman gönüllü olarak açılırlar. Firmalar dışa açıldıklarında inovasyon için gerekli olan, ancak iç piyasada olmayan mallara ulaşabilirler (Salomon ve Shaver, 2005). Ayrıca ithalat ve ihracat yapan firmalar, iç piyasada faaliyet gösteren firmalara göre daha şiddetli rekabet etmek durumunda olduklarından yeniliğe daha fazla yatkın olmaları normaldir (Bloom ve diğ., 2011). Dolayısıyla, ihracat ve ithalattan patent sayısına doğru olumlu bir nedensellik de olabilir.

Bu bağlamda Şeker (2012), çalışmasında ihracat ve ithalatın her ikisini de yapan firmalar, sadece ihracat yapan firmalar, sadece ithalat yapan firmalar ve iç pazara dönük firmaların büyüme oranlarını ve inovasyona yatkınlıklarını ölçtüğü çalışmasında hem ithalat hem de ihracat yapan firmaların daha hızlı büyüdüklerini ve daha fazla inovasyona yatkın olduğunu bulmuştur.

4. Veri Seti, Ekonometrik Yöntem ve Bulguların Değerlendirilmesi

4.1. Veri Seti ve Ekonometrik Model

Altı ülkeyi kapsayan bu çalışmanın zaman periyodu ve ülke seçiminde verilerine ulaşılabilen yıllar ve ülkeler dikkate alınmış ve zaman periyodu 1996-2013 yılları, ülke gurubu ise Japonya, Çin, Kore, Singapur, Türkiye ve Hindistan ile sınırlandırılmıştır. Çalışmada 2005 yılı ihracat (EXP) verileri 100 kabul edilerek sabit olarak alınmıştır. Patent başvurusu sayısı verisi olarak ülkede o yıl içerisinde alınan toplam patent başvurusu sayısı miktarı kullanılmıştır. Verilerin tamamı Dünya Bankası veri tabanından elde edilmiştir. Patent sayısı

(P) ve İhracat (EXP) değişkenlerinin logaritmaları alınmış olup birim kök testi ve diğer testler değişkenlerin logaritmik değerleri kullanılarak yapılmıştır.

Bu çalışmada aşağıdaki iki ayrı model tahmin edilmiştir;

$$\text{Model 1: } \ln P_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 \ln EXP_{it} + u_{it} \quad (1)$$

$$\text{Model 2: } \ln EXP_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 \ln P_{it} + u_{it} \quad (2)$$

Tablo 1: Analizde Kullanılan Değişkenler ve Kaynakları

Değişken	Tanımı	Gözlem Aralığı	Veri Kaynağı
İhracat (lnEXP)	2005 yılının sabit olduğu ihracat verilerinin logaritması	1996-2013	Dünya Bankası
Patent başvurusu sayısı (lnP)	Toplam patent başvurusu sayısının logaritması	1996-2013	Dünya Bankası

4.2. Ekonometrik Yöntem ve Bulguların Değerlendirilmesi

Modelde kullanılan serilerin birim kök testinin yapılması değişkenler arasında sağlıklı bir ilişkinin ortaya çıkarılması için önemlidir. Panel veri analizinde birim kökün varlığını araştırmak için hem DF (Dickey–Fuller) hem de ADF (Augmented Dickey–Fuller) testleri panel veri analizi için genişletilmiştir ve panel veri analizinde birçok birim kök testi ADF testinin genişletilmesi temeline dayanmaktadır. (Asteriou ve Hall, 2007: 366’dan aktaran Yardımcıoğlu, 2012: 35). Bu çalışmada panel veri modellerinde birim kök sınavasını öneren başlıca çalışmalar arasında yer alan Levin, Lin ve Chu (2002), Im, Pesaran ve Shin (2003), Maddala ve Wu (1999), Choi (2001) birim kök testleri uygulanmıştır. Hatalar arasındaki otokorelasyon sorununu ortadan kaldıran uygun gecikme uzunluğu ise t istatistik değerine göre seçilmiştir.

Tablo 2’den de anlaşılacağı üzere değişkenlerin seviyelerine uygulanan birim kök test sonuçlarında t istatistikleri ve olasılık sonuçları, ekonometrik analizde kullanılacak olan patent başvurusu sayısı ve ihracat serilerinin düzeyde [I(0)] durağan olmadığını göstermektedir. Serilerin birim kök problemi içerdiği görülmektedir. Bu nedenle serilerin birincil farkları araştırılmış ve değişkenler için serilerin birincil farklarına bakıldığında, elde edilen bulgularda

patent başvurusu sayısı ve ihracat serilerinin birincil farklarının durağan oldukları [I(1)] görülmüştür.

4.2.1. Panel Birim Kök Testi Bulguları ve Değerlendirilmesi⁶

Birim Kök Testleri Sonuçları Tablo 2' de sunulmuştur.

Tablo 2: Birim Kök Testleri Sonuçları (Düzey ve 1. Farklarda)

	Patent sayısı (lnP)	
	I(0)	I(1)
	<i>t</i> istatistiği (Olasılık)	<i>t</i> istatistiği (Olasılık)
Levin, Lin & Chu	0.46906 (0.6805)	-4.38779*** (0.0000)
Im, Pesaran & Shin	0.61840 (0.7318)	-5.41117*** (0.0000)
Maddala & Wu	14.4507 (0.2729)	51.5043*** (0.0000)
Choi	11.3580 (0.4985)	309.832*** (0.0000)
	İhracat(lnRD)	
	I(0)	I(1)
	<i>t</i> istatistiği (Olasılık)	<i>t</i> istatistiği (Olasılık)
Levin, Lin & Chu	-2.67092 (0.0308)	-9.04038*** (0.0000)
Im, Pesaran & Shin	0.71583 (0.7630)	-7.52912*** (0.0000)
Maddala & Wu	7.15964 (0.8469)	67.2238*** (0.0000)
Choi	23.5802 (0.0232)	69.9989*** (0.0000)

***, **, * sırasıyla yüzde 1, 5 ve 10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir. Uygun gecikme uzunluğu *t* istatistik değerine göre seçilmiştir. LLC testinde Barlett Kernel metodu kullanılmış ve Bandwidth genişliği Newey-West yöntemi ile belirlenmiştir.

4.2.2. Panel Eşbütünleşme Testi Bulguları ve Değerlendirilmesi⁷

Çalışmada Pedroni, Kao ve Johansen Fisher Eşbütünleşme Analizi yöntemi, seriler durağan hale getirildikten sonra seriler arasında uzun dönemde karşılıklı bir ilişkinin bulunup bulunmadığını analiz etmek amacıyla kullanılmıştır. Pedroni 1997, 1999, 2000 ve 2004 yıllarında yaptığı çalışmalarda eşbütünleşme analizlerinde eşbütünleşme vektöründeki heterojenliğe olanak veren bir test önerisinde bulunmuştur (Asteriou ve Hall, 2007: 373). Petroni'nin testi, dinamik ve sabit etkilerin panelin kesitleri arasında farklı olmasına izin vermesinin yanı sıra, alternatif hipotez altında, eşbütünsel vektörün kesitler arasında farklı

⁶ Modelde kullanılan serilerin birim kök test sonuçları E-views 9.0 ekonometri paket programı ile elde edilmiştir.

⁷ Çalışmada panel eşbütünleşme test sonuçlarının elde edilmesinde Rats.v08 ekonometri paket programı kullanılmıştır.

olmasına da izin vermektedir (Güvenek ve Alptekin, 2010: 181). McCoskey ve Kao'nun yaklaşımlarından kesit varsayım trendi ve eşbütünleşmenin olmadığı sıfır hipotezleri bağlamında farklılaşan Pedroni'nin yaklaşımında, Pedroni testleri; birden fazla açıklayıcı değişkene (regressor) izin vermesi, eşbütünleşme vektörünün panelin farklı kısımları boyunca çeşitlenmesi ve ayrıca kesit birimleri boyunca hataların heterojenliğine izin vermesi özelliklerini bünyesinde barındırmaktadır. Paneldeki kesit içi (within) ve kesitler arası (between) etkilerini kapsayabilmesi için yedi farklı eşbütünleşme testi⁸ sunulmuştur. Bu testler; birinci kategori kesit içi boyutunda havuzlanmış dört testi ve ikinci kategori kesitler arası boyutunda diğer üç testi içerecek şekilde iki farklı kategoriye ayrılmıştır (Asteriou ve Hall, 2007: 374). "Birinci kategori içindeki dört testten ilk üçü, parametrik olmayan testlerdir. İlk test varyans oranı tipinde bir istatistiktir. İkincisi Phillips-Peron (PP) (rho) istatistiğine, üçüncü istatistik de PP (t) istatistiğine benzemektedir. Dördüncü istatistik ise Augmented Dickey Fuller (ADF) (t) istatistiğine benzer parametrik bir istatistiktir. İkinci kategoride üç testten ilki PP (rho) istatistiği ile benzer iken, diğer ikisi PP (t) ve ADF (t) istatistiklerine benzemektedir" (Güvenek ve Alptekin, 2010: 181). Çalışmada kullanılacak diğer eşbütünleşme testi ise Kao eşbütünleşme testidir. Kao (1999) çalışmasında DF ve ADF testlerini kullanarak panel veri analizi için bir eşbütünleşme testi sunmuştur (Baltagi, ve diğ., 2000: 13; Asteriou ve Hall, 2007: 372).

İhracat ve patent sayısı değişkenleri I(1) seviyesinde durağan oldukları için ikinci aşama olan Eşbütünleşme testine geçilmiştir. Bu seriler arasındaki uzun dönemli ilişkisi Pedroni, Kao ve Johansen Fisher eşbütünleşme testleri ile incelenmektedir.

Tablo 3: Model 1 Pedroni Eşbütünleşme Testi Sonucu⁹

$\ln P_{it} = \alpha_{it} + \beta \ln EXP_{it} + u_{it}$				
Pedroni Panel Eşbütünleşme Testi Sonucu				
(Within-Dimension)				
	Statistic	Prob.	Weighted Atatistic	Prob.
Panel v-Statistic	1.599995*	0.0548	0.408394	0.3415
Panel rho-Statistic	-0.899480	0.1842	-0.979709	0.1636

⁸ Asteriou ve Hall çalışmasından (2007) bu testlerin ayrıntılı açıklamalarına ulaşılabilir.

⁹ Çalışmada panel eşbütünleşme test sonuçları Eviews 9 ekonometri paket programı ile elde edilmiştir.

Panel PP-Statistic	-1.316404*	0.0940	-1.992894**	0.0231
Panel ADF-Statistic	-2.517277***	0.0059	-2.060836**	0.0197
(Between-Dimension)				
	<u>Statistic</u>	<u>Prob.</u>		
Group rho-Statistic	-0.542285	0.2938		
Group PP-Statistic	-2.983151***	0.0014		
Group ADF-Statistic	-3.383368***	0.0004		
Kao Panel Eşbütünleşme Testi Sonucu				
		<u>t-istatistiği</u>	<u>Prob.</u>	
ADF		-2.248491**	0.0123	
Residual variance		0.040815		
HAC variance		0.052744		
Johansen Fisher Panel Eşbütünleşme Testi				
Hypothesized No. Of CE(s)	Fisher Stat. (from trace test)	<u>Prob.</u>	Fisher Stat. (from max-eigen test)	<u>Prob.</u>
None	24.08**	0.0198	23.27**	0.0255
At most 1	14.63	0.2623	14.63	0.2623

***, **, * sırasıyla yüzde 1, 5 ve 10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

Tablodan da görüldüğü gibi iki değişken arasındaki ilişki ile ilgili tahmin edilen bir numaralı modelde Pedroni eşbütünleşme testine göre seriler arasında eşbütünleşme ilişkisi yoktur şeklindeki H0 hipotezi beş testte reddedilmiştir. Dolayısıyla bu beş teste seriler arasında eşbütünleşme ilişkisi vardır şeklindeki alternatif hipotez olan H1 hipotezi kabul edilmiştir. Testlerin sonucu dikkate alındığında Pedroni Eşbütünleşme testinin sonuçları değişkenler arasında eşbütünleşme olduğunu gösterdiği belirtilebilir. Kao eşbütünleşme testine göre de seriler arasında eşbütünleşme yoktur şeklindeki H0 hipotezi %5 anlamlılık düzeyinde reddedilmiş, alternatif hipotez olan seriler arasında eşbütünleşme vardır hipotezi kabul edilmiştir. Johansen Fisher eşbütünleşme testine göre de seriler arasında eşbütünleşme yoktur şeklindeki H0 hipotezi %5 anlamlılık düzeyinde test istatistikleri anlamlı olduğu için reddedilmiştir ve alternatif hipotez kabul edilmiştir. Her üç eşbütünleşme sonucu dikkate alındığında uzun dönemde patent ve ihracat değişkenleri arasında eşbütünleşme olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 4: Model 2 Pedroni Eşbütünleşme Testi Sonucu¹⁰

$\ln EXP_{it} = \alpha_{it} + \beta \ln P_{it} + u_{it}$				
Pedroni Panel Eşbütünleşme Testi Sonucu				
(Within-Dimension)				
	Statistic	Prob.	Weighted Atatistic	Prob.
Panel v-Statistic	-0.705771	0.7598	-1.011518	0.8441
Panel rho-Statistic	-0.548911	0.2915	-0.347591	0.3641
Panel PP-Statistic	-2.504145***	0.0061	-2.143619**	0.0160
Panel ADF-Statistic	-3.592722***	0.0002	-2.829987***	0.0023
(Between-Dimension)				
	Statistic	Prob.		
Group rho-Statistic	0.612242	0.7298		
Group PP-Statistic	-1.743638**	0.0406		
Group ADF-Statistic	-3.675118***	0.0001		
Kao Panel Eşbütünleşme Testi Sonucu				
	ADF	t-istatistiği	Prob.	
		-1.658528**	0.0486	
Residual variance		0.013804		
HAC variance		0.022461		
Johansen Fisher Panel Eşbütünleşme Testi				
Hypothesized No. Of CE(s)	Fisher Stat. (from trace test)	Prob.	Fisher Stat. (from max-eigen test)	Prob.
None	24.08**	0.0198	23.27**	0.0255
At most 1	14.63	0.2623	14.63	0.2623

Tablodan da görüldüğü gibi iki değişken arasındaki ilişki ile ilgili tahmin edilen iki numaralı modelde Pedroni eşbütünleşme testine göre seriler arasında eşbütünleşme ilişkisi yoktur şeklindeki H0 hipotezi dört testte reddedilmiştir. Dolayısıyla bu dört teste seriler arasında eşbütünleşme ilişkisi vardır şeklindeki alternatif hipotez olan H1 hipotezi kabul edilmiştir. Testlerin sonucu dikkate alındığında Pedroni Eşbütünleşme testinin sonuçları değişkenler arasında eşbütünleşme olduğunu göstermektedir. Kao eşbütünleşme testine göre de seriler arasında eşbütünleşme yoktur şeklindeki H0 hipotezi %5 anlamlılık düzeyinde reddedilmiş, alternatif hipotez olan seriler arasında eşbütünleşme

¹⁰ Pedroni Panel Eşbütünleşme Testi test sonuçları Rats.v08 ekonometri paket programları ile elde edilmiştir.

vardır hipotezi kabul edilmiştir. Johansen Fisher eşbütünleşme testine göre de seriler arasında eşbütünleşme yoktur şeklindeki H0 hipotezi %5 anlamlılık düzeyinde test istatistikleri anlamlı olduğu için reddedilmiştir ve alternatif hipotez kabul edilmiştir. Her üç eşbütünleşme sonucu dikkate alındığında uzun dönemde patent ve ihracat değişkenleri arasında eşbütünleşme olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

4.2.3. FMOLS ve DOLS ile Eşbütünleşme Katsayıları Bulguları ve Değerlendirilmesi¹¹

Birim kök ve eşbütünleşme testleri uygulandıktan sonra bu ilişkinin en son sapmasız katsayılarını tahmin etmek üzere tahmin edicilerinin beklentilerimiz çerçevesindeki tutarlılığını test etmek amacıyla Pedroni tarafından 2000 ve 2001 yıllarında geliştirilen DOLS (Dynamic Ordinary Least Square-Dinamik En Küçük Kareler) yöntemi ve FMOLS (Fully-Modified Ordinary Least Square-Tam Uyarlanmış En Küçük Kareler) yöntemi olmak üzere farklı iki yöntem kullanılmıştır.

Bu yöntemlerden FMOLS yöntemi, standart sabit etkili tahmincilerdeki (otokorelasyon, değişen varyans gibi sorunlardan kaynaklanan) sapmaları düzeltir. DOLS yöntemi de modele dinamik unsurları da dahil ederek statik regresyondaki (özellikle içsellik sorunlarından kaynaklanan) sapmaları giderebilecek özelliğe sahip bir yöntemdir (Kök ve diğ., 2010: 8). “Pedroni’nin bireysel kesitler arasında önemli ölçüde heterojenliğe izin veren bu FMOLS yöntemi, sabit terimin ve hata terimi ve bağımsız değişkenlerin farkları arasındaki olası korelasyonun varlığını hesaba katmaktadır. Pedroni (2000), FMOLS yönteminin küçük örneklerdeki gücünü de araştırmış, t istatistiğinin küçük örneklerdeki performansının Monte Carlo simülasyonları ile iyi olduğunu hesaplamıştır” (Kök ve Şimşek, 2006:7-8).

Pedroni (2000) tarafından geliştirilen grup ortalama panel FMOLS yöntemi aşağıdaki panel regresyon modeline dayanmaktadır (Aktaran; Nazlıoğlu, 2010: 98);

$$y_{it} = \alpha_i + \beta x_{it} + \mu_{it} \quad (3)$$

¹¹DOLS ve FMOLS test sonuçları Rats.v08 ekonometri paket programları ile elde edilmiştir.

$$x_{it} = x_{it-1} + e_{it} \quad (4)$$

Bu denklemde y_{it} bağımlı değişkeni, x_{it} bağımsız değişkenleri ve α_i sabit etkileri gösterirken; paneli oluşturan kesitler arasında ise bağımlılık olmadığı varsayılmaktadır. Eşitlik (3)'de hata terimlerinin durağan bir süreç olması nedeniyle, y_{it} birinci dereceden bütünleşikse y_{it} ve x_{it} arasında uzun dönem eşbütünleşme ilişkisi söz konusudur. Böylece, β tahmin edilmesi gereken uzun dönem eşbütünleşme vektörünü göstermektedir. "Panel FMOLS tahmincisinde panel için eşbütünleşme vektörü elde edilirken birinci aşamada eşitlik (3)'deki model her bir yatay kesit için FMOLS tahmincisi kullanılarak tahmin edilmektedir. İkinci aşamada her bir yatay kesite ait FMOLS tahmininden elde edilen eşbütünleşme katsayılarının ortalaması alınmaktadır. Böylece, panel için eşbütünleşme vektörü aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır" (Aktaran; Nazlıoğlu, 2010: 98, 99).

Pedroni (2001) tarafından önerilen grup ortalama panel DOLS tahmincisi aşağıdaki regresyon modelinin tahminini gerektirmektedir (aktaran; Nazlıoğlu, 2010: 99);

$$y_{it} = \alpha_i + \beta x_{it} + \sum_{k=-K_i}^{K_i} \gamma_{ik} \Delta x_{it} + \mu_{it} \quad (5)$$

"Burada $-K_i$ ve K_i öncül ve gecikme sayılarını göstermektedir ve paneli oluşturan yatay kesitler arasında bağımlılık olmadığı varsayılmaktadır. Panel eşbütünleşme vektörü elde edilirken ilk olarak eşitlik (3.29)'deki model her bir yatay kesit için tahmin edilmektedir. İkinci aşamada her bir yatay kesite ait bu DOLS tahmininden elde edilen eşbütünleşme katsayılarının aritmetik ortalaması alınmakta ve panel eşbütünleşme katsayısı aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır" (aktaran; Nazlıoğlu, 2010: 99):

$$\hat{\beta}_{GD}^* = N^{-1} \sum_{i=1}^N \beta_{D,i}^* \quad (6)$$

burada $\hat{\beta}_{GD}^*$ her bir yatay kesit için DOLS tahmininden elde edilen eşbütünlüşme katsayısını gösterirken grup ortalama panel DOLS tahmincilerine ait t-istatistikleri de aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (aktaran; Nazlıoğlu, 2010: 99);

$$t_{\hat{\beta}_D^*} = N^{-1/2} \sum_{i=1}^N t_{\hat{\beta}_{D-i}^*} \quad (7)$$

Burada $t_{\hat{\beta}_{D-i}^*}$ her bir yatay kesit için DOLS tahmininden elde edilen eşbütünlüşme katsayısına ilişkin t-istatistiğini göstermektedir (aktaran; Nazlıoğlu, 2010: 99).

Tablo 5: Model 1 Panel FMOLS Sonuçları

Ülkeler	$\ln P_{it} = \alpha_{it} + \beta \ln EXP_{it} + u_{it}$	
	FMOLS	
	Katsayı	t istatistiği
Japonya	-0.17	-1.35
Çin	1.26***	19.95
Kore	0.62***	12.25
Singapur	0.31***	6.92
Türkiye	0.33	0.47
Hindistan	1.01***	13.30
Panel Geneli	0.56***	21.04

***, **, * sırasıyla yüzde 1, 5 ve 10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

Model 1'in Panel FMOLS test sonuçları Panel bazında değerlendirildiğinde patent başvurusu sayısının işareti beklenildiği gibi pozitif ve istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlıdır. Uzun dönemde İhracattaki %1'lik bir artış, toplam patent başvurusu sayısını panel genelinde %0.56 oranında artırmaktadır. İhracatın patent başvurusu sayısı üzerindeki etkisine ilişkin Panel FMOLS test sonuçları ülke bazında değerlendirildiğinde Japonya hariç tüm ülkelerde katsayı beklenildiği gibi pozitifdir ve Türkiye hariç istatistiki olarak anlamlıdır. En yüksek katsayıya sahip ülke 1.26 ile Çin, en düşük katsayıya sahip ülke ise 0.17 ile Japonya'dır.

Tablo 6: Model 2 Panel FMOLS Sonuçları

Ülkeler	$\ln EXP_{it} = \alpha_{it} + \beta \ln P_{it} + u_{it}$	
	FMOLS	
	Katsayı	t istatistiği
Japonya	-0.65	-0.84
Çin	0.75***	19.35
Kore	1.51***	11.46
Singapur	2.56***	5.76
Türkiye	0.03	0.13
Hindistan	0.89***	13.62
Panel Geneli	0.85***	20.20

***, **, * sırasıyla yüzde 1, 5 ve 10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

Model 2'nin Panel FMOLS test sonuçları Panel bazında değerlendirildiğinde ihracatın işareti beklenildiği gibi pozitif ve istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlıdır. Uzun dönemde toplam patent başvurusu sayısındaki %1'lik bir artış, ihracatı panel genelinde %0.85 oranında artırmaktadır. Toplam patent sayısındaki artışın ihracat üzerindeki etkisine ilişkin Panel FMOLS test sonuçları ülke bazında değerlendirildiğinde Japonya hariç tüm ülkelerde katsayı beklenildiği gibi pozitif ve Türkiye hariç istatistiksel olarak anlamlıdır. En yüksek katsayıya sahip ülke 2.56 ile Singapur, en düşük katsayıya sahip ülke ise 0.03 ile Türkiye'dir.

Tablo 7: Model 1 Panel DOLS Sonuçları

Ülkeler	$\ln P_{it} = \alpha_{it} + \beta \ln EXP_{it} + u_{it}$	
	DOLS	
	Katsayı	t istatistiği
Japonya	-0.25***	-3.14
Çin	1.20***	22.87
Kore	0.64***	9.61
Singapur	0.26***	6.93
Türkiye	0.23***	60.36
Hindistan	1.13***	16.51
Panel Geneli	0.53***	21.70

***, **, * sırasıyla yüzde 1, 5 ve 10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

Model 1'in Panel DOLS test sonuçları Panel bazında değerlendirildiğinde patent başvurusu sayısının işareti beklenildiği gibi pozitif ve istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlıdır. Uzun dönemde İhracattaki %1'lik bir artış, toplam patent sayısını panel genelinde %0.53 oranında artırmaktadır. İhracatın patent başvurusu sayısı üzerindeki etkisine ilişkin Panel DOLS test

sonuçları ülke bazında değerlendirildiğinde Japonya hariç tüm ülkelerde katsayı beklenildiği gibi pozitif ve istatistiki olarak anlamlıdır. En yüksek katsayıya sahip ülke 1.25 ile Çin, en düşük katsayıya sahip ülke ise 0.23 ile Singapur'dur.

Tablo 8: Model 2 Panel DOLS Sonuçları

Ülkeler	$\ln EXP_{it} = \alpha_{it} + \beta \ln P_{it} + u_{it}$	
	DOLS	
	Katsayı	t istatistiği
Japonya	-0.62	-1.27
Çin	0.81***	28.94
Kore	1.54***	15.45
Singapur	3.86***	15.59
Türkiye	0.22	1.19
Hindistan	0.90***	30.70
Panel Geneli	1.12***	36.99

***, **, * sırasıyla yüzde 1, 5 ve 10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

Model 2'nin Panel DOLS test sonuçları Panel bazında değerlendirildiğinde ihracatın işareti beklenildiği gibi pozitif ve istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlıdır. Uzun dönemde toplam patent başvurusu sayısındaki %1'lik bir artış, ihracatı panel genelinde %1.12 oranında artırmaktadır. Toplam patent başvurusu sayısındaki artışın ihracat üzerindeki etkisine ilişkin Panel DOLS test sonuçları ülke bazında değerlendirildiğinde Japonya hariç tüm ülkelerde katsayı beklenildiği gibi pozitif ve Türkiye hariç istatistiki olarak anlamlıdır. En yüksek katsayıya sahip ülke 3.86 ile Singapur, en düşük katsayıya sahip ülke ise 0.22 ile Türkiye'dir.

Buradan da görüldüğü gibi her iki model için Panel FMOLS ve Panel DOLS sonuçları birbiri ile tutarlıdır. Dolayısıyla ihracattaki artışın patent başvurusu sayısını artırdığı, patent sayısındaki artışın da ihracatı artırdığı söylenebilir.

4.2.4. Panel Nedensellik Testi Sonuçları ve Değerlendirilmesi¹²

Son yıllarda literatüre kazandırılmış bir yöntem olan Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Granger nedensellik testi bir iktisadi olgu açısından bir ülke için geçerli olan bir nedensellik ilişkisinin diğer ülkeler için de geçerli olma olasılığının yüksekliği nedeniyle, söz konusu nedensellik testinde panel veri çerçevesinde daha fazla gözlem ile nedensellik ilişkisi daha etkin bir şekilde test edilebilmektedir (Bozoklu ve Yılcı, 2013: 175). Bu çalışmada seriler arasındaki nedensellik ilişkisi Dumitrescu ve Hurlin (2012) tarafından geliştirilen panel Granger nedensellik yöntemiyle incelenmiştir.

Tablo 4: Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik Testi Sonuçları¹³

\tilde{Z}^{HNC} Test istatistiği			
	K=1	K=2	K=3
$EXP \rightarrow P$	14.4187*** (0.0000)	3.95565*** (0.0000)	2.96678*** (0.0030)
$P \rightarrow EXP$	-1.05801 (0.2901)	-0.72078 (0.4710)	-0.91217 (0.3617)

Not: Parantez içerisindeki değerler p- olasılık değerlerini, *** ise %1 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir. K gecikme uzunluğunu göstermektedir.

Her birimin aynı gecikme uzunluğuna sahip olması kısıtı altında üç gecikme uzunluğu için benzer sonuçlar elde edilmiştir. Üç gecikme uzunluğunda da 6 ülkeden oluşan panel seti için ihracattan, patent sayısına doğru tek yönlü bir Granger nedensellik ilişkisi olduğu görülmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada Türkiye dahil altı Asya ülkesi ve 1996-2013 dönemi için ihracat ve patent başvurusu sayısı arasındaki uzun dönemli ilişki Pedroni, Kao ve Johansen Fisher eşbütünleşme, Pedroni FMOLS, Pedroni DOLS, Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik yöntemleri kullanılarak iki farklı model ile araştırılmıştır.

Çalışmada, panel birim kök analizinde kullanılmış olan serilerin birincil farklarında durağan oldukları $I(1)$ görülmüştür. Seriler arasındaki uzun dönemli ilişki iki farklı model kullanılarak Pedroni, Kao ve Johansen Fisher

¹² Dumitrescu ve Hurlin (2012) panel nedensellik testlerinin ayrıntılı açıklamaları için bakınız: Bozoklu ve Yılcı, 2013, Göçer, 2013.

¹³ Panel nedensellik test sonucu Eviews 9 ekonometri paket programı ile elde edilmiştir.

eşbütünleşme testleri ile incelenmiş ve her iki model de de değişkenlerin uzun dönemde eşbütünleşme ilişkisine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Model 1'in Panel FMOLS test sonuçları Panel bazında değerlendirildiğinde patent başvurusu sayısının işareti beklenildiği gibi pozitif ve istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlıdır. Uzun dönemde ihracattaki %1'lik bir artış, toplam patent başvurusu sayısını panel genelinde %0.56 oranında artırmaktadır. Model 1'in Panel DOLS test sonuçları Panel bazında değerlendirildiğinde patent başvurusu sayısının işareti beklenildiği gibi pozitif ve istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlıdır. Uzun dönemde ihracattaki %1'lik bir artış, toplam patent sayısını panel genelinde %0.53 oranında artırmaktadır.

Model 2'nin Panel FMOLS test sonuçları Panel bazında değerlendirildiğinde ihracatın işareti beklenildiği gibi pozitif ve istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlıdır. Uzun dönemde toplam patent başvurusu sayısındaki %1'lik bir artış, ihracatı panel genelinde %0.85 oranında artırmaktadır. Model 2'nin Panel DOLS test sonuçları Panel bazında değerlendirildiğinde ihracatın işareti beklenildiği gibi pozitif ve istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlıdır. Uzun dönemde toplam patent başvurusu sayısındaki %1'lik bir artış, ihracatı panel genelinde %1.12 oranında artırmaktadır.

Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik yöntemi ise panel seti için ihracattan, patent başvurusu sayısına doğru tek yönlü bir Granger nedensellik ilişkisi olduğunu göstermektedir.

KAYNAKÇA

ABEYSINGHE, T. & T. L. Yeok (1998), Exchange Rate Appreciation and Export Competitiveness: The Case of Singapore, *Applied Economics*, Vol. 30, No. 1, s. 51-55.

ACS, Z. J., L. Anselin, & A. Varga (2002), Patents and Innovation Counts as Measures of Regional Production of New Knowledge. *Research Policy*, Vol. 31, No. 7, s. 1069-1085.

AGHION, P, & P. Howitt (1992), A Model of Growth Through Creative Destruction, *Econometrica*, No. 60, s. 323-351.

ANG, J. B. (2007), CO2 Emissions, Energy Consumption, and Output in France, *Energy Policy*, Vol. 35, No. 10, s. 4772-4778.

ANG, J. B. (2008), Economic Development, Pollutant Emissions and Energy Consumption in Malaysia”, *Journal of Policy Modelling*, Vol. 30, No. 2, s. 271–278.

ASTERIOU, Dimitrios & S. G. Hall (2007), *Applied Econometrics: A Modern Approach Using Eviews and Microfit Revisited Edition*, Palgrave Macmillan, Newyork.

BALTAGI, B.H., H. Bai & C. Kao (2000), Nonstationary Panels, Cointegration in Panels: A Survey, Center for Policy Research Working Paper No. 16, http://www.maxwell.syr.edu/uploadedFiles/cpr/publications/working_papers/wp16.pdf, Erişim Tarihi 26.11.2014.

BLECKER, R.A. & A. Razmi (2009), “Export-Led Growth, Real Exchange Rates and the Fallacy of Composition”, *RePEc Working Paper*, No. 22.

BLIND, K., & A. Jungmittag (2005), Trade and the Impact of Innovations and Standards: The Case of Germany and the UK. *Applied Economics*, Vol. 37, No. 12, s. 1385-1398.

BLOOM N., M. Draca, ve J. Van Reenen (2011), Trade induced technical change? The impact of Chinese imports on innovation, IT and productivity, *NBER Working Paper* No. 1671.

BOERMANS, M. A., H. Roelfsema (2015), The Effects of Internationalization on Innovation: Firm-Level Evidence for Transition Economies. *Open Economies Review*, Vol. 26, No. 2, s. 333-350.

BROUWER, E., & A. Kleinknecht (1999), Innovative Output, and a Firm's Propensity to Patent.: An Exploration of CIS Micro Data. *Research Policy*, Vol. 28, No. 6, s. 615-624.

CHOI, I. (2001), Unit Root Tests for Panel Data, *Journal of International Money and Finance*, Vol. 20, No. 2, s. 249-272.

DECHEZLEPRÊTRE, A., M. Glachant, & Y. Mènière (2013), What Drives the International Transfer of Climate Change Mitigation Technologies? Empirical Evidence from Patent Data. *Environmental and Resource Economics*, Vol. 54, No. 2, s. 161-178.

DINDA, S. & D. Coondoo (2006), Income and Emission: A Panel Data-Based Cointegration Analysis, *Ecological Economics*, Vol. 57, No. 2, s. 167– 181

DOSI, G., K. Pavitt & L. Soete (1990), *The Economics of Technological Change and International Trade*, Harvester Wheatsheaf Publishers, Brighton.

DUMITRESCU, E. I. & C. Hurlin (2012), Testing for Granger Noncausality Non-causality in Heterogeneous Panels, *Economic Modelling*, Vol. 29, No. 4, s. 1450-1460.

FAGERBERG, J. (1988), International Competitiveness, *The Economic Journal*, Yıl 98, Sayı 391, s. 355- 74.

FRIETSCH, R., P. Neuhäusler, T. Jung, & B. Van Looy (2014), Patent Indicators for Macroeconomic Growth—The Value of Patents Estimated by Export Volume. *Technovation*, Vol. 34, No. 9, s. 546-558.

GÖÇER, İ. (2013), Ar-Ge Harcamalarının Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı, Dış Ticaret Dengesi ve İhracat Üzerindeki Etkileri, *Maliye Dergisi*, Sayı 165, s. 215-250.

GRILICHES, Z. (1990), Patent Statistics as Economic Indicators: A Survey, *Journal of Economic Literature*, Vol. 28, No. 4, s. 1661-1707.

GRILICHES, Z. (1998), Patent Statistics as Economic Indicators: A Survey Editör: GRILICHES, Zvi, R&D and Productivity: The Econometric Evidence, ss. 287-343. <http://www.nber.org/chapters/c8351>, 11.01.2016 tarihinde erişildi.

GRILICHES, Zvi (1990), Patent Statistics as Economic Indicators: A Survey. *Journal of Economic Literature* Vol. 28, No. 4, s. 1661–1707.

GROSSMAN, G. M. & E. Helpman; (1991a), *Innovation and Growth in the Global Economy*, MIT Press, Cambridge.

GROSSMAN, G. M. & E. Helpman; (1991b), "Quality Ladders and Product Cycles", *The Quarterly Journal of Economics*, No. 106, s.. 557-86.

GÜVENEK, B. & V. Alptekin (2010), Enerji Tüketimi ve Büyüme İlişkisi: OECD Ülkelerine İlişkin Bir Panel Veri Analizi, *Enerji, Piyasa ve Düzenleme*, Yıl 1, Sayı 2 s. 172-193.

HALICIOĞLU, F. (2009), An Econometric Study of CO2 Emissions, Energy Consumption, Income and Foreign Trade in Turkey, *Energy Policy*, Vol. 37, No. 3, s. 1156–1164.

IM, K.S, M.H. Pesaran ve Y. Shin (2003), Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panels, *Journal of Econometrics*, Vol. 115, No. 1, s. 53–74.

KALÇA, A., & Y. Atasoy (2008), Ekonomik Büyüme Aracı Olarak Bilgi Yayılımları ve İnovasyon. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, Yıl 3, Sayı 2, s. 95-110.

KILIÇ, C., Y. Bayar & H. Özekicioğlu (2014), Araştırma Geliştirme Harcamalarının Yüksek Teknoloji Ürün İhracatı Üzerindeki Etkisi: G–8 Ülkeleri İçin Bir Panel Veri Analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı 44, s. 115-130.

KÖK, R. & N. Şimşek (2006), Endüstri-içi Dış Ticaret, Patentler ve Uluslararası Teknolojik Yayılma,
<http://www.deu.edu.tr/userweb/recep.kok/dosyalar/eidtpatentyayilma.pdf>.

KÖK, Recep, M. S. İspir & A. A. Arı (2010), Zengin Ülkelerden Azgelişmiş Ülkelere Kaynak Aktarmamekanizmasının Gerekliliği ve Evrensel Bölüşüm Parametresi Üzerine Bir Deneme,
http://kisi.deu.edu.tr/recep.kok/Zengin_ ispir.pdf

KÖYMEN ÖZER, S. K. & S. S. Sayek Böke (2015), Türkiye'nin İhracat Performansı (1996-2013). *İktisat İşletme ve Finans*, Yıl 30, Sayı 350, s. 93-120.

LANDESMANN, M. ve M. Pfaffermayr (1997), Technological Competition and Trade Performance. *Applied Economics*, Vol. 29, No. 2, s. 179-196.

LANJOUW, J. O., A. Pakes & J. Putnam (1998), How to count patents and value intellectual property: The uses of patent renewal and application data. *The Journal of Industrial Economics*, Vol. 46, No. 4, s. 405-432.

LEVIN, A., C. Lin, & C.J. Chu (2002), Unit Root Tests in Panel Data: Asymptotic and Finitesample Properties, *Journal of Econometrics*, 108:1–24.

LONG, X., E. Y. Naminse, J. Du & J. Zhuang (2015), Nonrenewable Energy, Renewable Energy, Carbon Dioxide Emissions and Economic Growth in China

from 1952 to 2012, *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, Vol. 52, s. 680–688

LUCAS, R. E. (1988), On The Mechanics of Economic Development, *Journal of Monetary Economics*, Vol.22, s.3-42

MADDALA, G. S. & S. Wu (1999), Comparative Study of Unit Root Tests With Panel Data and a New Simple Test, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, Vol. 61, No. S1, s.631-652.

NAZLIOĞLU, Ş. (2010), *Makro İktisat Politikalarının Tarım Sektörü Üzerindeki Etkileri: Gelişmiş Ve Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Bir Karşılaştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

OECD Statistical Office of the European Communities (2005), *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data* (No. 4).

ÖZER, M. & N. Çiftçi (2009), Ar-Ge Harcamaları ve İhracat İlişkisi: OECD Ülkeleri Panel Veri Analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 23, s. 39-49.

PEDRONI, P. (2000), Fully-Modified OLS for Heterogeneous Cointegrated Panels, *Advances in Econometrics*, Vol. 15, s. 93-130.

PEDRONI, P. (2001), Purchasing Power Parity Tests in Cointegrated Panels, *Review of Economics and Statistics*, Vol. 83, s.727-731.

ROMER, P. M. (1986), Increasing Returns and Long-Run Growth, *Journal of Political Economy*, Vol. 94, No. 5, s. 1001–1037.

ROMER, P. M. (1990), Endogenous Technological Change, *Journal of Political Economy*, Vol. 98, No. 5, part 2, s. 71-102.

SALOMON R.M. & J.M. Shaver (2005), Learning by Exporting: New Insights from Examining Firm Innovation. *Journal of Economics & Management Strategy* Vol. 14, No. 2, s. 431-460.

SCHUMPETER, J.A. (1942), *Capitalism, Socialism and Democracy*, Harper and Row, New York.

SENGUPTA, J.K. (1998), *New Growth Theory: An Applied Perspective*, Edward Elgar Publishing Ltd., Cheltenham, UK.

ŞEKER, M. (2012), Importing, Exporting, and Innovation in Developing Countries. *Review of International Economics*, Yıl 20, Sayı 2, s. 299-314.

TİRYAKİOĞLU, M. (2006), *Araştırma Geliştirme-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Seçilmiş OECD Ülkeleri Üzerine Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.

UZAY, N., M. Demir, & E. Yıldırım (2012), İhracat Performansı Açısından Teknolojik Yeniliğin Önemi: Türkiye İmalat Sanayi Örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, Yıl 13, Sayı 1, s. 147-160.

WAKELIN, K. (1998), The Role of Innovation in Bilateral OECD Trade Performance. *Applied Economics*, Vol. 30, No. 10, s. 1335-1346.

YARDIMCIOĞLU, F. & A. Gülmez (2013), Türk Cumhuriyetlerinde İhracat ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Panel Eşbütünleşme ve Panel Nedensellik Analizi. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, Yıl 8, Sayı 1, s. 145-161.

YARDIMCIOĞLU, F. (2012), OECD Ülkelerinde Sağlık ve Ekonomik Büyüme İlişkisinin Ekonometrik Bir İncelemesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Aralık, Yıl 13, Sayı 2, s. 27-47.

YILDIRIM, E. & F. Kesikoğlu (2012), Ar-Ge Harcamaları ile İhracat Arasındaki Nedensellik İlişkileri: Türkiye Örneğinde Panel Nedensellik Testi Kanıtları, *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, Yıl 32, Sayı 1, s. 165-180.

YOLCU KARADAM, D. & E. Özmen (2015), Teknolojik Yetkinlik ve Türkiye Dış Ticareti, *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, Yıl 30, Sayı 357 s. 9-34.

Akıllı Telefon Kullanımının Satın Alma Kararına Etkisinde Algılanan Risk ve Risk Azaltma Stratejilerinin Rolü

Öğr. Gör. Volkan TEMİZKAN

Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
vtemizkan@gmail.com

Doç. Dr. Sima NART

Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi
snart@sakarya.edu.tr

Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK

Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi
altunr@sakarya.edu.tr

Özet: *Literatür incelendiğinde online alışverişe etki eden algılanan risk faktörü üzerinde sıkça durulduğu görülmüştür. Bu araştırmanın amacı ise offline alışverişlerde ki algılanan risk ve risk azaltma stratejilerine akıllı telefon kullanım davranışlarının etkisini belirlemek diğer yandan belirlenen bu etkilerin araştırma modelinde ki satın alma kararı üzerinde de etkili olup olmadığını araştırmaktır. Bu amaçla ana kütle, Karabük üniversitesinde okuyan öğrenciler olarak belirlenmiş ve kolayda örnekleme tekniğiyle 389 öğrenciden elde edilen anket verileri analize tabi tutulmuştur. Ayrıca kurulan model ve araştırma hipotezleri yapısal eşitlik modeliyle test edilerek modelin doğruluğu belirlenmiştir.*

Anahtar Kelimeler: *Akıllı telefon, Algılanan Risk, Risk Azaltma stratejileri, Satın alma kararı.*

The Role Of Perceived Risk And Risk Reduction Strategies In Decisionmaking At Purchasing By Using Smart Phones

Abstract: *In the literature, risk factors which affects online shopping are often emphasized. the purpose of this study is to determine the effects of*

smartphone use behaviors to the perceived risk and risk reduction strategies at in-store shopping. It is also aimed to inquire whether those effects are efficient on purchasing decision in research model. For this purpose the main body identified as university students studying at Karabük and the survey data that obtained from 389 students were subjected to analysis by easily sampling techniques. Furthermore, established the model and research hypotheses were tested by structural equation modeling and verified the accuracy of the model.

Keywords: Smart phone, Perceived Risk, Risk Reduction Strategies, Purchasing Decision.

Giriş

Günümüzde mobil teknolojiler içerisinde en yaygın kullanıma ve satışa sahip olan akıllı telefonlar risk azaltma stratejileri üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir çünkü tüketicinin satın alma öncesi ve satın alma sonrasında, akıllı telefonları vasıtasıyla elde etmiş olduğu bir takım bilgiler algılanan riski azaltmaya yardımcı olmaktadır. Özellikle ürün bilgisi, fiyatı ve kalitesi hakkında bilgi sahibi olan tüketici satın alma kararını daha kolay verecektir (Matthews ve Pierce, 2009:5). Tüketiciler geleneksel ve online dağıtım kanallarında karşılaşmış oldukları riskleri her iki kanalda da farklı şekilde hissetmelerine rağmen benzer etkilere maruz kalmaktadır.

Online alışverişlerde tüketicilerin algılamış oldukları riskler ve kulanılmış oldukları risk azaltma stratejileri birçok çalışmada inceleme alanı bulmuştur. Akıllı telefonların diğer mobil cihazlara göre daha fazla mobiliteye sahip olması tüketicilerin mağaza içi alışverişlerde akıllı telefonlarından yararlanmasına neden olmuştur. Ayrıca akıllı telefonlarında internet bağlantısına sahip olan tüketiciler zamandan ve mekandan bağımsız olarak her an bilgiye ulaşabilmektedirler.

Akıllı telefonların sağlamış olduğu erişim imkanı tüketicilerin mağaza içi alışverişlerde algılamış oldukları riskleri azaltmakta ve bu riskleri azaltmak için kulanılmış oldukları risk azaltma stratejilerini olumlu yönde etkilemiştir. Akıllı telefonlar tüketiciler için mağaza içi alışverişlerde mobil asistan görevi üstlenerek tüketicilere ürün kalitesi, ürün bilgisi, ürün fiyatı gibi bir çok bilgiye erişim imkânı vermiştir.

Tüketiciler alışveriş esnasında sosyal, finansal ve zaman gibi birtakım riskler algılamaktadır. Tüketiciler algılamış oldukları bu riskleri azaltmak amacıyla ürünün kendisi, kalitesi ve fiyatı hakkında daha önceden bilgi sahibi olmak istemektedir. Sahip olunan bu bilgi algılamış olduğu riskleri azaltmada önemli bir stratejidir. Algılanan risk ve bu riski azaltmada kullanılan risk azaltma stratejileri üzerinde akıllı telefon kullanımının etkisi merak konusu olmuştur.

Bunun bir sonucu olarak ta akıllı telefonların algılanan riski azaltarak tüketicinin satın alma kararını etkileyip etkilemediği araştırılmak istenmiştir.

1. Algı ve Algılama

Algı, duyu organları tarafından gelen uyarıları yorumlama, onları anlamlı biçime getirme sürecidir (Odabaşı ve Barış, 2002:128). İmaj ise tüketicinin, bir ürün, bir kurum, bir marka, bir işletme ya da bir kişiyi gerçekle uyan ya da uymayan algılama biçimidir. Tüketicilerin perakende alışverişlerinde satın alma isteğine etki eden algılanan değer kavramının oluşmasında perakendecinin algılanan fiyatı, kalitesi, ürün çeşidi gibi faktörlerin önemli etkisi bulunmaktadır.

Bu bağlamda ürüne ilişkin mesajlar ile tüketicinin ihtiyaç ve istekleri arasında ilişkilendirme yapılarak ürün ile ihtiyaç arasında, bir bağın varlığının algılanması sağlanmalıdır. Dolayısıyla bir ürün ya da markanın satın alınması, o ürün veya markanın tüketiciler tarafından nasıl algılandığına, yani iletişim mesajının nasıl yorumlandığına bağlı olacaktır. İnsanlar aynı duyu organlarına sahip oldukları halde aynı algılama içerisinde olmayabilirler.

Algılama, ağırlıklı olarak kişisel nitelikli olup tüketicinin ihtiyaçlarına, demografik özelliklerine ve isteklerine göre değişebilecektir. Dolayısıyla tüketicilerin mal ve hizmetleri algılaması kişisel bir durumdur çünkü geçmiş deneyimler, beklentiler gibi birçok unsur algılama üzerinde etkili olmaktadır. Çünkü insanoğlu aynı zamanda sosyal ve psikolojik bir varlıktır ve dış müdahaleler ile de yönlendirilebilmektedirler.

Kişisel ve çevresel etmenlerin etkisinde oluşan algılama, birçok açıdan tüketici davranışını etkilemektedir. Algılama olmadan öğrenme, öğrenme olmadan tutum, tutum olmadan da davranış gerçekleşemez (İslamoğlu ve Altunışık, 2013:96). Dolayısıyla aynı ürüne sahip iki markanın özellikleri tamamen aynı olsa da bu markaların müşterileri, markaların farklı özellikleri olduğunu söyleyebilmektedir (Hacıoğlu, 2011:254).

2. Algılanan Risk

Türk dil kurumunun sözlüğünde "risk" kelimesinin kökeninin Fransızca olduğu ve "zarara uğrama tehlikesi, riziko" anlamlarına geldiği ifade edilmiştir. Riziko kelimesinin de İtalyanca "rischio" kelimesinden Türkçeye girdiği ve zarara uğrama tehlikesi anlamına geldiği ifade edilmiştir (TDK, 2011).

Algılanan risk kavramını tüketici davranışları bağlamında ilk ortaya koyan Raymond Bauer'dir ve Bauer'e göre risk olumsuz olarak algılanmış ve minimize edilmesi gereken bir durum olarak ifade edilmiştir. Bauer riski; bir durumun gerçekleşme olasılığı ile sonuçların tercihler üzerindeki etkisinin çarpımı olarak tanımlamıştır ayrıca Bauer'e göre risk algılaması sadece satın alma öncesi ya da satın alma sırasında yapılan bilgi araştırması değil aynı

zamanda satın alma sonrası karar akışında da ortaya çıkmaktadır. Böylece risk, müşterinin satın alma karar sürecinin her safhasında görülebilen ortak bir olgu olmaktadır (Bauer, 1960:139).

Algılanan risk tüketici satın alma sürecinin ilk aşamalarında etkili olan bir kavramdır (Dowling ve Staelin, 1994:119). Tüketicilerin algıladıkları riskin derecesi satın alma kararını etkilemektedir (Schiffman ve Kanuk, 2000:153). Satın alma sonuçlarının önceden bilinmemesi nedeniyle tüketici, satın alma karar süreci sırasında gelecekle ilgili belirsizlikle karşı karşıya kalır. Tüketicinin gelecekle ilgili algıladığı olumsuzluklar riski oluşturur (Demir, 2011:268).

Tüketiciler, satın alma karar sürecinde alternatiflerin belirlenmesi ve değerlendirilmesi aşamalarında riski azaltacak stratejilere başvurmaktadır. Bu stratejilerin başında kullanıcı tavsiyeleri, satış danışmanlarının mağaza içi kişisel satış çabaları, ikna kabiliyetleri ve güven telkin etmelerinin yanı sıra tüketicinin ürün ve ya hizmet hakkında ekstra bilgi araştırma, ürün garantisi arama, rakipleriyle kıyaslama gibi faktörler yer almaktadır (Yener, 2012:221). Algılanan riskin daha fazla hissedildiği zamanlar ise (Özer ve Gülpınar, 2005:51); ürün kategorisi hakkında az bilgi, yeni ve teknolojik olarak karmaşıklık, markalar arasında kalite farkları ve yüksek fiyatların hissedildiği durumlardır (Mitchell ve Greatorex, 1988:6). Buna ek olarak tüketicilerin algıladıkları risk ile ilgili; tüketicinin o ürünle ilgili yaşamış olduğu deneyimler, maddi olanaksızlıkları, aldığı ürünün sosyal çevre tarafından onaylanma durumu gibi birçok neden sayılabilir (İçli, 2002: 82-83).

Tüketicinin satın alma kararını etkileyecek birçok risk faktörü bulunmaktadır (Assael, 1998:270). Bruner (1957:124) ise algılanan riskin; tüketicinin ürün hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığı, ürünü değerlendirmede kendini yetersiz gördüğü, ürünün piyasada yeni olduğu, ürünün teknolojik olarak karmaşık olduğu, markalar arasındaki kalite kavramında farklılıklar olduğu, fiyatın yüksek olduğu ve satın almanın tüketici için önemli olduğu durumlarda meydana gelebileceğini belirtmiştir. Pazarlamacı, bu riskleri dikkate alırsa, amaca yönelik mesajların algılanmasını daha kolay sağlayabilir. Satış sonrası hizmetler, garantiler, reklamlarda tanık kullanmak gibi uygulamalar riskin azaltılmasına katkı sağlamaktadır (İslamoğlu ve Altunışık, 2013:107).

2.1. Algılanan Risk Boyutları

Pazarlama yazınında riskin çok boyutlu bir kavram olduğu ve satın almayla ilgili çeşitli risk boyutları vurgulanmıştır;

Tablo 1: Literatürde algılanan risk boyutları

Yazar-Yıl	Algılanan risk boyutları
Roselius (1971:58)	Performans, fiziksel, zaman sosyal ve psikolojik risk
Jacoby and Kaplan (1972:382) Kaplan ve diğerleri (1974:287-291)	Finansal, performans, fiziksel, sosyal ve psikolojik risk.
Mitchell ve Greatorax (1989:34)	Fonksiyonel, sosyal, finansal ve fiziksel risk
Stone ve Gronhaug (1993:46), Stone ve Mason (1995:144), Shui ve Chen, (2010:1610)	Zaman, fiziksel, finansal, sosyal, psikolojik ve performans riski.
Lovelock ve diğerleri (1999:133)	Fonksiyonel, finansal, zaman, fiziksel, psikolojik, sosyal ve duyumsal risk
Moutinhon (2000:42-72)	Fonksiyonel, fiziksel, finansal, sosyal ve psikolojik risk.
Lim (2003:219)	Finansal, performans, sosyal, fiziksel, psikolojik risk, zaman kaybı, kişisel, mahremiyet, kaynak riski
Tsiros ve Heilman (2005:117)	Fonksiyonel, fiziksel, finansal, sosyal, psikolojik ve performans riski.
Yeniçeri vd. (2012:147)	Fonksiyonel, fiziksel, finansal, sosyal, psikolojik ve zaman riski .

1-Fonksiyonel (İşlevsel-Performans) risk: Ürünün performansı ile ilgili risktir. Tüketicinin üründen elde edeceği faydadan emin olmaması, tüketicinin bir risk ile karşılaşmasına neden olmaktadır. Tüketici ürünü ilk defa satın alıyor, ürün hakkında yeterli bilgisi bulunmuyor, ürünün kullanımı da uzmanlık gerektiriyorsa fonksiyonel riskin artması muhtemeldir (Arslan, 2012:80).

2-Finansal (Para-Ekonomik) risk: Olası maddi kayıpla ilgili risktir. Her bir satın alım işlemi finansal sonuçları olan bir akittir. Tüketicilerin bir ürünü satın almasıyla beraber doğan mali yükümlülükler finansal riske neden olmaktadır (Tsiros ve Heilman, 2005:117). Ürünün fiyatı arttıkça finansal riskinin de artması beklenir. Literatür incelendiğinde finansal risk; tüketicinin ürünü satın alması sonucu ve ürünü satın aldıktan sonraki bakım maliyetleri, parasal kayıp ihtimali, ürünün ödenen paraya değmemesi gibi ifadelerle açıklanmaktadır (Yüce, 2014:233).

3-Sosyal risk: Bir ürünü satın aldıktan sonra diğer insanların ne düşüneceği diğer bir ifadeyle tüketicinin hakkında olumsuz düşünceleri riskidir. Bu risk türüne "İmaj Riski (Sjödın, 2007) ve Ego Kaybı" (Roselius, 1971) da denilmiştir. Bir başka deyişle sosyal risk, satın alınan ürünün/markanın sosyal çevre tarafından bireye yakıştırılmaması veya sosyal statüsüne uygun görülmemesi olasılığıdır (Arslan, 2012:80).

4-Fiziksel risk: Sağlık veya fiziksel durumla ilgili risktir. Mağazanın hijyeni, park alanları, teşhir edilen ve satılan ürünün sağlığı, fiziksel durumu, görünüşü, güvenliği ile ilgili endişeleri kapsamaktadır (Yüce, 2014:233).

5-Psikolojik risk: Tüketicinin sahibi olduğu ürünü kullanmaktan hoşnut olmamasıyla ilgilidir. Bireylerin satın alma kararlarının bir sonucu olarak zihinsel stres ve endişeleridir (Lim, 2003:219).

6-Zaman riski: Zaman riski satın alınan ürünlerin yeterli tatmin sağlamadığı durumlarda tüketicinin uygun ürünü bulmak, elindekini tamir ettirmek veya değiştirmek gibi (Roselius, 1971, 58) yanlış ürünün tercih edilmesi nedeniyle maruz kalınan risklerdir (Karabulut, 2013:66).

Algılama konusunda diğer bir kavram da risk algısıdır. Tüketiciler ürün veya hizmet almadan önce veya aldıktan sonra belirli riskler algılayabilmektedir ayrıca kişilik ve algının bireyin satın alma davranışını etkilediği, seçilen marka ve mağazanın ürün tercihinde etkili olduğu gözlemlenmiştir. İşletmeler açısından ise hedef pazar seçimi ve pazar bölümlenme gibi konularda, pazarlamacılara yararlı bilgiler sunmaktadır (Deniz ve Erciş, 2008:308).

3. Risk Azaltma Stratejileri

Tüketicilerin satın alma karar süreci aşamalarında ihtiyacın ortaya çıkmasından satın alma kararını verinceye kadar geçen aşamalarda algıladığı riskler mevcuttur. Tüketici pek çok farklı alışveriş durumu için zamanını, parasını ve emeğini doğru değerlendirerek ihtiyacını karşılamak ister (Köksal ve Aydın, 2015:244). Fakat bu durum pek çok faktörün etkisiyle gerçekleşmeyebilir ve beraberinde tüketicinin tedirginlik ve risk algılarını ortaya çıkarır. Tedirginlik kişiyi rahatsız eden bir durum olduğundan tüketiciler, seçim durumunda iradelerini de etkin bir araç olarak kullanarak riski azaltmak için stratejiler geliştirmekte ve tedirginliği ortadan kaldırmaya çalışmaktadır (İçli, 2002:92-93).

Risk algılamaları; ürüne yönelik yeterli düzeyde bilgi olmaması, marka ile ilgili deneyimin az olması, ürünün yeni olması, ürünün teknik açıdan karmaşık olması, tüketicinin daha az güven hissetmesi, markalar arasında bariz kalite farklarının bulunması, fiyatın yüksek olması, satın almanın tüketici için önem taşıması gibi durumlarda artma eğilimi gösterebilmektedir (Odabaşı ve Barış, 2007:154).

Ayrıca tüketicilerin demografik özellikleri risk azaltma stratejileri seçimi üzerine etkilidir böylece tüketicinin algıladığı risk arttıkça bilgi arama eğilimi de artacaktır. Algılanan bu riskleri azaltmak için Yeung ve Morris (2001:274–275) yaptığı bir çalışmada aşağıda belirtilen bu beş risk stratejisinin tüketicilerin algılamış olduğu risk faktörlerini azalttığını savunmuştur.

- Ürünün Kalitesi (Marka sadakati geliştirmek, iyi bilinen ya da saygın markaları satın alma, kalite güvence işareti, şeffaflık) (Roselius, 1971:56), (Chen ve He, 2003: 680)
- Ürün Bilgisi (Bilgi araştırma (Schiffman ve Kanuk, 2004:198), etiket üzerindeki açıklayıcı bilgiler, aile ve arkadaş tavsiyeleri, geçmiş deneyimler, numune ve örnek ürün dağıtımı, devlet testi)
- Satış Sonrası Kontrol (Para iade garantisi sunmak, Müşteri destek hizmetleri vb.)
- Satış Yeri (Perakendeci ve mağaza imajı)
- Ürün Fiyatı (pahalı modeller, memnun kalınmayan ürünler için para iade garantisi, satış teşvik, satış tutundurma amacıyla yapılan satış teşvik).

Terell Williams (1982: 76) ise risk azaltıcı stratejileri şu şekilde sıralamıştır: güvenilir ve bilinen marka, benzer ürün ve markalar ile ilgili deneyimler, tüketici raporları, devlet denetimi ve raporları, tanıdıklar ya da ünlü kişiler, garanti belgeleri. Bir başka yazar Robertson, Zielinski ve Ward'ın (1984: 185) gruplandığı risk azaltıcı stratejileri: bilgi edinme, tüketici raporları, alışveriş deneyimleri, kıyaslamalı alışveriş, marka sadakati olarak sıralamıştır. Mitchell (1998: 177-179) ise tüketicilerin risk algılamalarını etkileyen bu faktörleri kişisel faktörler, ürünle ilgili faktörler ve durumsal faktörler olarak üçe ayırmıştır. Ancak en yaygın risk azaltma stratejileri: bilgi araştırma, marka bağlılığı, marka imajı yoluyla seçim, mağaza imajına güven, en pahalı modeli alma, en ucuz markayı alma, güvence isteme, kulaktan kulağa iletişim gibi yöntemlerdir (Keleş, 201:36).

Genel olarak satın almadaki belirsizliği azaltmak için tüketicilere sosyal medya ve e-ticaret sitelerinde ki kullanıcı yorumları, ürün testleri, fiyat-kalite ilişkisi, üretici ve dağıtıcı firmanın güvenilirliği ile satış elemanı güvencesine kadar bir dizi strateji önerilmektedir (Wallace ve Morris, 2010: 307). Ayrıca risk arttıkça müşterinin markaya olan sadakati artar (Demir, 2011:270). Sheth ve Venkatesan (1968: 307) ise marka sadakatının oluşabilmesi için algılanan riskin gerekli olduğunu öne sürmüştür. Ancak tüketiciler tarafından en sık kullanılan strateji kendisinin veya arkadaşlarının geçmiş tecrübelerine başvurma ve bilgi arayışı yöntemlerini kullanmaktır.

Tüketiciler satın alma karar süreçlerinde risk algılamakta algılanan bu riski azaltacak stratejilere başvurmaktadırlar. Bu stratejilerin başında kişisel tavsiyeler, ürün veya hizmet hakkında ekstra bilgi araştırma ve ürün garantisi gibi faktörler yer almaktadır (Cunningham ve diğ., 2005: 360). Tüketicilerin sahip oldukları bilgi seviyesi arttıkça algıladıkları risklerde azalacaktır. Mağaza içi alışverişlerde, akıllı telefon kullanımı tüketicilere ihtiyaç duydukları ürün bilgisi ve fiyat karşılaştırmasına imkan tanımaktadır (Nart ve Okutan, 2015:168).

Nielsen'in (2012), yaptığı araştırmaya göre, mobil cihaz kullanıcıları fiziki mağazalardan alışveriş yaparlarken de akıllı telefonlarını yanlarından

ayırmamaktadırlar. Kullanıcıların %78'i akıllı telefonlarını yakınlardaki mağazaları bulmak için kullanırken, %63'ü de fiziki mağazada alışveriş yaparken internetteki fiyatları karşılaştırıyor. Araştırmada ortaya çıkan sonuçlardan bir diğeri de, akıllı telefon kullanıcılarının offline mağazalarda cihazlarını, tablet kullananlara göre 3 kat daha fazla kullanıyor olması. Tüketicilerin %39'u mobil kuponlarını, %40'ı da alışveriş listelerini akıllı telefonları ile kullanıyor. Ayrıca akıllı telefonlar en çok çevredeki mekanları bulma konusunda kullanılıyor. Sonrasında, internetten fiyat kontrolü ve alışveriş listesiyle mobil kuponlar geliyor.

Comscore'un (2012) sağladığı verilere göre tüketiciler cihazlarını çoğunlukla detaylı bilgiye ulaşmak ve mağaza içi alışveriş deneyimlerini zenginleştirmek amacıyla kullandıkları ve birçok Avrupa ülkesindeki tüketicilerin mağaza içindeyken beğendikleri ürünlerin fotoğraflarını çekip arkadaşlarıyla paylaştıkları görülmüştür. 2011-2012 arasındaki mobil veriler incelenerek elde edilen sonuçlara göre; Fransız akıllı telefon ve tablet kullanıcılarının yüzde 35'inin, bir mağaza ziyareti sırasında çektiği fotoğrafları yakınlarıyla paylaştığı, yüzde 31'inin ise akıllı telefon ve tabletleri üzerinden araştırma ve fiyat karşılaştırması yaptığı tespit edilmiştir. Yine %31'lik bu yüzdenin belirli ürünleri mesaj yoluyla veya arayarak başkalarına duyurduğu açıklanan verilerdendir.

Techbargains'in (2012) yaptığı araştırmaya göre, akıllı telefon ve tablet kullanıcılarının mobil cihazlarıyla ürün kıyaslaması ve online alışveriş yapma oranlarının 2012 yılında %15 artarak %73'e çıktığı tespit edilmiştir. Yine aynı araştırmaya göre erkeklerin %77'lik bir kısmı ürünleri daha ucuza almak için fiyat kontrolü yaparken, kadınların da %67'lik bir kısmının, online alışveriş öncesinde fiziki mağazalara göz attığını belirtmiştir. Pew Internet Project'in yapmış olduğu bir araştırmaya göre akıllı telefon sahiplerinin %46'sı mağaza içinde arkadaşlarından ya da aile üyelerinden satın alma ile ilgili tavsiyeler almayı düşündüğünü ifade etmiştir.

Aynı araştırmaya göre %28'inin akıllı telefonlarını mağaza içindeyken satın alma ya da almama kararına yardımcı olacak ürün yorumlarına bakmak için kullanırken %27'sinin mağaza içinde veya dışında başka bir yerde daha iyi bir fiyat olabilir düşüncesiyle kullandığı tespit edilmiştir. Kadınlar %53'nün erkeklerden daha fazla akıllı telefonlarını kullanarak birilerinden daha fazla tavsiye ve öneri aldığı, mağaza içinde ürün yorumlarına erkeklerin daha fazla baktığı ancak bu grup içinde 18-29 yaş arasındaki erkeklerin daha eğilimli olduğu görülmüştür. Mağaza içinde online fiyat karşılaştırma eğiliminin bayanlarda daha fazla olduğu yine bu grup içinde 18-29 yaş arasındaki bayanların daha eğilimli olduğu görülmüştür.

Yapılan tüm bu araştırmalar gösteriyor ki; tüketiciler mobil cihazları üzerinden internete bağlı olduğu her yerden istediği zaman istediği bilgiye

ulaşabilmektedir. Bu da tüketicinin daha mağazaya varmadan bile birçok bilgiyi bulunduğu yerden edinmesini sağlamaktadır. Tüketici mağaza ziyareti sırasında da bu imkanını kullanarak istediği marka, mağaza ve ürün hakkında bilgi toplayabilmektedir. Tüketici gerektiğinde de toplamış olduğu bu bilgilere kendi deneyimlerini de katarak akıllı telefonu üzerinden yayımlamakta gerektiğinde mağaza lokasyonuna bakıp, perakendeciler arasında fiyat karşılaştırabiliyor hatta tanıdıklarının fikirlerine başvuruyor. Tüketicinin gerçekleştirmiş olduğu akıllı telefon kullanım davranışlarının algılanan riski azaltmaya yardımcı olduğu bununda tüketicilerin satın alma kararında etkili olduğu tespit edilmiştir (Göl, 2014).

4. Metodoloji

4.1. Araştırmanın amacı, hipotezi, soruları ve modeli

Çalışmanın amacı tüketicilerin perakende alışverişlerde mağaza içinde kullandıkları akıllı telefonların; tüketici davranışlarının anlaşılmasında önemli bir yere sahip olan algılanan risk, risk azaltma stratejileri ve bunların tüketici satın alma kararı üzerindeki etkisinin araştırılması amaçlanmıştır. Tüketicilerin mağaza içinde alışveriş yaparken akıllı telefonlarını hangi amaçla ve nasıl kullandığını ortaya koymayı amaçlamayan tanımlayıcı araştırma niteliğindedir. Araştırmanın en önemli kısıtı akıllı telefonu olan öğrencilerle sınırlı olmasıdır. Ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliklerinin test edilmesinin ardından bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkileri tespit edebilmek için aşağıdaki hipotez ve araştırma soruları oluşturulmuştur:

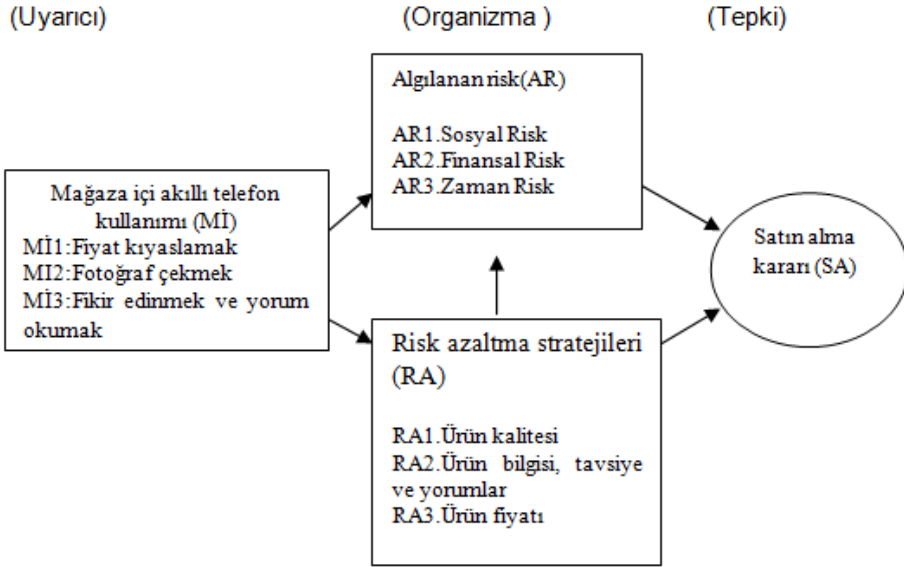
Tablo 2: Araştırmanın Hipotez ve Soruları

H ₁ :Tüketicilerin mağaza içi alışverişlerinde akıllı telefon kullanımı algılanan riski pozitif etkiler. Mİ→AR
H ₂ :Tüketicilerin mağaza içi alışverişlerinde akıllı telefon kullanımı risk azaltma stratejilerini pozitif etkiler. Mİ→RA
H ₃ :Tüketicilerin mağaza içi alışverişlerinde algılamış olduğu risk satın alma kararını pozitif etkiler. AR→SA
H ₄ :Tüketicilerin mağaza içi alışverişlerde kullanmış oldukları risk azaltma stratejileri satın alma kararını pozitif etkiler. RA→SA
H ₅ :Tüketicilerin mağaza içi alışverişlerde kullanmış oldukları risk azaltma stratejileri algılanan riski pozitif etkiler. RA→AR
S1.Tüketicilerin mağaza içi alışverişlerinde ki akıllı telefon kullanımları algılamış oldukları riskleri azaltır mı?
S2.Tüketicilerin mağaza içi alışverişlerinde stratejik bir enstrüman olarak kullandığı akıllı telefonların risk azaltma stratejileri üzerine etkisi var mı?
S3.Tüketicilerin mağaza içi alışverişlerde algılamış olduğu risklerin seviyesinde meydana gelen düşüş satın alma kararını etkiler mi?
S4.Tüketicilerin mağaza içi akıllı telefon kullanımları sonucu algılamış oldukları risk seviyelerinde meydana gelen düşüş satın alma kararlarını etkiler mi?

Tüketicilerin algılanan risk ve risk azaltma stratejilerine akıllı telefon kullanım davranışlarının etkili olduğu düşünülmektedir. Araştırma modelinde tüketicilerin algıladığı risk; sosyal, finansal, zaman riski olmak üzere; risk azaltma stratejileri de ürün kalitesi, ürün bilgisi, ürün fiyatı şeklinde üçer boyutta ölçülmektedir.

Şekil 1: Araştırma Modeli

Aşağıda modeli şekil 1' de görüldüğü üzere mağaza içindeki tüketicinin,



satın alma öncesi, esnası ve sonrasında akıllı telefon kullanarak gerçekleştirdiği bir takım aktivitelerin; hem risk algısına hem de risk azaltma stratejilerine etki ederek tüketicinin satın alma kararını etkilediği düşünülmüştür.

Houston ve Rothschild (1977) tarafından geliştirilen uyarıcı (stimulus)-organizma (organism) - tepki (response) [S-O-R] paradigması; birey, durum ve karar verme etkileşimini açıklamaları açısından şekil 3'teki araştırma modeline uyarlanmıştır (Bakırtaş, 2013:47).

4.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Kavramsal çerçevenin oluşturulması amacıyla ayrıntılı bir literatür taraması yapılmış daha sonra araştırma modelinin geliştirilmesi ve araştırmada ihtiyaç duyulan verilerinin elde edilmesi amacıyla yarı-biçimsel mülakat, ön test ve pilot test gerçekleştirilmiştir. Araştırma modeli ve yapılan mülakatlardan elde edilen bulgular doğrultusunda da anket formu düzenlenmiştir.

Bu bağlamda ana kütle, akıllı telefonlarını aktif kullanan 18-26 yaş arası akıllı telefona sahip gençler olarak belirlenmiştir. Buradan hareketle zaman ve maliyet gibi kısıtların etkisiyle örneklem olarak kırk iki bin öğrenciye sahip olan Karabük Üniversitesi seçilerek olasılığa dayalı olmayan örnekleme yönteminden kolayda örnekleme tekniğiyle anket çalışması gerçekleştirilmiştir.

Anket çalışması için gerekli örnek sayısının belirlenmesinde yaygın olarak kullanılan $N = \pi (1-\pi) / (e/Z)^2$ formülünden hareketle %5 hata düzeyine göre belirli evrenler için kabul edilebilir örnek büyüklüklerini karşıladığından minimum 384 adet soru formu geri dönüşünün olması hedeflenmiştir (Altunışık ve diğ., 2010:135). Ancak 15-30.03.2015 tarihleri arasında Karabük Üniversitesinin çeşitli fakültelerinde okuyan 393 öğrenci ile gerçekleştirilen anket çalışmasından uygun olan 389 tanesi analize tabi tutulmuştur.

Anket uygulaması sonucu elde edilen verilere yönelik yapılan geçerlilik ve güvenilirlik analizlerinin ardından araştırma modeli kapsamında geliştirilen hipotezleri test etmeye yönelik analizler yapılmıştır. Araştırmada neden sonuca dayalı çoklu ilişkilerin testi için amaçlar doğrultusunda yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde SPSS 22 ile AMOS 20 paket programları kullanılmıştır. Literatür kısmında değinilen algılanan altı risk boyutu faktör analizine tabi tutularak Şekil' 1 de görülen sosyal, finansal ve zaman riski olmak üzere üç boyutta ölçülmüştür (Liu ve diğ.,2013: 230). Ayrıca algılanan riski ölçmek için Heinonnen ve Strandvik (2002), Tsang ve diğ. (2004), Bauer ve diğ. (2005), Merisavo ve diğ. (2007) tarafından yapılan çalışmalardan yararlanılmıştır buna ek olarak Stone ve Gronhaug (1993:49), Sweeney ve diğ., (1999:90) 'nin araştırmalarında kullandıkları algılanan risk ölçeği de perakende sektörü düşünülerek uyarlanmıştır. Bu ölçek birçok algılanan risk araştırmasında da (Stone ve Mason, 1995; Chan ve Chen (2011:4) kullanılmıştır.

Ayrıca; model çerçevesinde algılanan risk kavramını ölçmek için cevaplayıcıların risk azaltma stratejilerini belirlemek için İçli (2002), İnaltekin (2004), Dal (2009), Yeung, Morris ve Joe (2010: 275), Erbaş (2011), Çetinsöz ve Ege (2012), Yüce (2014: 246), Schiffman ve Kanuk, (1987) 'un kullandıkları ölçme araçlarından faydalanılmıştır. Anket çalışmasının ilk evresinde 16 ifade ile test edilen model, pilot çalışmalarda aynı anlamı veren yakın ifadelerin tespiti ve faktör analizi neticesinde 13 ifadeye indirgenmiştir.

5. Araştırma Sonuçları

Çalışma kapsamında değerlendirmeye alınan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine dair özet bilgiler aşağıda Tablo 3'de yer almaktadır.

Tablo 3. Örneklem Sosyo-Demografik Özellikleri ve Akıllı telefon kullanım alışkanlıkları (n=389)

Tanımlayıcı Bilgiler	N	%	Tanımlayıcı Bilgiler	N	%		
Cinsiyet	Bay	312	80.2	Şuan	Ön lisans	199	51.2
	Bayan	77	19.8	devam	Lisans	145	37.3
Yaş	18-20	110	28.3	edilen	YL	32	8.2
	21-23	184	47.3	okul	Doktora	13	3.3
	24-26	50	12.9	Kişisel	0-500	118	30.3
	27-29	14	3.6	Aylık	501-1000	140	36
	30 ve üzeri	31	8.0	Harcama Miktarı	1001-1500	77	19.8
Akıllı telefona sahiplik süresi	0-1yıl	77	19.8	1501-2000	33	8.5	
	1-3 yıl	224	57.6	2001 ve üzeri	21	5.4	
	4-6 yıl	69	17.7	Akıllı telefon ile	1 saatten az	81	20.8
	7-9 yıl	19	4.9	gün içinde	1-3 saatten az	169	43.4
	harcanan zaman	3-5 saatten az	91	23.4			
	5-7 saatten az	22	5.7				
	7 saatten fazla	26	6.7				

Tablo 3'de görüldüğü gibi katılımcıların; %80,2'si bay ve çoğunluğunu 21-23 yaş grubunda (%47,3), 501-1000 TL arası aylık harcaması olan (%36) önlisans ve lisansa devam etmekte olan (%88,5), 1-3 yıl arası akıllı telefon sahipliği olan (43,4), gün içinde de akıllı telefonlarına 1-3 saat arası vakit harcayan (%43,4) öğrenciler oluşturmaktadır.

Tablo 4. Akıllı Telefon Kullanım Davranışlarının Sayısal Dağılımı

Mağaza içinde akıllı telefonumu... amacıyla kullanırım.	Fiyat kıyaslamak	107	27.5
	Fotoğraf paylaşmak	90	23.1
	Fikir ve tavsiye almak	79	20.3
	Ürün hakkında bilgi edinmek	65	16.7
	Yorum okumak	41	10.5
Alışveriş esnasında her zaman akıllı telefonumu kullanmıyorum çünkü...	QR kod okutmak + alışveriş kartı olarak	7	1.8
	Alışveriş esnasında kullanmak aklıma gelmiyor	172	44.2
	Alışverişe çıkmadan önce gerekli tüm araştırmaları dizüstü-masaüstü bilgisayarımdan yaparım	87	22.4
	Telefondan intemete girmek zaman alıcı ve zahmetli	78	20.1
	İnt. paketim sınırlı olduğundan alışveriş esnasında kullanmak istemiyorum	52	13.3
Akıllı telefonu en çok... amacıyla kullanırım	Sosyal medya ve sosyal ağlar	175	45.0
	İnt. gezmek+Haber okuma+Bilgi alma	115	29.6
	Arama ve sms	49	12.6
	E-mail	25	6.4
	Oyun	22	5.7
Bankacılık+Alışveriş	3	0.8	

Tablo 4'te görüldüğü üzere, öğrencilerin çoğunluğunun akıllı telefonlarını evde kullandıkları (%52.2) bu kullanımlarının çoğunluğunu da sosyal medya ve sosyal ağlara ulaşma amaçlı oldukları tespit edilmiştir (%45). Mağaza içinde akıllı telefonlarını en çok fiyat kıyaslama ve karşılaştırma amacıyla kullandıkları (%27.5) ancak alışveriş esnasında her zamana akıllı telefon kullanmadıkları bunun nedeni olarak da alışveriş esnasında kullanmanın akıllarına gelmediği (%44.2) olarak belirtmişlerdir.

Açıklayıcı faktör analizinde verilerin uygunluğu önemli yer tutmaktadır. Örneklem uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett Küresellik testi ile sınımlanmaktadır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010). Toplanan verilerin temel bileşenler analizine uygunluğunu belirlemek amacıyla bakılan KMO değeri 0,85 ve Barlett Küresellik testi sonucu [$\chi^2=1809.61$; $p = .000$] olarak bulunmuştur. Algılanan risk ve risk azaltma ölçeklerine ilişkin yapılan güvenilirlik analizi sonucu olarak Cronbach Alfa (α) katsayısı 0.80 olarak tespit edilmiştir.

Araştırma maddelerinin düzeltilmiş madde korelasyonları (DMK) ,41 ile ,98 arasında dağıldığı görülmüştür. Bu değerlere göre araştırma anketinin güvenilir olduğu söylenebilir. Katılımcıların ölçeğin bütün ifadelerine orta düzeyde katıldıkları görülmüştür. Likert ölçeği kullanılarak sorulan 14 ifade faktör analizine tabi tutulmuştur. "Satış elemanlarının, tüketicileri ısrarla belli ürünlere yönlendirmeye çalışması endişe vericidir" ifadesi faktör yükü düşüklüğü sebebiyle nihai analizden çıkarılmış ve 13 ifadeden oluşan 4 faktörlü bir çözüm elde edilmiştir (Tablo 5). Bu faktörler toplam varyansın %67,7'sini açıklamakta olup analiz sonucu elde edilen faktörler; mağaza içi akıllı telefon kullanımı, algılanan risk, risk azaltma stratejileri, satın alma olarak adlandırılmıştır.

Tablo 5. Algılanan risk, risk azaltma stratejileri, satın alma kararı ölçekleri açıklayıcı faktör yük (AFA) değerleri ve düzeltilmiş madde korelasyonları

No	İfadeler	AFA Faktör Yük.	Düzeltilmiş mad. korelasyonu	Ort.	Std. hata
ar1	Diğer mağazalardaki indirimler ve kampanyalardan haberdar olamamaktan endişe duyarım.	.82	.45	2.74	1.52
ar2	Satış elemanlarının, tüketicileri ısrarla belli ürünlere yönlendirmeye çalışması endişe vericidir.	.80	.39	3.63	1.33
ra1	Alışveriş esnasında kararsız kaldığım durumlarda bilgisine güvendiğim yakınlarım ile iletişime geçerek tavsiye ve yorumlarından faydalanmak endişemi azaltır.	.84	.41	3.28	1.51
ra2	Mağaza içinde iken akıllı telefonumu kullanarak ürünle ilgili kullanıcı tavsiyeleri ve yorumlarını okumak endişemi azaltır.	.79	.46	3.19	1.37
ra3	Mağaza içinde akıllı telefonumu kullanarak ürün hakkında edindiğim teknik özellikler, garanti koşulları gibi bilgiler endişemi azaltır.	.67	.56	3.09	1.47
ra4	Mağaza içinde iken akıllı telefonumu kullanarak yapmış olduğum fiyat karşılaştırmaları endişemi azaltır	.56	.55	2.91	1.40
sa1	Akıllı telefonumu kullanarak ulaştığım kullanıcı yorum ve tavsiyelerini görmek, ürün hakkında detaylı bilgiler almak satın alma kararımı etkiler.	.68	.69	3.43	1.34
sa2	Akıllı telefonumla internete bağlanarak yaptığım fiyat araştırmaları satın alma kararımı etkiler.	.47	.75	3.37	1.40
sa3	Akıllı telefonumu kullanarak ürün hakkında edindiğim teknik özellikler, garanti koşulları gibi bilgiler satın alma kararımı etkiler.	.48	.73	3.51	1.31
sa4	Akıllı telefonumla internete bağlanarak, ürünle ilgili görmüş olduğum indirim, kampanya vb haberler satın alma kararımı etkiler.	.53	.72	3.43	1.35
mi1	Mağaza içinde akıllı telefonumu kullanarak ürün bilgisi, kullanıcı yorumları ve tavsiyelerine ulaşırım.	.74	.98	4.09	1.16
mi2	Mağaza içinde akıllı telefon kullanarak fiyat kıyaslaması yaparım.	.77	.83	3.81	0.96
mi3	Mağaza içinde iken almayı düşündüğüm kimi ürünlerin fotoğrafını çekerim	.70	.38	3.94	0.98
<p>Açıklanan varyans: %67,7 Kaiser-Meyer-Olkin (KMO): 0,85 Barlett Küresellik Testi: [$\chi^2=1809,61$; p = .000]</p>					

Tablo 6. Mağaza içi kullanım davranışı, Algılanan Risk, Risk Azaltma, Satın Alma Faktörleri Korelasyon Analizi

	SA	RA	AR	Mİ
SA	1			
RA	,727**	1		
AR	,318**	,488**	1	
Mİ	,735**	,746**	,806**	1

**Korelasyon $p < .01$ düzeyinde önemlidir.

Tablo 6'da görülen sonuçlara göre, tüketicilerin satın alma davranışları ile risk azaltma stratejileri arasında yüksek düzeyde pozitif ilişki bulunmuştur ($r=.73$, $p<.01$). Bu sonuçlara göre tüketicileri kullanmış olduğu stratejilerin etkinliği arttıkça satın alma kararları daha netleşmektedir. Satın alma davranışları ile algılanan risk arasında düşük düzeyde pozitif bir ilişki bulunmuştur ($r=.32$, $p<.01$). Algılanan risk ile risk azaltma stratejileri arasında da orta düzeyde pozitif bir ilişki mevcuttur ($r=.49$, $p<.01$). Tüketicilerin alışveriş esnasında algılamış olduğu riskleri azaltmak amacıyla akıllı telefonunu kullanarak hızlı bir şekilde bilgi akışı sağlamaktadır. Elde edilen bilgiler satın alma kararı aşamasında doğru karar vermesini sağlamakta ve algılanan risklerin ve endişelerin yönünü tayin ederek karar aşamasında tüketiciye yardımcı olmaktadır. Akıllı telefonlar, alışveriş yolculuğunda tüketici için işaret ve yön levhası gibi yahut bir navigasyon gibi kesin destek sağlamasa da alternatif rotaları seçme, verilen kararların sağlanmasını yapma imkanlarını tanıyarak risk azaltmada önemli rol üstlenmektedir.

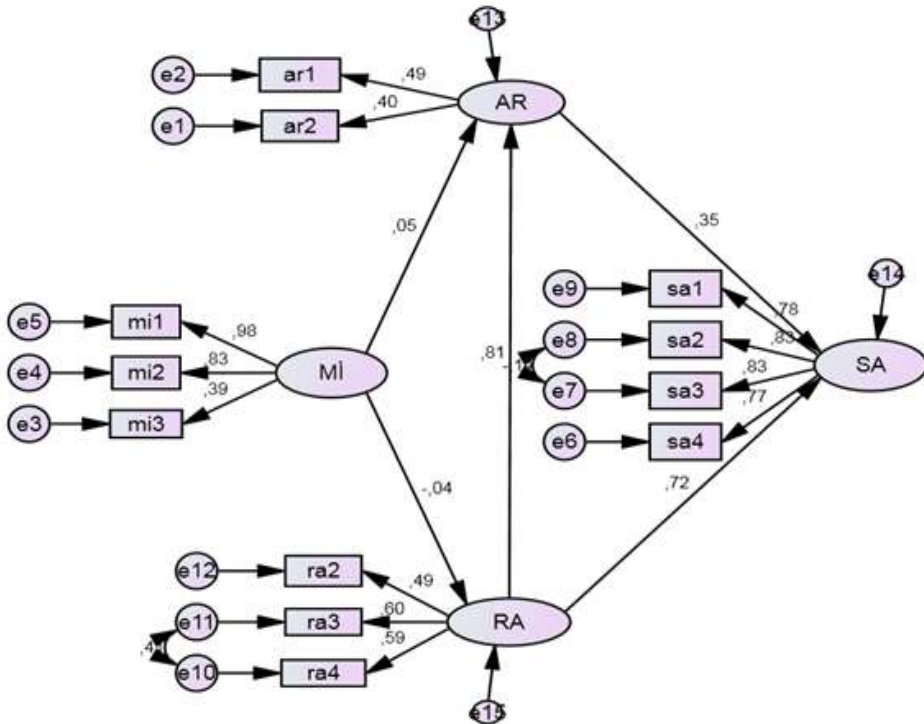
Tablo 7. Satın alma davranışının yordanmasına ilişkin regresyon analizi sonuçları

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p	İkili r	Kısmi r
Sabit	,434	,142		3,051	.000		
Risk Azaltma	,736	,045	,623	16,170	.000	.727	.635
Algılanan Risk	,222	,040	,214	5,561	.000	.320	
Mağaza içi kullanım	-,145	,073	-,101	1,991	.040	-,101	-,101
R=0,751, R ² =0,564, F _(3,388) =249,327, p=0,000							

Tablo 7'de yordayıcı değişkenlerle (algılanan risk ve risk azaltma stratejileri boyutları) yordanan bağımlı değişken (satın alma) arasındaki ikili ve kısmi korelasyonlar incelendiğinde, risk azaltma ile satın alma davranışı

arasında pozitif yüksek düzeyde ilişkinin ($r=0.73$) olduğu görülmüştür. Diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun ($r=0.64$) olarak hesaplandığı görülmektedir. t değeri de ($t(389)=16.17$, $p<.05$) bu ilişkinin anlamlı olduğunu kanıtlamaktadır. Algılanan risk ile satın alma davranışı arasında pozitif ve düşük düzeyde ilişkinin ($r=0.32$) olduğu, diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasında ilişki ($r=0.27$) olarak ($t(389)=5.56$, $p<.05$) hesaplanmıştır. Öte yandan risk azaltma ile algılanan risk birlikte, satın alma davranışı ile yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vermektedir ($R=0.751$, $R^2=0.564$, $p<.01$; $F(3.386)=249.327$, $p=.000$). Buna göre algılanan risk ve risk azaltma, satın alma davranışındaki toplam varyansın yaklaşık % 56'sını açıklamaktadır.

Şekil 2. Yol Analizi (Path Analysis) Diyagramı (Yapısal Model)



Yol analizinde modelin doğruluğunu sınamak amacıyla pek çok uyum indeksi kullanılmaktadır. Model uyum iyiliğini yükseltmek için risk azaltma ve satın alma kararı ile ilgili ölçek maddeleri arasında modifikasyon işlemi yapılmıştır. Modifikasyon işlemi sonucunda, şekil 1'deki yol analizi sonuçlarına göre χ^2 / sd oranı 2.72 ($\chi^2 / sd=127.948/47$) olarak bulunmuştur. Alanyazında bu

oranın ≤ 3 olmasının “iyi uyuma” karşılık geldiği belirtilmektedir (Çokluk vd, 2010; Seçer, 2013). Yol analizi ile hesaplanan diğer uyum indeks değerleri şöyledir: CFI= 0.96, GFI= 0.95 ve AGFI= 0.92 bulunmuştur. CFI, GFI ve AGFI değerlerinin 1’e yakın olması mükemmel uyum göstergesi olarak kabul edilmektedir (Bentler, 1980; Bentler ve Bonett, 1980). RMSEA değeri 0.06 ve RMR değeri 0.07 olarak hesaplanmıştır. RMSEA değerinin ≤ 0.08 olması iyi uyum olarak değerlendirilmektedir (Brown, 2006; Jöreskog ve Sörbom, 1993). Buna göre akıllı telefon kullanımının satın alma kararına etkisinde algılanan risk ve risk azaltma stratejileri ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu söylenebilir.

Tablo 8. Değişkenler Arasındaki Kovaryans Değerleri

	Hesaplanan Değer	Standart Data	t-değeri	p	Sonuç
AR \leftrightarrow MI	,086	,105	,815	,415	H ₁ Red
RA \leftrightarrow MI	-,227	,111	-2,745	,041	H ₂ Kabul
SA \leftrightarrow AR	,420	,426	,799	,424	H ₃ Red
SA \leftrightarrow RA	1,091	,374	2,915	,004	H ₄ Kabul
AR \leftrightarrow RA	,566	,113	-2,819	,036	H ₅ Kabul

“Mağaza içi kullanım” ile “risk azaltma stratejileri ” arasında anlamlı ($p<.05$) ve pozitif bir ilişki vardır. Dolayısıyla mağaza içi akıllı telefon kullanımı tüketicilerin algıladıkları riskleri azaltmada risk azaltıcı bir strateji olarak kullanıldıkları ifade edilebilir. “Risk azaltma stratejileri ile ” ile “algılanan risk” arasında anlamlı ($p<.05$) ve pozitif bir ilişki vardır. “Risk azaltma stratejileri ile” ile “Satın alma davranışı arasında” arasında anlamlı ($p<.05$) ve pozitif bir ilişki bulunmamaktadır.

6. Sonuçlar ve Öneriler

Tüketiciler akıllı telefon ve tabletler sayesinde istedikleri bilgiye istedikleri anda ulaşabilir ve bu ulaşılabilirliğin tüketiciye vermiş olduğu zaman ve hız avantajı geleneksel alışverişlerde tüketicinin satın alma kararlarını etkilemektedir. Önemli bir bilgi kaynağı olan mobil teknolojiler, risk azaltma stratejilerinin bir parçası olmuştur. Tüketicinin risk azaltma stratejilerine fayda sağlayan bir araç olarak kullandığı akıllı telefonlar tüketicinin algılamış olduğu riskleri azaltmaya yardımcı olmaktadır. Tüketicinin algılamış olduğu risk düzeyindeki düşme, satın alma kararı üzerindeki belirsizliği ve endişeyi de azaltacaktır. Tüketici algılamış olduğu riske göre savunma mekanizması geliştirmektedir ve bu mekanizmayı işletebilmek içinde başvuracağı yollardan biri olarak gördüğü akıllı telefonu sayesinde fiyat karşılaştırmaktan kullanıcı deneyimlerini okumaya ve izlemeye kadar birçok yolla belirsizliği azalttığı sonucu ortaya çıkmıştır.

Perakendeciler, mobil teknolojilerdeki hızlı gelişmeyi fark ederek mağazalarını mobil teknolojilere ve kullanıcılara entegre etmenin yollarını düşünmelidir artık tüketiciler akıllı telefonları sayesinde cebinde birçok mağazayı taşır hale gelmiştir. Bunun bir sonucu olarak tüketici mağazada gördüğü beğendiği bir ürünü e-ticaret sitelerinde gördüğü an telefonun tek bir tuşuna basarak mobil alışverişini(m-ticaret) gerçekleştirmektedir. Perakendecilerin, mağazada incelemiş olduğu ürünü daha uygun bulduğu online kanallardan satın alan tüketici oranını, azaltmak için mobil tüketiciyi kucaklayacak yenilikler ve mağazalar dizayn ederek geleneksel alışverişi daha da cazip hale getirilebilirler. Alternatiflerin belirlenmesi ve değerlendirilmesi aşamalarını zihninde çözerek mağazaya ulaşan tüketiciyi daha nitelikli ve donanımlı satış personelinin karşılaması gerektiği de dikkate alınmalıdır. Özellikle e-ticaret sitelerinin geliştirmiş olduğu mobil uygulamaların, tüketici satın alma kararı üzerindeki etkilerini ortaya koyan araştırmalara ihtiyaç olduğu söylenebilir.

KAYNAKÇA

- ALTUNIŞIK, R., R. Coşkun, S. Bayraktaroğlu ve E. Yıldırım (2002), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Sakarya Kitabevi, Adapazarı.
- ASSAEL, Henry (1998), Consumer Behavior And Marketing Action (6th Ed.), South Western College Publishing, Cincinnati, OH
- ARSLAN, Yusuf (2012), Tüketicilerin Özel Markalı Ürünlere Yönelik Tutumları ve Bu Tutumlara Etki Eden Faktörlerin İncelenmesi. Sakarya Üniversitesi SBE İşletme ABD. Yüksek Lisans Tezi.
- BAKIRTAŞ, Hülya (2013), S-O-R Paradigması Temelinde Mağaza Atmosferi ve Duyguların Pazarlamadaki Önemi: Bir Literatür İncelemesi. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 15 (25): 47-55, 2013 ISSN: 1309-9132, www.kmu.edu.tr.
- BAUER, Raymond A. (1960), Consumer Behavior As Risk Taking. R. S. Hancock (Ed.), In: Dynamic Marketing For A Changing World (389-398). Chicago: American Marketing Association.
- BENTLER, Peter M. (1980), Multivariate Analysis With Latent Variables: Causal modeling. Annual Review of Psychology, 31, 419-456.
- BENTLER, P. M., ve Bonet, D. G. (1980), Significance Tests and Goodness of Fit In The Analysis of Covariance Structures. Psychological Bulletin, 88, 588-606.

BRUNER, Jerome S. (1957), On Perceptual Readiness. *The Psychological Review*, Vol. 64, 1957, s.123-152.

ÇETİNSÖZ B.C., ve Ege Z. (2012), Turistlerin Demografik Özelliklerine Göre Risk Azaltma Stratejileri: Alanya Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 23, Sayı 2, Güz: 159 – 172.

CHANG, H., and Chen, R. (2011), An Examination of Perceived Risk, Information Search and Brand Loyalty. *Proceedings of Business and Information*, 8, 4-6.

CHAUDHURİ, Ananish (1998), Product Class Effects On Brand Loyalty. *The Journal of Marketing and Management*, 8(2): 60-77.

CHEN, R. and He, F. (2003), Examination of Brand Knowledge, Perceived Risk and Consumers' Intention to Adopt an Online Retailer. *Tom and Business Excellence*, 40 (6), p. 677-693.

COMSCORE (2012), QR Code Usage Among European Smartphone Owners Doubles Over Past Year.

CUNNINGHAM, L. F, Gerlach J. H, Harper M. D, Young C. E, (2005), "Perceived Risk and The Consumer Buying Process: Internet Airline Reservations", *International Journal of Service Industry Management*, Vol.16, No.4, pp.357-372.

ÇOKLUK, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010), Sosyal Bilimler için Çok Değişkenli İstatistik. Pegem

DAL, Veysel (2009), Farklı Kişilik Özelliklerine Sahip Bireylerin Risk Algılarının Tüketici Davranışı Açısından İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi SBE İşletme Bölümü Yüksek Lisans Tezi, Isparta.

DELOİTTE (2014), Perakendede Mobil Etkinin Yükselişi, Akıllı Telefonların Mağazacılığa Etkisi. <http://www2.deloitte.com/>

DEMİR, M. Özer (2011), Risk Algısının Marka Sadakatine Etkisi: Cep Telefonları Kategorisinde Bir Uygulama. *Ege Akademik Bakış*, Cilt: 11, Sayı: 2, Nisan 2011 ss. 267-276.

DENİZ A .ve Erciş A. (2008), Kişilik Özellikleri ile Algılanan Risk Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 22 Temmuz 2008 Sayı: 2.

DOWLING, G. R.and Staelin Richard. (1994), A Model of Perceived Risk and Intended Risk-handling Activity. *Journal of Consumer Research*, Vol.21,No:1, June, pp.119-134.

DURSUN, Yener (2012), Tüketicilerin Algıladıkları Risklerin Azaltılmasında Pazar Ekspertlerinin Rolü. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 5 / Ekim 2012 - Mart2013 ss.219-234.

ERBAŞ, Emre (2011), Satın Alma Karar Sürecinde Algılanan Risk: Paket Turlara Yönelik Bir Uygulama. T.C. Erciyes Üniversitesi SBE İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı. Yüksek lisans Tezi.

GÖL, Hakan (2014), Deloitte Türkiye Danışmanlık Direktörü Hakan Göl Röportajı. Perakendede Mobil Etkinin Yükselişi, Akıllı Telefonların Mağazacılığa Etkisi. <http://www2.deloitte.com/tr>

HACIOĞLU DENİZ Müjgan (2011), Markalı Ürün Tercihlerinin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi. Sosyal Siyaset Konferansları / Journal of Social Policy Conferences Sayı/Issue:61–2011.2.243–268.

HOUSTON, M. J. ve M. L. Rothschild (1977), A Paradigm for Research on Consumer Involvement, 11-46. ciltler/Wisconsin working paper, Graduate School of Business, University of Wisconsin-Madison.

İÇLİ ETİ Gülnur (2002), İnternette Alışverişte Tüketicinin Algıladığı Risk ile Riski Azaltıcı Stratejiler ve Bir Uygulama. Marmara Üniversitesi SBE Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul

İNALTEKİN Erol (2004), Tüketicilerin Satın Alma Kararlarında Algılanan Riskin Rolü "Özel Markalı Ürünler Üzerine Bir Çalışma. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü SBE Pazarlama ABD Yüksek Lisans Tezi.

İSLAMOĞLU, A. Hamdi ve Remzi Altunışık. (2013), Tüketici Davranışları. İstanbul: Beta.

JACOBY, J., and L. Kaplan (1972). The Components of Perceived Risk. *Advances in Consumer Research*, 3: 382–383.

KAPLAN, L.B., Jacoby, J., Szybillo, G. (1974), Components of Perceived Risk in Product Purchase: a cross-validation, *Journal of Applied Psychology*, 59:287-291

KARABULUT A. Naci (2013), Tüketicilerin Algılanan Risk Değişkeni Karşısında İnternette Alışveriş Yapma Eğilimlerinin Ölçülmesi: Beklenen Fayda Teorisine Karşı Beklenti Teorisi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi SBE İşletme ABD Doktora tezi.

KELEŞ, Ceyda (2011), Tüketicilerde Genetiği Değiştirilmiş Gıda Ürünleriyle İlgili Algılanan Risk Türlerinin Kulaktan Kulağa İletişim ve Satın Alma İsteğiyle İlişkisi. T.C. Çukurova Üniversitesi SBE İşletme ABD. Yayınlanmış Doktora Tezi.

KÖKSAL Y., ve Aydın E.E. (2015), Tüketicilerin Alışveriş Merkezleri Algısı Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme: Göller Bölgesi Örneği. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Cilt 11, Sayı 24, 2015, ss. 231-248

LIM, Nena (2003). Consumers' Perceived Risk: Sources Versus Consequences. Electronic Commerce and Research Applications: 2, ss.216-228.

LİU M. T., Brock J. L., Shi G. C., Chu R. and Tseng T-H. (2013), Perceived Benefits, Perceived Risk, and Trust. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 25 Iss 2 pp. 225-248.

LOVELOCK, C.H., Vandermerwe, S. and Lewis, B. (1999), Services Marketing, Essex, Pearson Education Limited, Essex.

MATTHEWS, T. and Pierce J. and Tang J. (2009), No Smart Phone is an Island: The Impact of Places, Situations, and Other Devices on Smart Phone Use, IBM Research Report. Erişim Tarihi: 12.01.2015. rj10452.pdf

MITCHELL, V.W. and Greatorex, M. (1988), Consumer Risk Perception in UK Wine Market. European Journal of Marketing, 22(9);5-15.

MITCHELL, V.W. and Greatorex, M. (1989), Risk Reducing Strategies Used in The Purchase of Wine in The UK. European Journal of Marketing, 23(9), 31-46.

MİTCHELL, V. W. and Vassos V. (1998), Perceived Risk and Risk Reduction in Holiday Purchases: A Cross-Cultural and Gender Analysis. Journal of Euromarketing, Vol.6, No.3, P. 47-79.

MOUTINHO, Luiz (2000). Strategic Management in Tourism, CABI Publishing, New York.

NART, S. ve Okutan S. (2015), Yeniliklere Uyum ve Mobil Ticaret: Tüketicilerin Mobil Alışverişe Yönlendirilmeleri Nasıl Sağlanabilir? Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt. 6, Sayı.11, s. 163-180

Madde I. NIELSEN (2012), Mobile Devices Empower Today's Shoppers In-Store and Online. <http://www.nielsen.com>

Madde II. ODABAŞI, Yavuz ve Gülfidan Barış (2002), Tüketici Davranışı. 9. Baskı, MediaCat Yayınları, İstanbul, 2002

ODABAŞI, Yavuz ve Gülfidan Barış (2007). Tüketici Davranışı. Kapital Medya Hizmetleri A.Ş. İstanbul.

ÖZER L. ve Gülpınar, S. (2005), Hizmet Sektöründe Tüketicilerin Algıladıkları Riskler: Hava Yolları Sektöründe Bir Araştırma. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Yıl: 2005 Sayı:1

- PENPECE, Dilek (2006), Tüketici Davranışlarını Belirleyen Etmenler: Kültürün Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi. (Yüksek lisans Tezi) Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi SBE İşletme ABD
- PETER, J. P. and Ryan, M. J. (1976), An Investigation of Perceived Risk at the Brand Level. *Journal of Marketing Research*, 13: 184-188.
- ROBERTSON, T. R and Zielinski, J. and Ward, S. (1984), *Consumer Behavior*, Robertson and Robertson Inc.
- SHUI, L., Chen, L. (2010), The Impact of Perceived Risk, Intangibility and Consumer Characteristics on Online Game Playing. *Computers in Human Behavior*, 26, 1607-1613.
- STONE, R. N., Mason, B. J. (1995), Attitude and Risk: Exploring The Relationship. *Psychology and Marketing*, 12(2), 135-153.
- STONE, R.N. and Grønhaug K. (1993), Perceived Risk: Further Considerations for the Marketing Discipline. *European Journal of Marketing*, Vol. 27 Iss 3 pp. 31-50
- ROTHSCHILD, M. L. and Houston M. J. (1977), The Consumer Involvement Matrix: Some Preliminary Findings," in *Contemporary Marketing Thought*, ed. B. Greenberg and D. Bellenger. Chicago: American Marketing Association, 95-8.
- ROSELİUS, Ted (1971), Consumer Rankings of Risk Reduction Methods. *Journal of Marketing*, Vol.35, No.1, January , pp. 56-61.
- SEÇER, İsmail (2013), *Spss ve Lisrel ile Pratik Veri Analizi*. Anı Yayıncılık
- SCHİFFMAN, Leon G and Leslie Lazar Kanuk (1987), *Consumer Behavior*. Third Edition. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall
- SCHİFFMAN, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk (2000), *Consumer Behavior*. Seventh Edition, Upper Saddle River, NJ
- SCHİFFMAN, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk (2004), *Consumer behavior*. Pearson Prentice Hall, 8th Edition, Upper Saddle River, NJ, 2004
- SHETH, J. N. and Venkatesan, M. (1968), Risk-Reduction Processes in Repetitive Consumer Behavior. *Journal of Marketing Research*, 5: 307-310.
- SJÖDİN, Henrik (2007). Uh-oh, Where Is Our Brand Headed? Exploring the Role of Risk in Brand Change. *Advances in Consumer Research*, 34: 49-53
- SMİTH, Aaron (2013), In-store Mobile Commerce During the 2012 Holiday Shopping Season. Pew Research Center's Internet and American Life Project Washington, D.C. 20036.

STONE, R. N. and Grønhaug K. (1993), Perceived Risk: Further Considerations for the Marketing Discipline. *European Journal of Marketing*. Vol. 27 Iss 3 pp. 39-50

STONE, R., and Mason, B. (1995), Attitude and risk: exploring the relationship. *Psychology and Marketing*. 12, 2.

SIMCOCK, P., Sudbury, L. ve Wright, G. (2006), Age, perceived risk and satisfaction in consumer decision making: A Review and Extension. *Journal of Marketing Management*, 22: 355-377.

SWEENEY J.C., Soutar G.N. and Johnson L. W. (1999), The role of perceived risk in the quality-value relationship: A study in a retail environment. *Journal of Retailing*. Volume 75, Issue 1, Spring 1999, Pages 77-105. ISSN:022-4359. New York University

TECHBARGAINS (2012), Mobile Holiday Shopping Survey. <http://www.techbargains.com/survey/mobile-holiday-shopping>

TDK (Türk Dil Kurumu), (2011), <http://www.tdk.gov.tr>

TSIROS, M. and Heilman, C.M. (2005), The Effect of Expiration Dates and Perceived Risk on Purchasing Behavior in Grocery Store Perishable Categories, *Journal of Marketing*: 69 (2), 114-129.

WALLACE R. Y. and Morris Y. J. (2010), The Effects of Risk Reducing Strategies on Consumer Perceived Risk And on Purchase Likelihood. *British Food Journal*. Vol. 112 Iss 3 pp. 306-322.

WILLIAMS, D. Wells. and David Prensky (1996), *Consumer Behaviour*. John Wiley and Sons Inc., Canada.

YENİÇERİ, T., Yaraş E. ve Akın, E. (2012), Tüketicilerin Riskten Kaçınma Düzeylerine Göre Sanal Alışveriş Risk Algısı ve Sanal Plansız Tüketim Eğilimlerinin Belirlenmesi. *International Journal of Economic And Administrative Studies*: 9, ss. 145-164

YEUNG, R., M.W. and Morris, J. (2001), Consumer Perception Of Food Risk In Chicken Meat. *Nutrition and food science*, 31, 270.

YÜCE, Alpaslan (2014). Perakendecilik Sektöründe Tüketicilerin Algıladıkları Riskler: Süpermarketlerde Bir Uygulama. *Ekev Akademi Dergisi*. Yıl: 18 Sayı: 58

ZİKMUND, W. and Scott J. A. (1973), Multivariate Analysis of Perceived Risk, Self Confidence and Information Sources. S. Ward, P. Wright (Eds.), *Advances in Consumer Research*, Vol. 1, Association for Consumer Research, Urbana, IL; 1973. p. 406-416.

Yapısal Eşitlik Modellemesi İle Yaşam Memnuniyeti Ölçeğinin Geliştirilmesi; Sivas İli Örneği

Doç. Dr. Yalçın KARAGÖZ
Cumhuriyet Üniversitesi
İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü
ykaragoz01@hotmail.com

Ali AĞBEKTAŞ
ali_agabektas@hotmail.com

Özet: Bu çalışmada amaç; Sivas halkının gelecekte memnuniyet derecelerini belirleyecek, yaşam memnuniyeti ölçeğini geliştirmektir. Vatandaşların gelecekte beklentilerinin bilinmesi, yöneticilerin stratejilerini belirlemesi açısından önemlidir. Yaşam memnuniyeti ölçeğinin, vatandaşlar tarafından değerlendirilmesi, yöneticilerin verecekleri hizmetlerinde, isabetli kararlar verilmesini, hizmet kalitesinin ve vatandaş memnuniyetinin artmasına neden olacaktır. Yaşam memnuniyeti ölçeğinin geliştirilmesinde, yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Önce açıklayıcı faktör analizi uygulanarak faktörler belirlenmiş, sonrada bulanık faktörlere doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Veriler 2015 yılında, Sivas ilindeki 980 kişiye, yüz yüze anket uygulanarak elde edilmiştir. Vatandaşlara 37 sorudan oluşan bir anket uygulanmıştır. Analiz SPSS 23 (AMOS 23) paket programıyla yapılmış ve elde edilen verilerin analizinde 4 boyut ve 20 sorudan oluşan bir ölçek elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yapısal Eşitlik Modellemesi, Yaşam Memnuniyeti.

The Development of the Life Satisfaction Scale with Structural Equation Modeling

Abstract: The aim of this study is to develop a life satisfaction scale which could determine satisfaction levels of Sivas people about the future. Knowing expectations of citizens about the future is important for governors in determining their strategies. Evaluation of the life satisfaction scale by the citizens will help governors to make correct decisions in their services and give

rise to increase in service quality and citizen satisfaction. Structural equation modeling was used to develop life satisfaction scale. Factors are determined first by explanatory factor analysis and then confirmatory factor analysis is applied to these factors. Data is obtained from the face-to-face surveys applied to 980 citizens in Sivas province in 2015. A survey of 37 questions was applied to the citizens. Analysis is made with SPSS 23 (AMOS 23) package software and with this analysis a scale is obtained with 4 dimensions and 20 questions.

Keywords: *Structural Equation Modeling, Life Satisfaction.*

Giriş

Refah kavramının iki temel ögesi olan mutluluk ve yaşam memnuniyeti kavramları ile ilgili ilk çalışmalar 20.yy'ın ilk dönemlerinde şekil almaya başlamıştır. II. Dünya Savaşı'ndan sonra basit küresel araştırma anketleri kullanılarak insanların mutluluğu ve yaşam memnuniyeti ile ilgili bilgiler toplanmaya başlanmıştır. Bu çalışmaların en bilinenleri Amerika Birleşik Devletleri tarafından yapılan "Euro-Barometre" araştırmasıdır. OECD tarafından hazırlanan "Yaşam Kalitesi Endeksi" de yaşam memnuniyeti ve mutluluk algısı ile ilgili olarak yapılan en önemli çalışmalardan birisidir. Türkiye'de de 2003 yılından beri TÜİK tarafından "Yaşam Memnuniyeti Araştırması" yapılmaktadır. (Kutlar ve diğ., 2013: 146).

Yaşam memnuniyeti konusu günümüzde sosyoloji, psikoloji, felsefe ve edebiyat gibi sosyal bilimler alanlarında incelenmektedir. Ayrıca bu konu iktisat ve tıp alanlarının da çalışma konularından biri olmaktadır. (Kartal ve diğ., 2015:482). Yaşam memnuniyeti, insanın mutluluğu ile ilgili kavramlardan öznel iyi oluşun bilişsel yönünü temsil etmektedir. Öznel iyi oluş, kişinin yaşamını bilişsel ve duygusal olarak değerlendirmesi olarak tanımlanmaktadır. (Tuzgöl Dost, 2007:133).

Bir zihin hali olarak yaşam memnuniyeti, bireyin kendi yaşam kalitesini bütünüyle değerlendirmesi sonucunda ulaştığı olumluluk derecesi anlamına gelmektedir. Aynı zamanda yaşam doyumu olarak da ifade edilebilen memnuniyet ve haz içeren yaşam memnuniyeti, bireyin sürdürmekte olduğu yaşamından ne kadar hoşlandığını ifade etmektedir. Anamlı bir yaşama sahip olma, yaşamdan zevk alma, yaşamdaki uğraşının fazla olması gibi faktörlerin yaşam memnuniyeti ile ilişkili olduğu görülmüştür (Kümbül Güler ve diğ., 2006:131). Bradley ve Corwyn (2004) yaşam memnuniyetini; bireyin hem temel ihtiyaçlarını karşılaması hem de amaçladığı hedeflerine ulaşması" şeklinde tanımlamışlardır. Bu perspektiften bakıldığında daha fazla hedefe ulaşmak insanın yaşam memnuniyetinin artmasına katkı sağlayacaktır. (Frijns, 2010:9). Ancak bazen bir kişinin yaşam kalitesiyle hayatından duyduğu memnuniyet her

zaman paralellik göstermeyebilir. Örneğin; bir kişi zengin, güçlü ya da popüler olabilir ancak mutlu değildir. Ya da bir kişi fakir, güçsüz veya yalnız olabilir ama hayatından memnundur. (Veenhoven, 1996:3).

Yaşam memnuniyeti ve mutluluk kavramları birbirleri yerine kullanılabilir. Özellikle yaşam memnuniyeti araştırmaları için yapılan anketlerde kişilere “bir bütün olarak yaşamınızı düşündüğünüzde ne kadar mutlusunuz?” sorusunun sorulması bunun en açık örneğidir. Bu anketlerin genel amacı ise; kişilerin genel mutluluk düzeylerinin, çevrelerindeki kişilerden, kamu hizmetlerinden, sosyal hayatlarından memnuniyet seviyesinin ve yaşam kalitelerinin test edilmesidir. Böylece, insanların yaşamlarına etki eden faktörleri de belirlemek mümkün olmaktadır.

1967’de Warner Wilson “genç, sağlıklı, kaliteli bir eğitim almış, iyimser, inatçı, zeki ve evli insanların daha mutlu olduğunu tespit etmiştir. Wilson’un yapmış olduğu bu çalışmadan günümüze kadar geçen sürede yapılan çalışmalar artmış, araştırma metotları gelişmiştir. Yaşam memnuniyeti ile ilgili çoğu faktör belirlenmiş olsa da demografik özelliklerin bu faktörlerin içindeki payı çok azdır. Bu da araştırmaları mutluluğun psikolojik nedenlerini araştırmaya yöneltmiştir (Diener ve diğ., 1999: 276). Ayrıca mutlu insanlar, negatif olaylara daha az odaklanmaktadır, diğer insanları sevmeye daha fazla eğilimlidir ve çevrelerine mutlu olmayı teşvik etmektedir.

1. Araştırmanın Amacı

Vatandaşların istek ve beklentilerini karşılamak için, yaşam memnuniyetini etkileyen faktörlerin bilinmesi, yaşam memnuniyetini yükseltmek için neler yapılması gerektiğinin de bilinmesine sebep olacaktır. Bu sebeple, yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak, yaşam memnuniyetini belirleyici bir ölçek amaçlanmaktadır. Bu ölçekle, yaşam memnuniyeti ile ilgili problemler ve çözüm yolları ortaya konularak, yaşam memnuniyetinin artırılması için, hizmet verenlere bir rehber hazırlanmış olacaktır.

2. Materyal ve Metot

2.1. Verilerin Normalliği, Güvenilirliği ve Geçerliliği

Büyük örneklem verilerinde (Pragmatik bilim adamlarına göre $n > 100$ ve daha duyarlı bilim adamlarına göre $n > 400$) test sonuçları normallik şartının sağlanmadığını gösterse de bunun pratikte çok fazla bir önemi yoktur. Böyle bir durumda histogram, kutu grafiği ve normal olasılık grafikleri incelenir. Dağılım normale yakın bir özellik gösteriyorsa, p değerinde normallik koşulunun sağlanmaması çok fazla önemli değildir (Şencan, 2005: 196). Bu çalışmada, veri sayısı 980’dir.

Verilerin güvenilirliğini ve geçerliliğini belirlemek için, anketteki bütün maddeler için yapılan güvenilirlik testinde, Cronbach Alpha değeri 0,879 bulunduğu için, verilerin güvenilirliği çok yüksektir. Ayrıca yapısal geçerlilik analizi için öncelikle açıklayıcı (explanatory) faktör analiz yapılmış ve ayırt edici geçerlilik için de doğrulayıcı (confirmatory) faktör analiz yapılmıştır (Bollen, 1989).

2.2. Materyal

Çalışmanın kapsamını Sivas ili merkez ilçesinde bulunan tüm yerleşim yerlerindeki hane halkları oluşturmaktadır. Kurumsal nüfus olarak tanımlanan okul, yurt, otel, çocuk yuvası, huzurevi, hastane ve hapishanede bulunanlar ile kışla ve ordu evlerinde ikamet edenler kapsamamıştır. Veriler 2015 yılında, Sivas ilindeki 980 vatandaşa yüz yüze anket uygulanarak elde edilmiştir. Sekaran'a göre ana kütlelerin 10.000.000 olması durumunda örneklem büyüklüğünün 384 olması yeterlidir (Sekaran, 2000: 285; Altunışık ve diğ., 2005: 127). Veri toplamada tabakalı örnekleme kullanılmıştır. Bu çalışmada, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yapılan 2013 yılı hane halkı yaşam memnuniyeti araştırması anket verileri kullanılmıştır. Veriler SPSS 23 (AMOS 23) Paket programı ile analiz edilmiştir (SPSS programı, Cumhuriyet Üniversitesi Kampüsü Lisanslıdır).

2.3. Metot

Analizde temel olarak yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Yapısal eşitlik modellemesi psikoloji, sosyoloji, eğitim araştırmaları, siyasal bilimler, pazarlama vb. araştırmalarında kullanılan bir tekniktir (Dow ve diğ., 2008: 106). Temel olarak faktör analizi ve regresyon analizinin birleşimidir. Teorik modele göre oluşturulan tahmini kovaryans matrisinin, gözlenen verilerin kovaryans matrisine uygunluğunu test eder (Hox ve Bechger, 1995: 356). Yapısal eşitlik modellemesini, diğerinden ayıran iki temel özellik vardır (Hair ve diğ., 1998: 584): birincisi, çoklu ve karşılıklı bağımlı ilişkiler tek bir analizde test edilir. Yani, bütün ilişkiler aynı anda test edilir. İkincisi, gösterge değişkenlerinin mükemmel olarak ölçülemeyeceği kabul edilir ve göstergelerin hata varyansları da hesaplamalara dâhil edilir.

2.4. Yapısal Eşitlik Modellemesi

Yapısal eşitlik modellemesi psikoloji, sosyoloji, eğitim araştırmaları, siyasal bilimler, pazarlama vb. araştırmalarında kullanılan bir tekniktir (Dow ve diğ., 2008: 106). Temel olarak faktör analizi ve regresyon analizinin birleşimidir. Teorik modele göre oluşturulan tahmini kovaryans matrisinin, gözlenen verilerin kovaryans matrisine uygunluğunu test eder (Hox ve Bechger, 1995: 356). Yapısal eşitlik modellemesini, diğerinden ayıran iki temel özellik vardır (Hair ve diğ., 1998: 584): birincisi, çoklu ve karşılıklı bağımlı ilişkiler tek bir analizde test

edilir. Yani, bütün ilişkiler aynı anda test edilir. İkincisi, gösterge değişkenlerinin mükemmel olarak ölçülemeyeceği kabul edilir ve göstergelerin hata varyansları da hesaplamalara dâhil edilir.

Yapısal eşitlik modellerinin bilimsel çalışmalarda çokça kullanılıyor olmasının temel nedeni, verilen bir modeldeki gözlenen değişkenlere (hem bağımlı hem bağımsız) ilişkin ölçüm hatalarını açıkça hesaba katan bir yöntem olmasından kaynaklanmaktadır. Yapısal eşitlik modellerinin aksine, geleneksel regresyon analizinde açıklayıcı değişkenlerdeki olası ölçüm hataları göz ardı edilmektedir. Bu nedenle de regresyon analizi sonuçları yanlış ve yanıltıcı sonuçlar verebilmektedir. Ölçüm hatalarının üstesinden gelmesinin yanı sıra yapısal eşitlik modelleri ayrıca araştırmacıların çok değişkenli kompleks modeller geliştirmesi, tahmin etmesi ve test etmesine de olanak sağlamakta ve verilen modeldeki değişkenlerin direkt ve dolaylı etkilerini de dikkate almaktadır. Direkt ve dolaylı etkilerin kombinasyonu açıklayıcı değişkenin bağımlı değişken üzerindeki toplam etkisini ortaya koymaktadır (Bayram, 2013: 1)

YEM, sahip olduğu bazı özellikler bakımından klasik çok değişkenli istatistiksel yöntemlerden farklılaşmaktadır. İlk olarak YEM, diğer istatistiksel yöntemlerden farklı olarak, keşfedici bir yaklaşım yerine, doğrulayıcı bir yaklaşımı benimsemektedir. Dolayısıyla YEM'in dışındaki birçok istatistiksel yöntem veri seti üzerindeki ilişkileri keşfetmeye çalışırken; YEM, kuramsal olarak varlığı kurulmuş olan ilişkilerin veri ile uyumunu doğrulamaktadır. Bu haliyle YEM'in, hipotez testleri için diğer yöntemlerden daha başarılı olduğu söylenebilir. İkinci olarak geleneksel çok değişkenli yöntemler ölçüm hatasının hesaplanması ya da düzeltilmesi için herhangi bir yeteneğe sahip değilken; YEM, hata hesaplamalarında oldukça net sonuçlar ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, geleneksel yöntemler ölçüm hatalarını ayrı ayrı ele alırken, YEM tüm çözümlenemelerde ölçüm hatalarını açıkça hesaba katmaktadır. Üçüncü olarak, geleneksel yöntemler analizlerde sadece gözlemlenebilen değişkenler üzerinden işlem yapabilirken; YEM, aynı model içerisinde hem gözlenebilen hem de gözlenemeyen değişkenler üzerinden test yapabilmektedir. Son olarak, günümüzde, hem gözlenen hem gözlenemeyen değişkenlerin aynı anda test edilebildiği, doğrudan ve dolaylı çoklu ilişkilerin ya da ardışık dolaylı ilişkilerin ölçülebildiği YEM'den daha iyi veya daha çok kabul gören bir metot bulunmamaktadır. Tüm bu özellikler ise YEM'i, günümüzde oldukça popüler bir yöntem haline getirmiştir. (Meydan ve Şeşen, 2015:1).

Yapısal eşitlik modelleri; yol analizi, doğrulayıcı faktör analizi, yapısal eşitlik (regresyon) ve gizli büyüme eğrisi modelleri olmak üzere dört başlık altında incelenebilir. Bu çalışmada doğrulayıcı faktör analizi kullanılacaktır.

2.5. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Önceden oluşturulan bir model aracılığıyla gözlenen değişkenlerden yola çıkarak gizli değişken (faktör) oluşturmaya yönelik bir işlemdir. Genellikle ölçek geliştirme ve geçerlilik analizlerinde kullanılmakta veya önceden belirlenmiş bir yapının doğrulanmasını amaçlamaktadır. Çok sayıda gözlenen veya ölçülen değişken tarafından temsil edilen gizli yapıları içeren, çok değişkenli istatistiksel analizleri tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi, açıklayıcı faktör analizi ile belirlenen faktörlerin, hipotez ile belirlenen faktör yapılarına uygunluğunu test etmek üzere yararlanılan faktör analizidir. Açıklayıcı faktör analizi, hangi değişken gruplarının hangi faktör ile yüksek düzeyde ilişkili olduğunu test etmek için kullanılırken, belirlenen k sayıda faktöre katkıda bulunan değişken gruplarının bu faktörler ile yeterince temsil edilip edilmediğinin belirlenmesi için doğrulayıcı faktör analizinden faydalanılır (Aytaç ve Öngen, 2010: 16). Özetle, yapısal eşitlik modellerinde teoride var olan kavramsal model, veri yardımı ile test edilmeye çalışılır. Doğrulayıcı faktör analizi, genellikle ölçek geliştirme ve geçerlilik analizinde kullanılır ve önceden belirlenmiş bir yapının doğruluğunu belirlemeyi amaçlar.

Doğrulayıcı faktör analizinde modeller; birinci-düzy (first-order), ikinci-düzy (second-order), üçüncü-düzy, dördüncü-düzy, ..., yüksek-düzy (higher-order) olarak ele alınmaktadır.

2.6. Uyum indeksleri

Önceden belirlenen modellerin (predefined), veriyi ne kadar iyi açıkladığı uyum istatistikleri ile belirlenir. Modellerin uyumunu test eden birden fazla uyum istatistiği (fit statistic) vardır. Bu uyum istatistikleri, ileri sürülen modellerin parametreleri ile örnek verilerden elde edilen istatistiklerin uygunluğunu test etmektedirler. Eğer model verilere uymuyorsa reddedilir. İleri sürülen model reddedilemiyorsa model gözlenen verilerin altında yatan nedensel yapıyı açıklama yeteneğine sahiptir (Özdamar, 2010: 251-252).

Ki kare testi ile modelin genel uyumuna bakılır. Model uyumunun belirlenmesinde, başlangıç uyum indeksi olarak ki-kare uyum iyiliği indeksine (chi-square goodness of fit) bakılır. Ki-kare testi veriyle model arasındaki uyumun testidir. Ki karenin anlamlı olmaması ve $CMIN/DF = \chi^2/sd \leq 5$ olması modelin uyumluluğunu gösterir. Ki kare uyum iyiliği indeksi ile birlikte, Artırmalı Uyum İndeksi (Incremental Fit Index, IFI), Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index, CFI), Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation, RMSEA), İyilik Uyum İndeksi (Goodness Of Fit Index, GFI), Ortalama Hataların (Kalıntıların) Karekökü (Root Mean Square Residual, RMR) de sık kullanılmaktadır. Aşağıda, uyum değerleri ve uyum aralıkları özetlenmiştir (Schermelleh Engel ve diğ., 2003).

Model Uyum Kriteri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2 Uyum testi	$0,05 < p \leq 1$	$0,01 < p \leq 0,05$
CMIN/SD	$\chi^2 / sd \leq 3$	$\chi^2 / sd \leq 5$
IFI	$0,95 \leq IFI$	$0,90 \leq IFI$
CFI	$0,97 \leq CFI$	$0,95 \leq CFI$
RMSEA	$RMSEA \leq 0,05$	$RMSEA \leq 0,08$
GFI	$0,90 \leq GFI$	$0,85 \leq GFI$
RMR	$0 < RMR \leq 0,05$	$0 < RMR \leq 0,08$

Analizlerde hangi uyum indekslerinin değerlendirileceğine dair kesinlik yoktur. Bununla birlikte genel olarak ki-kare, CMIN/DF, CFI, GFI, RMSEA vb. indeksi değerleri verilmektedir.

2.7. Açıklayıcı (Exploratory) Faktör Analizi

Özellikle psikoloji, sosyal bilimler, eğitim bilimleri, siyaset bilimi ve uluslararası ilişkiler, iktisat, iktisadi kalkınma ve şehircilik, sosyoloji, biyoloji, jeoloji, tıp, işletmecilik (piyasa araştırması, özellikle tüketici ve reklam araştırmalarında) gibi alanlarda, birimlerin çok sayıdaki birbirleriyle ilişkili özellikleri arasında, birlikte ele alınabilen, birbirleriyle ilişkisiz fakat bir oluşumu (olayı, fenomeni) açıklamakta yararlanılabilecek olanlarını bir araya toplayarak (gruplayarak) yeni bir isimle faktör olarak tanımlamayı sağlayan, yaygın kullanımı olan bir yöntemdir (Kline, 1993: 1; Tavşancıl, 2002: 47; Karagöz, 1991: 20-21; Özdamar, 2002: 235). Açıklayıcı faktör analizi; çok sayıda değişkeni, belirli gruplara ayırarak, grup içindeki değişkenler arasındaki ilişkiyi maksimum, gruplar arasındaki ilişkiyi ise minimum yaparak, grupları yeni değişkenlere dönüştüren bir analiz türüdür. Oluşturulan bu yeni değişkenlere faktör adı verilir. Açıklayıcı faktör analizi ile değişkenlerin sayısı azalmaya ve değişkenler arası ilişkilerden faydalanılarak yeni yapılar ortaya çıkartmaya çalışılır.

Açıklayıcı faktör analizinde; verilerin çoklu normal dağılımdan gelip gelmediğini belirlemek Bartlett Testi (Bartlett Test of Sphericity) yapılır. Verilerin çoklu normal dağılımdan gelme varsayımlarının sağlanması için significance (olasılık) değerinin 0,05'ten küçük olması gerekir (Akgül ve Çevik, 2003:428; Hair ve diğ., 1998:374). Veri yeterliliğini belirlemek içinde Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) testi yapılır. KMO testinde bulunan değer 0,50'nin altında ise kabul edilemez, 0,50 zayıf, 0,60 orta, 0,70 iyi, 0,80 çok iyi, 0,90 mükemmeldir (Sharma, 1996: 116; Tavşancıl, 2002: 50; Altunışık ve diğ., 2005: 217; Nakip, 2003: 408-409). Rotasyon yöntemleri içinde varimax, quartimax equamax, en yaygın kullanılanlardır. Bu çalışmada varimax yöntemler tercih edilecektir. Varimax

yöntemi ile basit yapıya ve anlamlı faktörlere ulaşmada faktör yükleri matrisinin sütunlarına öncelik verilir. Bu yöntemle daha az değişkenle faktör varyanslarının maksimum olması sağlanacak şekilde döndürme yapılır (Tavşancıl, 2002: 50). Ayrıca, varimax olmadan faktör skor katsayılarına ulaşmak mümkün olmamaktadır (Nakip, 2003: 413).

Açıklayıcı (AFA) ve doğrulayıcı (DFA) faktör analizlerinin karşılaştırılması: Açıklayıcı faktör analizi; çok sayıda değişkeni, belirli gruplara ayırarak, grup içindeki değişkenler arasındaki ilişkiyi maksimum, gruplar arasındaki ilişkiyi ise minimum yaparak, grupları yeni değişkenlere dönüştüren bir analiz türüdür. Oluşturulan bu yeni değişkenlere faktör adı verilir. Açıklayıcı faktör analizi ile değişkenlerin sayısı azalmaya ve değişkenler arası ilişkilerden faydalanılarak yeni yapılar ortaya çıkartmaya çalışılır. Faktör analizi ile değişkenlerin sayısı azalmaya ve değişkenler arası ilişkilerden faydalanılarak yeni yapılar ortaya çıkartmaya çalışılır.

Açıklayıcı faktör analizinde, değişkenler arası ilişkilerden faydalanılarak faktörler ortaya çıkarılırken, doğrulayıcı (confirmatory) faktör analizinde, oluşturulmuş faktörlerin doğruluğu test edilir. Yani, doğrulayıcı faktör analizi; açıklayıcı faktör analizi ile elde edilen faktörler ile değişkenler arasında yeterli düzeyde ilişki olup olmadığı, faktörler birbirinden bağımsız olup olmadığı, belirlenen faktörlerin orijinal yapıyı açıklamakta yeterli olup olmadığı, değişkenler faktörler arasında doğru ilişki kurulup kurulmadığı test edilir.

Açıklayıcı (keşfedici, exploratory) faktör analiz ile değişkenler arasındaki ilişkiler göz önüne alınarak faktörler belirlenir. Doğrulayıcı faktör analizinde ise değişkenler arasındaki ilişkiler, daha önce belirlenmiş bir model ya da hipotez ile test edilir.

Açıklayıcı faktör analizi, yeni oluşturulan ölçeklerin güvenilirliğini ve yapı geçerliğini test eder. Ölçekteki gözlenen değişkenler arasındaki ilişkilerden faydalanarak, gözlenemeyen daha az faktörle ifade edilen bir yapıya ulaşmayı amaçlamaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi ise daha önce ortaya çıkarılmış yapıların, araştırmanın yapıldığı örnekleme de benzer olup olmadığını test eder.

3. ANALİZ VE BULGULAR

Verilere önce açıklayıcı faktör analizi uygulanarak faktörler belirlenmiş ve sonrada bulunan faktörlere doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır.

3.1. Açıklayıcı Faktör Analizinin Bulguları

37 soruluk anket verilerine açıklayıcı faktör analizi uygulanmış ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 1. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Testi.		,906
Bartlett'in Küresellik Testi	Approx. Chi-Square	12133,334
	Df	630
	Sig (Olasılık)	,000

KMO katsayısı 0,906 olduğundan sonuç mükemmeldir. Bu sebeple, araştırmadaki örnek büyüklüğü yeterlidir. $p(\text{olasılık}) = 0,000 < 0,01$ olduğundan Bartlett'in küresellik testi sonucunun anlamlı olması, faktör analizinin yapılabirliğini teyit etmektedir. Açıklayıcı faktör analizi ile oluşturulan faktörlerde, rotasyon yöntemi olarak varimax yöntemi tercih edilmiştir. Aşağıdaki dönüşümlü faktör yükleri (rotated component matrix) tablosunda verilmiştir.

Tablo 2. Dönüşümlü Faktör Yükleri (Rotated Component Matrix)

Faktör 1: Gelir ve İş Memnuniyeti	
Hane halkı gelirinizden duyduğunuz memnuniyet düzeyi	,860
İşinizden duyduğunuz memnuniyet düzeyi	,544
Hane halkı gelirinizin hane halkı ihtiyaçlarını karşılama durumu	,840
Faktör 2: Kişisel İlişkilerden Memnuniyet	
Akraba ilişkilerinizden duyduğunuz memnuniyet düzeyi	,732
Arkadaş ilişkilerinizden duyduğunuz memnuniyet düzeyi	,763
Komşuluk ilişkilerinizden duyduğunuz memnuniyet düzeyi	,740
İşyeri ilişkilerinizden duyduğunuz memnuniyet düzeyi	,671
Faktör 3: Belediye Hizmetlerinden Memnuniyet	
Belediyenin yol yapım hizmetinden duyduğunuz memnuniyet düzeyi	,631
Belediyenin yaşam ve yoksullara hizmetinden duyduğunuz memnuniyet	,674
Belediyenin sergi, festival, konser hizmetinden duyduğunuz memnuniyet	,711
Belediyenin meslek edindirme kurslarından duyduğunuz memnuniyet	,665
Belediyenin temizlik hizmetlerinden duyduğunuz memnuniyet düzeyi	,715
Belediyenin çöp ve çevresel atık toplama hizmetinden memnuniyet	,687
Belediyenin yeşil alan hizmetinden duyduğunuz memnuniyet düzeyi	,676
Belediyenin sağlık, spor merkezi olanakları hizmetinden memnuniyet	,775
Belediyenin toplu taşıma hizmetinden duyduğunuz memnuniyet düzeyi	,623
Faktör 4: Ülkenin Geleceğinden Memnuniyet	
Beş yıl sonrası için Türkiye'deki ekonomik duruma ilişkin değişim beklentiniz	,808
Beş yıl sonrası için kamu hizmetlerindeki değişim beklentiniz	,794
Beş yıl sonrası için Türkiye'de devletin şeffaflığı açısından değişim beklentiniz	,826
Beş yıl sonrası için Türkiye'nin dünyadaki saygınlığı açısından değişim beklentiniz	,805

Elde edilen rotasyonlu (dönüşümlü) faktör yüklerine göre ölçek, 20 soruyu içeren 4 faktörden oluşmuştur. Faktörlerdeki maddelerin taşıdıkları anlam dikkate alınarak, faktörlere isim verilmiştir.

3.2. Doğrulayıcı Faktör Analizinin Bulguları

Açıklayıcı faktör analizi ile belirlenen faktörlere, doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir. Analiz, maksimum olabilirlik yöntemi ile yapılmıştır.

Model uyumu (model fit) için, model ile veri arasındaki uyumu test ederken, uyum iyiliği testlerinden birkaçı kullanılabilir gibi, hepsinin de kullanılması tercih edebilir (Schumacker, 2006: 120). Bu uyum iyiliği istatistiklerinden hangisinin kullanılacağına dair literatürde tam bir uzlaşma bulunmamaktadır (İlhan ve diğ., 2014: 30-31). Model uyumu (model fit) için genel olarak bakılan değerler; χ^2/df , GFI, CFI, IFI, RMR ve RMSEA değerleridir. Raporlanan değerler araştırmacının dikkat çekmek istediği değerlere göre değişebilmektedir. Oluşturulan model ile ilgili uyum değerleri aşağıda verilmiştir.

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Standart model	46	743,394	164	,000	4,533
Doymuş Model	210	,000	0		
Bağımsız Model	20	6603,332	190	,000	34,754

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Standart model	,074	,916	,892	,715
Doymuş Model	,000	1,000		
Bağımsız Model	,390	,391	,326	,353

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Standart model	,887	,870	,910	,895	,910
Doymuş Model	1,000		1,000		1,000
Bağımsız Model	,000	,000	,000	,000	,000

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Standart model	,065	,060	,069	,000
Bağımsız Model	,199	,195	,204	,000

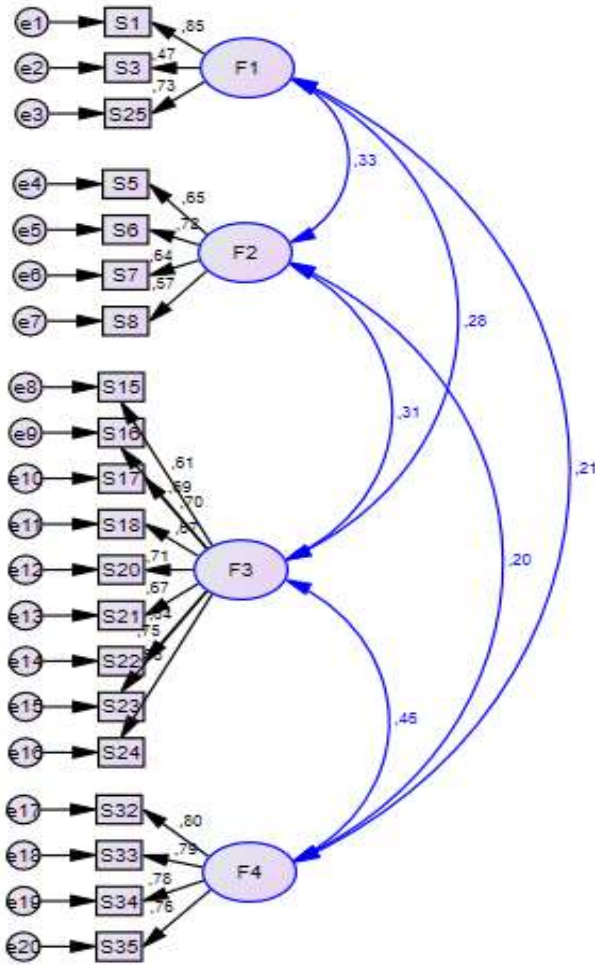
$\chi^2 / df = 4,533 < 5$, $RMR = 0,074 < 0,08$, $0,085 < GFI = 0,916$, $0,90 < IFI = 0,910$, $0,90 < CFI = 0,910$, $RMSEA = 0,065 < 0,08$ uyum değerlerine göre model, verilere mükemmel uyum göstermektedir. Dolayısıyla, açıklayıcı faktör analizi ile bulunan memnuniyet ölçeğinin geçerliliği, doğrulayıcı faktör analizi ile de teyit edilmiştir.

Aşağıdaki tabloda standardize edilmiş regresyon katsayıları (standartized regression weights) verilmiştir. Regresyon değerleri, gözlenen değişkenlerin, gizli değişkenleri tahmin etme gücünü, yani faktör yüklenimlerini gösterir. Aşağıdaki her ikili ilişki için “p” değerleri 0,01’ten küçük olduğu için, faktör yüklenimleri önemlidir. Faktör yüklenimlerinin önemli çıkması maddelerin, faktörlere doğru yüklendiği göstermiştir. Ayrıca, regresyon katsayıları oldukça yüksek çıkmıştır.

Tablo 3. Standardize Edilmiş Regresyon Katsayıları

Standardize Edilmiş Regresyon Katsayıları			Tahmin
S25	<---	F1	,734
S3	<---	F1	,468
S1	<---	F1	,846
S24	<---	F3	,559
S23	<---	F3	,746
S22	<---	F3	,637
S21	<---	F3	,667
S20	<---	F3	,709
S18	<---	F3	,670
S17	<---	F3	,704
S16	<---	F3	,694
S15	<---	F3	,612
S8	<---	F2	,572
S7	<---	F2	,643
S6	<---	F2	,720
S5	<---	F2	,654
S35	<---	F4	,761
S34	<---	F4	,777
S33	<---	F4	,790
S32	<---	F4	,795

Doğrulayıcı faktör analizi ile elde edilen modelin diyagramı aşağıda verilmiştir.



Sonuç ve Öneriler

Yaşam memnuniyeti ile ilgili ilk çalışmalar, belirgin olarak 20.yy'ın ilk dönemlerinde başlamıştır. Bu çalışmaların en bilinenleri Amerika Birleşik Devletleri tarafından yapılan "Euro-Barometre" ve OECD tarafından hazırlanan "Yaşam Kalitesi Endeksi" de yaşam memnuniyeti ve mutluluk algısı ile ilgili olarak yapılan en önemli çalışmalardan birisidir. Türkiye'de de 2003 yılından beri TÜİK tarafından "Yaşam Memnuniyeti Araştırması" yapılmaktadır. (Kutlar

ve diğ., 2013: 146). Bu çalışmada; Sivas ilinde toplanan verilerle, yaşam memnuniyeti belirleyebilecek bir ölçek geliştirilmiştir. Ölçeği geliştirebilmek için, yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Önce açıklayıcı faktör analizi uygulanarak faktörler belirlenmiş, sonrada bulunan faktörlere doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır.

Açıklayıcı faktör analizi elde edilen rotasyonlu (dönüşümlü) faktör yüklerine göre ölçek, 20 soruyu içeren 4 faktörden oluşmuştur. Faktörlerdeki maddelerin taşıdıkları anlam dikkate alınarak, faktörlere isim verilmiştir.

Açıklayıcı faktör analizi ile belirlenen faktörlere, doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Elde edilen **model uyum (model fit)** değerlerine göre model, verilere mükemmel uyum gösterdiği belirlenmiştir. Dolayısıyla, açıklayıcı faktör analizi ile bulunan memnuniyet ölçeğinin geçerliliği, doğrulayıcı faktör analizi ile de teyit edilmiş ve bulunan ölçeğin yaşam memnuniyetini ölçmede kullanılabilmesine karar verilmiştir.

Bu çalışmanın içeriğinin geliştirilmesi, ülke geneline yaygınlaştırılması, daha kaliteli bir ölçeğin elde edilmesi açısından önemlidir.

Akın, Şentürk (2012) tarafından yapılan çalışmada bireylerin mutluluk düzeylerinin yıllar itibarıyla değişimini incelemişlerdir. 2007 yılı Avrupa Yaşam Kalitesi Anketi aracılığıyla elde edilen ikincil veriler kullanılarak yapılan çalışmanın sonucunda ise mutluluk düzeyinin yıllara göre sosyo-demografik özellikler açısından farklı olabileceği, ancak temelde benzer sonuçlar verdiği görülmüştür.

Kutlar, Işık ve Torun (2013) tarafından yapılan çalışmada Türkiye'nin üç farklı şehrinde kadınların refah düzeyini belirleyen faktörler lojistik regresyon yöntemiyle analiz edilmiştir. TÜİK tarafından hazırlanan yaşam memnuniyeti araştırmalarından da yararlanılarak 36 sorudan oluşan bir anket refah göstergesi olarak kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda ise illerin farklı kültürel yapıya ve farklı gelişmişlik düzeylerine sahip olması nedeniyle elde edilen sonuçlar illere farklılık gösterdiği bulunmuştur.

Bülbül, Giray (2012) tarafından yapılan çalışmada iş ve özel yaşam memnuniyeti arasındaki ilişki yapısının doğrusal olmayan kanonik korelasyon analizi yapılmıştır. Çalışmada TÜİK Yaşam Memnuniyeti Anket verileri (2008) kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda ise; iş yaşamı ve özel yaşam arasındaki ilişki %66 olarak hesaplanmıştır.

Çevik, Korkmaz (2014) çalışmalarında, Türkiye'de yaşam doyumu ve iş doyumu arasındaki ilişkiyi iki değişkenli sıralı probit model analizi ile incelemişlerdir. TÜİK Yaşam Memnuniyeti Araştırması Anket verileri (2011) verilere kullanılarak yapılan çalışmanın sonucunda ise; elde edilen bulgular teorik yaklaşımlardan saçılma etkisini doğrulamış ve iş doyumunun yaşam doyumunu arttırdığı gözlemlenmiştir.

Kümbül Güler, Emeç (2006) çalışmalarında; yaşam memnuniyetinin akademik başarıda iyimserlik etkisini araştırmışlardır. Araştırma kapsamında iyimserlik yönelimi, yaşam memnuniyeti, genel not ortalaması, aylık hane halkı geliri, aylık kişisel harcama miktarı, bölümden duyulan memnuniyet, geleceğe yönelik işsizlik beklentisi, ikamet durumu, kız/erkek arkadaşının olması, dini inanç ve genel demografik bilgilerin elde edilebileceği bir anket Regresyon Analizi ve En Küçük Kareler Yöntemi ile analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda ise; iyimserlik ile yaşam memnuniyetinin birbiri ile ilişkili olduğu ancak iyimserlik ile akademik başarı ile ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Dudak vd, (2006) çalışmalarında, Kayseri il merkezinde yaşlıların mediko-sosyal sorunlarını belirlemeyi ve hayattan memnuniyetlerini etkileyen faktörleri tespit etmeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın sonucunda ise; yaşlıların günlük aktivitelerinde güçlük çektikleri ve yardıma muhtaç oldukları tespit edilmiştir. Aynı zamanda sosyoekonomik ve sağlık durumu iyi olan yaşlıların hayattan daha fazla memnun oldukları sonucuna varılmıştır.

KAYNAKÇA

AKGÜL, Aziz ve Osman Çevik (2003) "İstatistiksel Analiz Teknikleri", Emek Ofset, Ankara.

ALTUNIŞIK R., R. Coşkun, S. Bayraktaroğlu ve E. Yıldırım (2005) "Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri", Sakarya Kitabevi, Sakarya.

AYTAÇ, Mustafa ve Burcu Öngen (2012), "Doğrulayıcı Faktör Analizi İle Yeni Çevresel Paradigma Ölçeğinin Yapı Geçerliliğinin İncelenmesi". İstatistikçiler Dergisi 5, s.14-22.

BAYRAM, Nuran (2013), "Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş", Ezgi Kitabevi Yayınları, Ankara.

BOLLEN, Kenneth A. (1989), "Structural Equations with Latent Variables" Wiley Interscience Publication, J. Wiley & Sons: New York

DİENER, E., E.M. Suh, R.E. Lucas ve H.L. Smith (1999), "Subjective Well-Being: Three Decades of Progress", American Psychological Association, Inc. Vol. 125, No. 2, s.276-302.

DOW, K.E., C. Jackson, J. Wong ve R.A. Leitch (2008), "A Comparison Of Structural Equation Modeling Approaches: The Case Of User Acceptance Of Information Systems" Journal Of Computer Information Systems, Summer.

FRIJNS, Michiel (2010), "Determinants of Life Satisfaction". Maastricht University School of Business and Economics Academic Year 2009/2010 Master of Science in International Business Concentration: Organisation Final Thesis.

HAİR, J.F., R.E. Anderson, R.L. Tahtam ve W.C. Black (1998), "Multivariate Data Analysis" Prentice Hall International Inc., New Jersey.

HOX, J.J. ve T.M. Bechger (1995), "An Introduction to Structural Equation Modeling" Family Science Review, 11.

İLHAN, Mustafa ve Bayram Çetin (2014), "LISREL ve AMOS Programları Kullanılarak Gerçekleştirilen Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Analizlerine İlişkin Sonuçların Karşılaştırılması", Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi, Cilt 5, Sayı 2.

KARAGÖZ, Suat (1991), "Faktör Analizi Tekniği Kullanarak üniversite Öğrencilerinin gazete tercihinde Etkin Faktörlerin Belirlenmesi", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

KARTAL, S.E., R. Yirci ve T.Y. Özdemir (2015), "Öğretmenlerde Algılanan Örgütsel Destek Düzeyi İle Yaşam Memnuniyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 24, s.477-504.

KLİNE, Paul (1994), "An Easy Guide To Factor Analysis" Routledge, London.

KUTLAR, A., T.T. Işık ve P. Torun (2013), "Kadının Yaşam Memnuniyetini Belirleyen Faktörler: Adıyaman, Isparta, Kocaeli Örneği", Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 14, Sayı 2, s.145-159.

KÜMBÜL GÜLER, Burcu ve Hamdi Emeç (2006), "Yaşam Memnuniyeti ve Akademik Başarıda İyimserlik Etkisi", Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 21, Sayı 2, s.129-149.

MEYDAN, Cem Harun ve Harun Şeşen (2015) "Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları", Seçkin Yayınevi, Ankara.

NAKİP, Mahir (2003) "Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar", Seçkin Yayıncılık, Ankara.

ÖZDAMAR, Kazım (2002), "Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi" Kaan Kitabevi, Eskişehir.

ÖZDAMAR, Kazım (2010) "Pasw ile Biyoistatistik" Kaan Kitabevi, Eskişehir.

SCHERMELLEH ENGEL, K., H. Moosbrugger ve H. Müller (2003) "Evaluating The Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures", Methods of Psychological Research Online, Vol. 8, No.2, s.23-74.

SCHUMACKER Randall E. (2006) "Conducting Specification Searches With Amos", Structural Equation Modeling, 13(1).

SEKERAN, Uma (2003). "Research Methods for Business: A Skill Building Approach", 4th Edition, John Wiley, New York.

SHARMA, Subhash (1996), Applied Multivariate Techniques, Jhonn Wiley & Sons Inc.; 116, New York.

ŞENCAN, Hüner (2005) "Güvenilirlik ve Geçerlilik" Seçkin Yayınevi, Ankara.

TAVŞANCIL, Ezel (2002), "Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi" Nobel Yayıncılık, Ankara.

TUZGÖL DOST, Meliha (2007), "Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Doyumunun Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi", Pamukkale Üniversite Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 22, Sayı 2, s.132-143.

VEENHOVEN, Ruut (1996) "The Study of Life Satisfaction, Comparative Study of Satisfaction with Life in Europe", Eötvös University Press.

Position Approach and The Examining of Its Validity Within The Scope of Developing Strategy and Creating Competitive Advantage: A case of Turkey

Doç.Dr. Şaban ESEN
Bartın Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü
sabanesen@bartin.edu.tr

Arş. Gör. Gizem TOKMAK
Bülent Ecevit Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü
gizem.tokmak89@hotmail.com

Abstract: *One of the success indicators of a company is its competitive advantage against the other companies. Even though there have been so many approaches being developed under the frame of strategic management in order to make the companies gain competitive advantage, many researchers gather under the same roof of position approach and resource based approach. In addition to which of these approaches is more effectual in terms of the companies' gaining competitive advantage argued in literature, the opinion providing that these two approaches are supplementaries of each other is also accepted. In this research, it was aimed whether the position approach's assumptions were valid in Turkey or not. Fortune 100 Turkey companies were chosen for the research's scope, and the companies' net rate of returns in 2013 indicating the companies' success indicator were taken as the dependent variable. These companies' fields of activity were taken as independent variables for the research. The data was analysed by using One Way ANOVA supplied by SPSS 22 package program. The findings promote the validity of the position approach assumptions in Turkey.*

Keywords: *Position Approach, Competitive Advantage, Strategic Management*

Strateji Geliştirme ve Rekabet Avantajı Yaratmada Pozisyon Yaklaşımı ve Bu Yaklaşımın Türkiye'de Geçerliliğinin Sorgulanması

Özet: *Bir işletmenin başarı göstergelerinden biri, diğer işletmelere karşı sahip olduğu rekabet avantajıdır. İşletmelere rekabet avantajı kazandırma noktasında stratejik yönetim kapsamında pek çok yaklaşım geliştirilmiş olmasına rağmen,*

çoğu araştırmacı pozisyon yaklaşımı ve kaynaklara dayalı yaklaşım çatısı altında birleşmektedir. Şirketlerin rekabet avantajı elde etmesi noktasında bu iki yaklaşımdan hangisinin daha geçerli olduğu literatüre tartışılabilen bir olgu olmakla birlikte bu iki yaklaşımın birbirinin tamamlayıcısı olduğu görüşü de çoğu araştırmacı tarafından kabul edilen bir görüştür. Bu araştırmada pozisyon yaklaşımı varsayımlarının Türkiye’de geçerliliğinin sorgulanması hedeflenmiştir. Araştırma kapsamında Fortune 100 Türkiye listesindeki şirketler yer almakta olup bu şirketlerin 2013 net karlılık oranları, şirketlerin başarı göstergeleri olarak düşünüülüp araştırmanın bağımlı değişkeni olarak alınmıştır. Şirketlerin faaliyet alanları ise bağımsız değişken olarak alınmıştır. Veriler, SPSS 22 paket programı yardımıyla Tek Yönlü ANOVA testi kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar, pozisyon yaklaşımı varsayımlarının Türkiye’de geçerliliğini doğrular niteliktedir.

Anahtar Kelimeler: Pozisyon Yaklaşımı, Rekabet Avantajı, Stratejik Yönetim

Introduction

With the occurrences of development in the field of strategic management in 1980s, the scientific studies about this field have been accelerated. The base of these scientific studies comprise of two points of views called “position approach” and “resource based approach” developed by De Witt and Meyer (1999). Position approach analyses a company’s field of activity, in other words, it analyses “the industry”, and adopts “from outside to inside” point of view. On the other hand, resource based approach analyses the resources of a company and a company itself and adopts “from inside to outside” point of view. The two approaches have become very effective tools for companies during the process in which the strategic management field have gained a scientific characteristics (Coşkun, 2007; Barca, 2007:22; Erol and İnce, 2012:100).

An effective strategic management is substantial for the companies which requires to gain competitive advantages. Competitive advantage is demonstrated as an important reason creating profit differences among the companies. The issue of what constitutes the reason of competitive advantage of a company is the analytical part of strategic management discipline. The issue has also provided the development of the approaches about strategic management including position approach and resource based approach (Erol et al., 2013; Seviçin, 2006). Some researchers support resource based approach by attributing a company’s success to the company’s internal factors, while some other researchers support position approach by attributing the company’s

success to external factors. The recent studies indicate that the two approaches should be equally taken into account by the companies (Barca and Esen, 2012). In this research, it was aimed to reveal that the principles of the position approach were valid and applicable in Turkey's business environment.

1. Literature Review

1.1. Strategy and Strategic Management

Chandler (1962:5) defines the concept of strategy as determining the long term purposes of a company, realising the purposes and assigning the resources needed within the company. Over time, the concept of strategy was developed by the researchers (such as De Witt, Meyer, Porter, Wernerfelt, Prahalad and Hamel) having different point of views. For instance; according to the researchers considering that gaining advantage in the industrial environment is the key of success for a company, the concept of strategy means a business theory providing a superior performance to a company. In the term when the competitive advantage became important, the concept of strategy was defined as the functions and methods applied by the companies in the way of their resources and capabilities to gain competitive advantage for the long term development of the company (Nothnagel, 2008:14).

Strategic management is a process of regulating the relationships of a company with its environment and effectively usage of its resources to gain competitive advantage agaisnts the competitors (Drucker, 1999). The companies struggling in the industry have to perform strategically since the strategic behavior is the main concept of strategic management. In other words, the main issue of the strategic management is about how successful a company can be in the changing competitive environment (Erol, 2013). In that vein, in order to survive from an unstable competitive environment, companies have to gain competitive advantage.

1.2. Competition in The Level of Business and Industry

The concept of competition is identified as the effort of one or more than one company to overtower by increasing its efficiency and effectiveness by targeting an identified consumer group. The competitive power of a company contributes a competitive advantage to the company in the harsh conditions of competition (Koç and Özbozkurt, 2014).

For some companies, competitive power means productivity, the quantity of value added for unit production, and the increasing rate of the added values, while for some companies, competitive power means the possibility of becoming convinced of the buyers by the companies from the whole alternatives (Gürpınar and Sandıkçı, 2008:106).

Competitive power can be in national and industrial levels as it can be in business level. The competitive power in business level is identified as the capability of a company to produce with lower cost than its domestic and international competitors do, to produce more quality products than its competitors do, and to be more superior than its competitors with regards to being more attractive by doing some tactics such as performing diversification in the product and service lines (Ada et al., 2008:57). On the other hand, competitive power in industrial level is identified as the innovation production capability of an industry field in the equal or superior efficiency level according to its competitors which is compatible with the necessities of the international market standards and demands (Markusen, 1992:8). For an industry to be considered to be competitive, the industry should have competitive companies in both regional and international levels (McFetridge, 1995:11).

1.3. Approaches to Develop Competitive Advantage

According to Porter (2000:26), a company should develop a general formula about which kind of politics should be followed in order to develop a competitive strategy. Due to the fact that the aim of a competitive strategy is to find out the best place for a company to defend itself against the competitive powers in the industry, it becomes necessary for a company to investigate the market where it exists before it develops a strategy.

During the development process of a product or a service, a company should constitute a position by basing on not only the internal dynamics of the company, but also the competitive situation and external risks (Ginter et al., 1998:143-145). In that vein, companies should find a place that they can defend themselves according to the dynamics determining the competition in the industry revealed by Porter (1998).

Figure 1. Powers Affecting Competition in an Industry (Porter's Five Forces)



Resource: Porter, Michael E. (1998); On Competition, Harvard Business School Press.

According to Porter (1998), a competition in an industry depends on the forces including threat of new entrants, bargaining power of suppliers, bargaining power of buyers, threat of substitute products or services and rivalry among existing competitors; and the power extracting from the summation of the forces determines the industry's ultimate profit potential. Thus, it becomes possible to interpret the competition intensity. In the fields where the five forces indicated in Figure 1 are weak, companies gain high return while they gain low return in the fields where the five forces are strong.

Although researchers develop a lot of approaches in order to develop competitive advantage, almost all researchers gather under two approaches which are "position approach" emphasizing on external factors, and "resource based approach" emphasizing on internal factors (Mckiernan, 1997:795; Sanchez ve Heene, 1997:304).

1.4. Position Approach

Position approach is an approach known as "from outside to inside" emphasizing on positioning by being affected by the environmental forces within the industry. The approach comprises of two dimensions including industry attraction and competition position within the industry, but the two dimensions do not determine the competition strategy themselves. Although the industry attraction occurs when the five forces militate in favor of a company, it is

considered that the competitive strategies including cost leadership, differentiation and focus strategies indicated by Porter should also be applied by the company (John, 1993).

Position approach is based on industry organization which is known as a dimension of micro economics. The approach alleges that the environment where a company exists has a great effect on the company. Thus, the industry analysis is considered as a starting point for strategic analysis, and it is very related to industry attraction and the relative position of the company in the industry (Porter, 1998:4). In other words, according to Porter (1998), the reason of success or failure of companies is related to the industry structure that they perform in and the positions that they take against their competitors (Barca, 2002: 30).

1.5. Resource Based Approach

Due to the fact that Porter's approach was considered insufficient in explaining the profit differences between companies, new approaches were needed to support the relationship between industry structure and profitability (Grant, 1991:117). Thus, "from outside to inside" approach occurred alleging that the main reasons of profitability were the internal factors of a company such as resources and core competencies (Mckiernan, 1997:795). The approach explaining the performance differences between companies is known as resource based view. Resource based approach states that the reason of success or failure of a company depends on the internal factors of the company such as resources, core competencies and capabilities (Barca, 2002:30).

According to resource based approach, tangible and intangible factors pertaining to a company provide the company to develop successful competitive strategies (Hrebiniak and Joyce, 2002:6). In that vein, the tangible resources of a company comprise of the factors including facilities, customers, products and personnels (Warren, 1998:4). On the other hand, the intangible resources of a company comprise of the factors including the proficiencies and capabilities of the personnels, organization culture, reputation, brands, and the relationships with the suppliers of the company (Phelan, 1996).

1.6. Differences between Position Approach and Resource Based Approach

Researchers (Dobson et al., 2004:2; De Witt and Meyer, 1999; Hamel and Prahalad, 1996:35, Bresser, 1988:308) identified the differences between

the two approaches with regard to several points. Table 1 demonstrates the points where the approaches differ from each other:

Table 1: Differences Between Position Approach and Resource Based Approach

Position Approach (From Outside to Inside)	Resource Based Approach (From Inside to Outside)
<i>With Regard to Strategic Thinking:</i> It is a way of thinking transferred from upwards to downwards, and worked on by the supervisors.	<i>With Regard to Strategic Thinking:</i> It is a way of thinking making easier the organization's capabilities in terms of responding to the business environment, focusing on management processes, lower-structured.
<i>With Regard to Strategy Development Process:</i> Firstly, comprehensive plans are made, then the plans are pursued.	<i>With Regard to Strategy Development Process:</i> Strategy is shaped over time, thus the companies are not in need of comprehensive plans, instead of this, shorter-termed and divided plans are pursued.
<i>With Regard to Strategic Alteration:</i> It adopts radical alteration requiring a short term and breaking the status quo.	<i>With Regard to Strategic Alteration:</i> It adopts an evolutionist conversation that occurs slowly and demonstrating a revolutionist characteristics in terms of its consequences.
<i>With Regard to Taking The Point of Resource Base:</i> It suggests to change resource base after obtaining an advantageous position in the market by determining the environment as a starting point.	<i>With Regard to Taking The Point of Resource Base:</i> It suggests selecting alternatives in the environment according to the resource base by determining the resource base as a starting point.
<i>With Regard to The Strategy in the Level of Business:</i> It is in the thought of synergy construction by the way of related and unrelated diversification strategy.	<i>With Regard to The Strategy in the Level of Business:</i> It is in the thought of responsiveness stating the capability of welcoming the competitive demands in the right time and place.

Resource: Dobson, P., K. Starkey, and J. Richards (2004); Strategic Management: Issues and Cases, Blackwell Publishing, Australia; De Witt, B. and R. Meyer (1999); Strategy: Process, Context, West Publishing, New York; Hamel, G. and C.K. Prahalad (1996); Strategies for Winning the Future and Catching the Control of Future Markets and the Industry, İnkılâp Publishing, İstanbul; Bresser, R. K. F. (1998); "Matching Collective and Competitive Strategies," Strategic Management Journal, Volume 9, Number 4, p. 375-385.

Although positioning approach and resource based approach differ from each other in some points, there are some debates in the literature about whether the approaches are supplementaries or alternatives of each other. For instance; Barca and Esen (2012:106) state that the approaches can be the supplementaries of each other. On the other hand, De Toni and Tonchia (2003:957) made some suggestions about the combination of the approaches which they entitled as "industrial organization" and "capability theory". In consequence, the common point where the supporters of the approaches gather in states that the approaches do not only explain the performance differences between the sectors, but also explain the performance differences between the businesses. According to Erol et al. (2013), the fact is the main reason why the approaches have been debated for a long time.

2. Methodology

The aim of this study is to reveal whether the net rate of returns of the companies in Fortune 100 list differ according to their fields of activity. In that vein, it was aimed to reveal whether the principles of position approach could be applied to the companies in Turkey. In the literature, there are researches mainly focused on revealing which approach is mostly preferred by the companies. For instance; Erol et al. (2013) determined that İSO 1000 companies mostly preferred position approach's principles while developing strategy; they also came to some supportive consequences indicating that the factors constituting the industry played an important part in the performances of the companies.

The population of this research consists of the companies in Fortune 100 Turkey 2013 list. As this research includes all the companies in the list, there were applied no sampling method for this research. The data collected from the subject companies were analysed by using One Way ANOVA test.

Although there are some researches come to the conclusion that remarkable and long termed profitability differences exist between the industries, the researches are mostly about a comparison of the internal business factors and sectoral factors (McGhan, 1992; Barca, 2002; Wernerfelt and Montgomery, 1988; Rumelt, 1991). The contribution and importance of this study is to determine whether the sectoral differences create any significant differences on the companies' net rates of returns in terms of Turkey.

2.1. Hypothesis of the Research

The hypothesis of the research was developed as H_1 indicated below:

H_1 : The fields of activity of the companies in Fortune 100 Turkey list create statistically meaningful differences on the net rate of returns of themselves. To test the hypothesis, One-Way ANOVA Test was applied by using SPSS 22 package program.

2.2. Findings

The population of the research comprises of the companies in Fortune 100 Turkey list. The companies were indicated according to their fields of activity and the means of the net rate of returns in Table 2 below:

Table 2: Descriptive Statistics for Fortune 100 Turkey 2013Companies

Fields of Activity of the Companies	N	Mean (Net Rate of Returns)	Std. Dev.	Std. Error
Petrol and Derivatives Production Distribution	11	,1115	,000	,000
Energy	6	,0531	,000	,000
Construction Contract	8	,1295	,000	,000
Retail Commerce	5	-,0311	,000	,000
Vehicles Production and Maintenance	6	,0710	,000	,000
Metal Casting	9	,0765	,000	,000
Industrial Food Production	6	-,0050	,000	,000
Motor Vehicle and Service	5	,0340	,000	,000
Chemical Materials	5	,0449	,000	,000
Agricultural Milk and Meat Production	4	-,0114	,000	,000
Bulk Food and Beverages	4	,0230	,000	,000
Others	31	,0473	,000	,000
Total	100	,0542	,04145	,00415

Table 2 indicates that 11 companies operate in petrol and derivatives production and distribution industry, 6 companies operate in energy industry, 8 companies operate in construction contract industry, 5 companies operate in retail commerce industry, 6 companies operate in vehicles production and maintenance industry, 9 companies operate in metal casting industry, 6 companies operate in industrial food production industry, 5 companies operate in motor vehicles and service industry, 5 companies operate in chemical material industry, 4 companies operate in agricultural milk and meat production industry, 4 companies operate in bulk food and beverage industry, and 31 companies operate in the other industries. It was revealed that the construction contract industry had the highest net rate of return. Besides, petrol and derivatives production and distribution industry was found as the field of activity which have the second highest net rate of return. On the other hand, vehicles production and maintenance industry and metal casting industry were found as the fields of activity which had the third and the fourth highest net rate of return subsequently. Retail commerce industry and agricultural milk and meat production industry were found as the fields of activity which had the lowest net rate of return proving that the industries made loss.

Table 3: One Way ANOVA Test Results

Net Rate of Return

	Sum of Squares	sd	Mean Square	F.	Sig.
Between Groups	,170	11	,015	2,867E+32	,000
Within Groups	,000	88	,000		
Total	,170	99			

Table 3 indicates that sig. value is below 0,05, which means that H_1 hypothesis cannot be rejected. In other words, within the confidence level of %95, the fields of activity of the companies create statistically meaningful differences on the net rates of return of the companies in Fortune 100 Turkey list. To understand which fields of activity statistically meaningfully differ from each other in terms of the net rates of return, Table 4 should be investigated.

Table 4: Multiple Comparisons

	Field of Activity	Field of Activity	Gap Between Means	Std. Error	Sig.
Tamhane's T2	Construction Contract Industry¹⁴	Petrol and Derivatives Production Distribution	,01800	,000	,000
		Energy	,07640	,000	,000
		Retail Commerce	,16060	,000	,000
		Vehicles Production and Maintenance	,05850	,000	,000
		Metal Casting	,05300	,000	,000
		Industrial Food Production	,13450	,000	,000
		Motor Vehicle and Service	,09550	,000	,000
		Chemical Materials	,08460	,000	,000
		Agricultural Milk and Meat Production	,14090	,000	,000
		Bulk Food and Beverages	,10650	,000	,000
		Others	,08220	,000	,000

Table 4 indicates that the construction contract industry which has the highest rate of net profit statistically meaningfully differs from the other industries in terms of net rates of return. In other words, the each fields of

¹⁴The reason why the construction contract industry was chosen as a comparison tool is that the industry was determined to have the highest net rate of return over the other industries in 2013.

activity of the companies in Fortune 100 Turkey 2013 list differ from each other in terms of net rate of return¹⁵.

Conclusion

Position approach depends on the argument alleging that the industries do not provide the equal profit potential, and the long term profitability rates of companies can differ according to the industries that they perform in. In other words, the structure of the industry where the companies perform in becomes the determinant of the industry profitability. Thus, to explain the differences among the companies, the structures of the industries that they perform in and the characteristics of the structures should be investigated. For instance; the fields of activity showing the characteristics that they have the high barriers of entrances, a few companies inside, high level of product differentiation, and low level of demand elasticity are considered as the fields of activity which have more profitability potential than the other fields of activity have (Porter, 1998).

In this study, the construction contract industry was determined as the field of activity which had the highest rate of net profitability. When the dynamics of the industry was investigated, it was determined that the industry's development speed in 2013 was %7,1, and the share of the industry in GDP was %4,1. It was also determined that consumer confident index of the industry increased in 1,38 percent and reached to the rate of %74,97 in 2013.

Although the industry has some disadvantageous characteristics including easy entrance and exit, high bureaucratic barriers, high numbers of companies (INTES, 2015), it is a remarkable result that the industry was determined as an industry which had the highest net rate of return. On the other hand, when the dynamics of retail commerce industry determined as having the lowest rate of net profitability in the study were investigated, it was determined that the industry took place in the seventh row of Europe in terms of population and consumption expenses, and the industry were evaluated as the industry which had the most development potential within the countries in the region (IZTO, 2015). Nevertheless the industry was found as the industry making loss in the study, and the results should be probed in that vein.

¹⁵Net rates of return of the companies in Fortune 100 Turkey 2013 list obtained by using the formula taken from the book of Çabuk and Lazol (2004). The net rates of return of the companies were calculated by dividing the companies' net profit for the year to the net sales declared in the annual reports of the companies.

This research indicates that there are significant profitability differences between the industries. This result is compatible with the results revealed by Porter (1985) showing that there were significant and systematic differences between the industries. Porter (1985) found the results indicating that pharmaceutical industry became more profitable than iron steel industry for 20 years in the USA. According to Porter, the structure of the industries creates the subject profitability difference among the industries.

The results of this study promotes the principles of position approach. Also, according to the results of the study, position approach principles can be valid in Turkey. In the future researches, the effects of the other external and internal dynamics including property conditions, manager characteristics, legal characteristics, and free float conditions of the businesses on the net profitability, in other words, success performance of the businesses in Turkey can also be investigated by probing the principles of resource based approach as well.

REFERENCES

- ADA, E., K. Venture, B. Aracıoğlu, İ. Savaşçı and Y. Kazançoğlu (2008), "The Process of SME's on Competitive Power and E-Commerce: A Model Proposal," *Ege Academic View Journal*, Volume 8, Number 1, p. 53-68.
- BARCA, Mehmet (2002), *Strategic Management Approaches: Synergy Effect in Building Competitive Advantage*, Beta Publishing and Delivery, İstanbul.
- BARCA, M. (2007), "Pursuing the Scientific Improvement in the Field of Strategic Management," *15th National Management and Organization Congress Book of Papers*, 25-27, May 2007, Sakarya, p. 19-23.
- BARCA, M. and Ş. Esen (2012), "Strategic Approaches in Providing and Maintaining Competitive Advantage," *e-Journal of New World Sciences Academy*, Volume7, Number 2, p. 90-107.
- BRESSER, R. K. F. (1998), "Matching Collective and Competitive Strategies," *Strategic Management Journal*, Volume 9, Number 4, p. 375-385.

CHANDLER, A.D. (1962), *Strategy and Structure*, The M.I.T. Press, Cambridge, MA.

COŞKUN, S.Y. (2007), "The Effect of Economics Schools on Strategy Schools: Matching of Chicago-Resource Based School and Harvard-Position School," *15th National Management and Organization Congress Book of Papers*, 25-27, May 2007, Sakarya, p. 12-18.

ÇABUK, Adem and İbrahim Lazol (2004), *Financial Statement Analysis*, Çınar Publishing, Bursa.

DE TONİ, A. and Tonchia, S. (2003), "Strategic Planning and Firms Competencies: Traditional Approaches and New Perspectives," *International Journal of Operations & Production Management*, Volume 23, Number 9, p. 947-976.

DE WİTT, B. and R. Meyer (1999), *Strategy: Process, Context*, West Publishing, New York.

DOBSON, P., K. Starkey, and J. Richards (2004), *Strategic Management: Issues and Cases*, Blackwell Publishing, Australia.

DRUCKER, P. (1999), *Management Challenges for the 21st Century*. İstanbul: Epsilon Publishing.

EROL, Y. and A.R. İnce (2012), "A Comparison of Position School Approach and Resource Based Approach in terms of Competition," *Cumhuriyet University Economics and Administration Sciences Journal*, Volume 13, Number 1, p. 97-114.

EROL, Yücel, Ali Rıza İnce and Mehtap Aras (2013), "Strategic Management Approaches Preference in Turkish Industry: A Research in ISO 1000 Companies," *Business and Economics Research Journal*, Volume 4, Number 3, p. 75-92.

GİNTER, Peter M., Linda E. Swayne and W. Jack Duncan (1998), *Strategic Management*, Handbook of Health Care Management , USA: Blackwell Business, p. 117-151.

GÜRPINAR, K. and M. Sandıkçı (2008), "Diamond Model Approach of Michael E. Porter in International Competition Analysis: A Researching on the Validity of

the Model in Some Industries' in Turkey," *Selçuk University Economics and Administrative Sciences Journal*, Volume 18, p. 106-125.

HAMEL, G. and C.K. Prahalad (1996), *Strategies for Winning the Future and Catching the Control of Future Markets and the Industry*, İnkılâp Publishing, İstanbul.

HREBİÑIAK L. G., Joyce W. F. (2002), "Organizational Search: Analysis of the Factors Affecting Search in Complex Organizations," *Tuck School of Business at Dartmouth Working Paper*, Volume 2, Number 13.

JOHN, P. (1993), "On Competition, Management Decision," Volume 31, Number 6, ABI/INFORM Global.

KOÇ, Murat and Onur Basar Özbozkurt (2014), "An Evaluation of the Competitive Advantage of Nations and Diamond Model," *Business and Economics Studies Journal*, Volume 2, Number 3, p. 85-91.

MARKUSEN, J.R. (1992), "Productivity, Competitiveness, Trade Performance and Real Income: The Nexus Among Four Concepts," *Minister of Supply and Services*, Canada, p. 8.

MCFETRİDGE, D.G. (1995), "Competitiveness: Concepts and Measures," *Occasional Paper*, Number 5, Canada, p. 11.

MCKİERNAN, P. (1997), " Strategy Past; Strategy Futures. Long Range Planning," Volume 30 , Number 5, p. 790-798.

NOTHNAGEL, K. (2008), "Empirical Research within Resource-Based Theory: A Meta Analysis of the Central Propositions," Wiesbaden GWV Fachverlage GmbH.

PHELAN, S. A. (1996), "The Role of Strategic Thinking In The Analysis of Hard Investment Evaluation Problems," *International Federation for Scholarly Associations of Management*, Paris, France.

PORTER, Michael E. (1985), Technology and Competitive Advantage, *Journal of Business Strategy*, Winter, p:60-78.

PORTER, Michael E. (1998), *On Competition*, Harvard Business School Press.

PORTER, Michael E. (2000); *Competitive Strategy, Industry and Competitive Analysis Techniques*, Sistem Publishing, İstanbul.

RUMELT, R.P. (1991), "How Much Does Industry Matter?," *Strategic Management Journal*, Volume 12, p. 167-185.

SANCHEZ, R. ve A. Heene (1997), "Reinventing Strategic Management: New Theory and Practice for Competence-based Competition," *European Management Journal*, Volume 15, Number 3, p. 303-317.

SEVİÇİN, A. (2006), "Developing Competitive Strategy Based on Resource Based Approach," *Dumlupınar University Social Sciences Journal*, Volume 15, p. 109-124.

WARREN, K. (1998), "Operationalising the Impact of Competencies on the Performance of Firms' Resource Systems", London Business School, System Dynamics Group, Working Paper, Number 23.

WERNERFELT, B. (1984), "A Resource-Based View of the Firm," *Strategic Management Journal*, Volume 5, Number 2, p. 171–180.

<http://www.intes.org.tr/content/MArt-2014.pdf>, (Date Accessed: 01.06.2015).

http://www.izto.org.tr/portals/0/argebulten/perakendesekt%C3%96r%C3%9C_g%C3%96zdeev%C4%B0lm%C4%B0%C5%9E.pdf, (Date Accessed: 01.06.2015).

Güvenlik Profesyonellerinin Eğitimi: Senaryo Temelli Eğitimin (Durum Eğitimi) Polis Akademisinde Uygulanması Üzerine Analitik Bir Çalışma

Dr. Hakan Batırhan KARA

İçişleri Bakanlığı

hakanbatirhan@yahoo.com

Dr. Aykut TÖNGÜR

İçişleri Bakanlığı

atongur@yahoo.com

Özet: Bu araştırma, Türk polis temel eğitim sisteminde Senaryo Temelli Eğitim veya diğer ifadesiyle Durum Eğitimi Modelinin verimini test etmek amacıyla yarı deneysel araştırma modeliyle yapılmıştır. Araştırmanın Polis Akademisi Güvenlik Bilimleri Fakültesi'nde 2012-2013 eğitim-öğretim döneminde 2.sınıfta Polis Meslek Hukuku dersi görmekte olan iki sınıf üzerinde yapılmıştır. Bu sınıflardan birisi kontrol sınıfı olarak, diğeri ise deney sınıfı olarak seçilmiştir. Araştırmanın bağımlı değişkenleri olan bilgi, beceri ve davranışlar çoktan seçmeli test soruları ve drama gözlem formu aracılığıyla ölçülmüştür. Araştırma sonucunda elde edilen veriler "t" testi ve regresyon analizine tabi tutulmuştur. Analizler sonucunda, Senaryo Temelli Eğitim Modeli ile Polis Meslek Hukuku dersinin işlenmesi sonucunda kontrol ve deney gruplarının bilgi seviyeleri arasında bir farklılık olmadığı; beceri ve davranış kazanımında deney grubundaki öğrencilerin kontrol grubuna göre daha iyi oldukları ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yetişkin Eğitimi, Senaryo Temelli Eğitim, Durum Eğitimi, Polis Eğitimi, Drama.

Training for Law Enforcement Professionals: An Analytical Study on Scenario Based Training (Situational Training) in Turkish National Police Academy

Abstract: The purpose of this research is to test the effectiveness of the situational training model through a quasi-experimental design. The population of this study is two second grade classes at the Turkish National Police Academy Faculty of Security Science. Among these classes, one is control

group and the other is experimental group. The dependent variables are students' knowledge, competence, and behaviors. The data derived from multiple-choice tests and drama observation forms were analyzed using "t" tests and regression analysis. The findings are as follows: No significant difference was found between the control and experimental groups in terms of knowledge gained when the classic versus the Situational Training Model. However, there was a significant difference in terms of gaining competence and behaviors.

Key Words: *Adult Training /Education, Scenario Based Training, Situational Training, Police Training, Drama.*

Giriş

Sanayi devrimi sonrası öğretmen merkezli bir teorisi olan pedagoji eğitimde sorunlar meydana getirmeye başlamıştı (Knowles, 1980; Merriam, 2001; Cartor, 1990). Bu nedenle eğitim alanında yeni arayışlara gidilmiş ve sonucunda androgoji yani yetişkin eğitimi sistemi ortaya çıkmıştır. Bu yeni teoride yetişkinin benlik sahibi olduğu, yetişkinin tecrübe sahibi olduğu, yetişkinin eğitime ihtiyaç duyması gerektiği, yetişkinin öğrenmeye hazır olması, yetişkinin öğrenmeye uyum sağlaması ve yetişkinin motivasyonunun önemli olduğu kabul edilmektedir (Knowles, 1970).

Yetişkin eğitim teorisi sadece yükseköğrenim hayatını kapsayan bir model olmamış aynı zamanda polis eğitimlerinde de uygulanmaya başlamıştır. Polis eğitiminin yetişkinlere uygun öğrenme yöntemleri ile yürütülmesi konusunda yapılan çalışmalar bu yöntemlerin adaylarda bilgi, beceri ve davranış kazanımı sağlanmasını önemli görmektedir (Mitchell, 1989; Aveni, 2005; Spahic, 2005; Marion, 1998). Bu alanda Avrupa polis eğitim sistemlerine bakıldığında, yetişkinlere uygun bir sistemin var olduğu söylenebilir. Özellikle de bu eğitimlerde öne çıkan bir durum, farklı ülkelerde farklı isimlerle anılıyor olsa da, Senaryo Temelli Eğitim uygulamasının bütün bu eğitimlerin çatısını oluşturduğudur. Bu ülkeler arasında İspanya, Fransa, Almanya, Hollanda ve İsveç sayılabilir (Spahic, 2005). Buna göre, polis eğitimlerinde farklı derslerde öğrenciler bir kısım bilgi, beceri ve davranış alanlarında kazanım sağlamakta, Senaryo Temelli Eğitimde bunlara ek olarak sağlanan kazanımlar olmakta ve bütün bu kazanımla bir araya getirilmektedir. Senaryo Temelli Eğitimde öğrenciler kazanımlarını polis rolünde oynayarak sunmaya çalışmaktadır. Bu çalışmada, Senaryo Temelli Eğitim metodunun, güvenlik profesyonellerinin eğitiminde, öğrencilerin bilgi, beceri, davranış kazanımına etkisi var mıdır sorusunun cevabı araştırılmaktadır.

1. Senaryo Temelli Eğitim (Durum Eğitimi)

Türk eğitim sistemine bakıldığında Avrupa'ya çok da benzemeyen bir durum olduğu göze çarpmaktadır. Türkiye'deki polis eğitim sistemi teorik yönleri fazla, uygulama yönleri eksik bir sistem olarak tanımlanmaktadır (Polis Akademisi, 2010). Bu hali ile Türk polis eğitim sisteminin büyük ölçüde pedagojik anlayışta yürütülmeye çalışıldığı söylenebilir. Mevcut bu yapı birçok yönden eleştirilmekte ve verimsiz bulunmaktadır (Polis Akademisi, 2010; Durna, 2009; Nalbantoğlu, 2007; Çalışal, 2007). Polis eğitiminde yetişkinlere uygun öğrenme yöntemlerinin uygulanmasıyla ilgili sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır (Kurtbeyoğlu, 2012; Akın, 2011). Bu sorunun çözümü için kullanılabilir bir model olarak Senaryo Temelli Eğitim önerilmektedir (Balcı vd., 2012b). İşte bu çalışma da bu alana bir katkı sağlamak amacıyla yürütülmüştür. Literatürde bu konu hem durum eğitimi hem de senaryo temelli eğitim olarak başlıklandırılmıştır. Her iki başlık da de aynı konuyu ifade etmektedir. Bu çalışma içerisinde, yerine göre hem durum eğitimi hem de senaryo temelli eğitim ifadelerine yer verilmiştir.

Senaryo Temelli Eğitim veya diğer ifadesiyle Durum Eğitimi "...en geniş manasıyla oyuna dayalı yaklaşımların sergilendiği pratik uygulamalar olarak tanımlanabilir. Durum eğitimi katılımcılara / öğrencilere gerçek hayattaki durumlara başarılı bir şekilde karşılık verebilmeleri için teknik ve taktiklerin öğretilmesi" şeklin tanımlanmaktadır (Alsancak vd., 2012:12). Scales (2008)'e göre Senaryo Temelli Eğitim veya Durum Eğitimi, gerçeklerle ilişkili olaylar içerisinde ve gerçeğe uygun hazırlanmış uygulama ortamlarında aktivitelerle öğrenmenin gerçekleşmesidir. Yani kısacası Durum Eğitimi, teoriyle pratiğin birleştiği, teorinin uygulamalı olarak kazandırılmaya çalışıldığı ve uygulamanın anlatım yöntemine göre öne geçtiği bir eğitim modelidir.

Durum Eğitimi anlatım, drama, örnek olay, beyin fırtınası, soru-cevap, grup çalışması, gösteri ve problem yöntemlerini kullanan bir modeldir (Balcı vd., 2012b:7). Ancak Durum Eğitimi'nde kullanılan ana yöntem dramadır ve bunun için önceden senaryolar hazırlanır (Balcı vd., 2012a). Bu senaryolarda oyuncularını değerlendirmek için değerlendirme formları bulunmaktadır. Eğitici, bu formdaki maddeler ışığında öğrencilerin performansını değerlendirir.

Senaryo temelli eğitimde eğitim alanlar teorik bilgileri pratik uygulamalara dönüştürme imkanı bulabilmektedir. Bu yöntem sayesinde, gerçek dünya sınırlı imkânlar ve belli özelliklerle de olsa eğitimin verildiği ortama taşınabilmektedir. Senaryo Temelli Eğitim yöntemiyle dersler dört duvar arasına sıkışmaktan kurtulmuş olmakta öğrenci için daha merak uyandıracak, ilgi çekecek, daha uzun süre dikkatini yoğunlaştırabileceği bir hal alabilmektedir. Bu uygulamaya dönük ortam içerisinde eğitim alanlar teoriğe dayalı öğrendiklerini pratik olarak uygulayabilmekte, eksiklerini görebilmektedir. Bu yöntemle ayrıca eğitim

alanların analitik kabiliyetleri gelişmekte, yorum yapabilmekte, parçalı haldeki bilgilerini bir araya getirip anlamlı bütünler oluşturabilmekte ve değerlendirme yapma imkânı bulmaktadırlar. Tüm bunların yanında pratik uygulama içerisinde yaşadığı veya karşılaştığı ani değişim veya teorik bilgidan ayrışabilecek konularda hızlı karar verebilme yeteneği geliştirebilmekte ve farklılıklardan kaynaklanan merak ile motive olmakta, odaklanma sorunu yaşamamaktadırlar (Lynch, 2005; Salas vd., 2006; Moats, Chermack ve Dooley, 2008) .

2. Yöntem

Yapılan çalışma Polis Akademisi Güvenlik Bilimleri Fakültesi'nde 2. sınıfta verilmekte olan Polis Meslek Hukuku (PMH) dersinde denenmiş ve öğrencilerin bilgi, beceri ve davranışlarına katkısı incelenmiştir. Senaryo Temelli Eğitim yönteminin öğrencilerin bilgi, beceri ve davranış kazanımına etkisi var mıdır sorusunun cevabı araştırılmıştır. Model PMH dersi alan 11 tane 2. sınıf arasından 2 sınıf üzerinde denenmiştir. Bu amaçla 1.sınıf not ortalamaları birbirine yakın iki sınıf seçilmiştir. Bu sınıflardan birisi kontrol diğeri ise deney grubu olarak rastgele olarak atanmıştır. Kontrol grubunda 43 kişi teste tabi tutulurken, deney grubu 41 kişiden oluşmuştur. Drama yöntemi, sınıfların kalabalık olması ve Polis Akademisi idaresinden alınan izin gereği çalışmanın ders içerisinde yapılması gerektiğinden dolayı sınıftaki bütün bireyleri kapsamamıştır. Bu sebepten dolayı, drama oynatma ve sonucunda yapılan gözlemlerde her iki sınıftan da üçer kişiden oluşan beş ekip üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu denekler (her iki grup için) içerisinde 1 kişi, yabancı uyruklu öğrenciler içerisinden seçilmiştir. Deney ve kontrol grubu olarak kullanılan sınıfların bütün bireyleri erkeklerden oluşmaktadır. Bu öğrencilerin tamamı 20 yaş civarında bulunmaktadır. Ayrıca her iki sınıf mevcudu içerisinde de 5'er tane yabancı uyruklu öğrenci bulunmaktadır. Eğitim başlamadan önce her iki sınıfa da ön test kapsamında çoktan seçmeli sorular ve drama uygulanmıştır. Eğitim süreci sonunda her iki gruba da son test uygulanmıştır.

Çalışmada iki ölçme aracı kullanılmıştır. Bunlardan ilki, öğrencilerin bilgi seviyelerini ölçmek amacıyla hazırlanan, 25 sorudan oluşan çoktan seçmeli test sorularıdır. İkincisi, öğrencilerin, bilgi, beceri ve davranışlarını ölçmek amacıyla geliştirilen drama gözlem formudur. Bu form kullanılırken, öğrenciler drama yöntemiyle bir senaryoda polis olarak oynatılmıştır. Form sayesinde oyuncular üzerinde gözlem yapılmış, oyun sonunda oyuncuların geri bildirim alınmış ve forma işlenmiştir.

Araştırmanın yapıldığı gruplar araştırmacı tarafından rastgele seçilerek oluşturulamamıştır. Gruplar, Polis Akademisi yönetimine dilekçe ile yapılan başvuru üzerine verilen izin çerçevesinde iki sınıf olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın literatür taraması yapılırken hem yerli hem de yabancı kaynaklarda Durum Eğitimi ile ilgili sınırlı sayıda kaynak olduğu görülmüştür.

Araştırma sonuçları Polis Akademisi GBF’de eğitim gören 11 ikinci sınıftan iki sınıfta yapılan araştırmada elde edilmiştir. Dolayısı ile araştırma sonuçlarının evreni yansıtmaması istatistiksel olarak anlamlı olmayacaktır. Diğer taraftan araştırmanın “Bilgi” başlığı altında elde edilen verilere ait hipotezin reddedilme sebebine dair açıklayıcı bir sebep bulunmamaktadır. Araştırma sonuçları, 2012-2013 yılı eğitim-öğretim dönemi sonunda sonuçlandığı ve araştırmanın yürütüldüğü sınıflar bir üst sınıfa geçmeleri nedeniyle yeniden bu dersi almayacak olduklarından dolayı birinci hipotezin reddi ile ilgili bir çalışma yürütülemez.

Araştırmanın bir diğer sınırlılığı ise sınıfların öğrenci mevcudunun kalabalık olmasıdır. Yetişkin eğitiminde ideal sınıf ortamının 25’i geçmemesi gerekirken çalışmanın yapıldığı her iki sınıfta da 40’tan fazla öğrenci mevcudu bulunmaktadır. Araştırmada uygulanan dramalarda tamamen öğrenciler kullanılmıştır. Bu uygulamalardan yalnızca ön test ve son testteki dramalarda şüpheli şahıs rolünü eğitici üstlenmiştir. Durum Eğitimi Modelinde polisin karşısına gelen vatanadaş canlandırmaları konunun uzmanı eğiticiler tarafından yapılmalıdır ancak çalışma içerisinde bu tam olarak uygulanamamıştır. Modeli uygulayan eğitici dışında konunun uzmanı eğitici olmadığı için ön test ve son test hariç diğer dramalarda öğrenciler şüpheli şahıs rolünü oynamıştır.

Araştırmada kullanılan çoktan seçmeli test soruları sonuçları SPSS programı ile analize tabi tutulmuştur ancak bu analizler arasında güvenilirlik testi bulunmamaktadır. Çünkü hazırlanan çoktan seçmeli test soruları uygulanan ders programının hedeflerinden olan 25 farklı konuyu kapsayacak şekilde hazırlanmıştır yani her bir soru farklı bir konuyu ölçmektedir oysa ölçeklerin güvenilirliği için yapılan iç tutarlılık testleri tek bir soruya değil bir konuyu ölçen birden fazla soruya (gruba) uygulanabilmektedir (Litwin, 1995:21). Kısacası, cronbach alpha ile çalışmada gruplar haline getirilmiş soruların aynı konuyu nasıl ölçtüğü ve soruların farklı bakış açıları oluşturarak birbirini nasıl tamamladığına bakılmaktadır (Litwin, 1995:24). Bu testin yapılamaması nedeniyle soruların güvenilirliğini sağlamak amacıyla PMH dersini veren eğiticilerden faydalanılmıştır. Sorular hazırlanırken bu dersi veren eğiticilerden sorular alınmış ve alınan bu soruların içerisinden ders programının hedefi olan 25 konu ile ilgili olanlar seçilmiştir. Ayrıca, seçilen sorular dışında soru da oluşturulmuş ve hazırlanan tüm sorular bu dersi veren üç eğitime gönderilerek kontrol etmeleri istenmiştir. Bu eğiticilerce yapılan kontroller sonrasında sorulara son hali verilmiştir.

Bu çalışma, polis eğitiminde Senaryo Temelli Eğitim Modeli'nin verimliliğini test etmek amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın hipotezleri ise şunlardır:

1) Senaryo Temelli Eğitim Modeli ile eğitilen öğrenciler, klasik modelle eğitilen öğrencilere göre daha yüksek seviyede bilgi kazanımına sahip olur.

2) Senaryo Temelli Eğitim Modeli ile eğitilen öğrenciler, klasik modelle eğitilen öğrencilere göre daha yüksek seviyede beceri kazanımına sahip olur.

3) Senaryo Temelli Eğitim Modeli ile eğitilen öğrenciler, klasik modelle eğitilen öğrencilere göre daha yüksek seviyede davranış kazanımına sahip olur.

Çalışmada veri toplamak için çoktan seçmeli test ile drama canlandırması yapılmıştır. Ön test ve son testte ve de ders sürecinde kullanılan dramaların senaryoları, Eğitim Daire Başkanlığı (EDB) tarafından hazırlanan Durum Eğitimi kitaplarından uyarlanmıştır. Hazırlanan program Ekim 2012 ile Ocak 2013 tarihleri arasında haftalık iki ders saati olarak uygulanmıştır.

Dramanın senaryosu ve gözlem formu, EDB'ce hazırlanan Durum Eğitimi Eğitici El Kitabından alınmıştır. Formda toplamda 18 soru bulunmakta ve uygulanan senaryo bu forma göre ölçülmüştür. Gözlem formunda belirlenen bilgi, beceri ve davranışlara ilişkin veriler "Evet" ve "Hayır" şeklinde derecelendirilmiş bir ölçekle kaydedilmiştir. Çalışmada kontrol grubunda müfredatta öngörülen bilgiler anlatım yöntemi ile öğrencilere iletilmiştir. Deney grubunda ise çalışmanın amaçladığı bilgi, beceri ve davranışlar öğrencilere drama, anlatım, soru-cevap, grup çalışması, gösteri ve örnek olay yöntemleriyle verilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen verileri çözümlenmede SPSS 17.0 paket programı kullanılmıştır.

Araştırmada, bağımsız değişken "Senaryo Temelli Eğitim Modeli" dir. Ayrıca, bağımlı değişken üzerinde etkisi olabilecek diğer faktörleri de kontrol altında tutmak amacıyla, deney ve kontrol gruplarının 1.sınıfta almış oldukları bazı derslerin not ortalaması da kontrol değişkeni olarak analize dâhil edilmiştir. Araştırmanın, bağımlı değişkenleri "bilgi, beceri ve davranış" alanlarında öğrencilerin gösterdiği başarıdır.

3. Bulgular

Çoktan seçmeli testi oluşturan her bir soruya karşı öğrencilerin verdiği cevaplar doğru (=1) ve yanlış (=0) şeklinde kodlanmıştır. Her iki teste ilişkin, her bir öğrenci için 4 ayrı puan türü hesaplanmıştır. Bunlar, tüm sorular dikkate alınarak hesaplanan "Genel" puan ile testi oluşturan soruların "Kavram", "Birincil Yetkiler", "İkincil Yetkiler" ve "Üçüncül Yetkiler" şeklinde tasnif edilmesiyle

hesaplanan ilgili puan türleridir. Soruların bu şekilde tasnif edilmesinin sebebi (soruların tamamı zaten “genel” başlığı altında değerlendirilmiştir), farklı konu başlıkları altında sorulara bakıldığında gruplar arasında fark olup olmadığının anlaşılacak istenmesidir.¹⁶ Bu şekilde gruplandırılan soruların sonuçları ve 1. sınıf notlarına t-testi ve regresyon analizi uygulanmıştır.

Tablo 1. Çoktan Seçmeli Soruların Ön Test Sonuçlarına ait Tanımlayıcı İstatistikler

		Ortalama	Orta Değer (medyan)	Standart Sapma	Min.	Max.
Genel	Kontrol Grubu ¹	12	12	3,299	3	17
	Deney Grubu ²	11	11	11	7	16
Kavram	Kontrol Grubu	1,67	2	,865	0	3
	Deney Grubu	1,82	2	,863	1	4
Birincil	Kontrol Grubu	4,30	5	1,389	0	7
Yetkiler	Deney Grubu	4,41	4	,865	2	6
İkincil	Kontrol Grubu	2,23	2	1,324	0	6
Yetkiler	Deney Grubu	2,19	2	1,327	0	5
Üçüncül	Kontrol Grubu	1,97	2	1,079	0	4
Yetkiler	Deney Grubu	2,63	2	1,078	0	4

¹N_{kontrol} = 43

²N_{deney} = 41

Bağımsız örneklem t-testinde, aynı evren/popülasyon'dan gelen deney ve kontrol gruplarının popülasyon varyanslarının aynı olduğu varsayımı yapılır. Levene testi de deney ve kontrol gruplarının varyanslarının aynı olup olmadığını test etmektedir. Daha açık bir ifadeyle, Levene testi “iki grubun popülasyon varyanslarının eşit olduğu” null (yokluk) hipotezini test etmektedir. Buna göre, ilgili Levene testi anlamlılık değeri 0,05'ten daha büyük değerler için null hipotezi reddedilememekte, dolayısıyla popülasyon varyanslarının eşit olduğu varsayımı doğrulanmış olmaktadır. T-testi sonuçları değerlendirilirken, Levene testi anlamlılık değeri 0,05 üzerinde olan durumlarda 1. satırdaki (Eşit Varyanslar) t-testi sonuçları; anlamlılık değeri 0,05 ve altı olan durumlarda ise 2. satırdaki (Eşit Olmayan Varyanslar) t-testi sonuçları dikkate alınmalıdır (Pallant, 2006).

¹⁶ Bir konu başlığı altında gruplandırılan sorular, birbirleriyle doğrudan ilgili değildir, yani sorular aynı kavramı / değişkeni ölçmemektedir.

Tablo 2. Çoktan Seçmeli Soruların Ön Test Sonuçlarına Göre Deney ve Kontrol Grupları Arasında Anlamlı Fark Olup Olmadığını Gösteren t-testi

		Levene Testi		t-testi				
		(Varyansların Eşitliği)						
		F	p	t	SD	p	Ort. Farkı	Std. Hata
Genel	Eşit Varyanslar Varsayımı	4,78	,03	1,65	82	,10	1,04	,630
	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			1,66	76,52	,10	1,04	,626
Kavram	Eşit Varyanslar Varsayımı	,08	,76	-,82	82	,41	-,15	,188
	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			-,82	81,82	,41	-,15	,188
Birincil Yetkiler	Eşit Varyanslar Varsayımı	7,66	,00	-,44	82	,66	-,11	,253
	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			-,44	70,81	,65	-,11	,251
İkincil Yetkiler	Eşit Varyanslar Varsayımı	,13	,71	,12	82	,89	,03	,289
	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			81,79	,897	,03	,28	-,538
Üçüncül Yetkiler	Eşit Varyanslar Varsayımı	,19	,66	1,14	82	,25	,26	,235
	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			1,14	81,82	,25	,26	,235

T-testi sonuçlarına göre, genel puan türünde kontrol grubu ortalama 25 sorudan 12'sine (medyan değerine göre, Tablo 1) doğru cevap verirken, deney grubu ise ortalama 11 soruya doğru cevap vermiştir. Deney grubu ile kontrol grubu arasındaki ortalama farkı 1,04 olup (Tablo 2), aralarında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Benzer bir şekilde Kavram, Birincil Yetkiler, İkincil Yetkiler, Üçüncül Yetkiler puan türlerinde de t-testi sonuçlarına göre deney ve kontrol grupları arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı görülmüştür.

Tablo 3. Çoktan Seçmeli Soruların Ön Test Regresyon Analizi

		Bağımsız Değişkenler			R²
		Sabit	Deney Grubu	Not Ortalaması	
Genel	B	6,79	-,57	,06	,048
	Std.Hata (B)	4,457	,749	,057	
	p	,131	,446	,236	
Kavram	B	1,60	,23	,001	,017
	Std.Hata (B)	1,341	,225	,017	
	p	,237	,303	,960	
Birincil Yetkiler	B	2,71	,21	,02	,011
	Std.Hata (B)	1,802	,303	,023	
	p	,136	,482	,383	
İkincil Yetkiler	B	1,44	,04	,01	,002
	Std.Hata (B)	2,036	,342	,026	
	p	,482	,909	,694	
Üçüncül Yetkiler	B	,18	-,17	,02	,036
	Std.Hata (B)	1,687	,282	,021	
	p	,914	,552	,286	

Öğrencilerin 1.sınıftaki not ortalamalarının da dikkate alınarak yapılan regresyon analizine göre “Genel, Kavram, Birincil Yetkiler, İkincil Yetkiler, Üçüncül Yetkiler” puan türlerinde deney ve kontrol grupları arasında bir fark olmadığı anlaşılmıştır. Ayrıca çoktan seçmeli soruların ön testteki başarı üzerinde bir önceki yılın ders ortalamasının da belirleyici olmadığı (istatistiki olarak anlamlı bir sonuç bulunamamıştır) görülmüştür (Tablo 3). Ön testte, iki grup arasında anlamlı bir farkın bulunmaması istenilen bir sonuçtur, zira her ne kadar deney ve kontrol grupları oluşturulurken rastgele atama yapılmassa da, iki grubun birbirine eşdeğer olduğu konusunda delil oluşturmaktadır. Eğitim dönemi sonunda yapılan çoktan seçmeli test sınavı sonucunda elde edilen ortalama puanlar ve ilgili tanımlayıcı istatistikler Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4. Çoktan Seçmeli Test Soruları Son Test Sonuçlarına ait Tanımlayıcı İstatistikler

		Ortalama	Orta Değer (medyan)	Standart Sapma	Min.	Max.
Genel	Kontrol Grubu ¹	17	18	3,335	9	22
	Deney Grubu ²	16	17	2,225	11	21
Kavram	Kontrol Grubu	2,40	2,68	0,900	1	4
	Deney Grubu	2,63	2,83	0,633	1	4
Birincil Yetkiler	Kontrol Grubu	4,85	5	1	3	7
İkincil Yetkiler	Deney Grubu	4,92	5	1	3	6
Üçüncül Yetkiler	Kontrol Grubu	4,65	5	1,387	0	6
	Deney Grubu	4,23	4,651	1,261	2	6
Üçüncül Yetkiler	Kontrol Grubu	2,77	3	1,049	1	5
	Deney Grubu	2,63	3	,851	1	4

¹N_{kontrol} = 40, kontrol grubundaki öğrenci sayısı ön testte 43 iken, son testte iki kayıpla 41'e düşmüştür.

²N_{deney} = 38, deney grubundaki öğrenci sayısı senaryo ön testte 41 iken, son testte üç kayıpla 38'e düşmüştür.

Çoktan seçmeli soruların son testinde değerlendirilen soru gruplarına bakıldığında, "Genel" ve "Kavram" başlıkları hariç Levene testi anlamlılık değerleri 0,05 üzerinde olduğundan null hipotezi reddedilememekte, dolayısıyla popülasyon varyanslarının eşit olduğu varsayımı doğrulanmış olmaktadır. "Genel, Kavram, Birincil, İkincil ve Üçüncül Yetkiler" başlıklarına bakıldığında, deney ve kontrol grupları arasında anlamlı bir farkın olup olmadığının tespitine yönelik olarak yapılan t-testine (Tablo 4) göre iki grup arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır (Tablo 5).

Tablo 5. Çoktan Seçmeli Test Soruları Sonuçlarına Göre Deney ve Kontrol Grupları Arasında Anlamlı Fark Olup Olmadığını Gösteren T-testi

		Levene Testi (Varyansların Eşitliği)				t-testi		
		F	p	t	SD	p	Ort. Farkı	Std. Hata
Genel	Eşit Varyanslar Varsayımı	4,75	,03	,89	76	,37	,57	,645
	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			,90	68,30	,36	,57	,639
Kavram	Eşit Varyanslar Varsayımı	4,72	,03	-1,30	76	,19	-,23	,177

	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			-1,31	70,15	,19	-,23	,175
Birincil Yetkiler	Eşit Varyanslar Varsayımı	,10	,75	-,31	76	,75	-,07	,223
	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			-,31	75,97	,75	-,07	,223
İkincil Yetkiler	Eşit Varyanslar Varsayımı	,00	,99	1,37	76	,17	,41	,300
	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			1,37	75,85	,17	,41	,300
Üçüncül Yetkiler	Eşit Varyanslar Varsayımı	,778	,38	,66	76	,51	,14	,217
	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			,66	74,21	,51	,14	,215

Tablo 6. Çoktan Seçmeli Sorular Son Test Regresyon Analizi

		Bağımsız Değişkenler			R²
		Sabit	Deney Grubu	Not Ortalaması	
Genel	B	2,80	,86	,18	,149
	Std.Hata (B)	4,110	,710	,052	
	p	,498	,229	,001	
Kavram	B	-,47	,51	,03	,105
	Std.Hata (B)	1,164	,201	,015	
	p	,687	,013	,017	
Birincil Yetkiler	B	2,16	,33	,03	,048
	Std.Hata (B)	1,479	,255	,019	
	p	,147	,196	,070	
İkincil Yetkiler	B	1,69	-,07	,03	,042
	Std.Hata (B)	2,078	,359	,027	
	p	,418	,842	,158	
Üçüncül Yetkiler	B	-1,12	,23	,05	,106
	Std.Hata (B)	1,385	,239	,018	
	p	,421	,330	,006	

Çoktan seçmeli soruların son test sonuçlarına uygulanan regresyon analizine göre 1. sınıf not ortalamasının, çoktan seçmeli sorular son testteki "Genel", "Kavram" ve "Üçüncül Yetkiler" puan türüne göre başarı üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, t-testine göre herhangi bir puan türüne göre deney ve kontrol grubu arasında bir fark bulunmazken, 1. sınıf not ortalaması da modele kontrol değişkeni olarak katılmasıyla "Kavram" puan türünde deney grubunda bulunan öğrencilerin kontrol grubuna göre daha başarılı oldukları

bulunmuştur (A.D. = ,013). Regresyon analizinde, deney grubunda olup olmamanın başarı üzerindeki etkisi test edilirken modele katılan diğer değişkenin¹⁷ değeri sabit tutularak (diğer değişkenlerden bağımsız olarak) deney grubunda olmanın kontrol grubunda olmaya oranla anlamlı bir derecede daha başarılı (veya başarısız) olup olmadığı ortaya konulmaktadır. Buna göre, “Kavram” puan türünde, aynı (veya benzer) 1. sınıf not ortalamasına sahip öğrencilerden deney grubunda olanların ortalamada kontrol grubunda olanlara göre daha başarılı oldukları tespit edilmiştir.

Drama Gözlem Formu 18 ölçekten oluşmuştur. Drama Gözlem Formunu oluşturan her bir ölçüğe karşı gösterilen bilgi, beceri ve davranışlar, doğru (=1) ve yanlış (=0) şeklinde kodlanmıştır. Bu şekilde, deney ve kontrol grubundaki her bir öğrenci için drama testinde sergilediği doğrular işlenmiş ve toplam doğru sayısı hesaplanmıştır. Drama testine ilişkin her bir öğrenci için 4 ayrı puan türü hesaplanmıştır. Bunlar, drama testini oluşturan tüm sorular dikkate alınarak hesaplanan “Genel” puan ile testi oluşturan soruların “Beceri”, “Bilgi” ve “Davranış” ölçen sorular şeklinde tasnif edilmesiyle hesaplanan ilgili puan türleridir. Bu şekilde gruplandırılan sorulara t-test ve regresyon analizi uygulanmıştır. T-testinin yanı sıra Çoklu Regresyon analizinin de kullanılmasının sebebi, Drama Gözlem sonuçlarına etki edebilecek olası başka değişkenleri de dikkate almaktır. Bu amaçla çalışma yapılan her iki sınıf öğrencilerinin 1.sınıfta aldıkları derslerin not ortalamaları da regresyon analizinde kullanılmıştır.

Tablo 7. Drama Ön Test Sonuçlarına ait Tanımlayıcı İstatistikler

		Ortalam a	Orta Değer (medyan)	Standart Sapma	Min.	Max.
Genel	Kontrol Grubu ¹	6,733	7	1,579	4	9
	Deney Grubu ²	5,933	6	1,387	4	8
Beceri	Kontrol Grubu	1,400	1	,507	1	2
	Deney Grubu	1,267	1	,961	0	3
Bilgi	Kontrol Grubu	1,333	1	,723	0	2
	Deney Grubu	1,133	1	,639	0	2
Davranış	Kontrol Grubu	4	4	,845	3	6
	Deney Grubu	3,533	4	,516	3	4

¹N_{kontrol} = 15

²N_{deney} = 15

Drama ön testinde değerlendirilen ölçeklere bakıldığında, Levene testi anlamlılık değerleri 0,05 üzerinde olduğundan popülasyon varyanslarının eşit olduğu varsayımı doğrulanmış olmaktadır (Tablo 8). “Genel” puan türüne göre, deney ve kontrol grupları arasında t-testi sonuçlarına göre anlamlı bir fark

¹⁷ Bu durumda tek değişken söz konusudur: 1.sınıf not ortalaması

bulunmamaktadır (Tablo 8). Benzer bir şekilde “Bilgi, Beceri ve Davranış” puan türlerinde, t-testi analizi sonuçlarına göre deney ve kontrol grupları arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı görülmüştür (Tablo 8).

Tablo 8. Drama Ön Test Sonuçlarına Göre Deney ve Kontrol Grupları Arasında Anlamlı Fark Olup Olmadığını Gösteren t-testi

		Levene Testi (Varyansların Eşitliği)		t-testi			Ort. Farkı	Std. Hata
		F	p	t	SD	p		
Genel	Eşit Varyanslar Varsayımı	,274	,605	1,474	28	,152	,800	,542
	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			1,474	27,54	,152	,800	,542
Beceri	Eşit Varyanslar Varsayımı	1,629	,212	,475	28	,638	,133	,280
	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			,475	21,23	,640	,133	,280
Bilgi	Eşit Varyanslar Varsayımı	1,326	,259	,802	28	,429	,200	,249
	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			,802	27,58	,430	,200	,249
Davranış	Eşit Varyanslar Varsayımı	0,46	0,831	1,825	28	0,079	,466	,255
	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			1,825	23,17	,081	,466	,255

Tablo 9. Drama Ön Test Regresyon Analizi

		Bağımsız Değişkenler			R ²
		Sabit	Deney Grubu	Not Ortalaması	
Genel	B	6,548	-,786	,002	,072
	Std.Hata (B)	3,606	,618	,046	
	p	,081	,215	,959	
Bilgi	B	2,305	-,275	-,012	,035
	Std.Hata (B)	1,647	,282	,021	
	p	,173	,339	,558	
Beceri	B	-,524	,015	,024	,048
	Std.Hata (B)	1,827	,313	,023	
	p	,776	,961	,299	
Davranış	B	4,767	-,526	-,010	,113
	Std.Hata (B)	1,693	,290	,021	
	p	,009	,081	,652	

Drama ön testinin regresyon analizine göre de (Tablo 9), t-testinde bulunan sonuçlara benzer şekilde iki grup arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı görülmüştür. Regresyon sonuçlarında da t-testi sonuçlarına benzer şekilde iki grup arasında fark çıkmaması iki grubun da birbirine eşdeğer olduğu konusunda delil oluşturmaktadır.

Tablo 10. Drama Son Test Sonuçlarına ait Tanımlayıcı İstatistikler

		Ortalama	Orta Değer (medyan)	Standart Sapma	Min.	Max.
Genel	Kontrol Grubu ¹	8,133	9	2,295	4	10
	Deney Grubu ²	16,500	17	1,092	15	18
Beceri	Kontrol Grubu	2,467	3	0,834	1	3
	Deney Grubu	5,929	6	0,267	5	6
Bilgi	Kontrol Grubu	2,800	3	0,414	2	3
	Deney Grubu	3,000	3	0	3	3
Davranış	Kontrol Grubu	2,867	3	1,187	1	4
	Deney Grubu	7,571	8	1,016	6	9

¹N_{kontrol} = 15

²N_{deney} = 14, deney grubundaki öğrenci sayısı senaryo ön testte 15 iken, son testte bir kayıpla 14'e düşmüştür.

Drama son testine göre, deney ve kontrol grupları arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını tespitine yönelik olarak yapılan t-testine (Tablo 11) göre, "Genel" puan türünde deney grubu ile kontrol grubu arasındaki ortalama farkı 8,36 olup, t-testi sonuçlarına göre anlamlı bir fark bulunmaktadır (Tablo 11).

Tablo 11: Drama Son Test Sonuçlarına Göre Deney ve Kontrol Grupları Arasında Anlamlı Fark Olup Olmadığını Gösteren t-testi

		Levene Testi (Varyansların Eşitliği)		t-testi					
		F	p	t	SD	p	Ort. Farkı	Std. Hata	
Genel	Eşit Varyanslar Varsayımı	3,80	0,06	12,38	27	0,00	8,36	0,676	
	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			12,66	20,32	0,00	8,36	0,661	
Beceri	Eşit Varyanslar Varsayımı	23,11	0,00	14,82	27	0,00	3,46	0,234	
	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			15,26	17,03	0,00	3,46	0,227	
Bilgi	Eşit Varyanslar Varsayımı	23,17	0,00	1,80	27	0,08	0,20	0,111	
	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			1,87	14	0,08	0,20	0,107	
Davranış	Eşit Varyanslar Varsayımı	0,43	0,51	11,42	27	0,00	4,70	0,412	
	Eşit Varyansların Olmadığı Varsayımı			11,48	26,81	0,00	4,70	0,410	

“Beceri” puan türünde ise deney grubu ile kontrol grubu arasındaki ortalama farkı 3,46 olup, t-testi sonuçlarına göre iki grup arasında anlamlı fark vardır (Tablo 11). “Bilgi” puan türünde deney grubu ile kontrol grubu arasında t-testi sonuçlarına göre anlamlı fark bulunmamaktadır (Tablo 11). “Davranış” puan türünde deney grubu ile kontrol grubu arasındaki ortalama farkı 4,70 olup, t-testi sonuçlarına göre iki grup arasında anlamlı fark vardır (Tablo 11).

Tablo 12: Drama Son Test Regresyon Analizi

		Bağımsız Değişkenler			R²
		Sabit	Deney Grubu	Not Ortalaması	
Genel	B	2,744	9,781	,069	,884
	Std.Hata (B)	4,284	,744	,054	
	p	,527	,000	,217	
Bilgi	B	2,257	,242	,007	,127
	Std.Hata (B)	,716	,124	,009	
	p	,004	,063	,452	
Beceri	B	1,054	3,570	,018	,849
	Std.Hata (B)	1,500	,261	,019	
	p	,488	,000	,352	
Davranış	B	-,567	4,969	,044	,839
	Std.Hata (B)	2,604	,452	,033	
	p	,829	,000	,196	

Drama son testinin regresyon analizinin sonuçlarına göre “Genel” başlığı altında değerlendirilen başarı ile öğrencilerin Deney grubunda olmaları arasında bir ilişki bulunmaktadır (Tablo 12). “Genel” başlığında R kare = ,884 olduğundan, bu sonuç ilgili modelin (modele dâhil edilen bağımsız değişkenleri) bağımlı değişkendeki değişimin %88’ini açıkladığını göstermektedir. Bu sonuçlar, öğrencilerin Drama testinin “Genel” başlığında gösterdikleri başarıda yetişkin eğitim yöntemlerinin etkili olduğunu göstermektedir.

Regresyon sonuçlarına göre de (Tablo 12), t-testinde bulunan sonuçların aynısı bulunmuştur. Bu sonuçlar bize, yetişkin eğitiminin klasik eğitime göre genel olarak ve özellikle mesleki beceri ve davranış kazandırmada daha başarılı/etkili bir öğretim yöntemi olduğuna dair kuvvetli delil sunmaktadır. Özellikle dikkate alınması gereken ise bulunan yüksek R kare değerleridir. “Bilgi” puan türü haricinde diğer bütün puan türleri için %80’nin üzerinde değerler elde edilmiştir. Bu da oluşturulan modelin (yetişkin eğitimi uygulanıp uygulanmaması ile 1.sınıf not ortalaması) başarıdaki değişimin %88’lik kısmını (genel puan türüne göre) açıkladığını göstermektedir. Sosyal bilimlerde, bu yükseklikteki bir R kare değeri çok nadir rastlanılan bir durumdur.

Toparlayıcı bir değerlendirme yapmak gerekirse, deney grubuna yetişkin eğitimi verilmesi ile kontrol grubuna anlatıma dayalı geleneksel eğitim verilmesi “Genel, Beceri ve Davranış” açılarından bir fark oluşturduğu ve deney grubunun drama son testinde kontrol grubundan anlamlı bir şekilde daha başarılı olduğu görülmüştür. Öte yandan, “Bilgi” açısından yetişkin eğitim modeli ile geleneksel eğitim modeli arasında anlamlı bir şekilde farklı olmadığı görülmüştür.

Yukarıdaki bulgular ışığında: (1) Araştırmanın birinci hipotezinin reddedildiği görülmektedir. Yani Deney grubundaki öğrenciler, Kontrol grubundaki öğrencilere göre daha yüksek seviyede bilgi kazanamamıştır. (2) İkinci hipotez kabul edilmiştir. Yani, Deney grubundaki öğrenciler, Kontrol grubundakilere göre daha yüksek seviyede beceri kazanmıştır. (3) Üçüncü hipotez kabul edilmiştir. Yani, verilen eğitim sonunda Deney grubundaki öğrencilerin, Kontrol grubundaki öğrencilere göre daha yüksek seviyede davranış kazanımına sahip oldukları varsayımı kabul edilmiştir.

Tartışma ve Sonuç

Çoktan seçmeli sorular için yapılan ön test sonuçlarına göre, deney grubu ile kontrol grubunun ortalamaları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu sonuçlar iki grubun rastgele atanmasa da eşit olduğunu göstermektedir. Çoktan seçmeli soruların son test sonuçlarında da gruplar arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Diğer taraftan regresyon sonuçlarına göre 1. sınıf not ortalamasının, çoktan seçmeli sorular son testteki “Genel”, “Kavram” ve “Üçüncül Yetkiler” puan türüne göre başarı üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre, öğrencilerin dersi bir dönem boyunca görmeleri ve son teste kadar gördükleri konuları bir önceki seneki ilgili derslerle bağlantı yaparak öğrenmeyi gerçekleştirdikleri söylenebilir. Öte yandan, 1.sınıf not ortalamasının çoktan seçmeli ön testteki başarıyı etkilemezken, son testteki başarıyı etkilemesi durumu şöyle bir izahı da beraberinde getirebilir: 1.sınıftaki not ortalaması bir öğrencinin sistemli çalıştığının ve başarılı bir öğrenci olduğunun göstergesi olduğu varsayımı ile, öğrencilerin bilmedikleri bir alanda teste tabi tutulduklarında daha önceki not ortalamasının belirleyici olması zaten beklenebilecek bir sonuç değildir, nitekim analiz sonuçları da bunu göstermektedir. Oysa, dönem sonunda, bu ders işlenmiş olduktan sonra, yapılan son testteki başarıda bir önceki yılın ders notları ortalaması belirleyici olmuştur. Sonuç olarak “Bilgi” alanında gerçekleşen öğrenmede Senaryo Temelli Eğitim Modeli'nin etkisi bulunmamaktadır. Bu sonuca göre araştırmanın 1. hipotezi reddedilmiş olmaktadır.

Araştırmada kullanılan bir diğer ölçme aracını ise Drama gözlemi oluşturmaktadır. Drama ön testinde “Genel”, “Bilgi”, “Beceri” ve “Davranış” puan türlerinde, t-testi analizi (Tablo 8) ve regresyon analizine (Tablo 9) sonuçlarına göre deney ve kontrol grupları arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı

görülmüştür. Drama son testi t-test sonuçlarında (Tablo 11), çoktan seçmeli sorular testi sonuçlarına paralel olarak “Bilgi” puan türünde deney ve kontrol grupları arasında bir fark olmadığı görülmektedir. Diğer taraftan drama son testine t-test analiz (Tablo 11) sonuçlarına göre ise “Genel”, “Beceri” ve “Davranış” puan türlerine göre deney ve kontrol grupları arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır (Tablo 11). Bu sonuçlara göre deney grubundaki öğrenciler kontrol grubundakilere göre çok daha başarılı sonuçlar elde etmiştir ki bunu regresyon sonuçları (Tablo 11) da açık bir şekilde göstermektedir. Drama son testinin bu sonuçlarına bakılarak modelin genel olarak eğitimde verimli olduğu söylenebilir. Araştırma sonuçlarına genel olarak bakıldığında öncelikle şu söylenebilir: Senaryo Temelli Eğitim Modeli ile eğitim gören sınıfın klasik modelle eğitilen sınıftan “Bilgi” açısından eksik bir yanı bulunmamaktadır. Öte yandan, Durum Eğitim Modeli “beceri” ve “davranış” açısından klasik eğitime kıyasla daha başarılı sonuçlar sağlamaktadır. Bu sonuçlar, bu alanda yapılan ve yetişkin eğitiminin adaylarda bilgi, beceri ve davranış kazanımı sağladığına yönelik çalışmalarla paralellik göstermektedir (Mitchell, 1989; Aveni, 2005; Spahic, 2005; Marion, 1998).

Araştırma sonuçlarına bakıldığında, PMH dersi için modelin bilgi, beceri ve davranış kazanımı sağladığı söylenebilir. Araştırma sonucu şunu da göstermektedir ki teorik eğitimde yalnızca bilgi kazanımı gerçekleşirken, ders bu modelle yürütülmesi halinde öğrencilerin bir kaybı olmayacak aksine bilgi dışında beceri ve davranış da kazanacaklardır. Türk polis temel eğitiminde yapılacak değişiklikler için bu araştırma önemli bir veri sağlamaktadır.

Araştırma her ne kadar GBF'deki PMH dersi üzerinde yapılmış olsa da kullanılan modelin yetişkin eğitime uygun olması ve öğrencilerde bilgi, beceri ve davranış kazanımı sağlaması nedeniyle diğer mesleki derslerde de kullanılabileceği düşünülmektedir. Bu kapsamda Ceza Muhakemeleri, Önleyici Hizmetler, Atış, Polis ve Halkla İlişkiler, Polis Yönetimi ve Liderlik, Uygulamalı Polislik ve Soruşturma Yöntemleri gibi derslerde modelin uygulanabileceği değerlendirilmektedir. Araştırma, GBF'de teorik olarak uygulanmakta olan PMH dersi üzerinde yürütüldüğünden diğer teorik derslerin de nasıl yürütüleceğine dair fikir verebilir. Bu anlamda, teorik derslerde anlatım yöntemi dışında örnek olay ve grup çalışması gibi öğrenim yöntemleri de kullanılabilir. Bu derslere örnek olarak, Disiplin, Trafik Hukuku, Anayasa Hukuku, Ceza Hukuku, Uluslararası Hukuk, Medeni Hukuk, İdari Hukuk ve Siyasi Hareketler vb. verilebilir. Çünkü polis temel eğitimi adaylarda temel olarak bilgi, beceri ve davranış kazanımı sağlayan bir eğitim olmalıdır (Mitchell, 1989). Bu amaçla hazırlanacak olan eğitim müfredatında drama, senaryo oynama ve problem çözme gibi öğrenim yöntemlerine yer verilmelidir.

Çalışma kapsamında olmayan ve de çalışma içerisinde bilgi sahibi olunamayan ve de gelecekte yapılacak araştırmalarda değerlendirilmesi

gereken bazı durumlar da bu çalışmanın sonuçları arasındadır. Bunlardan ilki, müfredatların hangi öğrenim yöntemi ile verileceği sorusuna cevap bulunmasıdır. Yani, genelde bir ders müfredatının, özelde ise o dersin her bir konusunun hangi öğrenim yöntemi ile verilmesi gerektiği tespit edilmelidir. Çünkü tek bir öğrenim yöntemi bir dersin sunulmasında yeterli olmayabilir.

Sonuç olarak bu araştırma, polis temel eğitiminde teorik bir ders olan PMH'nin yetişkin eğitime uygun hale getirilmesini sağlayarak bu alanda örnek olmuştur. Bulgular, GBF'de 2. sınıflara verilmekte olan PMH dersinde toplanmıştır. Sonuçlara göre, Senaryo Temelli Eğitim PMH dersinde "Beceri ve Davranış" açısından klasik eğitime göre daha verimli bir modeldir. Diğer taraftan, Senaryo Temelli Eğitim ile klasik eğitimin öğrencilere "Bilgi" kazandırmada birbirlerinden farkları olmadığı bulunmuştur. Araştırma GBF'de verilmekte olan PMH dersinde yapıldığından sonuçlar da bu ders için değerlendirilebilir. GBF'de verilen diğer dersler için başka araştırmaların yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Gelecekte yapılacak araştırmalar, hem PMH hem de diğer dersler üzerinde yapılırsa elde edilen sonuçlar eğitimin yeniden düzenlenmesi konusunda önemli veriler sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

AKIN, Gülden, (2011), "Polis Akademisi Öğrencileri İçin Andragojik İlkelere Göre Geliştirilmiş Problem Temelli Mesleki İngilizce Eğitimi Programının Etkililiği", Polis Bilimleri Dergisi, C.13 (1), Ss.115-136.

ALSANCAK, Hüseyin; Fatih Balcı ve Mehmet Yıldırım, (2012), "Türk Polis Eğitiminde Durum Eğitimi Modelinin Uygulanması", Ali Erkan Alaç ve Hakan Batırhan Kara (Der.), Polis Eğitiminde Modern Uygulamalar, Ankara: Polis Akademisi Yayınları, ss.11-23.

AVENI, Thomas J., (2005), "Critical Analysis Of Contemporary Police Training", 17th Annual Suing And Defending Governmental Entities Course, (July 28-29), San Antonio.

BALCI, Fatih; Yıldırım, Mehmet; Candik, Yasin ve Kara, Hakan Batırhan, (2012a), Durum Eğitimi Eğitici Kitabı, Ankara: Emniyet Genel Müdürlüğü Eğitim Dairesi Başkanlığı.

BALCI, Fatih; Çelik, Nihat; Kara, Hakan Batırhan, (2012b), "Türk Polis Eğitiminde Teoriden Pratiğe Geçiş: Uygulamalı Durum Eğitimi", Polis Bilimleri Dergisi, C.14, S.3, ss.1-25.

CARTOR, Richard Alan, (1990), A Comparison of Andragogy and Pedagogy: Assessing the Relationship Between Individual Personality Differences, Learning Style, and Training Types, Unpublished Doctoral Dissertation, Knoxville: The University of Tennessee.

ÇALIŞAL, Ozan, (2007), Polis Meslek Yüksek Okullarındaki Uygulamalı Eğitimlerin Polis Memuru Adaylarının Mesleki Gelişimindeki Yeri ve Önemi: Ege Bölgesi Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Polis Akademisi Güvenlik Bilimleri Enstitüsü.

DURNA, Tuncay, (2009), "Polis Eğitimine Andragojik Yaklaşım", Polis Eğitim Programlarının Toplumsal Temelleri ve Çağdaş Gelişmeler Sempozyumu Bildiriler, 27-28 Nisan 2009, Adana, ss.139-142.

KNOWLES, Malcolm S., (1970), The Modern Practice of Adult Education Andragogy Versus Pedagogy, New York: Association Press.

KNOWLES, Malcolm S., (1980), The Modern Practice of Adult Education From Pedagogy to Andragogy, New York: Cambridge.

KURTBEOĞLU, Yaşar Ahmet, (2012), "Polis Eğitiminde Vakaya Dayalı Öğretim Uygulamasının Farklı Davranış Biçimleri Geliştirmeye Etkisi", Alaç, Ali Erkan ve Kara, Hakan Batırhan (Der.), Polis Eğitiminde Modern Uygulamalar, Ankara: Polis Akademisi Yayınları, ss.141-163.

LITWIN, Mark S., (1995), How to Measure Survey Reliability and Validity, London:Sage.

LYNCH, M. D. (2005). Developing a scenario-based training program: Giving officers a tactical advantage. FBI law enforcement bulletin, 74(10), 1-8.

MARION, Nancy, (1998), "Police Academy Training: Are We Teaching Recruits What They Need to Know?", Policing: An International Journal of Police Strategies & Management, V.1, N.1, pp.54-79.

MERRIAM, Sharan B., (2001), "Andragogy and Self-Directed Learning: Pillars of Adult Learning Theory", New Directions For Adult And Continuing Education, V.89, pp.3-13.

MITCHELL, Edward, (1989), "The Training of the Police: New Thinking", RSA Journal, V.137, N.5396, pp.501-512.

MOATS, J. B., T. J. Chermack & L. M. Dooley (2008). Using scenarios to develop crisis managers: Applications of scenario planning and scenario-based training. Advances in Developing Human Resources, 10(3), 397-424.

NALBANTOĞLU, Hüseyin Cahit, (2007), Polis Meslek Yüksek Okullarındaki Eğitim Ortamlarının Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Polis Akademisi Başkanlığı Güvenlik Eğitimi Araştırma Merkezi, (2010), Türkiye'de Polis Temel Eğitiminde Sorunlar ve Çözüm Önerileri Raporu, Ankara.

SALAS, E., Priest, H. A., Wilson, K. A., & Burke, C. S. (2006). Scenario-based training: Improving military mission performance and adaptability. *Military life: The psychology of serving in peace and combat*, 2, 32-53.

SCALES, Peter, (2008), *Teaching in the Lifelong Learning Sector*, New York: McGrawHill.

SPAHIC, Taib, (2005), *Police Training in Europe Unity in Diversity*, Holzkirchen: Felix-Verlag.

Effects of Workplace Friendship on Individual Outcomes¹⁸

Assist. Professor Dr. Özlem BALABAN

Sakarya University, Faculty of Management
adiguzel@sakarya.edu.tr

Research Assistant Emrah ÖZSOY¹⁹

Sakarya University, Faculty of Management
eozsoy@sakarya.edu.tr

Abstract: *In this study, the effects of workplace friendship on work engagement, perceived individual performance and job satisfaction were investigated. The data was gathered from the employees of public and private sectors in Turkey. An online questionnaire form was distributed via e-mail to the participants and 234 valid questionnaires were analyzed. Workplace friendship was measured by two dimensions: friendship opportunity and friendship prevalence; and work engagement was evaluated in three dimensions namely vigor, dedication and absorption. The results indicated that friendship opportunity strongly affects job satisfaction, vigor, dedication and weakly absorption. However friendship prevalence had no significant effect on job satisfaction, work engagement and performance. Married participants scored higher on vigor dimension than unmarried. Men scored higher on absorption than women. Job satisfaction was higher in the public sector and perceived individual performance was higher in the private sector. Friendship prevalence in the service sector found to be higher than in the industrial sector. Only 14.1 % of employees stated that they have their best friend at the workplace.*

Keywords: *workplace friendship, work engagement, job satisfaction*

İşyeri Arkadaşlığının Bireysel Çıktılara Etkileri

Özet: *Bu çalışmada, işyeri arkadaşlığının işle bütünleşme, algılanan bireysel performans ve iş tatminine etkileri incelenmiştir. İhtiyaç duyulan veriler Türk kamu sektörü ve özel sektör çalışanlarından elde edilmiştir. Katılımcılara online anket formu e-posta aracılığı ile gönderilmiştir ve 234 geçerli anket analiz edilmiştir. İşyeri arkadaşlığı iki boyut aracılığı ile ölçülmüştür: arkadaşlık fırsatı*

¹⁸ A part of this study was presented in 3rd Multidisciplinary Academic Conference in Prague 2014.

¹⁹ The author thanks TUBİTAK (The Scientific and Technological Research Council of Turkey) for PhD scholarship support.

ve arkadaşlık yaygınlığı; ve işle bütünleşme 3 boyutta değerlendirilmiştir bunlar dinçlik, adanma ve yoğunlaşmadır. Sonuçlar arkadaşlık fırsatının iş tatmini, dinçliği ve adanmayı güçlü bir şekilde ve yoğunlaşmayı zayıf bir şekilde etkilediğini göstermektedir. Ancak arkadaşlık yaygınlığının iş tatmini, işle bütünleşme ve performans üzerinde anlamlı etkisi yoktur. Evli katılımcılar dinçlik boyutunda bekâr katılımcılara göre daha yüksek puan almışlardır. Erkekler kadınlara göre yoğunlaşma boyutunda daha fazla puan almışlardır. İş tatmini kamu sektöründe ve algılanan bireysel performans özel sektörde daha yüksektir. Arkadaşlık yaygınlığının servis sektöründe sanayi sektöründen daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Çalışanların sadece %14,1'i en iyi arkadaşlarının işyerinde olduğunu belirtmiştir.

Anahtar Kelimeler: İşyeri Arkadaşlığı, İşle Bütünleşme, İş Tatmini

Introduction

As a social system, organizations are naturally made up of people (Uslu, 2015). Therefore it produces some sort of social relationship network (Morrison and Nolan, 2007). As a result of a number of factors such as personal interests, similarities in life style and culture, friendship at work goes beyond the social network identified in formal structures of organization. Thus friendship at work is a natural occurrence in the workplace (Asgharian et al. 2013; Lin and Lu, 2013). That is why examination of the manifestation of friendship in the workplace is a critical issue for organizations (Sias, 2009; Ong, 2013). In this context, interest is increasing about workplace friendship. Researchers are trying to find out the individual and organizational effects of workplace friendship both in positive and negative aspects (Riordan et al. 1995; Lin and Lu, Ong, 2013).

Research on friendship has been an important issue of developmental psychology during the past four decades (Keller, 2004). Friendship at work is also a critical issue that organizational behavior studies focus on. In general, studies on workplace friendship show that friendship at work makes a positive impact on individual and organizational outcomes (Berman et al. 2002). However, it might also affect the organization and individual negatively (Sias et al. 2004). For instance, distraction from work and spending too much time with others (Morrison and Nolan, 2007) might reduce an employee's performance. Therefore more studies are needed in order to clarify the link between workplace friendship and individual outcomes. On the other hand it is important to note that friendship should also be examined in terms of cultural differences because the consequences of workplace friendship might vary depending on the shared values and norms of a society (Keller, 2004).

1. The purpose and the contribution of the study

For the reasons set forth above, the aim of this study is to analyze the effects of workplace friendship on perceived individual performance, work engagement and job satisfaction on a sample of the employees working in the Turkish private and public sectors. The aim is also to analyze whether or not the level of workplace friendship, job satisfaction, and work engagement differentiate depending on demographic factors such as age, tenure, education level, type of employee, gender, organizational type, and organizational size. Therefore this research will contribute in the four following aspects. First, the results will provide an inside look of cultural effects of workplace friendship because the sample is taken from Turkish employees. To our knowledge a limited studies have been done so far on the topic. The second contribution will be the comparison of the level of workplace friendship in terms of public and private organizations. Thirdly, this study will provide additional results on the effects of workplace friendship on individual outcomes because it is still not clear whether workplace friendship affects individual outcomes positively or not. Fourth, the study will contribute to the role of demographic factors in workplace friendship. Additionally, the study will provide information on the percentage of those who have a best friend in the workplace.

2. Defining the concepts

Work engagement has been studied intensively in recent times by academicians (Bakker and Schaufeli, 2008; Gorgievski et al. 2010; Mauno et al. 2016; Akhtar et al. 2015). Since the concept has a relationship with financial performance, organizational success and employee positive output, interest in the topic has increased (Saks, 2006). Positive Psychology Approach (Seligman and Csikszentmihalyi, 2000) has been affected the number of studies in work engagement. Thus work engagement has been also studied intensively in national studies (Özyılmaz and Süner, 2015; Turgut, 2013; Özsoy et al. 2013; Ardiç and Polatçı, 2009; Gündüz et al. 2013; Özer et al. 2015). In everyday life "engagement" has a similar meaning with the concepts such as involvement, commitment, passion and excitement (Scaufeli, 2012). Work engagement is defined by Schaufeli and Colleque (2002: 74) as "a positive, fulfilling, work related state of mind that is characterized by vigor, dedication and absorption". Vigor is "characterized by high level of energy and mental resilience while working and persistence even if face with difficulties". Dedication "means sense of significance, enthusiasm, inspiration and challenge at work". The final dimension of work engagement, absorption, is "characterized by being fully concentrated and deeply engrossed in one's work, whereby time passes quickly". Some of the characteristics of engaged employees are presented below (Schaufeli and Salanova, 2007; Schaufeli, 2012; Clark, 2012; Jacoby, 2015; Kelleher, 2016).

- They have less difficulty in overcoming their work demands,
- They fulfill their jobs with high energy and motivation,
- They are excited to go to work in the morning,
- When needed, they help to colleagues sincerely,
- They believe in the vision of the organization and they internalize organization's mission,
- They may work in a long and productive in the workplace.
- Beyond they love the work they do; they believe the works make positive contributions to the lives of other people.

Job satisfaction is an individual's emotional response to business environment and social conditions (Schermerhorn et al. 1997). Workplace friendship refers to developing an informal relationship voluntarily (Sias et al. 2004) at the workplace. Individual performance is defined as an individual's competence that is used to achieve organizational objectives. These competences include both work and non-work related tasks and behaviors (Mc Grath and Macmillan, 1995).

3. Hypothesis

Research suggests that workplace friendship effects job satisfaction, motivation and performance (Morrison, 2004; Lee and Ok, 2011). However, there are still questions about the effects of friendship at work because it might cause undesirable consequences in terms of organizations (Morrison and Nolan, 2007). That is why more studies will contribute to understanding the effects of workplace friendship. In order to test the effects of workplace friendship, there are several individual or organizational outcomes. In this study we preferred work engagement, job satisfaction and perceived individual outcomes so that the results would clearly help to understand in which way workplace friendship effects individual outcomes. According to the research purpose the hypotheses are defined as follows;

H₁: Friendship opportunity has a positive significant effect on work engagement

H₂: Friendship prevalence has a positive significant effect on work engagement

H₃: Friendship opportunity has a positive significant effect on job satisfaction

H₄: Friendship prevalence has a positive significant effect on job satisfaction

H₅: Friendship opportunity has a positive significant effect on perceived individual performance

H₆: Friendship prevalence has a positive significant effect on perceived individual performance

4. Materials And Method

4.1. Sample and data collection

Research data was gathered from Turkish public and private sector employees. Employees have been categorized into service and industrial sectors, and divided into white and blue collar workers. Employees included in the sampling have been reached with the online survey method. In this context, a total of 249 employees participated in the study, but the data was revised and 16 questionnaires were eliminated. Thus, 233 valid questionnaires were analyzed.

4.2. Measures

In order to measure work engagement the Utrecht Work Engagement Scale (Schaufeli et al. 2002) (UWES) was used. The UWES has three dimensions, namely vigor (6 items), dedication (5 items) and absorption (6 items). Examples include, "At my work, I feel bursting with energy" (vigor), "I find the work that I do full of meaning and purpose" (dedication), and "Time flies when I am working" (absorption). Workplace friendship was measured using the 12 itemed scale developed by Nielsen et al. (2000). It is a 5 point Likert scale, ranging from "strongly agree" to "strongly disagree". The scale includes 2 dimensions; Friendship Opportunity Dimension (6 items) (e.g., I have the opportunity to get to know my co-workers) and Friendship Prevalence Dimension (6 items) (e.g., I have formed strong friendships at work). Perceived Individual Performance was measured with the self-appraisal approach scale with 4 items. It was developed by Darwish (2000; Mert et al. 2011). Job Satisfaction was measured by one single item (Nagy, 2002; Dolbier et al. 2005) and it was "Taking everything into consideration, how do you feel about your job as a whole?". In order to gather information about the job satisfaction of the employees, one single item was preferred so that the questionnaire form could be shorter and take less time.

4.3. Analysis and Results

In order to analyze whether the variables have normally distributed or not Kolmogorov-Smirnov and Shapiro-Wilk tests were applied. The results indicated that variables in the study were distributed ($\text{sig} > 0,05$). Thus in the study parametric tests were implemented.

4.3.1. Characteristics of the sample

56,8 % of the participants were male. Participants had predominately (66,7 %) between 1 to 5 years of tenure. Almost half of the participants were

single (47,9 %). 59,4 % of the participants were from the private sector. The majority of them had a bachelor's degree (35,9 %), most of the participants were white collar (76,1 %) and most of the participants worked in the service sector (91,0 %). 34,2 % of the employees who participated in the study were from large organizations. 35,9 % of the employees were from mid-sized organizations.

4.3.2. Reliability analysis

Cronbach's Alpha internal consistency analysis was applied to the scales. There were no items that devalue the overall reliability of workplace friendship (0,895) and work engagement (0,950) scales. However, the third item of performance scale has lowered the overall reliability of the scale. That is why the item was excluded, and then the Alpha score of the scale was calculated as 0,843. The reliability values are quite high for all the variables. Cronbach's alpha internal consistency values for the dimensions are respectively; friendship opportunity 0.860 friendship prevalence 0.814, vigor 0.878, dedication 0.935 and absorption 0.918.

4.3.3. Factor analysis

Workplace Friendship Scale: Depending on the principal component analysis findings for the workplace friendship scale, a two dimensioned structure has emerged. These findings indicate that factor structure of the scale is appropriate (KMO value = 0.902, the smallest factor loading = 0.485 and the total variance explained = 59,287). Thus the results were consistent with the original scale. Also Kanbur, (2015) found that the factor structure and internal consistency of the scale was acceptable.

Work Engagement Scale: In a previous adaptation study conducted by Turgut (2011) it has been proven that the Turkish version of the scale was valid. That is why in this study for work engagement scale, factor analysis was not applied. Dimensions were calculated depending on the original version of the scale.

Performance Scale: The third item in the scale has been removed from the scale since it reduces the overall reliability of the scale. The rest of items were collected as a single factor. These findings support an acceptable factor structure for the scale (KMO value is higher than 0.50, the smallest factor loading = 0, 460, and the total variance is explained = 54, 903). The same scale has been used by Mert et al. (2011) and similar results were obtained.

4.3.4. The mean value of the variables

The means of the variables were calculated for opportunity friendship 3.71, friendship prevalence 3.17, vigor 3.44, dedication 3.65, absorption 3,43 performance 5,44, job satisfaction 3,43.

4.3.5. Having a best friend in the workplace

The participants were asked whether or not they have a best friend in the workplace. Only 14.1% of the participants answered yes. This finding is interesting for further perspective on the studies for workplace friendship. It is obviously seen that only a small percent of the employees have a best friend in the workplace even though they spend a large amount of time in their life at work. However, as it is mentioned above almost 70 % of the employees who took part in the study were just in their first 5 years at the current workplace. This could be also a reason for the unexpected percentiles.

4.3.6. Independent T-Test Findings

In order to test whether or not the variables in the study differentiate depending on the variables such as gender, sector, marital status and employee type, Independent Sample T-Test was performed.

The results indicated that friendship prevalence was higher in the service sector than the industrial sector. Mean value for the service sector was 3,24 and for the industrial sector was 2,48. (p=0,00). Also, service sector employees' job satisfaction was found to be higher than industrial sector employees'. The mean difference is 0,56. (p=0,030). Job satisfaction of public sector employees was higher than the private sector employees. Similar findings were also obtained by Özsoy et al. (2014). The mean difference is 0,44. (p=0,003). However, perceived individual performance of private sector employees was higher than public sector employees. The mean difference is 0,35 (p=0,023). Men scored higher on absorption dimension than women and the mean difference is 0,26 (p=0,043). Married employees scored higher on vigor dimension than single ones. The mean difference is 0,29 (p=0,023). No differences were observed for the rest of the variables.

Table 1: Correlation Analysis

	1	2	3	4	5	6
1. Friendship Opportunity	1					
2.Friendship Prevalence	,634**	1				
3.Vigor	,640**	,463**	1			
4.Dedication	,688**	,492**	,832**	1		
5.Absorption	,411**	,331**	,649**	,612**	1	
6.Performance	,142*	,146*	,343**	,247**	,358**	1
7.Job Satisfaction	,660**	,448**	,715**	,743**	,487**	,176*

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pearson's correlation analysis was used to examine the relationship between variables. The results show that there is a strong relationship between the vigor and absorption dimensions each and friendship opportunity. Absorption was related moderately with friendship opportunity. Vigor and dedication were moderately related to friendship prevalence and absorption was related to friendship prevalence weakly. Job satisfaction was strongly related to friendship opportunity, vigor and dedication; and it was moderately related to friendship prevalence and absorption. However, it was related to perceived individual performance weakly. Perceived individual performance was related weakly to both work engagement and workplace friendship dimensions.

4.3.7. Regression Analysis

Table 2a: Effects of Workplace friendship on Job satisfaction and Work Engagement

Independent variables	Dependent Variables					
	Job satisfaction			Vigor		
	β	Sig.	R2	β	Sig.	R2
Friendship Opportunity	,628	,000	,437	,579	,000	,415
Friendship prevalence	,050	,433	x	,096	,141	x

Table 2b: Effects of Workplace friendship on Job satisfaction and Work Engagement

Independent variables	Dependent Variables					
	Dedication			Absorption		
	β	Sig.	R2	β	Sig.	R2
Friendship Opportunity	,631	,000	,480	,337	,000	,177
Friendship prevalence	,090	,136	x	,117	,130	x

Friendship opportunity explains has a strong effect on job satisfaction ($\beta=0,628$), vigor ($\beta=0,579$) and dedication ($\beta=0,631$); and it affects the absorption ($\beta=0,337$). However it has no significant effect on perceived individual performance. Thus H_1 and H_3 are both accepted. Depending on these findings, it can be concluded that friendship opportunity is a critical variable for the organizations. On the other hand friendship prevalence has no significant

effect on job satisfaction and the dimensions work engagement and perceived individual performance. Thus H_2 , H_4 , H_5 and H_6 are all rejected.

Limitations

The main limitation of the research is the sampling method. The participations were selected from several organizations. Thus, this study only gives an insight about the effects of workplace friendship on individual outcomes. When sampling is taken from a certain organization or industry, the limitation of the study might be lower.

Conclusion

According to the research, it has been identified that friendship opportunity affects job satisfaction, vigor and absorption. However, friendship prevalence has no significant effects on any dimensions. These findings show the importance of friendship opportunity for organizations. Analyzing the items existing in friendship opportunity, it can be inferred that the interaction of organization-employee and employer-employee is an important issue. Also, in order to create a friendly atmosphere in organizations, providing employees with a flexible environment might result in positive individual and organizational outcomes. In this regard, organizational practices such as supporting informal relationships and creating a free and relaxed atmosphere are all critical for employees to be satisfied with their jobs. Indeed, the findings are also supporting these inferences.

References

- AKHTAR, R., Boustani, L., Tsivrikos, D., and T. Chamorro-Premuzic (2015), The engageable personality: Personality and trait EI as predictors of work engagement *Personality and Individual Differences*, Volume 73, Pages 44–49.
- AL-GATAN, Abduhl-Rahim A. (1983), The path-goal theory of leadership: an empirical and longitudinal analysis, unpublished doctoral dissertation, *Arizona State University*.
- ARDIÇ, Kadir. and Polatçı, Sema (2009), Tükenmişlik Sendromu ve Madalyonun Öbür Yüzü: İşle Bütünleşme, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 32, 21-46.
- ASGHARIAN, R., Yusoff, R., Yaser Mazhari, M., Mardani, A. and E. Kish Hazrat Soltan (2013), Examining the effect of workplace friendships and Job Embeddedness on Turnover Intention (The Case of Mashhad as a Tourist Destination in Iran), *International Journal of Business and Management Invention*, 2 (7), 17-25.
- BAKKER, Arnold B., and Wilmar B. Schaufeli (2008), Positive organizational behavior: Engaged employees in flourishing organizations, *Journal of Organizational Behavior*, 29, 147-154.
- BERMAN, M. E., West, P. J. and N. M. Richter (2002), Workplace Relations: Friendship Patterns and Consequence (According the Managers), *Public Administration Review*, 62(2):217-230.
- CLARK, T. R. (2012), The 5 Ways That Highly Engaged Employees Are Different.<http://www.ere-media.com/tlnt/the-5-ways-that-highly-engagedemployees-are-different/>
- DARWISH, Yousef (2000), Organizational Commitment: A mediator of the relationships of leadership behavior with job satisfaction and performance in a non-western country, *Journal of Management Psychology*, 15(1), 6-28.
- DOLBIER, CL, Webster JA, McCalister KT, Mallon MW., and MA. Steinhardt (2005), Reliability and Validity of a Single-Item Measure of Job Satisfaction, 19 (3): 194-8.
- GORGIEVSKI-Duijvesteijn, M.J, Bakker, A.B, and W.B. Schaufeli (2010), Work Engagement and Workaholism: Comparing the Self-Employed and Salaried Employees, *The Journal of Positive Psychology*, 1–42.

GÜNDÜZ, B., Çapri, B., and Z. Gökçakan (2013), Mesleki Tükenmişlik, İşle Bütünleşme ve İş Doymu Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi, Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 3.1.

JACOBY, M. (2015), 6 Traits of An Engaged Employee. http://www.huffingtonpost.com/margaret-jacoby/6-traits-of-an-engaged-em_b_7928024.html

KAHN, W. A. (1990), Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33, 692-724.

KANBUR, Aysun (2015), Örgütsel Bağlılığı Belirleyici Bir Faktör Olarak İşyeri Arkadaşlığının İncelenmesi Üzerine Emniyet Teşkilatında Bir Araştırma, *The Journal of Academic Social Science Studies*, Number: 31, p. 45-63.

KELLEHER, B. (2016), Pinpoint Key Behaviors and Traits of Engaged Employees. <http://www.dummies.com/how-to/content/pinpoint-key-behaviors-and-traits-of-engaged-emplo.html>

KELLER, Monika (2004), A cross cultural perspective on friendship research, *Newsletter of the International Society for the Study of Behavioral Development*, 28, 10-14.

LEE, JungHoon (Jay) and Chihyung Ok (2011), Effects of Workplace Friendship on Employee Job Satisfaction, Organizational Citizenship Behavior, Turnover Intention, Absenteeism, and Task Performance, *the 16th Annual Graduate Education and Graduate Students Research Conference in Hospitality and Tourism*.

LIN, Chun-Te and Cun-Lin. Lu (2013), The Influence of Workplace Friendship on Work Values: Taiwan and China", *2013 Proceedings of PICMET '13: Technology Management for Emerging Technologies*.

MAUNO S., Ruokolainen M., Kinnunen U. and J. De Bloom (2016), Emotional labour and work engagement among nurses: examining perceived compassion, leadership and work ethic as stress buffers. *Journal of Advanced Nursing*,

MCGRATH, R.G. and I.C. Macmillan (1995), Defining and Developing Competence, *Strategic Management Journal*, Vol. 16, No.4, 251-275.

MERT, I. S., Keskin N., and T. Baş (2011), Motivasyonel Dil (MD) Teorisi ve Ölçme Aracının Türkçe'de Geçerlik ve Güvenilirlik Analizi, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12 (2), 243-255.

MORRISON, Rachel (2004), Informal Relationships in the Workplace: Associations with Job Satisfaction, Organizational Commitment and Turnover Intentions, *New Zealand Journal of Psychology*, 33(3). 114-128.

MORRISON, Rachel and Terry Nolan (2007), Too much of a good thing difficulties with the workplace friendship, *University of Auckland Business Review*, volume 9 No.2 pp. 32-41.

NAGY, Mark. S. (2002), Using a single-item approach to measure facet job satisfaction, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 75: 77–86.

NIELSEN, I. K., Jex, S. M., and G. A. Adams (2000), Development and validation of scores on a two dimensional Workplace Friendship Scale” *Educational & Psychological Measurement*, 60(4), 628-643.

ONG, Lin Dar (2013), Workplace Friendship, Trust in Coworkers And Employees Ocb. Actual Problems of Economics / АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ.Vol. 140 Issue 2, p 289.

ÖZER, Ö., Saygılı., and Ö. Uğurluoğlu (2015). Sağlık Çalışanlarının İşe Cezbolma Düzeylerinin Belirlenmesine İlişkin Bir Araştırma, *Business & Management Studi es, An International Journal*, 3, 3.

ÖZSOY, E., Filiz, B., and T. Semiz (2013), İşkoliklik ve Çalışmaya Tutkunluk Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Sağlık Sektöründe Bir Araştırma, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*. 5, No 2.

ÖZSOY, Emrah., Uslu, Osman., and O. Öztürk (2014), Who are Happier at Work and in Life? Public Sector versus Private Sector: A Research on Turkish Employees? ,*International Journal of Recent Advances in Organizational Behaviour and Decision Sciences*, vol. 1 (2) ,pp. 148-160.

ÖZYILMAZ, A., and Z. Süner. (2015), İşe Adanmışlığın İşyeri Tutumlarına Etkisi: Hatay'daki 9 İşletmede Yapılan Ampirik Araştırmanın Sonuçları, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*,10(3), 143- 164.

RIORDAN, Christine. M. and Rodger W. Griffeth (1995), The opportunity for friendship in the workplace: An underexplored construct, *Journal of Business and Psychology*, Vol. 10 (2), pp.141-154,

SAKS, Alan M (2006), Antecedents and consequences of employee engagement, *Journal of Managerial Psychology*, 21, 600-619.

SCHAUFELI, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., and A. B. Bakker (2002), The Measurement of Engagement and Burnout, *A Two Sample Confirmatory Factor Analytic Approach*, *Journal of Happiness Studies*, 3, ss.71–92.

SCHAUFELI, W., and M. Salanova (2007), Work Engagement. An Emerging Psychological Concept and Its Implications for Organizations. 5 Bölüm. (içinde). *Managing Social and Ethical Issues in Organizations*. Ss.135-177.

SCHAUFELI, W.B. (2012), Work engagement: What do we know and where do we go? *Romanian Journal of Applied Psychology*, 14, 3-10.

SCHERMERHORN, J. R., Hunt, J.G, and R. N. Osborn (1997), *Organizational Behavior*. 6. Edition, *Jhon Wiley and Sons*, Inc. A.B.D.

SELIGMAN, M. E. P., and M. Csikszentmihalyi, (2000), Positive psychology: An introduction, *American Psychologist*, 55, 5-14.

SIAS, P. M., R. G. Heath, T. Perry, D. Silva, and B. Fix (2004), Narratives of workplace friendship deterioration, *Journal of Social and Personal Relationship*, Vol.21, pp.321-340.

SIAS, Patricia. M. (2009), *Organizing relationships: Traditional and emerging perspectives on Workplace Relationships*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

TURGUT, Tülay (2011), Çalışmaya Tutkunluk: İş Yükü, Esnek Çalışma Saatleri, Yönetici Desteği ve İş-Aile Çatışması İle İlişkileri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25, 3-4 pp. 155-179.

TURGUT, Tülay (2013), Başarı hedef yönelimleri ve iş özelliklerinin çalışmaya tutkunluk üzerindeki katkıları, *İşletme Dergisi/ İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi*, 42(1):1-25.

USLU, Osman (2015), Türkiye’de Örgütsel Güven (Organizational Trust) Yazının Genel Görünümü. In; *Türkiye’de Örgütsel Davranış Çalışmaları I*, Editor, Özen Kutanis, R. pp. 75-101. Gazi Kitapevi. Ankara.

Karizmatik Liderlik Davranışları İle Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki: Ankara İlinde Orta Öğretim Öğretmenleri Üzerine Bir Araştırma*

Doç. Dr. Ömer Faruk ÜNAL
Bartın Üniversitesi
Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü
ofunal@yahoo.com

Dr. Sami YALDIZBAŞ
yaldizbas@gmail.com

Özet: Bu çalışmanın amacı, öğretmenlerin okul yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranışları ile öğretmenlerin demografik değişkenleri arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. Araştırmanın çalışma grubunu Ankara'da faaliyet gösteren özel ortaokulların eğitimcileri oluşturmaktadır. Tarama yönteminin benimsendiği araştırmada veri toplama aracı olarak Conger ve Kanungo'nun Karizmatik Liderlik Ölçeği kullanılmıştır. Bu kapsamda 400 öğretmene basılı anket formu ulaştırılmış ve 328 öğretmenden geri dönüş alınmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre öğretmenlerin okul yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik algısı medeni durum değişkeni istisna olmakla öğretmenlerin demografik değişkenlerden bağımsızdır. Bekâr çalışanların yöneticilerde algıladıkları karizmatik liderlik düzeyi evlilere göre daha yüksektir. Ayrıca bazı alt boyutlarda da demografik değişkenlere göre farklılıklar gözlenmektedir.

Anahtar kelimeler: Karizmatik liderlik, demografik özellikler, ortaokul öğretmenleri

Relationship Between Charismatic Leadership And Demographic Variables: A Research On Teachers Of Private Middle School In Ankara Province

Abstract: In this research the relationship between charismatic leadership of school directors perceived by teachers and demographic variables are studied. Study group of this research is teachers of private secondary schools in Ankara.

* Bu çalışma Doç. Dr. Ömer Faruk Ünal'ın danışmanlığında Sami Yıldızbaş tarafından hazırlanan "Karizmatik Liderlik Davranışlarının İş Performansına Etkisinde İştatmininin Aracılık Rolü, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014" doktora tezinden düzenlenmiştir.

A survey research was conducted in the study and data were gathered by means of questionnaires. Charismatic Leadership Scale used in the questionnaire was developed by Conger and Kanungo. The questionnaires were distributed to 400 teachers and 328 completed questionnaires were returned. The results show that perception of charismatic leadership of school directors perceived by teachers is indifferent according to demographic variables of teachers except marital status. Level of charismatic leadership perceived by single teachers is more than by married teachers. There are also some differences in sub-dimensions according demographic variables.
Keywords: *Charismatic leadership, demographic variables, secondary school teachers*

Giriş

İnsanlık için önemli bir konu olarak kabul edilen liderlik olgusu araştırmacılar tarafından sıklıkla ele alınan bir konu olmuştur. Liderlik üzerinde sayısız inceleme yapılmasına rağmen bu konu günümüze hala önemini korumaktadır (Sullivan ve diğ., 2001: 96-201). Örgüt yöneticilerinin liderlik tarz ve davranışları çalışanların davranışları üzerinde önemli etkiye sahiptir. Yazındaki çalışmalar olumlu liderlik algısının çalışanlarda işe bağlılığı arttırdığını belirtmektedir. Buradan hareketle lider davranışlarının çalışanların verimli çalışmasını sağlayarak onların performansını arttırdığı söylenebilir (Aksu ve diğ., 2002). Bundan dolayı örgüt yöneticilerinin liderlik davranışlarının çalışanlar tarafından nasıl algılandığının ortaya koyulması örgüt yöneticilerine başarılı bir yönetim konusunda yol gösterici olacaktır (Bakan ve diğ., 2013: 71,76). Bu bağlamda eğitim kurumlarını amaçları doğrultusunda geliştirmek isteyen okul yöneticileri de, kurumlarını etkin bir şekilde yönetebilmek için lider olmalıdırlar. Okul yöneticileri etkili olmak istiyorlarsa, lideri olarak eylemde bulunması ve kendisini izleyenleri ikna etmesi gerekmektedir (Cemaloğlu, 2007: 77). Çünkü farklı kişisel özellikler, okul yöneticilerinin davranışlarını anlama, algılama ve yorumlama tarzlarını da etkileyebilir (Cemaloğlu, 2007: 103).

Araştırmanın amacı, orta öğretim öğretmenlerinin okul yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranışları ile öğretmenlerin demografik değişkenleri arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. Bu kapsamda araştırmanın temel sorusu “öğretmenlerin okul yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranışları öğretmenlerin demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?” olmaktadır. Okul yöneticilerinin karizmatik liderlik davranışlarının izleyiciler ve izleyicilerin çeşitli özellikleri açısından ele alacağı için bu araştırmanın özellikle öğretmenlerin liderlik algıları ile ilgili yapılan

çalışmaların sınırlılığını da dikkate alındığında yazına katkı sağlayacağı beklenmektedir. Ayrıca araştırma bulgularının okul yöneticilerine faydalı bilgiler sağlayacağı beklenmektedir. Çünkü lideri, lider yapan takipçilerinin onu nasıl algıladıklarıdır. Bu bakımdan ne olduğu kadar ne ve nasıl algılandığının bilinmesi de yöneticinin başarısı için önem taşımaktadır.

Bu çalışmada öncelikle karizmatik liderlik kavramı ve özellikleri açıklanmakta sonraki bölümde araştırma yöntemi, bulgular ve sonuç kısmı yer almaktadır.

1. Literatür İncelemesi

1.1. Karizmatik Liderlik ve Özellikleri

Weber, karizmayı toplumdaki değişimci güçleri ifade eden bir şemsiye kavram (Conger ve diğ., 1994: 440), karizmatik lideri de sosyal değişime neden olan kişi olarak tanımlamaktadır (Antonakis, 2012: 260). Weber'in bu kavramı yönetim ve işletme yazınına taşıyan ilk kişi olduğu kabul edilmektedir (Baransel, 1993: 168).

Koçel'e (2011: 605) göre karizmatik lider, çalışanlarını sahip olduğu karizmayla üstün performansa ulaştırmayı amaçlayan liderdir. Karizmatik liderler; vizyonları takip edilen, kendilerine sıkı sıkıya bağlı takipçileri olan, çalışanlarını motive ederek performanslarını maksimum düzeye çıkaran, vizyonuna bağlılık kazandıran, gelecek görüş açısı oluşturabilen liderlerdir (Begeç, 1999). Karizmatik liderlerde çalışanların lidere güveni tamdır. Çalışanların karizmaya güveni ve inancı liderin örgütsel vizyona ulaşmak için radikal karar almasını kolaylaştıracaktır (Conger, 1999: 167). Karizmatik lider ilham kaynağı olarak görülür ve bu görünüş beraberinde liderin örnek alınmasını sağladığı için vizyona ulaşmada yeni fikirler ortaya çıkar. Çalışanlar örnek aldığı karizmatik liderin değer ve amaçları peşinde koşmaktadırlar (Gül, 2003: 120).

Uzun yıllar karizma kavramının alt düzey yöneticilere uygun bir kavram olmadığı, sadece örgütlerin üst düzeylerinde karizmatik liderlerin bulunabileceği düşünülmüştür. Buna karşın bazı teoriler de (Bass ve diğ., 1987; Conger ve diğ., 1987; House, 1977; Shamir ve diğ., 1993) karizmatik liderliğin örgütün bütün kademelerinde bulunabileceğini öne sürmüşlerdir (Shamir, 1995: 19, 20).

Karizmatik liderlik liderle izleyici arasındaki bağı izah etmeye çalışan bir liderlik türüdür (Ehrhart ve diğ., 2001: 157). Conger ve Kanungo (1987)

karizmanın atıfsal bir olay olduğunu öne sürmüşlerdir (Kılınç, 1996: 82). Conger ve Kanungo karizmatik liderliğin altı boyutundan bahsetmektedirler; vizyon belirleme, üye ihtiyaçlarına duyarlılık, çevresel duyarlılık gösterme, sıra dışı davranışlar gösterme, kişisel risk üstlenme, statükoyu sürdürmeme (Akçakaya, 2010: 252; Baltaş, 2000: 137; Gül ve diğ., 2003: 166-167). Conger ve Kanungo modeline göre (1994) belirtilen bu boyutlar üç ayrı aşamada ortaya çıkmaktadır; çevresel değerlendirme, vizyon ve uygulama aşamalarıdır (Conger, 1999:153, 154; Conger ve diğ., 1994: 442, 443; Conger ve diğ., 2000: 748, 449). Karizmatik liderliğin çevreye duyarlılık, statükoyu sürdürmeme ve üye ihtiyaçlarına duyarlılık boyutları doğrudan birinci aşama ile ilgilidir. Bu boyutlardaki ifadeler; liderin çevredeki fırsatları ve sınırlılıkları görmesi, üyelerin yeteneklerini bilmesi ve ihtiyaçlarına duyarlı olması ve statükoya meydan okuması ile ilgilidir. Liderin bu konulardaki yeteneklerini araştırmaktadır. İkinci aşama ise vizyon ve vizyonun kavratılmasını ihtiva etmektedir. Bu boyuttaki ifadeler, liderin ilham verici bir vizyon oluşturması ve etkili bir iletişimci olması ile ilgilidir. Liderin bu konulardaki yeteneklerini tanımlar. Sonuncu aşama ise kişisel risk ve geleneksel olmayan davranışlar boyutunu içine almaktadır. Bu boyuttaki ifadelerin amacı liderin sıra dışı bir bağlılık oluşturmak için ne kadar risk aldığını ve geleneksel olmayan davranışlar gösterdiğini ortaya koymaktır (Conger ve diğ., 1994: 442, 443). Kişisel risk; finansal kayıplar, işten atılma, formal ya da informal statünün, gücün ve kredibilitenin kaybedilmesini içerebilmektedir (Conger ve diğ., 2000: 751).

1.2. Liderlik Davranışları ve Demografik Değişkenler Arasındaki İlişkisi

Yöneticide algılanan çeşitli liderlik davranışları (otantik, karizmatik, dönüşümcü ve işlemci) ile çalışanların demografik değişkenleri arasında ilişkiyi araştıran sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Arslantaş ve Pekdemir (2007: 275)'in İstanbul'da bir firmanın üretim bölümü çalışanları üzerine yaptığı bir araştırmada çalışanların demografik özellikleri ile yöneticilerinin sergilediği dönüşümcü liderlik davranışı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Çalışanların demografik özellikleri ile yöneticilerin dönüşümcü liderlik davranışları arasındaki ilişkide, cinsiyet, yaş ve eğitim düzeyine göre yöneticilerinin sergilediği dönüşümcü liderlik davranışına ilişkin algıların farklılık göstermediği görülmüştür. Çalışanların iş hayatında geçirdikleri toplam çalışma sürelerine ve buldukları işletmede çalışma süresine göre yöneticilerinin sergilediği dönüşümcü liderlik davranışına ilişkin algıları ise farklılık göstermektedir. Cemalaoğlu'nun (2007: 106) ilk ve ortaokul öğretmenleri üzerine yaptığı

araştırmaya göre hem dönüşümcü liderlik hem de işlemci liderliğin bazı alt boyutlarında öğretmenlere ait değişkenlere göre farklılıklar tespit edilmiştir. Örnek olarak erkek öğretmenler kadın öğretmenlere göre, yöneticilerinin entelektüel uyarım, bireysel destek ve koşullu ödülü daha fazla gerçekleştirdiklerini belirtmektedirler. Coşar'ın (2011: 122) tekstil işletmesi çalışanları üzerine gerçekleştirdiği çalışmaya göre çalışanların otantik liderlik algısı cinsiyet değişkenlerine göre farklılık göstermektedir, kadınların otantik liderlik algılarının erkeklerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Bozkurt ve Goral'ın (2014: 177) otel yöneticileri üzerine yaptığı ve yöneticilerin bakış açını yansıtan araştırmaya göre karizmatik liderlik davranışları eğitim düzeyine göre farklılık göstermezken cinsiyete, yaşa ve iş deneyimine göre anlamlı farklılık göstermektedir. Cinel (2008: 107)'in sağlık personeli üzerinde yaptığı bir çalışmada demografik değişkenlerden cinsiyet ile karizmatik liderliğin sıra dışı davranışlar boyutu arasında anlamlı bir ilişki görülmüştür. Bu çalışmada kadın çalışanların yöneticilerin sıra dışı davranışlar sergilemeleriyle ilgili algılarının daha yüksek düzeyde olduğu belirtilmektedir. Keklik (2012: 73)'in özel bir hastanenin sağlık personeli üzerinde yaptığı bir çalışmada yaş ve kıdem değişkenine göre karizmatik liderlik algılamalarının farklı olduğu görülmüştür.

Çelik ve Sünbül (2008: 62) lise ve üniversite son sınıf öğrencilerinin öğretmen ve idarecilerine ait liderlik algılamalarındaki farklılıkların cinsiyet ve öğrenim düzeyi ile ilişkisini araştırmıştır. Bu çalışmaya göre üniversite öğrencilerinin lise öğrencilerine göre daha yüksek bir liderlik algılamaları içinde oldukları, lise öğrencisi kızların liderlik algılamaları daha yüksek, üniversite öğrencilerinde ise anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Çiçek (2010: 72)'in ilköğretim okulu öğretmenleri üzerinde yaptığı bir çalışmada demografik özelliklerle okul müdürlerinin liderlik davranışı arasındaki ilişkiye bakılmıştır. İlköğretim okulu öğretmenlerinin müdürlerinin liderlik rollerine ilişkin algılarında liderlik ve alt boyutlarında demografik değişkenlere göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Arabacı (2014: 204-208)'nin ilk ve ortaöğretim okullarında görev yapan öğretmenler üzerinde yaptığı bir çalışmada cinsiyet, branş, çalışma yeri, kıdem ve yaş değişkenleri ile karizmatik liderliğin boyutları arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir. Kılıçarslan'ın (2013: 89, 90) İzmir'de resmî ilköğretim, ortaöğretim ve liselerde görev yapan öğretmenler üzerine yaptığı bir çalışmada okul yöneticilerinin liderlik davranışları ile eğitim çalışanlarının demografik değişkenleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Yöneticide

algılanan liderliğin alt boyut davranışları eğitim çalışanlarının cinsiyet, okul türü ve öğrenim durumuna göre farklılık göstermezken; yaş, branş ve hizmet süresine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, eğitim çalışanlarının yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranışları ile çalışanların demografik değişkenleri arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. Araştırmanın çalışma grubunu Ankara'da faaliyet gösteren özel ortaokullardan çalışmamıza katılım sağlayan eğitimcileri oluşturmaktadır. Araştırma yapılmasına izin veren 12 özel ortaokulunda görev yapan 650 öğretmenden 400 öğretmene ulaşılmış, kullanılabilir 328 anket araştırmaya alınmıştır.

2.2. Veri Toplama Aracı ve Analiz

Yöntem olarak tarama modelinin benimsendiği bu araştırmada veri toplama aracı olarak anketler kullanılmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde demografik verilere yönelik 9 soru bulunmaktadır. Anketin ikinci bölümünde ise karizmatik liderlik davranışlarını ölçmeye yönelik sorular yer almaktadır. Karizmatik liderlik davranışlarını ölçmek için Conger ve Kanungo'nun (1994) Karizmatik Liderlik Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek Türkçeye Gül (2003) tarafından çevrilmiştir. Ölçekte karizmatik liderliğin; vizyon, çevreye duyarlılık, sıra dışı davranışlar, kişisel risk üstlenme, üye ihtiyaçlarına duyarlılık ve statükoyu sürdürmeme boyutlarını içeren 24 soru bulunmaktadır. Anketler beşli Likert ölçeği ile değerlendirilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler bir istatistik programıyla analiz edilmiştir. Veriler normal dağılım göstermemektedir. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistiksel yöntemler, faktör analizi, güvenilirlik analizi ve parametrik olmayan testler kullanılmıştır. Elde edilen bulgular %95 güven aralığı ve %5 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

3. Bulgular

3.1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

Araştırmadaki demografik bilgilerden elde edilen verilere göre genel katılımın %84,6'sını öğretmenler, %11,1'i idareciler ve %4,3'ü ise stajyerler

oluşturmaktadır. En çok katılım % 38,6 ile 26–33 yaş arasındadır. % 35,2'si 34–41 ve % 14,2'si de 42 yaş ve üstüdeyken % 12'si ise 18 - 25 yaş arasındadır. Çıkan sonuçlara bakıldığında çalışanların çoğunluğu orta yaş grubundandır.

Demografik değişkenlerden biri olan cinsiyet grubunu, çalışanların % 52,5'ini bayanlar, %47,5 sini erkeklerin oluşturduğu belirlenmiştir. Eğitim değişkenine bakıldığında %6,2'si meslek yüksekokul, %70,1'i fakülte, %23,8'i ise yüksek lisans ve üstü olarak dağılım gerçekleşmiştir. Eğitim çalışanlarının çoğunluğunu fakülte ve yüksek lisans mezunlarının oluşturmuştur.

Medeni durum değişkenine göre eğitim çalışanlarının,%74,1'i evli, %64,5'i çocuklu ve %57,1'i ise eşi çalışmaktadır. Okulundaki çalışma süresi değişkenine göre ise %17'si 1 yıldan az, %41,7'si 1-3 yıl, %23,1'i 4-6 yıl, %11,1'i 7-9 yıl ve %7,1'i ise 10 yıl ve üzeri olarak dağılmaktadır. Mesleki kıdemi değişkenine göre %4'ü 1 yıldan az, %16,4'ü 1-3 yıl, %21,9'u 4-6 yıl, %18,8'i 7-9 yıl, %38,9'u ise 10 yıl ve üzeri olarak dağılmaktadır

3.2. Güvenilirlik ve Faktör Analizi Sonuçları

24 sorudan oluşan Karizmatik Liderlik Ölçeğinin güvenilirlik katsayısının (Cronbach's Alpha) değeri 0.965'dir. Bu değer ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2010: 405). Herhangi bir ifadenin çıkarılması durumunda ölçeğin güvenilirliği artmayacağı için hiçbir ifade ölçekten çıkarılmamıştır.

Ölçeğin faktör analizi yapmaya uygun olup olmadığını anlamak için ilk olarak anti-ımağ korelasyonuna bakılmıştır. Anti imaj korelasyonunda hiçbir ifade 0.5'in altında değildir. İkinci olarak Kaiser-Meyer-Olkin değerine bakılmıştır. KMO değeri 0.954'dir. Örneklem yeterliliğini gösteren bu değer oldukça yüksektir. Üçüncü olarak Bartlett Küresellik testinin (Bartlett's Test of Sphericity) sonucuna bakılmıştır. Sonuç değişkenler arasında korelasyon olduğunu göstermektedir (p=0.000). Sonuçlar faktör analizinin yapılabileceğini göstermektedir (Altunışık, 2010: 266, 270, 292).

Faktör analizi sonucunda 24 ifadenin orijinal ölçekte olduğu gibi 6 faktör altında toplandığını göstermektedir. 12. ve 16. ifadeler farklı boyutlarda yer aldığından dolayı ölçekten çıkarılmıştır. Geri kalan 22 ifadeden oluşan 6 faktör toplam varyansın %78.191'ini açıklamaktadır. Bu bağlamda toplam varyansın; birinci faktör (vizyon) %21.13'sünü, ikinci faktör (çevreye duyarlılık) %15.22'ini,

üçüncü faktör (kişisel risk) %12.22'sini, dördüncü faktör (üye ihtiyaçlarına duyarlılık) %10.57'ini, beşinci faktör (sıra dışı davranışlar) %9.99'unu ve altıncı faktör (statükoyu sürdürmeme) ise %9.04'ünü açıklamaktadır.

Çizelge 1'de Karizmatik Liderlik Ölçeğinin faktör yapısı ve faktör yükleri verilmektedir.

Çizelge 1. Karizmatik Liderlik için Döndürülmüş Bileşen Matrisi

İfadeler	Bileşenler					
	1	2	3	4	5	6
V5- İlham verici stratejik ve kurumsal amaçlar ortaya koyabilir.	0.768					
V3- İlham vericidir ve şirket çalışanlarına yaptıkları işin önemini açıkça belirterek motive edebilmektedir.	0.750					
V2- Bir gruba karşı sunum yaparken çok kabiliyetli görünmektedir.	0.745					
V4- Vizyona sahiptir ve gelecekteki ihtimaller hakkında fikirler üretebilir.	0.736					
V1- Konuşmaları topluluğa heyecan verir.	0.678					
V6- Şirketin geleceği hakkında sürekli olarak yeni fikirler üretir.	0.567					
ÇD10- Şirketteki diğer çalışanların yetersizliklerini ve kısıtlarını görebilir.		0.775				
ÇD8- Kendi amaçlarını gerçekleştirmesini engelleyebilecek, şirket içerisindeki engelleri ve güçleri önceden görebilir.		0.707				
ÇD9- Şirketteki diğer çalışanların yeteneklerini ve kabiliyetlerini görebilir.		0.625				
ÇD7- Şirketin amaçlarını gerçekleştirmesinde karşısına çıkabilecek olan sosyal ve kültürel çevredeki engelleri önceden görebilir.		0.621				

ÇD11- Şirketin amaçlarını gerçekleştirmesine destek olacak yeni çevresel fırsatları önceden görebilir.		0.580				
KR18- Şirket için yüksek derecede kişisel risk alır.			0.798			
KR19- Sık sık, şirket için yüksek kişisel zararlara katlanır.			0.788			
KR17- Kurumsal amaçlara ulaşmak için önemli derecede kişisel fedakârlıklarda bulunur.			0.690			
ÜİD22- Sık sık, şirketteki diğer çalışanların ihtiyaçları ve duyguları için kişisel ilgisini ifade eder.				0.705		
ÜİD20- Şirketteki diğer çalışanların ihtiyaçlarına ve duygularına karşı oldukça hassasiyet gösterir.				0.663		
ÜİD21- Karşılıklı sevgi ve saygı duygularını geliştirerek diğerlerini etkiler.				0.651		
SD15- Sık sık, şirketin diğer üyelerini de şaşırtan kendine özgü davranışlarda bulunur.					0.842	
SD13- Kurumsal amaçlara ulaşmada, alışılmışın dışında davranışlar gösterir.					0.650	
SD14- Kurumsal amaçlara ulaşmada, geleneksel olmayan yöntemler kullanır.					0.626	
SK24- Kurumsal amaçlara ulaşmak için, riskli olmayan ve iyi tanınmış, doğruluğu ortaya konmuş hareket tarzlarını savunur.						- 0.791
SK23- Mevcut durumu veya işlerin normal yapıma şekillerini korumaya çalışır.						- 0.740

Çıkarma metodu: Principal Component Analysis, faktör sayısı 6
Döndürme metodu: Varimax with Kaiser Normalization.

Çıkarılan ifadeler:

ÇD 12: Girişimcidir ve amaçlara ulaşmak için yeni fırsatlar oluşturur.

KR 16: Kurumsal amaçlara ulaşmak için, önemli derecede kişisel riske girecek şekilde faaliyetlerde bulunur.

Karizmatik Liderlik ölçeğinin alt boyutları belirlendikten sonra her bir alt boyutun güvenilirlik değerlerine bakılmıştır. Buna göre her bir alt boyutun güvenilirlik değerlerinin Çizelge 2'de görüldüğü gibi oldukça yüksek olduğu tespit edilmiştir. Çizelgede ayrıca başka iki çalışmanın güvenilirlik katsayıları verilmektedir.

Çizelge 2. Karizmatik Liderlik Boyutlarının Güvenilirlik Değerleri

Boyutlar	İfade sayısı	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha*	Cronbach's Alpha**
Vizyon	6	0.934	0.897	0.816
Çevreye duyarlılık	5	0.892	0.891	0.845
Kişisel risk	3	0.876	0.878	0.821
Üye İhtiyaçlarına duyarlılık	3	0.900	0.806	0.824
Statükoyu sürdürmeme	2	0.821	0.582	0.796
Sıra dışı davranışlar	3	0.817	0.793	0.767

* Gül, Hasan ve Zafer Aykanat (2012), *Karizmatik Liderlik ve Örgüt Kültürü İlişkisi Üzerine Bir Araştırma*, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl 16, Sayı 1, s. 30.

** Gül, Hasan (2003), *Karizmatik Liderlik Ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi Üzerine Aksaray Ve Karaman Emniyet Müdürlüklerinde Yapılan Bir Araştırma*, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora tezi, Gebze, s.142.

3.3. Karizmatik Liderlik Ölçeği ile İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Karizmatik Liderlik Ölçeği ile ilgili tanımlayıcı istatistikler Çizelge 3'te verilmektedir. Karizmatik Liderlik Ölçeğindeki 22 ifadeye çalışanların % 7.84'ü kesinlikle katılmıyorum, %17.31'i katılmıyorum, %21.14'ü kısmen katılıyorum, %34.29'u katılıyorum ve %19.42'si kesinlikle katılıyorum şeklinde fikir beyan etmişlerdir. Buna göre çalışanların %53,7'si katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum şeklinde fikir beyan ettikleri görülmektedir.

Çizelge 31. Karizmatik Liderlikle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

İfadeler		1	2	3	4	5	Ort.	SS
V1- Konuşmaları topluluğa heyecan verir	N	39	46	41	131	67	3,44	1,293
	%	12,03	14,20	12,65	40,4	20,7		
V2- Bir gruba karşı sunum yaparken çok kabiliyetli görünmektedir.	N	20	52	47	122	83	3,60	1,203
	%	6,2	16,0	14,5	37,7	25,6		
V3- İlham vericidir ve şirket çalışanlarına yaptıkları işin önemini açıkça belirterek motive edebilmektedir.	N	20	49	48	120	87	3,63	1,203
	%	6,2	15,1	14,8	37,0	26,9		
V4- Vizyona sahiptir ve gelecekteki ihtimaller hakkında fikirler üretebilir.	N	19	44	38	140	83	3,69	1,163
	%	5,9	13,6	11,7	43,2	25,6		
V5- İlham verici stratejik ve kurumsal amaçlar ortaya koyabilir.	N	14	46	65	120	79	3,63	1,126
	%	4,3	14,2	20,1	37,0	24,4		
V6- Şirketin geleceği hakkında sürekli olarak yeni fikirler üretir.	N	7	49	72	109	87	3,68	1,091
	%	2,2	15,1	22,2	33,6	26,9		
ÇD7- Şirketin amaçlarını gerçekleştirmesinde karşısına çıkabilecek olan sosyal ve kültürel çevredeki engelleri önceden görebilir.	N	14	28	79	139	64	3,65	1,028
	%	4,3	8,6	24,4	42,9	19,8		
ÇD8- Kendi amaçlarını gerçekleştirmesini engelleyebilecek, şirket içerisindeki engelleri ve güçleri önceden görebilir.	N	16	35	77	137	59	3,58	1,060
	%	4,9	10,8	23,8	42,3	18,2		
ÇD9- Şirketteki diğer çalışanların yeteneklerini ve kabiliyetlerini görebilir.	N	16	41	73	135	59	3,56	1,079
	%	4,9	12,7	22,5	41,7	18,2		
ÇD10- Şirketteki diğer çalışanların yetersizliklerini ve kısıtlarını görebilir.	N	13	34	68	156	53	3,62	1,008
	%	4,0	10,5	21,0	48,1	16,4		
ÇD11- Şirketin amaçlarını gerçekleştirmesine destek olacak yeni çevresel fırsatları önceden görebilir.	N	16	37	70	146	55	3,58	1,054
	%	4,9	11,4	21,6	45,1	17,0		
SD13- Kurumsal amaçlara ulaşmada, alışılmışın dışında davranışlar gösterir.	N	16	56	95	111	46	3,35	1,076
	%	4,9	17,3	29,3	34,3	14,2		

SD14- Kurumsal amaçlara ulaşmada, geleneksel olmayan yöntemler kullanır.	N	23	66	101	95	39	3,19	1,109
	%	7,1	20,4	31,2	29,3	12,0		
SD15- Sık sık, şirketin diğer üyelerini de şaşkırtan kendine özgü davranışlarda bulunur.	N	18	71	102	96	37	3,19	1,077
	%	5,6	21,9	31,5	29,6	11,4		
KR17- Kurumsal amaçlara ulaşmak için önemli derecede kişisel fedakârlıklarda bulunur.	N	26	33	61	114	90	3,65	1,214
	%	8,0	10,2	18,8	35,2	27,8		
KR18- Şirket için yüksek derecede kişisel risk alır.	N	39	55	83	92	55	3,21	1,254
	%	12,0	17,0	25,6	28,4	17,0		
KR19- Sık sık, şirket için yüksek kişisel zararlara katlanır.	N	36	59	97	75	57	3,18	1,239
	%	11,1	18,2	29,9	23,1	17,6		
ÜİD20- Şirketteki diğer çalışanların ihtiyaçlarına ve duygularına karşı oldukça hassasiyet gösterir.	N	34	40	61	100	89	3,52	1,296
	%	10,5	12,3	18,8	30,9	27,5		
ÜİD21- Karşılıklı sevgi ve saygı duygularını geliştirerek diğerlerini etkiler.	N	21	41	52	124	86	3,66	1,184
	%	6,5	12,7	16,0	38,3	26,5		
ÜİD22- Sık sık, şirketteki diğer çalışanların ihtiyaçları ve duyguları için kişisel ilgisini ifade eder.	N	18	44	71	119	72	3,56	1,140
	%	5,6	13,6	21,9	36,7	22,2		
SK23- Mevcut durumu veya işlerin normal yapıma şekillerini korumaya çalışır.	N	60	167	45	28	24	2,35	1,104
	%	18,52	51,54	13,89	8,64	7,41		
SK24- Kurumsal amaçlara ulaşmak için, riskli olmayan ve iyi tanınmış, doğruluğu ortaya konmuş hareket tarzlarını savunur.	N	74	141	61	35	13	2,30	1,061
	%	22,84	43,52	18,83	10,80	4,01		

Çizelge 3'te görüldüğü gibi çalışanların en az katıldıkları ifadelerden biri "SK24- Kurumsal amaçlara ulaşmak için, riskli olmayan ve iyi tanınmış, doğruluğu ortaya konmuş hareket tarzlarını savunur." ifadesidir. "V4- Vizyona sahiptir ve gelecekteki ihtimaller hakkında fikirler üretebilir." ifadesi ise çalışanların en çok katıldıkları ifadelerden biri olmuştur.

Karizmatik Liderlik Ölçeğinin alt boyutlarının ortalamaları Çizelge 4'te görülmektedir. Karizmatik Liderlik Ölçeğinin ortalaması yüksek denebilecek düzeyde gerçekleşmiştir (3.401). Ortalaması en yüksek olan boyut vizyon boyutudur (3.61). Ortalaması en küçük olan ise statükoyu sürdürmeme boyutudur (2.32). Kişisel risk ve sıra dışı davranışlar boyutlarının ortalamalarının orta düzeyde; çevreye duyarlılık ve üye etkileşimi boyutlarının ortalamalarının ise yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Bunu dikkate alarak çalışanların ilk amirlerini yüksek düzeyde karizmatik olarak gördükleri söylenebilir.

Çizelge 42. Karizmatik Liderlik Ölçeği ve Alt Boyutlarının Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	Ortalama	SS
Karizmatik Liderlik	3.401	0.72
Çevreye duyarlık	3.60	0.87
Statükoyu sürdürmeme	2.32	0.99
Sıra dışı davranışlar	3.25	0.93
Üye etkileşimi	3.58	1.10
Kişisel risk	3.35	1.11
Vizyon	3.61	1.02

3.4. Demografik Değişkenlere Göre Karizmatik Liderlik İle İlgili Farklılık Analizleri

Bu kısımda demografik değişkene göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik ve alt boyut davranış düzeylerinin farklılık gösterip göstermediği açıklanmaktadır.

3.4.1. Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılık Analizi

Çizelge 5'te cinsiyet değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik ve alt boyut davranış düzeylerinin farklılık gösterip göstermediği açıklanmaktadır.

Cinsiyet değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları sıra dışı davranışlar düzeyi farklılık göstermektedir ($p=0.033<0.05$). Buna göre erkeklerin orta sırası (mean rank) kadınlara göre daha yüksektir. Erkekler daha yüksek düzeyde, yöneticilerinde sıra dışı davranışlar olduğunu belirtmektedirler. Ankete katılan yöneticilerin çoğunluğunu erkek idareci olması ve erkek öğretmenlerin yöneticileriyle yakın ve uyumlu çalışmalarından dolayı sıradışı

davranışları daha yüksek algıladıkları düşünülebilir. Ele alınan değişkene göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranış düzeyi, vizyon, kişisel risk, üye ihtiyaçlarına duyarlılık, çevresel duyarlılık ve statükoyu sürdürmeme düzeyleri farklılık göstermemektedir.

Çizelge 5. Cinsiyet-Karizmatik Liderlik Farklılık Analizi

	Cinsiyet	N	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Karizmatik Liderlik	Erkek	154	163.94	25246	12869	0.793
	Kadın	170	161.20	27404		
Vizyon	Erkek	154	158.01	24334	12399	0.411
	Kadın	170	166.57	28317		
Kişisel Risk	Erkek	154	167.71	25828	12287	0.338
	Kadın	170	157.78	26822		
Üye İhtiyaçlarına Duyarlılık	Erkek	154	159.67	24589	12654	0.602
	Kadın	170	165.06	28061		
Sıra Dışı Davranışlar	Erkek	154	174.08	26808	11307	0.033*
	Kadın	170	152.01	25842		
Çevresel Duyarlılık	Erkek	154	159.02	24489	12554	0.522
	Kadın	170	165.66	28162		
Statükoyu Sürdürmeme	Erkek	154	170.45	26249	11866	0.136
	Kadın	170	155.30	26401		

3.4.2. Medeni Durum Değişkenine Göre Farklılık Analizi

Çizelge 6'da medeni durum değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik ve alt boyut davranış düzeylerinin farklılık gösterip göstermediği açıklanmaktadır.

Medeni durum değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranış düzeyi farklılık göstermektedir ($p=0.036 < 0.05$). Buna göre bekârların orta sırası evlilere göre daha yüksektir. Bekârlar daha yüksek düzeyde, yöneticilerinin karizmatik liderlik davranışları gösterdiğini belirtmektedirler. Bekârların genelde mesleğinin birkaç yılında olan çalışanlardan olması ve yöneticilerini kendilerine rol model olarak benimsemeleri etkili olmuş olabilir.

Medeni durum değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları vizyon düzeyi ($p=0.032<0.05$) ve çevresel duyarlılık düzeyi ($p=0.043<0.05$) farklılık göstermektedir. Buna göre bekârların orta sırası evlilere göre daha yüksektir. Bekârlar daha yüksek düzeyde, yöneticilerinin karizmatik liderlik davranışları gösterdiğini, vizyon sahibi olduğunu ve çevreye karşı duyarlı olduklarını belirtmektedirler. Burada da yöneticilerini rol model almaları etkili olmuş olabilir. Ele alınan değişkene göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları kişisel risk, üye ihtiyaçlarına duyarlılık, sıra dışı davranışlar ve statükoyu sürdürmeme düzeyi farklılık göstermemektedir.

Çizelge 63. Medeni Durum-Karizmatik Liderlik Farklılık Analizi

Boyutlar	Medeni durum	N	Sıra Ort.	Sıra Toplamı	U	p
Karizmatik Liderlik	Bekâr	84	180.93	15198	8532	0.036*
	Evli	240	156.05	37452		
Vizyon	Bekâr	84	181.31	15230	8500	0.032*
	Evli	240	155.92	37420		
Kişisel Risk	Bekâr	84	174.48	14656	9074	0.171
	Evli	240	158.31	37994		
Üye İhtiyaçlarına Duyarlılık	Bekâr	84	173.64	14586	9144	0.202
	Evli	240	158.60	38064		
Sıra Dışı Davranışlar	Bekâr	84	176.58	14833	8898	0.108
	Evli	240	157.57	37818		
Çevresel Duyarlılık	Bekâr	84	180.20	15137	8593	0.043*
	Evli	240	156.30	37513		
Statükoyu Sürdürmeme	Bekâr	84	155.50	13062	9492	0.415
	Evli	240	164.95	39588		

3.4.3. Yaş Değişkenine Göre Farklılık Analizi

Çizelge 7'de yaş değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik ve alt boyut davranış düzeylerinin farklılık gösterip göstermediği açıklanmaktadır.

Yaş değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranış düzeyi, vizyon, kişisel risk, üye ihtiyaçlarına duyarlılık, sıra dışı

davranışlar, çevresel duyarlılık ve statükoyu sürdürmeme düzeyi farklılık göstermemektedir.

Çizelge 7. Yaş-Karizmatik Liderlik Farklılık Analizi

	Yaş	N	Sıra Ort.	χ^2	SD	p
Karizmatik Liderlik	18-25	39	176.74	4.309	3	0.229
	26-33	125	161.08			
	34-41	114	168.65			
	>41	46	139.04			
Statükoyu Sürdürmeme	18-25	39	143.95	6.465	3	0.091
	26-33	125	170.44			
	34-41	114	151.80			
	>41	46	183.16			
Vizyon	18-25	39	175.83	4.335	3	0.228
	26-33	125	162.51			
	34-41	114	167.83			
	>41	46	137.96			
Kişisel Risk	18-25	39	170.85	6.784	3	0.079
	26-33	125	162.08			
	34-41	114	172.64			
	>41	46	131.41			
Üye İhtiyaçlarına Duyarlılık	18-25	39	167.63	1.962	3	0.580
	26-33	125	160.50			
	34-41	114	169.06			
	>41	46	147.35			
Sıra Dışı Davranışlar	18-25	39	185.59	7.550	3	0.056
	26-33	125	154.24			
	34-41	114	172.87			
	>41	46	139.68			
Çevresel Duyarlılık	18-25	39	183.50	3.823	3	0.281
	26-33	125	159.34			
	34-41	114	165.72			
	>41	46	145.29			

3.4.4. Eşin Çalışma Durumu Değişkenine Göre Farklılık Analizi

Çizelge 8'de eşin çalışma durumuna göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik ve alt boyut davranış düzeylerinin farklılık gösterip göstermediği açıklanmaktadır.

Eşin çalışma durumuna göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları vizyon düzeyi farklılık göstermektedir ($p=0.027 < 0.05$). Buna göre bekârların orta sırası sırasıyla eşi çalışanlardan ve eşi çalışmayanlardan daha yüksektir. Bekarlar daha yüksek düzeyde yöneticilerinin vizyon sahibi olduğunu düşünmektedir. Bekârlar eşi çalışan veya çalışmayan eğitim çalışanlarına göre eş ve çocuk sorumluluğunun olmamasından dolayı işlerine daha çok odaklanabilmektedirler. Mesleğe yeni başlamanın idealistliğiyle birlikte mesleki gelişimi ön planda tutarak idarecileriyle daha fazla iletişime geçen bekarların, yöneticilerinde algıladıkları vizyon düzeyi farklılık göstermiş olabilir. Ele alınan değişkene göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranış düzeyi, kişisel risk, üye ihtiyaçlarına duyarlılık, sıra dışı davranışlar, çevresel duyarlılık ve statükoyu sürdürmeme düzeyi farklılık göstermemektedir.

Çizelge 8. Eşin Çalışma Durumu-Karizmatik Liderlik Farklılık Analizi

	Eşinin çalışması	N	Sıra Ort.	χ^2	SD	p
Karizmatik Liderlik	Bekâr	84	183.99	5.985	2	0.050
	Evêt	185	155.34			
	Hayır	55	153.77			
Statükoyu Sürdürmeme	Bekâr	84	153.89	3.184	2	0.204
	Evêt	185	160.76			
	Hayır	55	181.48			
Vizyon	Bekâr	84	184.65	7.246	2	0.027*
	Evêt	185	157.84			
	Hayır	55	144.36			
Kişisel Risk	Bekâr	84	177.11	2.832	2	0.243
	Evêt	185	156.69			
	Hayır	55	159.71			
Üye İhtiyaçlarına Duyarlılık	Bekâr	84	175.90	2.630	2	0.269
	Evêt	185	159.53			
	Hayır	55	152.01			
Sıra Dışı Davranışlar	Bekâr	84	180.85	4.421	2	0.110
	Evêt	185	155.60			
	Hayır	55	157.67			
Çevresel Duyarlılık	Bekâr	84	181.80	4.896	2	0.086
	Evêt	185	156.41			
	Hayır	55	153.51			

3.4.5. Çocuk Sayısı Durumu Değişkenine Göre Farklılık Analizi

Çizelge 9'da çocuk sayısı değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik ve alt boyut davranış düzeylerinin farklılık gösterip göstermediği açıklanmaktadır.

Çocuk sayısı değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranış düzeyi, vizyon, kişisel risk, üye ihtiyaçlarına duyarlılık, sıra dışı davranışlar, çevresel duyarlılık ve statükoyu sürdürmeme düzeyi farklılık göstermemektedir.

Çizelge 9. Çocuk Sayısı-Karizmatik Liderlik Farklılık Analizi

	Çocuk sayısı	N	Sıra Ort.	χ^2	SD	p
Karizmatik Liderlik	0	115	170.84	1.466	3	0.690
	1	55	159.80			
	2	104	156.45			
	>2	50	158.87			
Statükoyu Sürdürmeme	0	115	165.88	0.765	3	0.858
	1	55	153.71			
	2	104	161.56			
	>2	50	166.34			
Vizyon	0	115	173.76	2.792	3	0.425
	1	55	161.20			
	2	104	154.49			
	>2	50	154.70			
Kişisel Risk	0	115	161.51	0.646	3	0.886
	1	55	170.13			
	2	104	162.81			
	>2	50	155.74			
Üye İhtiyaçlarına Duyarlılık	0	115	163.71	0.771	3	0.856
	1	55	157.65			
	2	104	167.32			
	>2	50	155.02			
Sıra Dışı Davranışlar	0	115	170.43	2.801	3	0.423
	1	55	156.94			
	2	104	152.20			
	>2	50	171.82			
Çevresel Duyarlılık	0	115	170.31	1.262	3	0.738
	1	55	158.92			
	2	104	157.50			
	>2	50	158.88			

3.4.6. Öğrenim Durumu Değişkenine Göre Farklılık Analizi

Çizelge 10'da öğrenim durumu değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik ve alt boyut davranış düzeylerinin farklılık gösterip göstermediği açıklanmaktadır.

Öğrenim durumu değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranış düzeyi, vizyon, kişisel risk, üye ihtiyaçlarına duyarlılık, sıra dışı davranışlar, çevresel duyarlılık ve statükoyu sürdürmeme düzeyi farklılık göstermemektedir.

Çizelge 104. Öğrenim Durumu-Karizmatik Liderlik Farklılık Analizi

	Öğrenim durumu	N	Sıra Ort.	χ^2	SD	p
Karizmatik Liderlik	MYO	20	140.33	1.468	2	0.480
	Lisans	227	165.59			
	Lisans üstü	77	159.14			
Statükoyu Sürdürmeme	MYO	20	204.98	4.622	2	0.099
	Lisans	227	160.12			
	Lisans üstü	77	158.49			
Vizyon	MYO	20	144.58	1.089	2	0.580
	Lisans	227	165.41			
	Lisans üstü	77	158.59			
Kişisel Risk	MYO	20	127.03	4.444	2	0.108
	Lisans	227	168.46			
	Lisans üstü	77	154.15			
Üye İhtiyaçlarına Duyarlılık	MYO	20	142.15	1.610	2	0.447
	Lisans	227	166.23			
	Lisans üstü	77	156.79			
Sıradışı Davranışlar	MYO	20	157.28	0.864	2	0.649
	Lisans	227	160.07			
	Lisans üstü	77	171.03			
Çevresel Duyarlılık	MYO	20	127.68	3.099	2	0.212
	Lisans	227	165.90			
	Lisans üstü	77	161.53			

3.4.7. Çalışma Süresi Değişkenine Göre Farklılık Analizi

Çizelge 11'de çalışma süresi değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik ve alt boyut davranış düzeylerinin farklılık gösterip göstermediği açıklanmaktadır.

Çalışma süresi değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranış düzeyi, vizyon, kişisel risk, üye ihtiyaçlarına duyarlılık, sıra dışı davranışlar, çevresel duyarlılık ve statükoyu sürdürmeme düzeyi farklılık göstermemektedir.

Çizelge 115. Çalışma Süresi-Karizmatik Liderlik Farklılık Analizi

	Çalışma süresi (yıl)	N	Sıra Ort.	χ^2	SD	p
Karizmatik Liderlik	<1	55	179.87	3.861	4	0.4252
	1-3	135	162.99			
	4-6	75	161.96			
	7-9	36	148.94			
	>9	23	141.04			
Statükoyu Sürdürmeme	<1	55	156.45	2.096	4	0.718
	1-3	135	159.41			
	4-6	75	161.71			
	7-9	36	170.47			
	>9	23	185.22			
Vizyon	<1	55	184.85	4.977	4	0.290
	1-3	135	162.41			
	4-6	75	158.12			
	7-9	36	143.81			
	>9	23	153.15			
Kişisel Risk	<1	55	169.52	2.980	4	0.561
	1-3	135	160.43			
	4-6	75	167.30			
	7-9	36	168.22			
	>9	23	133.24			
Üye İhtiyaçlarına Duyarlılık	<1	55	171.15	1.282	4	0.865
	1-3	135	162.30			
	4-6	75	164.59			
	7-9	36	150.07			
	>9	23	155.61			
Sıra Dışı Davranışlar	<1	55	170.64	7.206	4	0.125
	1-3	135	169.61			
	4-6	75	159.59			

	7-9	36	159.60			
	>9	23	115.35			
Çevresel Duyarlılık	<1	55	173.78	4.324	4	0.364
	1-3	135	164.56			
	4-6	75	167.65			
	7-9	36	140.10			
	>9	23	141.67			

3.4.8. Mesleki Kıdem Değişkenine Göre Farklılık Analizi

Çizelge 12'te mesleki kıdem değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik ve alt boyut davranış düzeylerinin farklılık gösterip göstermediği açıklanmaktadır.

Mesleki kıdem değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranış düzeyi, vizyon, kişisel risk, üye ihtiyaçlarına duyarlılık, sıra dışı davranışlar, çevresel duyarlılık ve statükoyu sürdürmeme düzeyi farklılık göstermemektedir.

Çizelge 12. Mesleki Kıdem-Karizmatik Liderlik Farklılık Analizi

	Mesleki kıdemi	N	Sıra Ort.	χ^2	SD	p
Karizmatik Liderlik	<1	13	154.23	5.353	4	0.252
	1-3	53	184.69			
	4-6	71	146.40			
	7-9	61	158.78			
	>9	126	164.89			
Statükoyu Sürdürmeme	<1	13	180.69	9.032	4	0.060
	1-3	53	167.51			
	4-6	71	184.77			
	7-9	61	162.59			
	>9	126	145.92			
Vizyon	<1	13	144.19	7.125	4	0.129
	1-3	53	186.68			
	4-6	71	144.26			
	7-9	61	158.11			
	>9	126	166.62			
Kişisel Risk	<1	13	161.31	1.754	4	0.781
	1-3	53	164.83			
	4-6	71	151.42			
	7-9	61	172.57			
	>9	126	163.01			

Üye İhtiyaçlarına Duyarlılık	<1	13	157.73	4.286	4	0.369
	1-3	53	170.90			
	4-6	71	144.77			
	7-9	61	158.61			
	>9	126	171.34			
Sıra Dışı Davranışlar	<1	13	176.38	5.245	4	0.263
	1-3	53	177.92			
	4-6	71	142.69			
	7-9	61	160.39			
	>9	126	166.77			
Çevresel Duyarlılık	<1	13	143.08	8.336	4	0.080
	1-3	53	192.42			
	4-6	71	151.83			
	7-9	61	148.76			
	>9	126	164.58			

3.4.9. Statü Değişkenine Göre Farklılık Analizi

Çizelge 13'te statü değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik ve alt boyut davranış düzeylerinin farklılık gösterip göstermediği açıklanmaktadır.

Statü değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları statükoyu sürdürmeme düzeyi farklılık göstermektedir ($p=0.043<0.05$). Stajyerlerin sıra ortalaması sırası ile müdür, öğretmen ve müdür yardımcısına göre daha yüksektir. Buna göre stajyerler diğer gruplara göre daha yüksek düzeyde, yöneticilerin statükoya meydan okuduklarını belirtmektedirler. Burada stajyerlerin mesleğe yeni başlamalarının etkili olduğu söylenebilir. Mesleğe yeni başlayan stajyerler kurum işleyişini, kurum kültürünü ve kuralları bilmediklerinden rutin işleyiş statükoyu sürdürmeme olarak algılamış olabilirler. Ele alınan değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranış düzeyi, vizyon, kişisel risk, üye ihtiyaçlarına duyarlılık, sıra dışı davranışlar ve çevresel duyarlılık düzeyi farklılık göstermemektedir.

Çizelge 13. Statü-Karizmatik Liderlik Farklılık Analizi

	Statü	N	Sıra Ort.	χ^2	SD	p
Karizmatik Liderlik	Öğretmen	274	163.40	2.516	3	0.472
	Stajyer	14	152.61			
	Müdür yard.	19	137.13			
	Müdür	17	184.53			

Statükoyu Sürdürmeme	Öğretmen	274	158.47	8.140	3	0.043*
	Stajyer	14	224.25			
	Müdür yard.	19	183.76			
	Müdür	17	152.88			
Vizyon	Öğretmen	274	166.15	3.865	3	0.276
	Stajyer	14	132.18			
	Müdür yard.	19	132.37			
	Müdür	17	162.29			
Kişisel Risk	Öğretmen	274	162.15	3.465	3	0.325
	Stajyer	14	142.75			
	Müdür yard.	19	150.16			
	Müdür	17	198.24			
Üye İhtiyaçlarına Duyarlılık	Öğretmen	274	161.83	2.376	3	0.498
	Stajyer	14	149.89			
	Müdür yard.	19	153.47			
	Müdür	17	193.82			
Sıra Dışı Davranışlar	Öğretmen	274	161.26	0.935	3	0.817
	Stajyer	14	172.64			
	Müdür yard.	19	156.71			
	Müdür	17	180.68			
Çevresel Duyarlılık	Öğretmen	274	164.42	2.949	3	0.400
	Stajyer	14	156.11			
	Müdür yard.	19	128.76			
	Müdür	17	174.47			

Genel olarak çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik özellikleri ile ilgili değerlendirmeleri demografik değişkenlerden bağımsızdır. Ancak bazı boyutlar itibari ile cinsiyet, medeni durum ve statü bunun bir istisnasını teşkil etmektedir. Erkekler daha yüksek düzeyde, yöneticilerinde sıra dışı davranışlar olduğunu belirtmektedirler. Bekârlar daha yüksek düzeyde, yöneticilerinin karizmatik liderlik davranışları gösterdiğini, vizyon sahibi ve çevreye karşı duyarlı olduklarını belirtmektedirler. Stajyerler diğer gruplara göre daha yüksek düzeyde, yöneticilerin statükoya meydan okuduklarını belirtmektedirler.

Sonuç

Özel orta öğretim kurumlarında gerçekleştirilen bu çalışmada öğretmenlerin okul yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranışları ile öğretmenlerin demografik değişkenleri arasındaki ilişki açıklanmıştır. Araştırma neticesinde aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

- Öğretmenlerin yöneticide algıladıkları karizmatik liderlik düzeyi, medeni durum istisna olmakla diğer değişkenlerden bağımsızdır. Bu bağlamda öğretmenleri yaş, eşin çalışma durumu, çocuk sayısı, öğrenim durumu, çalışma süresi ve mesleki kıdem gibi değişkenleri ile yöneticide algıladıkları karizmatik liderlik düzeyi arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir.

- Cinsiyet değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları sıra dışı davranışlar düzeyi farklılık göstermektedir. Erkekler daha yüksek düzeyde, yöneticilerinde sıra dışı davranışlar olduğunu belirtmektedirler. Bu durum, kadın ve erkek öğretmenlerin değer farklılıklarından kaynaklanabilir. Erkek öğretmenlerin, genelde erkek olan okul yöneticileri ile kurmuş oldukları gayri resmi ilişkiler de onların düşüncelerini etkilemiş olabilir. Bu durum okul yöneticilerinin erkek öğretmenlere daha açık ve samimi (Cemaloğlu, 2007: 102) davrandığı ve onlara sıra dışı fikirlerini paylaşabildiği şeklinde yorumlanabilir. Cinsiyet değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranış düzeyi, vizyon, kişisel risk, üye ihtiyaçlarına duyarlılık, çevresel duyarlılık ve statükoyu sürdürmeme düzeyleri farklılık göstermemektedir.

- Statü değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları statükoyu sürdürmeme davranış düzeyi anlamlı farklılık göstermektedir. Buna göre stajyerler diğer gruplara göre daha yüksek düzeyde, yöneticilerin statükoya meydan okuduklarını belirtmektedirler. Burada stajyerlerin mesleğe yeni başlamalarının etkili olduğu söylenebilir. Mesleğe yeni başlayan stajyerler kurum işleyişini, kurum kültürünü ve kuralları bilmediklerinden rutin işleyiş statükoyu sürdürmeme olarak algılamış olabilirler. Statü değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranış düzeyi, vizyon, kişisel risk, üye ihtiyaçlarına duyarlılık, sıra dışı davranışlar ve çevresel duyarlılık düzeyi farklılık göstermemektedir.

- Medeni durum değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranış düzeyi farklılık göstermektedir. Bekâr öğretmenler, yöneticilerinin daha yüksek düzeyde karizmatik liderlik davranışları gösterdiğini belirtmektedirler. Medeni durum değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları vizyon düzeyi ve çevresel duyarlılık düzeyi farklılık göstermektedir. Bekârlar aynı zamanda yöneticilerinin daha yüksek düzeyde vizyon sahibi olduğunu ve çevreye karşı duyarlı olduklarını belirtmektedirler. Bunda bekârların genelde mesleğinin birkaç yılında olan çalışanlardan olması ve yöneticilerini kendilerine rol model olarak benimsemeleri etkili olmuş olabilir. Evli öğretmenlerle bekâr öğretmenlerin sorumlulukları, psikolojileri, değerleri,

yaşamdan beklentileri ve tükenmişlik düzeyleri farklılık gösterebilir (Cemaloğlu, 2007: 103). Medeni durum değişkenine göre çalışanların yöneticilerinde algıladıkları kişisel risk, üye ihtiyaçlarına duyarlılık, sıra dışı davranışlar ve statükoyu sürdürmeme düzeyi farklılık göstermemektedir.

- Yaş, çocuk sayısı, mesleki kıdem ve okulda çalışma süresi gibi değişkenler açısından ise karizmatik liderliğin hiçbir alt boyutunda farklılık gözlemlenmemiştir.

Öğretmenler üzerine karizmatik liderlik ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde bu konuda oldukça sınırlı sayıda çalışma olduğu anlaşılmaktadır. Öğretmenlerin yöneticinin liderlik davranışları algılanması ile ilgili farklı sonuçlar elde edilmesine rağmen liderlik algısının genel olarak demografik değişkenlerden bağımsız olduğu görülmektedir. Bu bakımdan bu çalışmada elde edilen sonuçlar literatürle tutarlılık göstermektedir. Yukarıda bahsedilen karizmatik liderlik, vizyon ve çevresel duyarlılık-medeni durum değişkeni, sıra dışı davranışlar- cinsiyet değişkeni ve statükoyu sürdürmeme- statü değişkeni ilişkisi hariç sonuçlar Arabacı (2014) ve Çiçek'in (2010) elde ettiği sonuçlarla tutarlıdır. Araştırmanın sonuçları Kılıçarslan'ın (2013) çalışması ile öğrenim durumu bakımından örtüşürken cinsiyet, yaş ve hizmet süresi bakımından örtüşmemektedir.

Eğitim kurumları yöneticilerinin liderlik tarzlarının eğitim çalışanları tarafından nasıl algılandığının araştırılarak ortaya koyulması yöneticilere nasıl algılandıkları konusunda bilgi sağlayacaktır. Bu araştırma bir kısım sınırlılıklardan dolayı Ankara ilinde çalışmaya katılmayı kabul eden özel ortaokullarda gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma başka illerde ya da ülke genelinde yapılarak sonuçlar kıyaslanabilir. Bununla birlikte eğitim çalışanlarının yöneticilerinde algıladıkları karizmatik liderlik davranışları resmi ve özel okullarda karşılaştırmalı olarak çalışılabilir.

KAYNAKLAR

AKÇAKAYA, Murat (2010), 21. Yüzyılda Yeni Liderlik Anlayışı, Adalet Yayınevi, Ankara.

AKSU, G., A. M. Acuner ve R. S. Tabak (2002), Sağlık Bakanlığı Merkez ve Taşra Teşkilatı Yöneticilerinin İş Doyumuna Yönelik Bir Araştırma Ankara Örneği, Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Mecmuası, Yıl 55, Sayı 4, s. 271-282.

ALTUNIŞIK, R., R. Coşkun, S. Bayraktaroğlu ve E. Yıldırım (2010), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, 6. Baskı, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.

ANTONAKİS, John (2012), Transformational and Charismatic Leadership, İçinde, Editörler: Day, D., ve J Antonakis, The Nature of Leadership, İkinci Baskı, Sage Publication, Washington DC, s. 256-288.

ARABACI, İ. B., M. Alanoğlu ve B. Doğan (2014), Okul Müdürlerinin Karizmatik Liderlik Özellikleri ile Öğretmenlerin Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişki, Turkish Journal of Educational Studies, Yıl 1, Sayı 1, s. 192-221.

ARSLANTAŞ, Cüneyt ve Işıl Pekdemir (2007), Dönüşümcü Liderlik, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Örgütsel Adalet Arasındaki İlişkileri Belirlemeye Yönelik Görgül Bir Araştırma, Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 1, s. 261-286.

BAKAN, İ., T. Büyükbeşe, B. Erşahan ve İ. Kefe (2013), Kadın Çalışanların Yöneticilere İlişkin Algıları: Bir Alan Çalışması, Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Yıl 3, Sayı 2, s. 71-84.

BALTAŞ, Acar (2000), Değişimin İçinden Geleceğe Doğru Ekip Çalışması ve Liderlik, 1. Baskı, Remzi Kitabevi, İstanbul.

BARANSEL, Atilla (1993), Çağdaş Yönetim Düşüncesi'nin Evrimi, 3. Baskı, İ. Ü. İşletme Fakültesi Yayını, İstanbul.

BASS, B. M., D. A. Waldman, B. J. Avolio ve M. Bebb (1987), Transformational Leadership and the Falling Dominoes Effect, Group Organization Studies, Yıl 12, Sayı 1, s. 73-87.

BEGEÇ, Suat (1999), Modern Liderlik Yaklaşımları ve Uygulaması, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Mühendislik ve Fen Bilimleri Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze.

BOZKURT, Ozgur ve Murat Goral (2014), The Assesment of Modern Leadership Styles in Relation with Demographic Factors, Research Journal of Business and Management, Yıl 1, Sayı 3, s. 169-179.

CEMALOĞLU, Necati (2007), Okul Yöneticilerinin Liderlik Stillerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi, Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, Yıl 5, Sayı 1, s. 73-112.

CİNEL, Mehmet Ozan (2008), Karizmatik Liderlik Özelliklerinin Örgütsel Bağlılık Unsurları Üzerindeki Etkileri ve Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

CONGER, J. A., R. N. Kanungo, ve S. T. Menon (2000), Charismatic Leadership and Follower Effects, Journal of Organizational Behavior, Yıl 21, Sayı 7, s. 747-767.

CONGER, Jay A (1999), Charismatic and Transformational Leadership in Organizations: An Insider's Perspective on These Developing Streams of Research, Leadership Quarterly, Yıl 10, Sayı 2, s. 145-179.

CONGER, Jay A ve Rabindra N Kanungo (1987), Toward a Behavioral Theory of Charismatic Leadership in Organizational Settings, Academy of Management Review, Yıl 12, Sayı 4, s. 637-647.

CONGER, Jay A ve Rabindra N Kanungo (1994), Charismatic Leadership in Organizations: Perceived Behavioral Attributes and Their Measurement, Journal of Organizational Behavior, Yıl 15, Sayı 5, s. 439-452.

COŞAR, Serkan (2011), Otantik Liderlik Kavramı Ve Ardılları Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

ÇELİK, Cemile ve Önder Sünbül (2008), Liderlik Algılamalarında Eğitim ve Cinsiyet Faktörü: Mersin İlinde Bir Alan Araştırması, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Yıl 13, Sayı 3, s. 49-66.

ÇİÇEK, Gizem Elmas (2010), İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Müdürlerinin Liderlik Rollerine İlişkin Algılarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ege üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Yönetimi Teftişi Planlaması ve Ekonomisi Anabilim Dalı, İzmir.

EHRHART, Mark G. ve Katherine J. Klein (2001), Predicting Followers Preferences For Charismatic Leadership: The influence Of Follower Values and Personality, Leadership Quarterly, Yıl 12, Sayı 2, s. 153-159.

GÜL, Hasan (2003), Karizmatik Liderlik Ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi Üzerine Aksaray Ve Karaman Emniyet Müdürlüklerinde Yapılan Bir Araştırma, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora tezi, Gebze.

GÜL, Hasan ve Güner Çöl (2003), Atıf Teorisinde Belirtilen Karizmatik Lider Özelliklerinin Üçlü Örgütsel Bağlılık Modeliyle İlişkileri Üzerine Bir Araştırma, Atatürk Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, Yıl 17, Sayı 3-4, s. 163-184.

GÜL, Hasan ve Zafer Aykanat (2012), Karizmatik Liderlik ve Örgüt Kültürü İlişkisi Üzerine Bir Araştırma, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl 16, Sayı 1, s. 17-36.

HOUSE, Robert J. (1977), A 1976 Theory of Charismatic Leadership. In J.G. Hunt, L.L. Larson (Eds.), Leadership: The cutting edge. Carbondale, IL: Southern Illinois University Press.

KALAYCI, Şeref (2010), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, 5. Baskı, Asil Yayın Dağıtım, Ankara.

KEKLİK, Belma (2012), Sağlık Hizmetlerinde Benimsenen Liderlik Tiplerinin Belirlenmesi: Özel Bir Hastane Örneği, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi, Yıl 14, Sayı 1, s. 73-93.

KILIÇARSLAN, Sevilay (2013), Okul Yöneticilerinin Liderlik Stilleri İle Öğretmenlerin Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: İzmir İli Karabağlar İlçesi Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

KILINÇ, Tanıl (1996), Liderlikte Durumsallığın Ötesi II - Karizmatik Liderlik Yaklaşımı, İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi, Yıl 25, Sayı 2, s. 67-108.

KOÇEL, Tamer (2011), İşletme Yöneticiliği, 13. Baskı, Beta yayınları, İstanbul.

SHAMİR, B., R. House, ve M. B. Arthur (1993), The Motivational Effects of Charismatic Leadership: a Self-concept Based Theory, Organizational Science, Yıl 4, Sayı 4, s. 577-594.

SHAMİR, Boas (1995), Social Distance and Charisma: Theoretical Notes and An Exploratory Study, Leadership Quarterly, Yıl 6, Sayı 1, s. 19-47.

SULLİVAN, Eleanor J. ve Phillip J. Decker (2001), Effective Leadership and Management in Nursing, 5. Baskı, U.S.A, Prentice Hall.

ABD Doları Kur Değişimlerinin “Kırılgan Beşli” Ülkelerinin Hisse Senedi Endeks Getirilerine Etkisi: Küresel Finansal Kriz Öncesi ve Sonrası Dönem Karşılaştırması

Yrd. Doç. Dr. Ali GÜVERCİN

Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
aguvercin@bartin.edu.tr

Özet: Bu çalışmada ABD dolarının değerindeki değişimin “kırılgan beşli” olarak tanımlanan ülkelerin (Brezilya, Endonezya, Güney Afrika, Hindistan ve Türkiye) hisse senedi piyasa endeksleri üzerindeki etkisi 01.01.2002 ve 31.12.2015 dönemleri arasında regresyon modeli ile incelenmiştir. Bununla birlikte söz konusu çalışma dönemi küresel finansal kriz öncesi dönem, küresel finansal kriz dönemi ve küresel finansal kriz sonrası dönem olarak üç alt düzeyde de ayrı ayrı ele alınmıştır. Sonuçta, ABD doları değişiminin hisse senedi piyasa endeksleri üzerindeki birebir etkisine bakıldığında, küresel finansal kriz öncesi dönemde ABD doları değişiminin 5 ülkenin hisse senedi piyasa endeksleri üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Küresel finansal kriz sonrası dönem sonuçlarına bakıldığında ise, sadece 1 ülkenin hisse senedi piyasa endeksinde bu etkinin anlamlı olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Döviz kuru etkisi, kırılgan beşli, hisse senedi piyasası, endeks getirisi

US Dollar Exposure on “Fragile Five” Countries’ Stock Market Index Returns: A Comparison of Pre and Post Global Financial Crisis

Abstract: In this study, we examine the effect of the change in the exchange rate of US Dollars on the market index of so-called “fragile five” countries (Brazil, India, Indonesia, South Africa and Turkey) from the period between 01.01.2002 and 31.12.2015 with regression analysis. In addition, this study also compares the pre-crisis period between January 2002 and July 2007 and global crisis period from July 2007 to December 2010, and post-crisis period between January 2011 and December 2015. In other words we investigate this effect in three different periods separately. As a result, when we look at the change in exchange rate and its effect on each stock market index, we found that change in US Dollar exchange rate effect significantly on the market indices of 5 countries during the pre-crisis period. According to post-crisis period result, the effect was found significant only 1 stock market index.

Keywords: Foreign exchange exposure, fragile five, stock market, index return.

Giriş

Dış ticaret işlemlerinde altın gibi değerli madenlerin para birimi olarak kullanılması 19. yüzyıla kadar devam etmiştir. Altına endekslenen ülke paralarının dış ticaret işlemlerinde kullanılmaya başlandığı 19. yüzyılın sonlarından itibaren uluslararası finans sistemi oluşmaya başlamıştır (Özel, 2000:85). 1944 yılında oluşturulan Bretton Woods sisteminin 1973 yılında sona ermesinden ardından, uluslararası finans sisteminde her ülkenin kendine uygun sabit veya dalgalı döviz kuru sistemlerini uyguladığı bir döneme girilmiştir. Uluslararası ticaret ve finans işlemlerinde en çok kullanılan ABD Doları, EURO ve İngiliz Poundu'nun diğer para birimleri karşısındaki değeri serbest dalgalı döviz kuru sisteminde belirlenmektedir.

Özellikle 1970'lerden itibaren, döviz kurlarının nasıl oluştuğunu açıklamaya yönelik kuramlar çeşitlenmiş ve gelişmiştir. Hisse senedi piyasası ile döviz piyasası arasındaki ilişki hem akademisyenler için hem portföy yöneticileri ve yatırımcılar için önem arz etmektedir. Hisse fiyatları ile döviz kurları arasındaki bağlantıyı kuramsal açıklayan iki akım öne çıkmaktadır: akış odaklı model (Dornbusch ve Fisher, 1980) ve portföy dengesi modeli (Branson, 1983; Frankel, 1983).

Akış odaklı model cari denge ve dış ticaret dengeyi merkezine almaktadır. Döviz kurlarında değişikliklerin meydana gelmesi, ülkenin uluslararası rekabet gücünü ve dış ticaret dengesini etkileyecek ve ekonomideki reel gelir ve üretim miktarları bu durumdan etkilenecektir. Hisse senetlerinin değerleri, gelecekte sağlayacakları nakit akışlarının bugünkü değerleri olarak tanımlanabileceğinden, bu değerler döviz kurlarındaki değişime göre değişecektir (Gavin, 1989). Portföy dengesi modeline göre döviz kurlarındaki değişim uluslararası finans sistemindeki sermaye akımlarını etkilemektedir (Branson et. al.,1977). Bu model, hisse senedi ve tahvil finansal varlıklarında olduğu gibi, döviz kurlarının arz ve talebe göre dengelendiği yaklaşımını benimsemektedir.

Geliştirilen kuramsal modeller güçlü bir şekilde döviz kurlarını tahmin edemediğinden dolayı, döviz kurlarında, "döviz kuru riski" olarak adlandırılan, beklenmeyen değişimler ortaya çıkmaktadır. Döviz kuru riskinin şirketlerin varlıkları üzerindeki etkisi ise "döviz kuru etkisi" olarak tanımlanmaktadır (Adler ve Dumas, 1984).

Bu çalışmanın amacı; ABD Doları kur değişimlerinin; Morgan Stanley'in Ağustos 2013 ekonomi raporunda "kırılgan beşli" olarak ifade edilen gruplandırma içerisinde yer alan beş gelişmekte olan ülkenin (Brezilya, Endonezya, Güney Afrika, Hindistan ve Türkiye) hisse senedi endeks getirilerine etkisini ampirik olarak ortaya koymaktır. Döviz kuru etkisinin; küresel finansal kriz öncesi ve sonrası dönem olarak karşılaştırmalı olarak incelenmesi,

bu ülkelerdeki hisse senedi piyasası ve döviz piyasası arasındaki dinamik ilişkilerin belirlenmesi açısından önemlidir.

Çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Bu bölümden sonra gelen ikinci bölümünde literatürdeki döviz kuru etkisine ilişkin ampirik çalışmalar özetlenmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde bu çalışmada kullanılan veri seti ve uygulanan metodoloji iki alt başlık içerisinde açıklanmıştır. Çalışmanın dördüncü bölümünde ampirik uygulamaya ilişkin bulgular sunulmuş ve değerlendirilmiştir. Çalışmanın son bölümü olan beşinci bölümü ise, sonuç ve değerlendirme kısmından oluşmaktadır.

1. Literatür Taraması

Döviz kuru etkisinin kantitatif olarak döviz kurlarındaki değişime hisse senedi fiyatlarının duyarlılığı ile ölçülebileceğini ilk olarak Adler ve Dumas (1980) öne sürmüştür. Adler ve Dumas (1984)'ün çalışmaları gelişmiş ülke piyasalarında döviz kuru etkisinin şirket ve sektör düzeyinde varlığını araştıran çalışmaların ilklerinden olup, konu ile ilgili çok sayıda ampirik çalışma bulunmaktadır.

1990'ların ortalarına kadar yapılan ampirik çalışmalar (örn. Aggarwal, 1981; Soenen ve Hennigar, 1988; Ma ve Kao, 1990; Jorion, 1990; Bartov ve Bodnar, 1994; Choi ve Prasad, 1995; Bartov, Bodnar ve Kaul, 1996) ABD hisse senedi piyasasına ilişkindir. Loudon (1993)'ün Avustralya hisse senedi piyasasına, He ve Ng, (1998)'nin Japon hisse senedi piyasasına ve Nydahl (1999)'ün İsveç hisse senedi piyasasına ilişkin öncü çalışmalar ile birlikte, 1990'ların ortalarından itibaren ABD dışındaki ülkelere ilişkin araştırmalar yapılmaya başlanmıştır.

Döviz kuru etkisine ilişkin gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeleri örneklem alan ampirik çalışmalarda, kuramsal beklentiler ile örtüşmeyen sonuçlar da elde edilmiştir. Literatürde bu durum, döviz kuru etkisi bulmacası (exchange rate exposure puzzle) olarak adlandırılmıştır (Bartram ve Bodnar, 2005; Dewenter, Higgins, ve Simin, 2005; Bartram ve Bodnar, 2007).

Diğer taraftan, Ferson ve Harvey (1994)'in 18 gelişmiş ülkeyi incelediği çalışmalarında hisse senedi endekslerinde döviz kuru etkisinin varlığına ilişkin anlamlı sonuçlar elde etmişlerdir. Dumas ve Solnik (1995) ile De Santis ve Gerard (1998)'in çalışmaları da hisse senedi endekslerinde döviz kuru etkisinin varlığına ilişkin öncü araştırmalardandır.

Uluslararası literatürde döviz kuru etkisine ilişkin çok sayıda ampirik çalışma olmasına karşın, Türkiye'de bu alanda yapılmış az sayıda ampirik çalışma bulunmaktadır. Yaptığımız literatür araştırmasına göre Türkiye'de faaliyet gösteren şirketler üzerinde döviz kuru etkisinin ampirik olarak

araştırıldığı ilk akademik çalışma olan Yücel (1996)'da 1984-1994 dönemi verileri analiz edilmiş olup, döviz kuru etkisine ilişkin katsayının pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır.

Yücel ve Kurt (2003)'un 2000 Ocak – 2002 Ekim dönemini kapsayan çalışmalarında örneklemdaki 152 şirketten 19 şirket için döviz kuru etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve işaretlerinin pozitif olduğu sonucuna varmıştır.

Kıymaz (2003) 2000 Ocak – 2002 Ekim dönemine ilişkin veriler ile 109 şirketin kapsayan döviz kuru etkisini incelemiştir. Örneklemdaki şirketlerin 51'inde döviz kuru etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır.

Çukur (2005), Çukur ve Topuz (2005), Solakoğlu (2005), Emirhan (2006), Keser (2011), Demirhan ve Atış (2013), Erol, Algüner ve Küçükkoçaoğlu (2013), Mutluay ve Turaboğlu (2013), Akay ve Çifter (2014) ve Akkaş (2015)'in çeşitli dönemleri ve örneklem şirketleri kapsayan ampirik çalışmalarında örneklemdaki bazı şirketler için istatistiksel olarak anlamlı döviz kuru etkisinin bulunduğu sonucuna varmışlardır.

Doğukanlı, Özmen ve Yücel (2010) ise Borsa İstanbul 3 ana sektörün ve 15 alt sektörün hisse senedi endekslerindeki ABD Doları ve EURO kuru etkilerini 1999 Ocak - 2009 Haziran dönemindeki veriler ile araştırmışlardır. Çalışma bulgularına göre; ABD Doları kuru etkisinin hizmetler sektöründe negatif, sınıfl sektörlerinde pozitif, EURO kuru etkisinin ise, hizmetler sektörlerinde yüksek negatif, sınıfl sektöründe pozitif olduğu sonucuna varılmıştır.

Karacaer ve Topuz (2009) çalışmasında 20 gelişmekte olan ülkede ABD dolarının değerindeki değişimin bu ülkelerin hisse senedi pazar endeksleri üzerindeki etkisi 2001:01 ve 2006.11 dönemleri arasında regresyon modeli ile incelemişlerdir. Çalışma sonucunda, ABD doları değişmesinin hisse senetleri endeksleri üzerindeki birebir etkisine bakıldığında, ABD doları değişiminin aralarında Türkiye'nin de yer aldığı 11 ülkenin hisse senedi pazar endeksi üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

2. Veri Seti ve Metodoloji

Bu çalışmada, "kırılgan beşli" olarak tanımlanan ülkelerde (Brezilya, Endonezya, Güney Afrika, Hindistan ve Türkiye) ABD dolarının değerindeki değişimin bu ülkelerin hisse senedi endeksleri üzerindeki etkisi olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmaktadır. Aşağıdaki alt başlıklarda araştırmanın veri seti ile araştırmada uygulanan metodoloji açıklanmıştır.

2.1. Veri Seti

Çalışmanın veri seti, 01/01/2002-31/12/2015 dönemine ilişkin Bloomberg veritabanından günlük frekansta temin edilen ikincil veriler ile oluşturulmuştur. Araştırma haftalık getiriler üzerinden yapılmış olup, frekansın haftalık alınması Nydahl (1999), Patro, Wald ve Wu (2002)'nin çalışmalarıyla tutarlılık göstermektedir. Hafta sonu etkisi dikkate alınarak, hafta ortasına ilişkin kapanış verilerinin doğal logaritması ve birinci dereceden farkları alınarak haftalık hisse senedi endeksi ve döviz kuru getirileri hesaplanmıştır. Araştırmada gelişmekte olan piyasalara ilişkin MXEF endeksi, piyasa değişkeni olarak alınmıştır. Aşağıdaki tabloda araştırmanın veri setini oluşturan getiri serileri gösterilmiştir.

Tablo 1: Veri Seti

Ülke	Açıklama	Kodu	Gözlem Sayısı
Brezilya	Ibovespa Index	IBOV	716
Brezilya	Döviz Kuru	BRLUSD	716
Endonezya	Jakarta Stock Price Index	JCI	714
Endonezya	Döviz Kuru	IDRUSD	714
Güney Afrika	FTSE/JSE Africa All Shares Index	JALSH	716
Güney Afrika	Döviz Kuru	ZARUSD	716
Hindistan	CNX Nifty Index	NIFTY	701
Hindistan	Döviz Kuru	INRUSD	701
Türkiye	Borsa İstanbul 100 Index	XU100	722
Türkiye	Döviz Kuru	TRYUSD	722
	MSCI Emerging Markets Index	MXEF	722

Çalışma dönemi küresel finansal kriz öncesi dönem (01/01/2002-31/06/2007), küresel finansal kriz dönemi (01/07/2007-31/06/2010) ve küresel finansal kriz sonrası dönem (01/07/2010-31/12/2015) olarak üç alt düzeyde de ayrı ayrı ele alınmıştır.

2.2. Metodoloji

Literatürde döviz kuru etkisinin ölçümüne ilişkin tek faktörlü, iki faktörlü, üç faktörlü, asimetric, doğrusal olmayan ve değişen varyans modelleri başta

olmak üzere birçok model²⁰ geliştirilmiştir. Ampirik birçok çalışmada ise, döviz kuru etkisinin asimetrik olabileceği gösterilmiştir (Choi ve Prasad, 1995; Koutmos ve Martin, 2003; Oh ve Lee, 2004; Muller ve Verschoor, 2006). Türkiye'ye ilişkin yapılan ampirik çalışmalardan Solakoğlu (2005), asimetrik döviz kuru etkisinin istatistiksel olarak anlamlı bulunmadığı sonucuna varırken, Akkaş (2015) çalışmasında örneklemdaki şirketlerin %20'sinin hisse senedi getirileri için istatistiksel olarak anlamlı asimetrik döviz kuru etkisinin söz konusu olduğu sonucuna varmıştır. Bundan dolayı, ABD Doları kurunun örneklemdaki hisse senedi endeksleri üzerindeki etkisi, literatürdeki diğer çalışmalarla benzer bir yol izlenerek Koutmos ve Martin (2003) tarafından geliştirilen aşağıdaki model ile araştırılmıştır.

$$R_{x,t} = \alpha_0 + \beta_1 R_{m,t} + (\beta_2 + \beta_3 D_t) R_{usd,t} + \varepsilon_{x,t} \quad (1)$$

Modelde X endeksinin t dönemindeki getirisi $R_{x,t}$, gelişmekte olan piyasalar endeksinin t dönemindeki getirisi $R_{m,t}$, ABD Doları kurunun t dönemindeki değişimi $R_{usd,t}$, X endeksinin getirisinin gelişmekte olan piyasalar endeks getirisine duyarlılığı β_1 , X endeksinin getirisinin ABD Doları kurundaki değişime duyarlılığı β_2 , X endeksinin getirisinin ABD Doları kurundaki negative değişime duyarlılığı (asimetrik etki) β_3 'dir. D_t kukla değişken olup, $R_{usd,t} \geq 0$ olduğu zaman 0, diğer durumda 1 değerini almaktadır. Modele göre ABD Doları etkisinin olup olmadığı β_2 katsayısının istatistiksel olarak anlamlılığına göre belirlenmektedir. β_3 katsayısının istatistiksel olarak anlamlı olması ise, ABD Doları etkisinin asimetrik olduğunu göstermektedir.

Regresyon modellerindeki katsayılar en küçük kareler yöntemi ile Eviews ekonometri paket programı kullanılarak çözümlenmiştir. Modellerdeki serilerin durağanlığı genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) birim kök testi ile araştırılmıştır. Değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı probleminin olup olmadığı belirlemek için varyans artış faktörü (VIF) değerlerine bakılmıştır. Tahmin edilen modellerde otokorelasyon probleminin olup olmadığı Breusch-Godfrey LM testi ile değişen varyans probleminin olup olmadığı White değişen varyans testi ile araştırılmıştır. Değişen varyans problemi olan modeller GARCH (1,1) yöntemi ile çözümlenmiştir. Uygulanan modellerin bir bütün olarak anlamlılığı F-testi ile belirlenmiştir.

3. Bulgular

Aşağıdaki tablo veri setine ilişkin özet istatistikler gösterilmektedir.

Seri	Ortalama	Std. Dev.	Skewness	Kurtosis	Jarque-	Olasılık
------	----------	-----------	----------	----------	---------	----------

²⁰ Döviz kuru etkisi ölçüm modelleri hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. Akkaş (2015).

					Bera	
BRLUSD_CURNCY	-0.00032	0.010523	-1.175663	12.03944	2602.666	0
IBOV_INDEX	0.000678	0.015722	-0.531242	6.662161	433.7856	0
IDRUSD_CURNCY	-0.00017	0.005647	0.333345	14.65983	4057.784	0
INRUSD_CURNCY	-0.00022	0.004516	-0.100076	7.546389	597.9928	0
JALSH_INDEX	0.000942	0.011431	-0.037093	5.090207	130.505	0
JCI_INDEX	0.00151	0.014078	-0.652735	8.929386	1096.64	0
MXEF_INDEX	0.000547	0.013988	-1.759791	17.25019	6481.613	0
NIFTY_INDEX	0.001246	0.014923	-0.318111	5.748002	232.3901	0
TRYUSD_CURNCY	-0.00042	0.008649	-1.17381	13.85086	3707.848	0
XU100_INDEX	0.000997	0.018062	-0.440447	5.184126	166.8536	0
ZARUSD_CURNCY	-0.00013	0.010743	-0.273415	8.880194	1040.459	0

ADF birim kök testi sonuçlarına göre serilerin durağan olduğu görülmüştür. Çalışma dönemine ve üç alt düzeye ilişkin sonuçlar aşağıdaki alt başlıklarda sunulmuştur.

3.1. Tüm Dönem

Tablo 2’de özetlenen sonuçlara göre IBOV, JALSH, NIFTY ve XU100 endekslerinde ABD dolarının değerindeki değişimin etkisi katsayısının anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca IBOV endeksinde asimetrik döviz kuru etkisi katsayısı anlamlıdır.

Tablo 2: Tüm Dönem Sonuçları

Endeks	Model	α_0	β_1	β_2	β_3	Gözlem Sayısı
IBOV	GARCH (1,1)	-0.000514	0.734824 ***	0.394263 ***	-0.260034 **	716
JCI	GARCH (1,1)	0.002493 ***	0.578942 ***	0.186344	0.702541 ***	714
JALSH	GARCH (1,1)	0.000641	0.748731 ***	-0.324870 ***	0.013362	716
NIFTY	OLS	0.000490	0.678563 ***	0.574931 **	-0.234500	701
XU100	OLS	0.001498 **	0.532676 ***	0.591329 ***	0.170705	722

3.2. Küresel Finansal Kriz Öncesi Dönem

Tablo 3'de özetlenen sonuçlara göre kriz öncesi dönemde IBOV, JALSH ve XU100 endekslerinde ABD dolarının değerindeki değişimin etkisi katsayısının anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır. JCI ve NIFTY endeksinde ise ABD dolarının değerindeki değişimin etkisi katsayısı zayıf düzeyde anlamlıdır.

Tablo 3: Küresel Finansal Kriz Öncesi Dönem Sonuçları

Endeks	Model	α_0	β_1	β_2	β_3	Gözlem Sayısı
IBOV	GARCH (1,1)	0.000355	0.715993 ***	0.464914 ***	-0.129782	280
JCI	OLS	0.002623 ***	0.585050 ***	0.371093 *	0.704413	280
JALSH	GARCH (1,1)	0.000509	0.787602 ***	-0.418428 ***	0.006525	280
NIFTY	OLS	0.000661	0.774126 ***	0.579979 *	0.043825	271
XU100	OLS	0.001893	0.001893 ***	0.581904 **	0.456112	281

3.3. Küresel Finansal Kriz Dönemi

Tablo 4'de özetlenen sonuçlara göre kriz döneminde IBOV, JALSH ve XU100 endekslerinde ABD dolarının değerindeki değişimin etkisi katsayısının anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır. JCI endeksi ise ABD dolarının değerindeki değişimin etkisi katsayısı zayıf düzeyde anlamlıdır.

Tablo 4: Küresel Finansal Kriz Dönemi Sonuçları

Endeks	Model	α_0	β_1	β_2	β_3	Gözlem Sayısı
IBOV	GARCH (1,1)	-0.000602	0.635384 ***	0.577430 ***	-0.219619	155
JCI	GARCH (1,1)	0.002755 **	0.626115 ***	0.226907 *	0.907373	155
JALSH	GARCH (1,1)	1.09E-05	0.780619 ***	-0.334471 ***	0.016944	154
NIFTY	OLS	-0.000349	0.644249 ***	1.067975	1.067975	149
XU100	OLS	-2.30E-05	0.550673 ***	0.660964 ***	-0.248242	155

3.4. Küresel Finansal Kriz Sonrası Dönem

Tablo 5’de özetlenen sonuçlara göre krizden sonraki dönemde sadece NIFTY endeksinin ABD dolarının değerindeki değişimin etkisi katsayısının anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca JCI endeksinde asimetrik döviz kuru etkisi katsayısı anlamlıdır.

Tablo 5: Küresel Finansal Kriz Sonrası Dönem Sonuçları

Endeks	Model	α_0	β_1	β_2	β_3	Gözlem Sayısı
IBOV	OLS	-0.001298	0.834180	0.195423	- 0.281857	281
JCI	GARC H (1,1)	0.002193 ***	0.463624 ***	- 0.002409	0.665833 ***	279
JALSH	OLS	0.000464	0.694695 ***	- 0.127154	- 0.144915	282
NIFTY	OLS	0.001230 *	0.551070 ***	0.381925 **	0.145496	273
XU100	OLS	0.002878 **	0.002878 ***	0.247197	0.710565	286

Sonuçlar

Bu çalışmada ABD dolarının değerindeki değişimin “kırılgan beşli” olarak tanımlanan Brezilya, Endonezya, Güney Afrika, Hindistan ve Türkiye’nin hisse senedi piyasa endeksleri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırmada 01/01/2002 ve 31/12/2015 dönemi arası hafta ortasına ilişkin beş endeksin günlük kapanış verileri ile hesaplanan haftalık geriler kullanılmıştır.

Asimetrik döviz kuru etkisinin dikkate alındığı Koutmos ve Martin (2003) modeli uygulanarak ABD dolarının değerindeki değişimin beş endeksin getirisine etkisine ilişkin katsayılar tahmin edilmiştir. Ayrıca, bu etki küresel finansal kriz öncesi dönem, küresel finansal kriz dönemi ve küresel finansal kriz sonrası dönem olarak üç alt düzeyde de ayrı ayrı ele alınmıştır.

Çalışmanın tüm döneme ilişkin bulgularına göre ABD doları değişmesinin Endonezya piyasasına ilişkin endeks hariç diğer dört hisse senedi piyasa endeksi üzerindeki etkisinin anlamlı olduğu görülmüştür. Ayrıca, Brezilya piyasasına ilişkin istatistiksel olarak anlamlı asimetrik etki tespit edilmiştir.

Birinci alt dönem olan küresel finansal krizden önceki döneme ilişkin bulgularına göre ABD doları değişmesinin beş hisse senedi piyasa endeksi

üzerindeki etkisinin de anlamlı olduğu görülmüş, ancak asimetrik etkinin anlamlı olmadığı anlaşılmıştır.

Küresel finansal kriz alt dönemine ilişkin bulgularına göre ABD doları değişmesinin Hindistan piyasasına ilişkin endeks hariç diğer dört hisse senedi piyasa endeksi üzerindeki etkisinin anlamlı olduğu görülmüş, ancak asimetrik etkinin anlamlı olmadığı anlaşılmıştır.

Üçüncü alt dönem olan küresel finansal kriz sonrası dönemde ABD doları değişmesinin sadece Hindistan piyasasına ilişkin endeks üzerindeki etkisinin anlamlı olduğu görülmüştür.

Bu çerçevede, ABD doları değişmesinin “kırılgan beşli” olarak tanımlanan Brezilya, Endonezya, Güney Afrika, Hindistan ve Türkiye'nin hisse senedi piyasa endeksleri üzerinde çeşitli dönemlerde anlamlı ve asimetrik etkilerinin olduğu sonuçlarına varılmıştır.

KAYNAKÇA

- ADLER, M., Dumas, B. (1984). “Exposure to Currency Risks: Definition and Measurement”. *Financial Management*, (13), 41–50.
- AGGARWAI, R. (1981). “Exchange Rates and Stock Prices: A Study of the US Capital Markets under Floating Exchange Rates”, *Akron Business and Economic Review*, 7-12.
- AKAY, G. H., Çifter, A. (2014). “Exchange Rate Exposure at the Firm and Industry Levels: Evidence from Turkey”. *Economic Modelling*, 43(C), 426–434.
- AKKAŞ, M. E. (2015). “Finansal Olmayan Şirketlerde Döviz Kuru Riski Yönetimi: Borsa İstanbul Şirketleri Üzerine Ampirik Bir Çalışma (Yayınlanmamış Doktora Tezi)”. Ankara Üniversitesi, Ankara.
- BARTOV, E., Bodnar, G. M. (1994). “Firm Valuation, Earnings Expectations, and the Exchange-Rate Exposure Effect”. *Journal of Finance*, 49(5), 1755–85.
- BARTOV, E., Bodnar, G. M., Kaul, A. (1996). “Exchange Rate Variability and the Riskiness of U.S. Multinational Firms: Evidence from the Breakdown of the Bretton Woods System”. *Journal of Financial Economics*, 42(1), 105–132.
- BARTRAM, S.M. and Bodnar, G.M. (2007), “The exchange rate exposure puzzle”, *Managerial Finance*, Vol. 33, pp. 642-666.

BARTRAM, Söhnke M. & Bodnar, Gordon, 2005. The Exchange Rate Exposure Puzzle. MPRA Paper 6482, University Library of Munich, Germany.

BRANSON, W. H., (1983), “Macroeconomic Determinants of Real Exchange Risk,” in Managing Foreign Exchange Risk, R. J. Herring ed., Cambridge: Cambridge University Press.

BANSON, W., Halttunen, H., Masson, P. (1977). “Exchange Rate in the Short Run: The Dollar Deutsche Mark Rate”, European Economic Review, 10, 303–324.

CHOI, J. J., Prasad, A. M. (1995). “Exchange Risk Sensitivity and its Determinants: A Firm and Industry Analysis of U.S. Multinationals”. Financial Management, 24(3).

ÇUKUR, S. (2005). “Operasyonel Döviz Kuru Riski: Firma ve Endüstri Düzeyinde Bir Araştırma”. İMKB Dergisi, 10(38), 25–41.

ÇUKUR, S., Topuz, Y. V. (2005). “Döviz Kuru Riski: İMKB Tekstil Sektörü Üzerine Ampirik Bir Çalışma”. İMKB Dergisi, 8(30), 19–30.

DE SANTIS, G., Gerard, B., (1998). “How big is the premium for currency risk?” Journal of Financial Economics 49, 375–412.

DEMİRHAN, D., Atış, A. G. (2013). “A Research on the Exchange Rate Exposure of Firms Listed in Istanbul Stock Exchange”. Business and Economics Research Journal, 4(4), 25–35.

DEWENTER, K.L., Higgins, R.C. ve Simin, T.T.. (2005). Can Event Study Methods Solve the Currency Exposure Puzzle? Pacific-Basin Finance Journal (13): 119-144.

DOĞUKANLI, H., Özmen, M., Yücel, E. (2010). “İMKB’de Sektörel Açından Döviz Kuru Duyarlılığının İncelenmesi”. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19(3).

DORNBUSH R., Fisher S., (1980). Exchange Rates and the Current Account, American Economic Review, vol. 70, 960-971

DUMAS, B., Solnik, B. (1995). “The World Price of Foreign Exchange Risk”. The Journal of Finance, 50(2), 445–479.

EMİRHAN, A. Y. (2006). “Döviz Kuru Riskinin Türk Firmaları Üzerinde Etkisinin Ölçülmesi (Yüksek Lisans Tezi)”. Dokuz Eylül Üniversitesi.

ERBAYKAL, E. ve H. A. Okuyan (2007), "Hisse Senetleri Fiyatları ile Döviz Kuru İlişkisi:Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Ampirik Bir Uygulama", BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi, 2007/1, 77–89.

EROL, T., Algüner, A., Küçükkocaoğlu, G. (2013). "Exchange Rate Exposure of Real Sector Firms in an Emerging Economy". *Journal of Finance and Accounting*, 1(1), 1–12.

FERSON, W. E., & Harvey, C. R. (1991). The variation of economic risk premiums. *Journal of Political Economy*, 385-415.

FRANKEL, J. A., (1983), "Monetary and Portfolio-Balance Models of Exchange Rate Determination," in *Economic Interdependence and Flexible Exchange Rates*, J.S. Bhandari and B. H. Putnam eds., Cambridge: MIT Press.

GAVİN, M., (1989), "The Stock Market and Exchange Rate Dynamics," *Journal of International Money and Finance*, 8(2), 181-200.

HE, J., Ng, L. K. (1998). The Foreign Exchange Exposure of Japanese Multinational Corporations. *Journal of Finance*, 53(2), 733–753.

JORIEN, P. (1990). The Exchange-Rate Exposure of US Multinationals. *Journal of Business*, 331–345.

KARACAER, S., ve Topuz, Y.V. (2009). "ABD Doları Değerindeki Değişimin Gelişmekte Olan Ülkelerin Hisse Senedi Endekslerine Etkisi: Ocak 2001-Kasım 2006 Örneği", İMKB Dergisi, Yıl.11, S.42, s.1-18

KESER, U. (2011). Döviz Kuru Riskinin Yabancı Sermayeli Şirketlerin Hisse Senedi Fiyatları Üzerindeki Etkisi (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.

KIYMAZ, H. (2003). "Estimation of Foreign Exchange Exposure: An Emerging Market Application". *Journal of Multinational Financial Management*, 13(1), 71–84.

KOUTMOS, G., Martin, A. D. (2003). "Asymmetric Exchange Rate Exposure: Theory and Evidence". *Journal of International Money and Finance*, 22(3), 365–383.

LOUNDON, G. (1993). The Foreign Exchange Operating Exposure of Australian Stocks. *Accounting and Finance*, 33(1), 19–32.

MA J.K., Kao G.W., (1990). On Exchange Rate Changes and Stock Price Reactions, *Journal of Business Finance & Accounting*, vol 17(3), 441-449

- MULLER, A., ve Verschoor, W. F. (2006). “European Foreign Exchange Risk Exposure”. *European Financial Management*, 195-220.
- MUTLUAY, A. H., Turaboğlu, T. T. (2013). “Döviz Kuru Değişimlerinin Firma Performansına Etkileri: Türkiye Örneği”. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar*, 7(1).
- NYDAHL, S. (1999). “Exchange Rate Exposure, Foreign Involvement and Currency Hedging of Firms: Some Swedish Evidence”. *European Financial Management*, 5, 241–257.
- OH, S. and H. Lee, “Foreign Exchange Exposures and Asymmetries of Exchange Rate: Korean Economy is Highly Vulnerable to Exchange Rate Variations,” *Journal of Financial Management and Analysis* 17(1) (2004), pp. 8–21.
- ÖZEL, S. (2000). “Türkiye’de Enflasyon, Devalüasyon ve Faiz”. İstanbul: Alkım Yayıncılık.
- PATRO, D.K., Wald J.K., ve Wu Y. (2002) “Explaining exchange rate risk in world stock markets: A panel approach”, *Journal of Banking & Finance*, 26, ss. 1951–1972.
- SOENEN, L.A., Hennigar, E.S. (1988). “An Analysis of Exchange Rates and Stock Prices - The US Experience between 1980 and 1986”, *Akron Business and Economic Review*, 7-16.
- SOLAKOĞLU, M. N. (2005). “Exchange Rate Exposure and Firm-Specific Factors: Evidence from Turkey”. *Journal of Economic and Social Research*, 7(2), 35–46.
- YÜCEL, A. T. (1996), “Türkiye’deki İşletmelerin Döviz Kuru Risk Yönetimi Uygulamaları”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- YÜCEL, T., Kurt, G. (2003). “Foreign Exchange Rate Sensitivity and Stock Price: Estimating Economic Exposure of Turkish Firms. Presented at the European Trade Study Group”, Madrid.

Tanzimat Dönemi'nde Bartın Kazasının Demografik Yapısı*

Yrd. Doç. Dr. Ramazan ARSLAN
Bartın Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
rarslan@bartin.edu.tr

Özet: Osmanlı Devletinin taşradaki idarî üniteleri olan kazaların sosyal ve ekonomik yapılarının anlaşılması, devletin genel yapısına ilişkin daha sağlıklı sonuçların ortaya çıkmasını kolaylaştıracaktır. Bu çerçevede Osmanlı Devleti'nde zaman zaman önemli tahrir çalışmaları yapılmış, bu tahrirler sonucu kısaca adına Temettuât Defterleri adı verilen defter koleksiyonları meydana gelmiştir.

Bu çalışmada Ondokuzuncu Yüzyılda bir Anadolu şehri olan Bartın Kazasının Tanzimat Dönemi'ndeki demografik yapısı incelenmiştir. Yapılan incelemede, şehrin farklı dönemlerde taşıdığı demografik özellikler belirlenmeye çalışılmış, nüfusun gelişim çizgisi ortaya konulmuştur. Böylece, köy- şehir genel yapısını yansıtan tahlillerle araştırmaya bütüncül bir çerçeve kazandırılmaya çalışılmıştır. Çalışma yönteminde, zaman zaman yorumlarla beraber arşiv kaynakları ön plana çıkarılmıştır. Bu çerçevede, çalışmanın temel kaynağını; Başbakanlık Osmanlı Arşivi'nde bulunan belge, defter ve kataloglar oluşturmaktadır. Bu çalışmanın hem özgün bir niteliğe sahip olması hem de yapılacak alan araştırmalarda temel kaynak niteliğini taşıması açısından literatürde önemli bir boşluğu dolduracağı umulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bartın, Demografik Yapı, On dokuzuncu yüzyılda Bartın, Tanzimat Dönemi'nde Bartın, Bartın'ın Sosyal ve Ekonomik Yapısı.

Demographic Structure of Bartın Township During Tanzimat Era

Abstract: Understanding social and economic structures of the townships, which were administrative units of the Ottoman State at the provinces, shall lead us to obtain optimum results about the general structure. From time to

*Bartın Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonu tarafından desteklenmiştir. (Proje No: 2013.1.77)

time, some considerable analyzing studies had been made in the Ottoman State under such a framework and as a result of such studies, notebook collections, which are shortly named as Temettuât Defterleri (Profit Notebooks), were issued.

In this study, demographic structure of Bartın township, which was an Anatolian city in the 19th century, during Tanzimat (reforms) era has been analyzed. Within this investigation study carried out, demographic properties that the city had in various eras has been tried to be determined and development line of population has been displayed. Thus, the research has been tried to have a holistic frame by means of analysis that shall reflect the village-city general structure. Within the method used in the study, archive sources have been emphasized together with comments in various sections. In this context, the basic source of the study is composed of documents, notebooks and catalogues existing in Prime Ministry Ottoman Archives. It is hoped that such study would fill a considerable gap by not only having an original qualification; but also having potential to be a basic source for the researches in related area to be conducted.

Key words: *Bartın, Demographic Structure, Bartın in the 19th century, Bartın in Tanzimat (reforms) era, Social and Economic structure of Bartın.*

Giriş

Osmanlı Devleti'nde taşradaki idarî birimler üzerine yapılacak ya da yapılmakta olan mikro düzeydeki çalışmalar, devletin geniş coğrafyasını içine alan sosyo-ekonomik özellikleri hakkında önemli bilgiler vermesi açısından önemlidir.

Klasik dönemde imparatorluk düzeyinde yapılan sosyo-ekonomik çalışmalar bu konuda pek çok defterin meydana gelmesine katkı sağlamıştır. Bugün bu tür çalışmalara kaynaklık eden milyonları aşkın belge vardır (Tabakoğlu, 2005). Tanzimat'ın uygulandığı yerlerde Emlak ve Arazi ve Hayvanat ve Temettuât sayımları sonucunda oluşan Temettuât Defterleri, bu anlamda önemli istatistikî verileri kapsamaktadır. Bu defterlerden hareketle bir bölgenin belirli bir dönemine ait mikro ve makro düzeyde sosyo- ekonomik yapısı incelenebilir.

Tanzimat Dönemi'nde Bartın kazasının demografik yapısını ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışmada, ilgili kazaya ait defter ve belgeler üzerinde yoğun bir inceleme yapılmıştır. Araştırma sonucunda Bartın'ın nüfusunda dönemler itibariyle artma ve azalma yönünde önemli farklılıklar

olduğu görülmüştür. Tanzimat Dönemi'nde bir Anadolu kazasının merkez ve kırsal alanını içine alan bu çalışma, hem Anadolu köyü hem de Anadolu kasabasının özelliklerini yansıtmaları bakımından önem arz etmektedir. Bilindiği gibi köy gibi yerleşim birimlerinin temel özelliği, bu tür yerlerin tarım ve hayvancılık faaliyetlerini yoğun olarak içinde barındırmasıdır. Kentler, daha çok yoğun bir nüfusun barındırıldığı, ticarî ve sınaî iş kollarındaki meslekî farklılaşmaların olduğu ve tarımsal faaliyetlerin nispeten azaldığı yerleşim alanlarıdır. Kasaba ölçekli yerleşim birimleri ise, köy-kent özelliklerini birlikte taşıyan orta büyüklükteki yerleşim birimleridir (Öztürk, 1996).

Çalışmada köy, kent ve kasaba üçlüsü birlikte ele alınmış, şehrin tarihi ve demografik yapısı üzerinde durulmuştur. Şehrin tarihi yapısı Osmanlı'ya gelinceye kadar ve Osmanlı dönemi olmak üzere iki başlık altında ele alınmıştır. Şehrin demografik yapısının incelendiği başlık altında ise nüfusun gelişim seyri belgeler ışığında ortaya konulmaya çalışılmıştır.

1. Bartın Kazasının Tarihi Gelişimi ve Demografik Yapısı

1.1. Şehrin Tarihî Gelişimi

1.1.1. Osmanlı'ya Gelinceye Kadar

Bartın, günümüzde Türkiye'nin Batı Karadeniz Bölgesi'nde yer alan bir ildir. Bartın'ın ilk sahiplerinin M.Ö. 14.yy.da Gaskalar ve M.Ö. 13.yy.da Hititler olduğu kabul edilmektedir (T.C. Bartın Valiliği, 2008). Milâttan önce 279'da Pontus Krallığına, 70 yıllarında Roma idaresine geçen Bartın, Milâttan sonra 395'te Bizans sınırları içinde yer aldı. 1204'te Trabzon Rum İmparatorluğu'nda kalmış ise de 1261'de tekrar Bizans'ın eline geçmiş ve Fatih'in 1461'de Amasra'yı fethiyle kesin olarak Osmanlı topraklarına katılmıştır. (Tuncel, 1992).

Bilinen eski adı Parthenios olan Bartın, "Bartın Çayı"nın Karadeniz'e ulaştığı kesimin 11 km. kadar güneydoğusunda kurulmuştur. Adını bu çaydan almış olan Bartın, Türklerin eline geçtikten sonra önem kazanmaya başlamış ve ilk dönemlerde çok yakınındaki tarihi merkez konumunda bulunan Amasra'nın gölgesinde kalmıştır.

Bartın'ın bilinen bir adı da "Oniki Divan"dır. Zeynep Korkmaz'ın yaptığı çalışmada (Korkmaz, 1965) yer alan Tapu Kadastro Müdürlüğü Arşivi'ndeki 1051 tarihli ve 35 sayılı Defter-i Mufassal-ı Bolu'da bu ilçe hem Bartın hem de Oniki Divan adlarıyla geçmektedir. Korkmaz, ayrıca 935/1528 tarihini taşıyan Bolu Livası Kanunu'nun 26.ncı maddesinde Oniki Divan kazası olarak yazıldığını kaydetmektedir.

1.1.2. Osmanlı Dönemi

Bartın, Osmanlı idarî teşkilatında Anadolu eyaletinin Bolu sancağı içinde yer almış ve çevre halkının alışveriş yaptığı bir Pazar yeri olarak gelişmiştir. XVII. Yüzyılda Evliya Çelebi, Bartın çayı ağzındaki kalyonlardan gemilerle İstanbul'a kereste gönderildiğini belirtmektedir (Tuncel, 1992).

XVII. Yüzyılın sonlarında Bolu sancağının lağvedilmesiyle Bartın Voyvodalıkla idare olunmuş ve 1811'de Bolu mutasarrıflığının kurulmasıyla tekrar bu mutasarrıflık içinde yer almıştır (Tuncel, 1992). 1867'lerde Bartın kazasında kaymakamlık, 1876 yılında ise belediye teşkilâtının kurulduğu bilinmektedir. Bartın kaza olarak 1870'lerde Bolu sancağına dolayısıyla Kastamonu vilâyetine bağlı kalmıştır (Yakupoğlu, 2010).

1.1.3. Cumhuriyet Dönemi

Bartın 1920 yılında Zonguldak mutasarrıflığına bağlanmış, Zonguldak'ın 1924'te il olmasıyla bu ile bağlı bir ilçenin merkezi konumuna getirilmiş ve 28.08.1991 tarih ve 3760 sayılı yasayla il statüsüne kavuşmuştur. Bartın'ın günümüzde Merkez, Amasra, Ulus, Kurucaşile²¹ olmak üzere 4 ilçesi, Arıt, Kozcağız, Kumluca, Abdipaşa ve Hasankadı beldeleriyle birlikte 9 Belediyesi ve 262 köyü bulunmaktadır (T.C. Bartın Valiliği , 2008).

2. Demografik Yapı

Nüfus hareketleri, toplumların dönüşümünde önemli rol oynar. Dünya tarihine bakıldığında demografik olayların toplumsal, kültürel, ekonomik ve siyasi etkileri açık bir şekilde görülür. Nüfus hareketlerini gözlemlemek amacıyla ülkelerin tarihinde zaman zaman nüfus istatistikleri yapılmıştır. Tarihte yapılan nüfus sayımlarında 1575 yılına kadar haneler sayılırken 1575 yılından sonra yapılan nüfus sayımı sistemi değiştirilerek nefer olarak sayım yapılmıştır (Kütükoğlu, 2000).

Osmanlı nüfus istatistikleri, önemli idari ve askeri ihtiyaçlar üzerine geliştirilmiştir. Osmanlı tarihinin sosyo-ekonomik gerçeklere göre anlaşılmasını sağlamada Türkiye'de nüfus ve arazi araştırmalarını başlatan Ömer Lütfi Barkan, bu konuda çok önemli bir isim olarak bilinmektedir (Karpaz, 2003). Sayımlar, arazi tetkikleri ve kalıcı bir nüfus kayıt sistemi 19.yüzyıl idaresi

²¹ Amasra, Osmanlı döneminde ilçe iken Cumhuriyetle birlikte bucak statüsüne düşürülmüş, 1987'de yeniden ilçe statüsüne getirilmiştir. Ulus, 1944 yılında, Kurucaşile ise 1957 yılında ilçe olmuştur (T.C. Bartın Valiliği , 2008).

açısından son derece önem kazanmıştır. 19.yüzyılda ve 20.yüzyılın başlarında yapılan sayımlar, Osmanlı nüfusu konusundaki belli başlı bilgi kaynaklarıdır. Modern anlamda ilk nüfus sayımının 1831 yılında yapıldığı kabul edilmektedir. 1831 sayımında yalnızca erkekler sayılmıştı (Karpat, 2003).

Bartın'ın nüfusu 1831 nüfus sayımında 7.135 erkek nüfus olarak tespit edilmiştir. Aynı tarihte Amasra'nın nüfusu 6.411, Ulus'un nüfusu 3.110 olarak sayılmıştır. Dolayısıyla 1831'de Bartın'ın toplam nüfusu 15.000'i aşmıştır. Sayımın yapıldığı tarihte Bartın Viranşehir sancağına bağlı idi. Viranşehir sancağının sayım sonunda toplam nüfusu 60.727 olarak hesaplanmıştır. Buna göre Bartın'ın sancak nüfusu içinde %27.43'lük bir orana sahip olduğu görülür(Karpat, 2003). Kazanın nüfusu 1253/1837 tarihinde kaza merkezi dâhil toplam 8.109 iken 1260/1843'te 5,122'ye düşmüştür (NFS.d.nr.771).

Nüfus hareketlerinin izlendiği bir diğer bilgi kaynağı Vilayet Salnameleridir. Bu salnamelerden hareketle bir vilayetin ya da vilayete bağlı kazanın nüfusunu tespit etmek mümkündür. XIX.yüzyılda Bartın, Kastamonu vilayeti Bolu Sancağı içinde bir kaza idi.

H.1289/M.1872 tarihli Kastamonu Vilayet Salnamesinde Bartın'da 8977 Müslüman, 3 Rum ve 6 Ermeni hanesi vardı. 9 mahallesi ve 122 köyü olan kazada 32.000 Müslüman, 8 Rum ve 17 Ermeni yaşamaktaydı. H.1306/M.1888'de 44.846, H.1310/M.1892'de 49.619 Müslüman ve 575 Gayrimüslim yaşamaktaydı (Çetin, 2014).

1881/1882-1893 tarihinde Bartın'ın nüfusu, Osmanlı genel sayımında Müslüman kadın 24.284, erkek 25.535; Rum kadın 200, erkek 180; Ermeni kadın 95, erkek 100 olmak üzere toplam 50.394'tür (Karpat, 2003).

Cumhuriyet döneminde yapılan 1927 tarihli ilk nüfus sayımında 8681 olarak tespit edilen Bartın'ın nüfusu 1950'ye kadar fazla gelişme göstermemiş, 1940 sayımında 8.226'ya düşmüş ve 1950'de tekrar 8.789'a çıkmıştır. 1940 yılında nüfus azalmasının nedeni, 1937'de yapımına başlanılan Ankara-Zonguldak demiryolunun yapılması ve Bartın'ın sahip olduğu önemli ulaşım fonksiyonunun Zonguldak'a geçmiş olmasıdır.

1950'li yıllarda şehirde kontrplak, kereste, kiremit ve çimento fabrikalarının temellerinin atılmasıyla 1960'ta nüfus 11.506'ya ulaşmıştır. Ayrıca 1967'de modern bir limana kavuşması, 1969'da yeni kereste fabrikalarının kurulmasıyla şehir yeniden canlanmış ve 1970'te nüfusu 15.926'ya kavuşmuştur. 1990 sayımına göre şehrin nüfusu 205.834, nüfus yoğunluğu ise 97 olarak gerçekleşmiştir (Tuncel, 1992).

Bartın ilinin nüfusu 2000 sayımlarına göre 184.178'dir. Nüfusun %26'si oluşturan 48.002 kişi kentsel alanda, %74'ünü oluşturan 136.176 kişi kırsal alanda yaşamaktadır. 1990 yılı sayımında nüfus 205.834 idi. Son 10 yıllık dönemde %-11.11'lik bir azalma olmuştur. Nüfustaki bu azalma, il genelindeki nüfus değişimi hareketinin sadece kırsal alandan kentsel alanlara doğru olmadığını, ilden dışarıya göç hareketlerinin olduğunu göstermektedir. Bartın ili nüfusu en çok aranan iller arasında 6. Sırada yer almaktadır (T.C. Bartın Valiliği , 2008).

2007 Adrese bağlı kesin olmayan nüfus istatistiklerine göre il nüfus toplamı 179.835'tir. Kent nüfusu köyden gelen göçler sebebiyle 1990-2007 döneminde %40.21 artmıştır (T.C. Bartın Valiliği , 2008). Bartın ilinin nüfusu, 2012 Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) sonuçlarına göre 188.436'dır (TÜİK, 2013).

Demografik yapı ile ilgili buraya kadar genel bilgiler verildi. Bundan sonraki bölümlerde, Tanzimat Dönemi'nde bir kaza olan Bartın'ın şehir merkezi ve köylerine ait nüfus hareketleri detaylı olarak ele alındı. Nüfusu tespit etmek amacıyla Başbakanlık Osmanlı Arşivi'nde bulunan nüfusla ilgili NFS.d. fonunda kayıtlı defterlerden yararlanıldı. Nüfus bilgileri verilirken, nüfus rakamlarının alındığı defterleri tanımak adına defterlerin özellikleri hakkında bilgi verildi. Biz bu fonlardan kaza merkezi ve köylerle alakalı belli başlı defterleri tek tek inceleyip Bartın'ın Tanzimat Dönemi'ndeki nüfusunu ortaya koymaya çalıştık.

2.1. Şehir Merkezi

Bartın şehir merkezinin nüfusu, Başbakanlık Osmanlı Arşivi'nde NFS.d fonunda kayıtlı 740 numaralı defterden alınmıştır²². Defterin ilk sayfasında "Defter-i Bartın İslam ve Reaya" yazmaktadır. Defter tarihi nüfus defterinin ilk sayfasında H.1255/M.1840 olarak yer almaktadır. Üçüncü sayfasında defterin içeriği hakkında bilgi verilmektedir. Ankara Eyaleti müşiri İzzet Mehmet Paşa fermaniyle oluşturulan defter, Viranşehir Sancağına bağlı kaza ve köylerde oturan ve vefat eden toplam nüfusu vermektedir.

²² Defterin tam adı: "Bolu Eyaleti, Viranşehir Sancağı, Bartın Kazası Müslim ve Gayrimüslim Nüfus Defteri"dir. Ciltsiz olan defterin ebadı: 24,5x71,5'tir. Toplam 274 sayfadan meydana gelen defterde 32-35, 69-71,82-83, 255-274 sayfalar boş bırakılmıştır. Defterde hane bilgisinin hemen üzerinde hane numarası ve varsa mesleği, hane numarasının altında hane reisinin ismiyle birlikte kısaca tanıtıcı bilgiler yer almaktadır. Örneğin;Hane 3 rençber, Orta boylu, kısa sakallı uzun Ahmed oğlu Hüseyin ibni İsmail, Yaş 35 gibi.

H.1255/M.1840 tarihinde Bartın kazasında 13 mahalle ve 729 hane bulunmaktadır. Toplam nüfus ise 1851'dir²³(Tablo 1).

Tablo 1: Bartın Kazası Merkez Nüfusu (H.1255/M.1840)

Mahalle Adı	Hane	Nüfus
Halatçı Mahallesi	27	85
Çakaloğlu Mahallesi	21	44
Seydioğlu Mahallesi	33	94
Cortlabaşı Mahallesi	74	187
Hacı Mehmed Mahallesi	38	122
Karagöldüzü mahallesi	81	216
Kanlıırmak Mahallesi	54	162
Köprübaşı Mahallesi	54	137
Esmer Mahallesi	35	86
Sarıkulu Mahallesi	57	137
Halaçyaması Mahallesi	57	133
Cenderler Mahallesi	72	180
Asmabaşı Mahallesi	126	268
Toplam	729	1851

Kaynak: BOA, NFS.d.741,1253/1837.

Nüfusu en fazla olan mahalle Asmabaşı mahallesi olup bu mahallede 126 hane ve 268 nüfus bulunmaktadır. En az nüfusa sahip mahalle ise 21 hane ile 44 nüfuslu Çakaloğlu mahallesi gelmektedir.

H.1253/M.1837 tarihinde Bartın kazasının toplam Müslüman nüfusu kaza merkezi dahil 8109'dur (BOA, NFS.d.740). Bu tarihlerde Bartın'da 24 divan olduğu görülmektedir. Kazanın nüfusu, divanlar arasında farklılık göstermektedir. Daha fazla nüfusa sahip divan olduğu gibi daha az nüfuslu divana da rastlamak mümkündür. Nüfusu en fazla divan Karaköy divanıdır. Karaköy divanını sırasıyla Fermid Dere divanı ve Küçük Sezya divanı izlemektedir. Nüfusu en az olan divanlar ise Afşar, Şahine ve İstevrat divanlarıdır.

²³ BOA, NFS.d.741,1253/1837,ss. -1-247; Defter ciltsiz, 536 sayfa ve 18X49,5 ebadındadır. Numaralı boş sayfalar:1,7-8,113-120,217-218,245-246,281-282,301-302,311-213,359-533,536.

Tablo 2: Bartın kaza Nüfusunun Divan nüfusuna göre dağılımı (H.1253/M.1837).

Divan Adı	Nüfus
Karaköy Divanı Bartın kaza merkezi	1171
Bartın merkez kazaya bağlı Karaköy Köyü	311
Fermid dere Divanı Bartın Kaza merkezi	792
Fermid dere Divan Orduyeri Köyü	448
Ekibkar	432
Büyük Sezaya	409
Küçük Sezaya	680
Kiriş Divanı	330
Ariay Divanı-Arıd Divanı	195
Feslid Divanı	174
İstevrat Divanı	112
Melenes Divanı	436
Terke Divanı	236
Budak Divanı	319
Arifunan Divanı	232
Aslıkök Divanı	141
Kozkökü Divanı	130
Kutlubey Divanı	353
Şiremir Divanı	209
Elâm ağacı Divanı	104
Afşar Divanı	50
Çakır Divanı-Çakırlar	174
Ulugeçit Divanı	176
Şahine Divanı	99
Eski Bartın Divanı	187
Durnuk Divanı	209
Toplam	8.109

Kaynak: BOA, NFS.d.740

2.2. Köyler

Köy kavramına ilişkin pek çok tanım yapılmıştır. Biz burada köy kanunundaki tanımı esas aldık. Köy Kanunu²⁴,un 1. Maddesine göre “Nüfusu iki binden aşağı yurtlara (köy) ve iki bin ile yirmi bin arasında olanlara (kasaba) ve yirmi binden fazla olanlara (şehir) denir.” Sosyolojik açıdan köy, toprağa bağlı bir zümre olarak ifade edilebilir. Başka bir ifadeyle köy denince “toprak” ve bu toprakta gerçekleştirilen tarımsal faaliyetler akla gelmektedir (Tezcan, 2015).

Osmanlıda ekonomik hayat tarıma dayanıyordu. Emek kaynağı ise ailenin kendisiydi. Tarım alanında insan emeği ile nüfus arasındaki önemli bir bağ olduğu için nüfus artışı emek gücünü artırıyordu (İnalçık & Quataert, 2000). Köy-aile işletmeleri en küçük birim olarak bilinir. Ülkemizin sosyal yapısı ve ekonomik karakteri bu köy-aile işletmelerine dayanır (İnalçık, 1993).

Bartın kazasında köylerin nüfusunu ortaya koyarken öncelikle divanlardan hareket ettik. Çünkü incelediğimiz nüfus defterlerinde önce divan²⁵ sonra bu divana bağlı köy sıralaması yapılmış ve köylerin nüfusları verilmiştir.

Tablo 3: Bartın kazasında divanlara göre nüfus dağılımı (H.1253/M.1837).

Divanlar	Divana Bağlı Köyler	H.1253/M.1837		H.1258/M.1843		+/-	
		Hane	Nüfus	Hane	Nüfus		
Akpınar	Handıra Köyü	17	46	17	46		
	Kantarcı Köyü	15	40	16	44		
	Nefsi Akpınar Köyü	21	51	22	51		
	Cebeci Köyü	5	16	4	16		
	Hacı İsa Köyü	10	24	10	24		
	Conduk Köyü	5	9	5	9		
	Uğurlar Köyü	19	52	19	52		
	Şaban Köyü	4	9	4	9		
	Halil Ağa Köyü	7	21	7	21		
	Kanbur Köyü	8	21	24	62		
	Güllük Köyü	24	62	24	62		
	Toplamlar		135	351	152	396	+/+
	Durnuk	Akgöz Köyü	11	35	11	34	
Kulak Köyü		6	26	9	26		
Koca Reis Köyü		11	43	11	43		

²⁴ 7/4/1924 tarih ve 68 sayılı resmi gazetede yayımlanan 442 numaralı kanun.

²⁵ Divan, köy ile nahiye arasında bir idari birimdir (Yılmaz, 2010).

Eski Bartın	Durnuk Merkez Köy	16	51	16	51	
	Kafir Pınarı Köyü	10	33	10	33	
	Toplamlar	54	188	57	187	+/-
	Saraylı Köyü	7	19	7	19	
	Karasu Köyü	22	55	22	55	
	Kulaksız Köyü	3	14	3	14	
	Çapkunlar Köyü	4	14	4	14	
	Kabaklı Köyü	6	15	6	15	
	Akça Köyü	4	22	4	22	
Şiremir Divanı	Toplamlar	46	139	46	139	
	Başköy Köyü	5	14	5	14	
	Alaç Köyü	6	7	5	8	
	Sipahi Köyü	3	5	3	5	
	Sinoplu Köyü	4	23	8	23	
	Sofioğlu Köyü	5	11	5	11	
	Ilıca Köyü	2	7	2	8	
	Tabak Köyü	7	17	7	17	
	Çavuş Köyü	13	31	13	31	
	Korbucağı Köyü	24	54	24	54	
Toplamlar	69	169	72	171	+/+	

Divanlar	Divana Bağlı Köyler	H.1253/M.1837		H.1258/M.1843		+/-
		Hane	Nüfus	Hane	Nüfus	
Kutlubey Divanı	Debbağlar Köyü	9	19	9	19	
	Mensurlar Köyü	3	14	3	14	
	Kutlubey Merkez Köyü	5	16	5	14	
	Demirciler Köyü	19	49	18	49	
	Aşağı Köyü	8	23	8	23	
	Hacı Osman Köyü	5	18	5	18	
	Tuzcular Köyü	17	39	18	39	
	Karaköy	10	24	10	24	

Çakır Divanı	Köyü					
	Gürgenpınarı Köyü	10	31	10	31	
	Gecen Köyü	19	62	19	62	
	Topamlar	105	295	105	293	0/-
	Kadioğlu Köyü	10	42	10	42	
	Hacı bekir Köyü	12	46	12	46	
	Ömer Ağa Köyü	15	52	11	60	
	Topamlar	37	140	33	148	-/+
Kiriş Divanı	Merkez Kiriş Köyü	37	115	37	115	
Karaköy Divanı	Kabaca Köyü	4	10	4	14	
	Yekaz Köyü	16	56	14	56	
	Katırcı Köyü	10	31	10	31	
	Derbendağzı Köyü	23	75	22	75	
	Yayalar Köyü	8	14	8	14	
	Topamlar	98	301	95	305	-/+
	Merkez Karaköy Köyü	31	99	32	99	
	Ağdacılar Köyü	15	45	15	45	
	Gaffar Köyü	16	48	17	48	
	Balanba Köyü	33	117	33	117	
	Topamlar	95	309	97	309	+/0
Fermid Divanı	Karaçay Köyü	10	29	10	21	
	Kaman Köyü	16	32	16	32	
	Kadı Köyü	17	32	17	32	
	Merkez Fermid Köyü	19	34	18	34	
	Orduyeri Köyü	91	198	91	198	
	Topamlar	153	325	152	317	-/-
Ulugeçit	Merkez	40	118	40	118	

Divanı	Ulugeçit Köyü					
	Conba Köyü	14	37	14	37	
	Toplamlar	54	155	54	155	0/0

Divanlar	Divana Bağlı Köyler	H.1253/M.1837		H.1258/M.1843		+/-
		Hane	Nüfus	Hane	Nüfus	
Şahine Divanı	Recepoğlu Köyü	4	13	3	13	
	Merkez Şahine Köyü	19	64	19	64	
	Demirciler Köyü	7	67	7	27	
	Toplamlar	30	144	29	104	
Avşar Divanı	Ahmed Beşeoğlu Köyü	4	12	5	16	
	Karaali köyü	10	30	10	30	
	Güllük Köyü	4	10	4	10	
	Toplamlar	18	52	19	56	
Kozlu Divanı	Mehmet Bey Oğlu Köyü	7	23	6	23	
	İmamoğlu Köyü	11	27	10	27	
	Toplular Köyü	4	23	8	23	0/-
	Lazoğlu Köyü	8	31	15	31	
Alemağaç Divanı	Toplamlar	30	104	39	104	
	Merkez Alemağaç Köyü	5	18	5	18	
	Dervişler Köyü	7	20	8	23	-/+
	Ormanlar Köyü	5	15	5	15	
	Dolaşıklar Köyü	5	16	5	16	
	Akmanlar Köyü	6	14	6	14	

Aslıkeve Divanı	Toplamlar	28	83	29	86	
	Yazıcı Köyü	8	31	8	31	
	Durmuşlar Köyü	6	15	6	15	
	Şaban Köyü	6	18	6	18	-/+
	Kadirli Köyü	3	6	3	6	
	Ali Efendioğlu Köyü	7	14	7	14	
	Nana Köyü	5	16	5	16	
	Çeşdibe Köyü	5	29	5	29	
	Toplamlar	40	129	40	129	+0
Büyük Sazye Divanı	Kaşbaşı Köyü	48	116	48	116	
	Okçular Köyü	24	82	28	82	
	İpçiler Köyü	29	76	29	86	
	Aşağı İpçiler Köyü	30	92	30	92	
	Kadı Köyü	12	33	12	33	
	Toplamlar	143	399	147	409	-/-

Divanlar	Divana Bağlı Köyler	H.1253/M.1837		H.1258/M.1843		+/-
		Hane	Nüfus	Hane	Nüfus	
Küçük Sazye Divanı	Merkez Küçük Sazya Köyü	44	104	44	104	
	Sorta Köyü	16	45	16	45	
	Kayakoz Köyü	24	70	24	70	
	Kötüyer Köyü	11	31	11	31	
	Toplamlar	95	250	95	250	0/0

Arfunda Divanı	Karamanlar	9	30	9	30	
	Akıncılar Köyü	15	42	15	42	
	Radular Köyü	6	14	6	15	
	Orta Köy	10	24	10	24	
	Kozyaka Köyü	20	48	20	48	
	Merkez Arkonda Köyü	17	48	17	48	
	Toplamlar	77	206	77	207	0/+
Feslid divanı	Yukarı Feslid Köyü	24	64	24	65	
	Gürcü veya Görücü Köyü	12	33	12	33	
	Aşağı Feslid Köyü	17	57	17	57	
	Toplamlar	53	154	53	155	0/+
	Estoran Divanı	Abacı Köyü	11	32	12	35
Nakiboğlu Köyü		9	28	9	28	
Burakçı Köyü		7	16	7	14	
Boğaz Köyü		7	28	7	28	
Toplamlar		34	104	35	105	+/+
Arı Elma Divanı	Bayram Beşe Köyü	6	18	6	18	
	Memi Köyü	3	9	3	9	
	Uhud veya Ahad Köyü	6	26	6	26	
	Palancı Köyü	7	25	7	25	
	Keller Köyü	5	14	5	14	
	Dere Köyü	4	11	4	11	
	Kadı Köy	5	16	5	16	
	Kıran Köyü	26	91	26	91	
	Toplamlar	62	210	62	210	0/0

Divanlar	Divana Bağlı Köyler	H.1253/M.1837		H.1258/M.1843		+/-
		Hane	Nüfus	Hane	Nüfus	
Budak Divanı	Kurt Köy	18	48	18	48	
	Recebbeşeoğlu Köyü	13	34	13	34	
	Gökler Köyü	9	23	10	23	
	Çayır Köyü	21	54	21	54	
	Mustiler veya Musenler Köyü	5	12	5	12	
	Kıran Köyü	13	27	13	27	
	Hoşafklar Köyü	5	8	5	8	
	Emirler Köyü	6	17	6	17	
	Bani Köyü	15	42	15	42	
	Akçamescid Köyü	26	76	26	86	
	Toplamlar	150	387	151	397	+/+
	Gökçemus Köyü	22	66	22	66	
	Gaffar Köyü	11	44	11	44	
	Duruncular Köyü	6	19	6	19	
Terke Divanı	Murad Bey Köyü	14	45	14	45	
	Kömeler Köyü	21	72	21	72	
	Karılar Köyü	8	20	8	60	
	Cebeci Köyü	9	41	9	41	
	Toplamlar	91	307	91	347	0/+
	Hatiboğlu Köyü	17	51	17	51	
	Yağcı veya Bağcı Köyü	14	46	14	46	
	Merkez Terke Köyü	22	75	22	75	
	Haliloğlu Köyü	11	49	13	49	
	Toplamlar	64	221	66	221	+0

Kaynak: BOA, NFS.d.741

Tabloda görüldüğü gibi, en büyük divan Mülen divanıdır. Bu divana bağlı 11 köy bulunmaktadır. Mülen divanına bağlı köylerin toplam nüfusu 387'dir. Milan divanını 351 nüfusla Akpınar ve 325 nüfus ile Fermid divanları

izlemektedir. En küçük üç divan ise sırasıyla Avşar (52), Alemağaç (83) ve Kozlu (104) divanlarıdır.

M.1837/M.1843 yılları arasında Divanlara bağlı köylerin hane ve nüfuslarında az da olsa artma ve azalma yönünde bir takım değişimler olmuştur. Hane ve nüfusta her ikisinde artma görülen divanlar Akpınar, Şiremir, Avşar, Alemağaç, Büyük Sazy ve Astoran divanlarıdır. Ulugeçit, Aslıkeve, Küçük Sazy ve Arielma divanlarında ise hem hane hem de nüfusta herhangi bir değişim olmamıştır. Söz konusu diğer divanlarda ise hane veya nüfusta herhangi birinde artış veya azalış kaydedilmemiştir.

Bartın'da, incelenen dönemde, Müslümanların yanısıra Kıpti ve Rum gibi başka milletlerden de nüfus bulunduğu görülmüştür. Viranşehir Sancağının Kıpti²⁶ defterinde yapılan incelemede Bartın'da 9, Amasra'da 137 ve Ulus'ta 10 olmak üzere toplam 156 kıptî olduğu görülmüştür. Viranşehir sancağında toplam 214 Kıptî olduğu dikkate alındığında sancaktaki Kıptilerin yaklaşık %73'ünün Bartın kazasında yaşadığı ortaya çıkmaktadır. Kazada ayrıca belirtilen tarihte ehli zimmet olarak da bilinen 1225 Rum Milleti²⁷ bulunmaktadır. Aynı tarihte Safranbolu Kıran Köyü'nde 170 Rum Milleti (BOA, NFS.d.818) yaşadığı dikkate alındığında Bartın'da Rum nüfusun önemli ölçüde fazla olduğu anlaşılmaktadır (BOA, NFS.d. 817).

Günümüzde Bartın'ın bir ilçesi konumunda olan Amasra, 1259/1843 tarihinde Bolu eyaletine bağlı Viranşehir Sancağı'nın bir kazası idi. Amasra kazasının Kal'a (3 mahalle, 7 köy), Morikan (10 köy), Karaköy (4 köy), Çıkraz (13 köy), Kurucaşile (13 köy), Kayadibi (8 köy), Yukarı Menteşe (5 köy), Orta Göleş (8 köy), Yahya Köy (4 köy), Deyve (4 köy), İlendir (5 köy) ve Helkeme (1 köy) olmak üzere toplam 12 divanı bulunmaktadır. Toplamda 571 hane, 30 köy, 7 divan ve 1788 nüfus bulunmaktadır. Defterin sonunda her ne kadar divan sayısı 7 deniliyor ise de defterin akışından bakıldığında divan sayısı 12 olarak görülmektedir(BOA, NFS.d.819).

H.1259/M.1843'te Bartın'a bağlı Halatçı, Çakaloğlu, Seydioğlu, Çortulabaşı, Hacı Mehmed, Karagöldüzesi, Kanlıırmak, Köprübaşı, Esmer, Sarıkuyu, Halaçyaması, Çoturlar ve Asmabaşı olmak üzere 13 mahallesi, Eski Bartın, Şiremir, Kutlubey, Şiremir, Kutlubey, Çakır, Kiriş, Karaköy, Karmid, Ulugeçit, Şahne, İrşad, Kozgöve, Alemağaç, Aslıköve, Büyüksazy, ve

²⁶ Bu kelime Mısırlılar ve Nil deltası sakinleri için kullanılmakta iken Hristiyanlığın Mısır'a girmesinden sonra Hristiyanlık Kıptîler'in dini olmuştur. Sonraları Kıptî ismi Mısır'daki Hristiyan halkı ifade etmeye başlamıştır (Hacıeminoğlu, 2002).

²⁷ 1860-1870 yılları arasında Osmanlı Devleti'ndeki Rum nüfusu, Avrupa ve Asya'da yaklaşık birer milyon olarak tahmin edilmektedir. Başka bir ifadeyle kabaca Osmanlı Devleti'nin toplam nüfusunun %9'unu oluşturduğu bilinmektedir (Karpat, 2003).

Küçüksazya, Arkondal, Feslid, İstorad, Arıelma, Melent, Budak ve Terke olmak üzere 24 divan ve bu divanlara bağlı 135 köy bulunmaktadır. Hane sayısı 2495 olup bunun 729 hanesi mahalle ve geriye kalanı köylere aittir. Toplam nüfus ise 6883'tür. Bu nüfusun 1851 kadarı mahallelerde ve 5032'i ise köylerde yaşamaktadır (BOA, NFS.d. 819).

Bir kıyaslama yapmak amacıyla, H.1259/M.1843'lerde Bartın kazasının dahil olduğu Viranşehir Sancağı'na bağlı diğer kazaların nüfusları hakkında bilgi verilecek olursa; Benderekli kazası 2621 hane (kasaba:453,köy: 2168), toplam nüfus ise 7527 (kasaba: 1165, köyler:6362), Çarşamba kazası 25 divan, 139 köy, 1324 hane, toplam nüfus 3767, Eflani kazası 1019 hane, 33 köy ve 24 divan, Safranbolu kazası köy:45, hane: 2304 ve nihayet Viranşehir kazası hane:1514, 45 divan, 132 köy (BOA, NFS.d. 819) bulunmaktadır (Tablo.4).

Tablo 4: Viranşehir Sancağında Nüfusun Kazalara Göre Dağılımı (H.1259/M.1843)

Kazalar	Hane	Nüfus
Benderekli	2.621	7.527
Çarşamba	1.327	3.767
Eflani	1.019	2.884
Safranbolu	2.304	6.545
Viranşehir	1.514	4.300
Bartın	2.495	6.883
TOPLAMLAR	11.280	31.906

Kaynak: BOA, NFS.d. 819

Tabloda Viranşehir Sancağına bağlı altı kazaya ait hane ve nüfus görülmektedir. Buna göre 11.280 hanede toplam 31.906 nüfus bulunmaktadır. Her hane ortalama 3 nüfusa barındırmaktadır. En fazla nüfus Benderekli kazasında olup, bunu ikinci sırada Bartın kazası izlemektedir. En az nüfusa sahip kaza ise Eflani kazasıdır.

Nüfus verilerinin elde edildiği bir diğer defter ise hiç şüphesiz Kamil Kepeci nüfus defteridir Bu defterde en başta hane numarası, hemen altında hane reisini tanıttıcı bilgiler (Orta boylu, aksakallı, Osman oğlu Mehmet vb.), en sonda ise kişinin doğum tarihi yer almaktadır.

Kamil Kepeci nüfus defterine göre Bartın H.1264/M.1848 tarihinde Viranşehir Sancağına bağlı bir kazadır. Bartın kazasında 8 mahalle, 135 köy, 24 divan ve köylere tabi 5 mahalle bulunmaktadır (K.K.d.No:6526). Kazada Müslüman nüfusu dışında Ermeni, Kıpti ve Rum nüfusuna da rastlanılmıştır.

Buna göre 1260/1844 tarihli Miralay Ali Bey tahririnde Müslim 2561, Ermeni²⁸ 20 nüfus bulunmaktadır (BOA, NFS.d.971). Diğer taraftan H.1275/M.1859 tarihinde Nazmi Efendi tarafından yapılan sayımda Bartın kazasında 142 Müslim, 1 Kıpti Müslim, 1 Rum olmak üzere toplam 147 ermeni ve yabancı ermeni kaydedilmektedir.

Hane bazında değerlendirildiğinde H.1264/M.1848'de 2455 Müslim hanesi, 4 Kıpti Müslim hanesi, 6 Kıpti ermeni hanesi, 7 Rum hanesi, 6 ermeni hanesi olmak üzere yerleşik toplam 2478 nüfus bulunmaktadır. Gayri Müslim olarak Rum milletinden 80 (yerli 16 ve yabancı 64), Ermeni Milletinden 24 (yerli nefer 17 ve yabancı nefer 7) ve Kıptiyan Milletinden 19 asker nefer olduğu görülmüştür. Ermeni Milletinden asker olarak yerli bulunmamaktadır. Yabancı nefer 1, tabip yerli nefer 9, yabancı nefer 5 kişidir. Köylerde yerli nefer 11, yabancı nefer 5, Cebelliyan yerli nefer 10 kişidir (BOA, NFS.d.971). Amasra kazasında Miralay Ali Bey 1260/1845 tarihli tahririnde 2421 hane Müslim, 7 hane Kıpti Müslim, Ulus kazasında Müslümanlara ait 1099 hane ve Kıpti Müslümanlara ait 3 hane bulunmaktadır (BOA, NFS.d.971).

Sonuç

Bartın şehir merkezi ve merkeze bağlı köyler üzerinde yapılan bu çalışma, imparatorluğun geniş coğrafyasındaki küçük bir yerleşim ağında bulunan bir kazanın Tanzimat Dönemi demografik yapısını incelemeyi hedeflemiştir.

Yapılan çalışma sonucunda, Bartın'ın demografik yapısı dönemler itibariyle farklılık göstermiştir. Bartın'ın nüfusu 1831 sayımında 7.135 erkek nüfus olarak kaydedilmiş, Amasra ve Ulus ilçeleriyle birlikte toplam nüfus 15.000'i aşmıştır. Aynı tarihlerde Bartın kazasının bağlı olduğu Viranşehir Sancağının nüfusu toplam 60.727'dir. Buna göre Bartın kazası sancak nüfusu içinde %27.43 gibi bir orana sahip olduğu görülmüştür.

H.1253/M.1837 tarihinde kaza merkezi dâhil toplam 8.109 olan Bartın'ın nüfusu, H.1260/M.1843'te 5.122'ye düşmüştür. 1289/1872 tarihli Kastamonu Vilayet Salnamesinde Bartın'da 8977 Müslüman, 3 Rum ve 6 Ermeni hanesi

²⁸ Osmanlı Devleti'nde Ermeniler kendi isimleriyle anılan millet statüsünde idiler. Hükümet nezdinde Osmanlı devletindeki en güvenilir Hristiyan topluluk olarak görülüyorlardı. İmparatorluğun her yerinde Ermenilere rastlanılmakla birlikte daha çok Erzurum, Sivas, Van, Elazığ, Diyarbakır ve Bitlis vilayetlerinde bulunuyorlardı (Karpaz, 2003).

olduğu görülmüştür. Aynı tarihte 9 mahallesi ve 122 köyü olan kazada 32.000 Müslüman, 8 Rum ve 17 Ermeni yaşadığı tespit edilmiştir.

Bartın'da 19.yüzyılın ortalarına kadar önemli bir nüfus artışı olmuştur. Sonraki tarihlerde bu eğilim artma ya da azalma yönünde değişim göstermiştir. H.1256/M.1840 tarihinde Bartın kazasına bağlı 13 mahalle bulunmaktadır. Bu mahallelerin toplam nüfusu 1851'dir. Bartın kazası H.1260/M.1845'te 8 mahalle, 24 divan ve 135 köy'den meydana gelmiştir. Divanlarda toplam 1761 hane ve bu hanelere ait toplam nüfus 5.122'dir.

Tanzimat Döneminde Bartın şehri, tarihi misyonu ve demografik yapısı itibarıyla küçük bir Anadolu yerleşim biriminin özelliklerini taşımaktadır.

KAYNAKÇA

ARŞİV KAYNAKLARI

Başbakanlık Osmanlı Arşivi

Kâmil Kepeci Tasnifi, No; 6526

Nüfus Defterleri, NFS.d, 741,

Temettuât Defterleri (ML.VRD.TMT.), No; 3032, 3033, 3034, 3035, 3036, 3037, 3038, 3039, 3040, 3041, 3042,3043, 3044, 3045, 3046, 3047, 3048, 3049, 3050, 3051, 3052, 3053, 3054, 3055, 3056, 3057, 3058, 3059, 3060, 3061, 3062, 02824

ARAŞTIRMA VE İNCELEME ESERLERİ

ÇETİN, E. (2014). Kastamonu Vilâyet Sâlnâmelerinde Bartın (1869-1903). F. Ç.

Mustafa Hizmetli içinde, *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Belge ve Fotoğraflarla Bartın* (s. 49-62). Bartın: Bartın Üniversitesi Yayınları.

HACIEMİNOĞLU, N.-A. B. (2002). *İslâm Ansiklopedisi "Kıptiler"* (Cilt 25).

Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.

İNALCIK, H. (1993). *Osmanlı İmparatorluğu Toplum ve Ekonomi Üzerinde Arşiv*

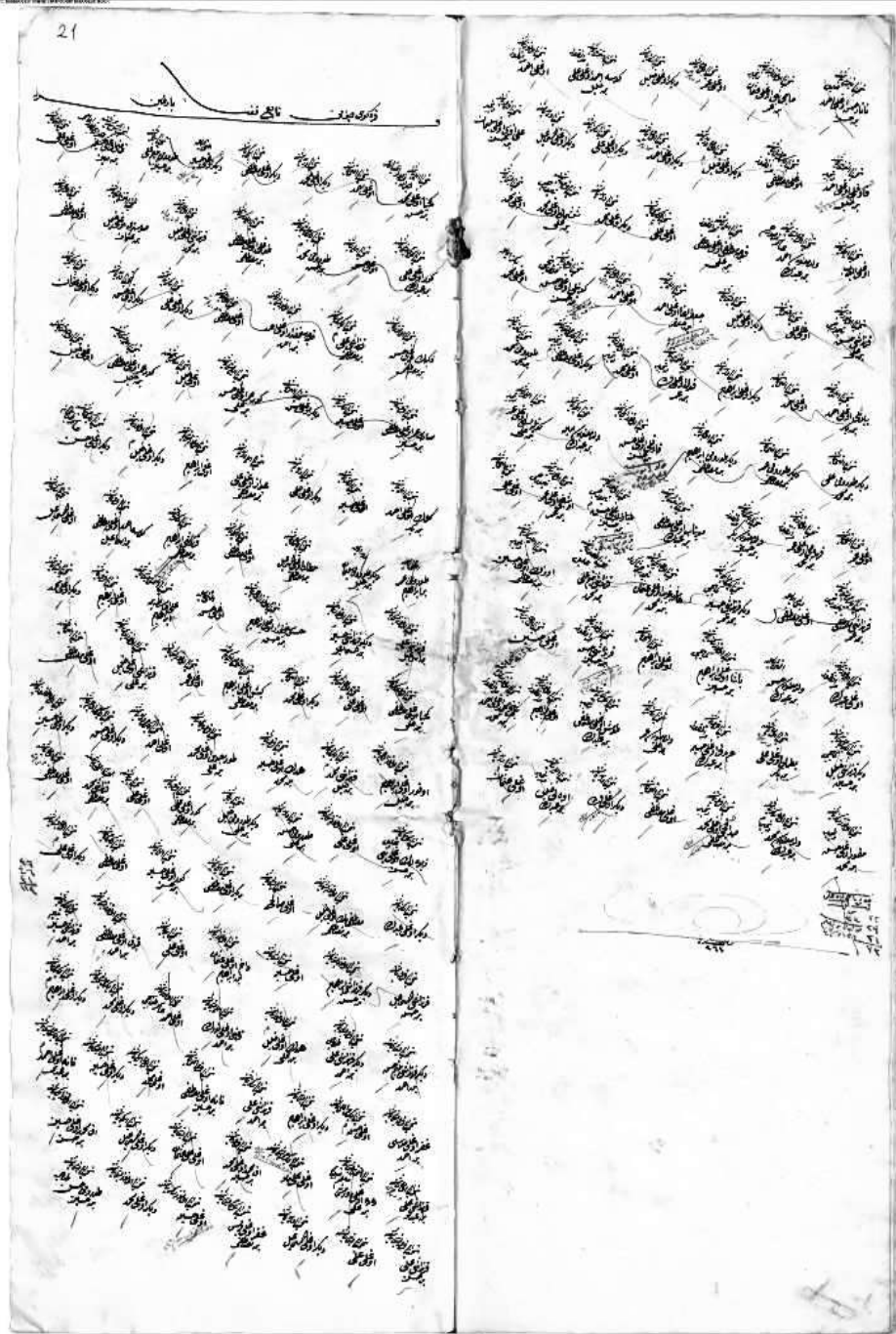
Çalışmaları İncelemeler. İstanbul: Eren Yayıncılık.

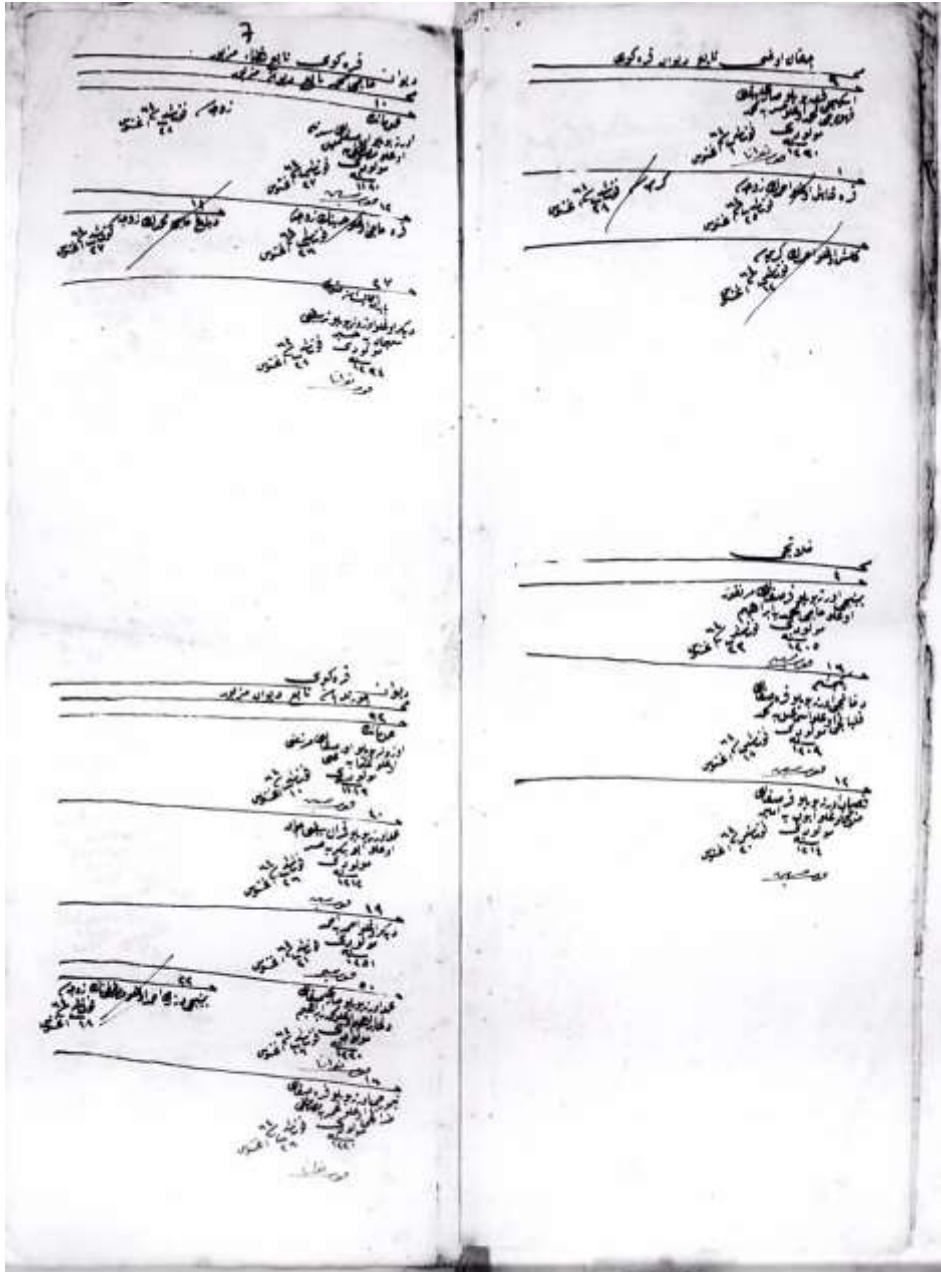
- İNALCIK, H., & Quataert, D. (2000). *Osmanlı İmparatorluğu'nun Ekonomik ve Sosyal Tarihi* (Cilt 1 (1300-1600)). İstanbul: Eren Yayıncılık.
- KARPAT, K. H. (2003). *Osmanlı Nüfusu 1830-1914 Demeografik ve Sosyal Özellikleri*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- KORKMAZ, Z. (1965). Bartın ve Yöresi Ağızlarındaki Lehçe Tabakalaşması. *Türkoloji Dergisi*, 2(1), 227-249.
- KÜTÜKOĞLU, M. S. (2000). *XV ve XVI. Asırlarda İzmir Kazasının Sosyal ve İktisâdî Yapısı*. İzmir: İzmir Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayını.
- ÖZTÜRK, S. (1996). *Tanzîmât Döneminde Bir Anadolu Şehri Bilecik*. İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- T.C. BARTIN VALİLİĞİ . (2008). *Bartın 2023 Stratejik Amaçlar ve İl Gelişme Planı*. Bartın: Sargın Matbaası.
- TABAKOĞLU, A. (2005). *Toplu Makaleler I İktisat Tarihi*. İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- TEZCAN, M. (2015, 12 06). Sosyolojik Yönden Köy. http://www.todaie.edu.tr/resimler/ekler/c4924daf0410c11_ek.pdf?dergi=Amme%20Idaresi%20Dergisi adresinden alındı
- TUNCEL, M. (1992). *İslâm Ansiklopedisi "Bartın"* (Cilt 38). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- TÜİK. (2013). *Seçilmiş Göstergelerle Bartın 2012*. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası.
- YAKUPOĞLU, C. (2010). *Bartın Vakıfları 1214-1514*. Bartın: T.C. Batın İl Özel İdaresi Yayını.
- YILMAZ, C. (2010 (2/1)). Türkiye'de Tarihçiler ve Coğrafyacılar Tarafından Farklı Anlamalarda Kullanılan Bir Terim: Divan. *History Studies*, 273-309.

Ekler

T.C. BAŞBAKANLIK OSMANLI ARŞİVİ DARE BAŞKANLIĞI (BDA) ©

DEFTER BİLGİ FORMU (BDA-17-FR-10)				TARİH : .../.../2010
KOD : NFS.d		SIRA NU : 00819		ORJİNAL NU :
NÜFUS DEFTERİ				
BAŞLANGIÇ TARİHİ :			BİTİŞ TARİHİ :	
ŞEKLİ :			EBADI :	
Ciltli	Ciltsiz	Ebrulu	Ebrusuz	24x 64
	X		X	
NUMARALAMA USULÜ :			TOPLAM SAYFA SAYISI :	
Varak		Sayfa		Numaralı : 68
		X		
Numaralı boş sayfalar : 1, 6-7, 24-25, 30-32, 40-43				
Mükerrer sayfa numaraları :				
Ekler :				
Numarasız boş sayfalar (başta) :				
Numarasız boş sayfalar (sonda) :				
AÇIKLAMALAR :				
Çekimin Yapıldığı Kamera: Sayısal A2-2			Operatör : O.Furkan KESKİN	





Kişilik Özelliklerinin Örgütsel Sessizlik Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma

Yaprak DİLEK

Beykent Üniversitesi,
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Yrd. Doç. Dr. Erkan TAŞKIRAN

Kocaeli Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

Özet: Bu çalışmanın temel amacı çalışanların kişilik özelliklerinin örgütsel sessizlik tutumları üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu amaçla İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nde çalışan 154 kişi üzerinde bir alan araştırması yapılmıştır. Kişilik özelliklerini belirlemek üzere yaygın olarak kullanılan Büyük Beşli Kişilik Ölçeği (Big Five Personality Test); çalışanların örgütsel sessizlik tutumları ise Dyne, Ang ve Botero tarafından 2003 yılında geliştirilen örgütsel sessizlik ölçeği ile ölçülmüştür. Elde edilen bulgular çoklu regresyon analizleri yapılarak değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır. Yapılan analizler sonucunda çalışanların farklı kişilik özelliklerinin örgütsel sessizlik alt boyutları üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu bulunmuştur. Araştırma sonucunda ortaya çıkan bulgular, sonuç ve öneriler kısmında açıklanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kişilik Özellikleri, Örgütsel Sessizlik, Kamu Çalışanları

A Research for the Determination of the Effects of Personality Traits on the Organizational Silence

Abstract: The main purpose of this study is to determine the effect of personality characteristics of employees on organizational silence attitudes. For this purpose a field study was conducted upon 154 employees who work for Istanbul Metropolitan Municipality. Big Five Personality Test which is extensively being used for determining personal specifications and organizational silence scale which is developed by Dyne, Ang and Botero in 2003 has been used to measure the variables of the study. The gathered data has been examined and interpreted using multiple regression analysis. As a result of the analyses, it was found out that employees' different personality

characteristics have a meaningful effect on organizational silence. Findings based on researches were drawn at conclusion and suggestions part.

Keywords: *Personality Characteristics, Organizational Silence, Government Employee*

Giriş

Günümüzde zorlu rekabet koşulları altında örgütlerin rakiplerine karşı üstünlük kurma çabası artmaktadır. Örgütün varlığını sürdürebilmesi ve rakipleri arasında fark yaratabilmesi için yeni fikir ve görüşlere ihtiyaç duyulmaktadır. Yöneticilerin çalışanlarının yaratıcı, farklı fikirlerini beyan etmesini tercih ederken, çalışanların yöneticilerinin tepkisinden çekindikleri için bilerek görüşlerini esirgemesi örgütün zarar görmesine sebep olacaktır. Bu sebeple örgüt içinde hangi kişilik özelliğine sahip çalışanların sessizlik davranışı gösterdiği büyük bir önem arz etmektedir.

Örgütsel sessizlik çalışanların bilerek görüş, öneri ve sorunlarını açıkça dile getirmemesidir. Kişilik ise bireyden bireye değişen, benzer olaylar karşısında aynı tutum ve görüşleri gösteren çok karmaşık bir yapıdır. Kişilik insanın doğumu ile başlar ve ölümüne kadar gelişmeye devam eden bir süreçtir. Örgüt içerisinde kişinin önemi gün geçtikçe artmaktadır. Çalışanların fikirlerini açıkça dile getirmeleri örgütün gelişmesine katkı sağlamaktadır. Çalışanların örgüt içerisinde sessizlik davranışı göstermesi fikirlerini esirgemesi örgütün devamlılığı ve gelişimi için büyük bir engeldir. Çalışanların örgüt içerisinde öneminin artması ile yöneticilerin çalışanlarının kişilik özelliklerini de dikkate alarak onları anlaması ve konuşmaları için uygun ortamı hazırlaması gerekmektedir.

Bu bağlamda çalışmanın temel amacı kişilik özelliklerinin örgütsel sessizlik tutumları üzerindeki etkisini belirlemektir. Günümüzde örgüt için en önemli bilgi kaynağı olan çalışanların bilinçli olarak görüş ve önerilerini esirgeyerek örgütsel sessizlik davranışı göstermesi araştırmacılar tarafından daha çok ele alınmasını gerektirmiştir. Çalışanların örgütsel sessizlik davranışı göstermesindeki etkileri araştırırken bireysel, örgütsel ve yönetsel faktörler ele alınmıştır fakat çalışanların kişilik özelliklerinin sessiz kalma davranışı göstermelerinde etkili olup olmadığı üzerinde çalışmalar az sayıda kalmıştır. Bu sebepler doğrultusunda kişilik özelliklerinin örgütsel sessizlik üzerindeki etkisini araştırmak önem kazanmıştır. Yapılan bu araştırma sonucunda, hangi tip kişilik özelliğine sahip çalışanların daha fazla sessiz kalıp ya da fazla konuşmaya yatkın olduğunun belirlenmesi hedeflenmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

Çalışmanın bu bölümünde araştırma değişkenleri olan kişilik ve örgütsel sessizlik kavramları ile ilgili bilgilere yer verilecektir. Araştırma konusunu oluşturan kişilik özellikleri ve örgütsel sessizliğin hangi çerçevede ele alınacağı

açıklandıktan sonra, söz konusu değişkenler üzerinde önceden yapılmış araştırmaların sonuçları üzerinde durulacaktır.

1.1. Kişilik

Kişilik kelimesi Latince'de bulunan "Persona" kavramından geldiği düşünülmektedir. Klasik Roma tiyatrosundaki oyunlarda oyuncular yüzlerine maske takarak oyunlarını oynamakta ve maskelere "Persona" ismini vermekteydiler. Her maske ayrı bir kişilik özelliğini temsil etmekteydi ve kişiliğin ilk olarak bu şekilde meydana geldiği ileri sürülmektedir (Erdoğan, 1997: 235). İnsanların kişilik özellikleri devamlılık gösteren ve çevresinden etkilenen bir yapıya sahiptir. Kişilik özellikleri insanların birbirinden ayrılmasını sağlar. Bu bağlamda kişilik; bireyin devamlılık gösteren ve etrafı ile uyum içinde bulunduğu bir bütünün parçalarıdır (Başaran, 2000: 57). Kişilik insanın kendi içinde olup biten her şeyi değerlendirmesi, kendisi için yarar ve tatmin sağlayacak duruma geçmek istemesidir. Başkaları açısından bakıldığında kişilik, kişinin toplum içerisinde belirli özelliklere ve görevlere sahip olmasıdır (Şimşek ve diğ., 2008: 99). İnsanın kişiliği zamanla bireyin bütün hayatına etki eder. Konuşmalarına, davranış biçimine, duruşuna, oturuşuna, girdiği ortama kadar her şeyini etkiler (Ödemiş, 2011: 58).

Kişileri diğer insanlardan ayıran bütün özellikler kişilik özellikleridir. Bu sebeple kişinin benzer olaylar karşısında gösterdiği tutum ve davranışlar, bulduğu çözüm yolları kişilik özelliklerinden kaynaklanmaktadır (Ötken ve Cenkcı, 2013: 42). Bir işi iki kişi farklı şekilde yapabilir ya da farklı stratejiler oluşturabilirler. Sonuçta hedefleri aynı bile olsa farklı çözüm yolları bulabilirler. Bu durumun sebebi bireylerin kişilik özelliklerinin farklı olmasıdır. Bireyler arasında bazı benzerlikler bulunsa bile sonuçta kişilik bireyler arasındaki farklılıktan oluşmaktadır (Tekin ve diğ., 2012: 4612).

Kişiliği yukarıdaki tanımlardan yola çıkarak özetlersek bireyden bireye değişen, benzer olaylar karşısında aynı tutum ve görüşleri gösteren çok karmaşık bir yapıdır. Kişilik insanın doğumu ile başlar ve ölümüne kadar gelişmeye devam eder. Kişiliği oluşturan faktörler ise biyolojik, aile, kültürel ve sosyal faktörler olarak sıralanabilir. Kişiliğin karakter, mizaç ve yetenek olmak üzere üç önemli yönü bulunmaktadır (Ödemiş, 2011: 58). Karakter, bireyin ahlaki ve sosyal özellikleridir (Ödemiş, 2011: 58). Bu sebeple karakter sözü kişileri bu yönleriyle ayrılmasını sağlar. Toplumun sosyal değerlerine ve ahlak kurallarına uyan kişiler için karakterli ifadesi kullanılırken, davranışları ile toplumun değerlerine ayak uyduramayan kişiler için ise karakersiz ifadesi kullanılmaktadır (Eroğlu, 2009: 215). Mizaç, kişinin duygusal dengesidir. Bireyin duygusallık durumu, olaylara karşı verdiği tepkilerdir. Örneğin; duygusal, donuk, neşeli, sempatik, hüzünlü, heyecanlı, kızgın olması kişinin mizacı ile ilgilidir. Genelde bireyin olaylar karşısında duygularının derinliği ve çabuk uyanıp uyanmaması ile ilgilidir. Mizaç kişinin kalıtsal özelliklerinden, öğrenme yoluyla ve kişinin içinde bulunduğu kültürden etkilenerek kazanılır (Kutanis, 2009: 70). Yetenek ise kişiliğin oluşmasında önemli olan diğer bir faktördür. Zihinsel ve

bedensel olmak üzere yetenek ikiye ayrılır. Zihinsel yetenek kişinin olayları analiz etme, problem çözebilme, olayları kavrayabilme ve sonuca ulaşabilme özellikleridir. İnsanın zihinsel özellikleri doğuştan geldiği gibi aynı zamanda yaş, cinsiyet ve diğer kişisel özelliklerine bağlı olarak gelişir (Şimşek ve diğ., 2008: 100-101).

Bireyin fiziksel ve ruhsal özelliklerinin tamamı bireyin kendi açısından, toplum içindeki yeri ve mevcut bulunduğu konum kişiliğın başkaları tarafından nasıl gözüktüğünü açıklamaktadır (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2001: 83). Bu durumda kişiliği oluşturan faktörlerin sadece biyolojik yapıları olmadığı aynı zamanda da çevrelerinden de etkilendiği açıkça gözükmemektedir (Usal ve Kuşluyan, 2006: 78). Kültürler toplumların yaşayış biçimlerini nasıl yansıtıyorsa kişilikte bireyin nasıl yaşadığını göstermektedir. Bireyin yaşama biçiminde birden fazla özellik, kişinin bilenen ve bilinmeyen birçok özelliği bulunmaktadır. Bireyin kişilik yapısını ilk önce biyolojik özellikleri olmak üzere daha sonra ailesi, kültürel ve sosyal çevresi oluşturmaktadır (Erkuş ve Tabak, 2009: 216).

1.2. Beş Faktör Kişilik Özellikleri

Bireylerin kişiliğini oluşturan pek çok faktör vardır. Kişilerin çevrelerindeki olaylara karşı duygusal tepkiler vermeleri, yeniliklere açık ya da kapalı olmaları, dikkatli olmaları, çevrelerine ılımlı davranmaları ya da kendilerini soyutlamaları, gibi birçok özelliğe sahip olmaları kişilik özelliklerinin belirtisidir. Bu kişilik özelliklerini en kapsamlı açıklayan model beş faktör kişilik özellikleridir (Eryılmaz ve Öğülmüş, 2010: 190-191). Beş faktör kişilik özellikleri; *duygusal tutarlılık, deneyime açık olma, dışa dönüklük bilinçli-tedbirlilik, uyumluluk* olarak sıralanabilir (Erkuş ve Tabak, 2009: 216-217).

- *Duygusal Tutarlılık*

Duygusal tutarlılık aynı zaman da nevroitiklik olarak literatürde geçmektedir. Nevrotiklik kişinin stresle mücadele etmesidir. Duygusal tutarlılığa sahip olan bireyler yapı itibari ile sessizdirler. Kendilerine güvenirlere ve stresle daha rahat baş edebilirler (Sığırı ve Gürbüz, 2011). Duygusal tutarlılığı düşük olan insanlar strese karşı koyamamakta ve daha kolay etkilenmektedirler. Stresle yüzleştikleri zaman buldukları ortamı terk etme eğiliminde bulunurlar (Tekin ve diğ., 2012: 4618). Genelde kendine güveni az olan, çekingen davranışlarda bulunan, heyecanlı ve her olaya kötümser yaklaşan insanlardır (Merdan, 2013: 143). Nevrotik davranışların sebebinin olumsuz duygu ve düşünceler, depresyona yatkınlık, endişe ve öfke olduğu kabul edilmektedir (Sığırı ve Gürbüz, 2011: 33).

- *Deneyime Açık Olma*

Deneyime açık olan insanlar her türlü yeniliğe karşı açık, yeni şeyler denemekten korkmayan, farklılıktan hoşlanan ve çeşitliliği seçen insanlardır (Ötken ve Ceneci, 2013: 43). Yaratıcılık yönleri gelişmiş, etraflarında olanları karşı duyarlı ve meraklı insanlardır (Erkuş ve Tabak, 2009: 217). Hayal güçleri

yüksek, tutucu düşünce ve davranışlardan uzaktırlar (Çivitci ve Arıcıoğlu, 2012: 82). Deneyime kapalı olan insanlar ise her türlü değişme, gelişime ve yeniliğe kapalıdırlar. Dar bir görüşe sahiplerdir (Özkalp ve Kırel, 2011: 82). Somut faaliyetlerden daha çok soyut faaliyetleri yapmayı tercih ederler. İnce düşünmeyi sevmezler. Muhafazakar bir yapıya sahiptirler. Geleneksel görüşleri sorgulamadan yaşamayı tercih ederler. Duygusallıktan hiç hoşlanmazlar. Gerçekçi ve kapalı bir düşünce yapısına sahiptirler. Hayatlarını belli bir kalıba koymuş ve o kalıptan dışarı çıkmayan kişilerdir (Somer ve diğ., 2011: 40).

- ***Dışa Dönüklük***

Dışa dönük kişiler arkadaşlık ilişkileri kuvvetli, hareketli, insanlarla birlikte olmaktan mutluluk duyan, cana yakın, sempatik ve şen insanlardır. Sosyal ortamlara giren, duygularını kolayca ifade edebilen ve konuşmaktan mutlu olan kişilerdir (Çivitci ve Arıcıoğlu, 2012: 88-89). Dışa dönük kimseler kolaylıkla dışarı açılabilirler. Genellikle kararlı, sosyal ve aktif özellikleri olan kişilerdir (Dinç, 2011: 76). Girişken oldukları için yeni ortamlara kolayca uyum sağlayabilirler. İnsanlara sözlerini geçirmekten çok hoşlanırlar. Cesur ve yarışmacılık özellikleri baskın olduğu için buldukları grubu kolayca yönlendirebilir ve grubun lideri olabilirler (Somer ve diğ., 2011: 34).

- ***Bilinçli-Tedbirlilik***

Bu kişilik özelliğine sahip bireylerin sorumluluk duyguları gelişmiş, ayrıntılara önem veren, güçlü, titiz, işi zamanında yapmasını seven, tertip ve düzenli kişilerdir (Merdan, 2013: 143). Disiplinli çalışmayı çok severler (Dinç, 2011: 76). Başarma hırsları olan, işlerini bir plan dâhilinde yapan, güvenilir kişilerdir. Hem hiyerarşik yapıda hem de kendi kararlarını kendisinin verebileceği bir görevde başarılı olabilirler (Tikici, 2005: 100).

- ***Uyumluluk***

İnsan ilişkilerde oldukça uyumlu, çevrelerinde bulunan insanlara karşı anlayışlı ve saygılı kişilerdir (Erkuş ve Tabak, 2009: 217). İyilik yapan, yardımsever, işbirliğine yatkın, içten, doğal, dost canlısı, hoşgörülü ve fedakarlardır (Merdan, 2013: 143). Aynı zamanda bağışlayıcı özellikte taşımaktadırlar (Dinç, 2011: 76). İnsanlara güven veren bir yapıları vardır. Aynı zamanda güvenilir, alçakgönüllü ve doğru sözlü insanlardır. İnsanlarla çatışma içine girmeyi sevmezler. İnsanlara karşı oldukça hassas, ilgili ve merhametli davranırlar. İlişkilerinde toleranslı, ılımlıdırlar. Ve vicdanlarından çok fazla etkilenirler. Nazik, serinkanlı, önyargısız ve eleştirilmeye açıktırlar. Kolay kolay öfkelenmezler (Somer ve diğ., 2011: 35-36).

Her insan birbirinden ayrı ve farklı kişilik özelliklerine sahiptir. Bu durum da bireylerin birbirinden ayrılmasını sağlar. Bireyler hayata bakış açıları bakımından ve bireyleri harekete geçiren güdüleri bakımından da farklılık gösterebilirler. Aynı zamanda kişiler hayatlarında farklı amaçlara sahip olabildikleri gibi aynı amaçlara sahip olan bireylerde bu amaçlara ulaşmak için

izledikleri yollarda farklı tercihlerde bulunabilirler. Bütün bu sebeplerden dolayı bireyleri güdülemek için bireyden bireye farklı teşvik araçları kullanılması gerekmektedir. Hatta bireyler tatmin dereceleri açısından da diğer bireyler arasında farklılık gösterebilirler. Bütün bu bilgiler doğrultusunda yöneticilerin çalışanları için farklı personel politikaları uygulamaları zorunluluğunu getirmiştir (Eren, 2001: 48). Örgüt içerisinde yapılacak herhangi bir işin, o işi yapacak olan bireyin kişilik özellikleri ile uyum içinde olması çok önemlidir. Hem örgütsel açıdan hem de birey açısından iş tatmininin artması, çalışanların verimli olması ve örgütün amaçlarının başarıya ulaşılması iş uyumu ile yakından ilgilidir.

1.3. Örgütsel Sessizlik

Sessizlik en basit haliyle bireyin sahip olduğu bilgi, birikim, duygu ve düşüncelerini içinde barındırmasıdır (Özdemir ve Sarıoğlu Uğur, 2013: 259). Örgütlerde insanın yeri çok önemlidir. Bir örgütü yaşatan, ayakta tutan ve sürekliliğini sağlayan insandır. İnsan örgüt içinde karar veren, problemleri çözen ve sorulara cevap veren kişidir. Gün geçtikçe insanın örgüt içindeki önemi artmış ve çalışmalar yapılmaya başlanmıştır (Özkalp ve Kirel, 2011: 1).

Örgütlerle ilgili yapılan çalışmalarda örgüt içerisinde en güvenilir kaynağın çalışanlar olduğu görülmektedir. Çalışanlar faaliyetlerin içinde oldukları için sorunları, aksaklıkları görebilir ve yol gösterici konumunda olabilirler. Çalışanların örgüt hakkında yarar sağlamaları iş tatminlerini arttırmada önemli bir rol oynamaktadır. Artan müşteri beklentileri ve zorlaşan rekabet koşulları altında çalışanlara daha fazla sorumluluk düşmektedir. Çalışanların örgütlerine bağlanmaları, kendilerine, üstlerine güvenmeleri, yeri geldiğinde kendi başlarına sorumluluk alma ve karar verme becerisine sahip olmaları beklenmektedir. Üstlerine karşı olan güven eksikliği çalışanların örgütte herhangi bir sorun karşısında tartışmaya sebep olmamak adına problemi kendi yöntemleri ile çözmeye çalıştıkları yada çözmek istemedikleri görülmektedir (Alparslan, 2010: 5).

Çalışanların örgüt içinde aktif rol alması beklenirken yapılan birçok araştırmada çalışanların örgütle ilgili olumlu düşüncelerini, farklı görüşlerini, endişe ve kaygılarını dile getiremediklerini ve çoğu zaman sessiz kalmayı seçtiklerini göstermektedir (Erenler, 2010: 1). Çalışanlar arasındaki geleneksel görüş örgüt içerisinde sorun bildiren personelin işe sadakatinin azaldığı ve işveren tarafından cezalandırılması gerektiği yönündedir. Modern görüşe göre ise çalışanların iş yerindeki sorunlarını direk olarak yöneticilerine iletmesi ve sorunların ortadan kaldırılmaya çalışılmasıdır (Özgener, Tanç ve Ulu, 2009: 279).

Örgütlerde sessizlik kavramı ile anlatılmak istenilen çalışılan ortamın sessiz olması değildir. İlk zamanlarda örgütsel sessizlik çalışanların örgütlerine olan bağlılığı olarak tanımlanmakta iken sonraları çalışanların örgüt içlerindeki sorunlarını, fikir ve görüşlerini bilerek beyan etmemeleri ve saklamaları olarak tanımlanmaktadır. Bu olaylar sonucunda örgütsel sessizlik örgüte zarar veren

olumsuz bir davranış biçimi olarak ele alınmaktadır (Çakıcı, 2010: 9). Örgütlerde bilgi akışının yukarıya doğru olması organizasyon yapısında sağlıklı bir iletişim olduğunun göstergesidir. Ve bütün örgütlerde amaçlanan iletişim biçimi bu şekildedir. Örgüt içerisinde daha verimli karar alabilmek için çalışanların fikir ve görüşlerini dile getirmeleri çok önemlidir. Fakat çalışanların örgüt içerisinde sessiz kalmayı tercih etmeleri bu durumla çelişmektedir. Çünkü örgütsel sessizlik örgütlerin gelişiminde, yapılarının değişmelerinde büyük bir engel ve tehliktir (Morrison ve Milliken, 2000: 707).

Çalışanların herhangi bir konuda fikrinin, bilgisinin, görüş ve önerisinin olmaması örgütsel sessizlik olarak yorumlanmamaktadır. Çalışan bazı durumlarda sessiz kalabilirler. Bunun sebebi de çalışanın o konu hakkında görüş ya da bilgi sahibi olmaması olabilir (Van Dyne, Ang ve Botero, 2003: 1361). Çalışanların sessiz kalmaları ilk başlarda olumlu olarak algılanmakta ve örgütün uyum içerisinde çalıştığına göstergesi olarak kabul edilmekteyken günümüzde çalışanların kasıtlı olarak yaptıkları bir eylem olarak kabul edilmektedir (Taşkıran, 2011: 3). Örgütsel sessizlik aynı zamanda çalışanların stratejisi de olabilmektedir (Huang, Vliert ve der Vegt, 2005: 460). Herhangi bir olay karşısında çalışanlar fikir beyan etmelerinin anlamsız olduğunu, olayın sonucunda kendilerinin zarar göreceğini ve iş ilişkilerinin olumsuz etkileneceği düşündükleri için sessiz kalmayı tercih etmektedir. Bu olaylar sonucunda oluşan örgütsel sessizlik ortamı işletmenin gelişimine zarar vermekte ve değişime karşı işletmenin yavaş ilerlemesini sağlamaktadır (Taşkıran, 2011: 71). Sıkı bir yönetim şekline sahip olan işletmelerde yönetime karşı olan fikirler baskıcı bir şekilde idare edilmektedir. Çalışanlar fikirlerini demokratik yollarla ifade edememekte ve objektif kararlar alınamamaktadır. Yapılan birçok araştırmada da yöneticilerin karşıt fikirlere tahammülleri olmadıkları ve sonuç olarak çalışanların örgütlerde sessizliğe yöneldikleri ortaya çıkmıştır. Bu durum daha çok kamu örgütlerinde görülmektedir (Alparlan, 2010: 4).

1.4. Örgütsel Sessizlik Türleri

Örgütlerde sessizlik türleri; kabullenici sessizlik, korunmacı sessizlik ve korunmacı sessizlik olarak sınıflandırılmıştır (Çakıcı, 2010: 31).

- **Kabullenici Sessizlik**

Kabullenici sessizlik; çalışanların herhangi bir sorun, olay ya da konu karşısında olan bitene razı göstermesi sonucunda, içinde bulunduğu durum hakkında görüş, öneri, bilgi ve düşüncelerini dile getirmemesi olarak tanımlanmaktadır (Van Dyne, Ang ve Botero, 2003: 1366). Bu bireyler içinde buldukları durumu kabul ederler, değiştirmek için hiçbir çaba göstermezler ve konuşma konusunda isteksiz davranırlar. Bilinçli olarak olaylar karşısında pasif davranışlar içerisine girerler ve olaylara karşı ilgisiz kalırlar. Bu davranışları *"tevekkül temelli ve konuşsan da yararı yok!"* inancında olabilir (Çakıcı, 2010: 32).

Çalışanların sessiz kalmaları genel olarak diğer bireyler ile aralarında iletişim kurmamları şeklinde görülebilir. Fakat kabullenici bir sessizlik davranışı gösteren bir birey, içinde bulunduğu durum ya da olay hakkında fikri, görüşü, düşünceleri ve söyleyecekleri olduğu halde kendi isteği ile fikirlerini beyan etmemeyi tercih etmesidir (Van Dyne, Ang ve Botero, 2003: 1366). Bu durumda bireyin her şeyden haberdar olduğu fakat iletişim kurmaktan kaçındığı görülmektedir (Özgen ve Sürgevil, 2009: 311). Çalışanların örgüt içindeki her olaya karşı bilerek fikir beyan etmemesi, düşüncelerini saklamasıdır. Bu fikirdeki çalışanlar her durumu kabul ederler ve durumu değiştirmek için hiçbir çaba göstermezler. Çünkü mevcut durumu değiştiremeyeceklerini düşünürler ve mevcut koşulları değiştirmek için de alternatif koşulların farkına varmazlar.(Pinder ve Harlos, 2001: 349).

Kabullenici sessizlik iş yaşamında “boşuna çeneni yorma hiçbir şeyi değiştiremezsin”, “boşa kürek çekme”, böyle gelmiş, böyle gider” sözleri ile kendini göstermektedir (Çakıcı, 2010: 33).

- **Korunmacı Sessizlik**

Çalışanların örgüt içindeki herhangi bir duruma karşı fikirlerini beyan ettiğinde karşılaşacağı tepkiden korkmaları sebebiyle kendini korumak adına fikir ve görüşlerini saklayarak sessiz kalmasıdır. Bireyler kendilerini dış tehditlerden korumak için bilinçli ve proaktif olan bu davranışta bulunurlar (Van Dyne, Ang ve Botero, 2003: 1367). Korunmacı sessizlikte birey konuşması sonucunda karşılaşacağı tepkiden dolayı sessizliği tercih etmektedir. Birey mevcut durum karşısında fikir sahibi olmasına rağmen durumu değiştireceğini bildi halde sessiz kalır (Pinder ve Harlos, 2001: 348). Bireyin bu davranışta bulunmasının sebebi fikrini beyan ettikten sonraki sorumluluğu üzerine almak istememesidir. Aynı zamanda çalışanların sessiz kalmasının sebebi de yaptıkları hataları saklamak istemeleridir (Özgen ve Sürgevil, 2009: 312).

Korunmacı sessizlikte çalışanlar sessiz kalmalarının konuşmalarından daha yararlı olduğunu düşünmektedirler. Kendilerini korumak için yöneticilerine görüş ve önerilerini iletmezler. Eğer görüş ve önerilerini yöneticilerine iletirlerse faydadan çok zarar göreceklarini düşünürler. Tamamen kendilerini güvence altına almak için yapılan bir davranış biçimidir. Korunmacı sessizliğe en güzel örnek Mum etkisidir. Mum etkisi; kişinin kötü haber almaktan kaçınması, huzurunun bozulmaması için kötü haberleri almasını engellemesi ve üstlerine olumsuz haber ulaştırmaktan sakınma olarak tanımlanabilir (Van Dyne, Ang ve Botero, 2003: 1367).

Çalışanlar kendini korumak için örgüt içerisindeki sorunları görmezden gelebilir, kendi hatalarını saklayabilir ya da görüş ve önerilerini yöneticilerine iletmeyebilir. Çalışanların aynı zamanda olan olayları sineye çekmesi de korunmacı sessizliğin içinde yer almaktadır. Sineye çekmek bireyin açıkça konuşmanın sonuçlarından korkması sebebiyle isteyerek sessiz kalmasıdır. Sineye çekme durumu açıkça konuşmayla ikna edilebilir ve kabullenmeye göre geçici bir sessizlik davranışidir. Çalışanlar yapılan haksızlığın farkındadır ve

durumu düzeltmek için uygun zamanın gelmesini beklemektedirler. Kabullenici sessizliğin ortadan kaldırılabilmek için çalışanları daha fazla motive etmek gerekmektedir. Çalışanlara gerekli destek ve yardımda bulunulmalıdır (Pinder ve Harlos, 2001: 348-349).

Örgüt içerisinde çalışanların dışlanma, terfi edememe ya da sürekli problem yaratan kişi olarak görünmek istemedikleri için de fikirlerini açıklamaktan kaçınırlar (Kahveci ve Demirtaş, 2013: 169). Çalışanların örgüt içerisinde genelde üstleri için tehdit unsuru olarak görme ya da fikirlerini olumsuz yönde yorumlayacaklarını düşünüyorlarsa fikirlerini açıklamazlar. Hatta çalışma şartlarının değişeceklerinden korkuyorsa çalışanlar için sessizlik kaçınılmazdır (Milliken, Morrison ve Hewlin, 2003: 1453-1454).

- **Korumacı Sessizlik**

Korumacı amaçlı sessizliğin temel güdüsü fedakârlık ya da işbirliğidir. Çalışanlar topluma, çalışma arkadaşlarına ve örgüte daha çok fayda sağlamak amacıyla işle ilgi görüş, öneri, bilgi ve tecrübelerini örgütlerinden saklarlar. Bireylerin özveride bulunmalarının ve işbirliği içinde olmalarının sebebi etraflarında ki insanları düşünmeleridir. Bu sebeple korumacı sessizlik; örgüt yararına, özgeciliği ve fedakarlık davranışına dayalıdır. Bireyin önceden planladığı ve isteyerek sergilediği bir sessizlik davranışıdır. Korumacı sessizlik, korumacı sessizliğin aksine açıkça konuşmanın sonuçlarından korkmayı değil daha çok başkalarının iyiliğini düşündüğü için sessizliğe karar vermesi ile ilgilidir (Çakıcı, 2010: 34).

Çalışanlar örgütün temel yapısı içerisinde yaşanan birçok aksaklığı ve örgütün zayıf yanlarını görüp, sorunları gidermek istediğinde çalışma arkadaşlarının bu durumdan hoşnut olmadığını ve korumacı davranış sergileyeceklerini düşündüklerinde bu isteklerinden vazgeçerler. Çalışanların çalışma arkadaşlarını incitmek adına ve onları memnun etmek için buldukları çözüm yollarını saklarlar. Çalışanlar imajlarının zedelenmesinden çok ilişkilerinin bozulmasını istemezler (Alioğulları, 2012: 25).

2. Araştırma Değişkenleri İle İlgili Yapılmış Önceki Çalışmalar

Bu bölümde örgütsel sessizlik ve kişilik ile ilgili yerli ve yabancı yazında yapılan çalışmalar tablo yardımı ile gösterilecektir. Literatür çalışmasından sonra araştırma ile ilgi hipotezler açıklanacaktır.

2.1. Örgütsel Sessizlik ile İlgili Yapılmış Çalışmalar

Örgütsel sessizlik ile ilgili yerli ve yabancı yazında yapılmış çalışmalar aşağıdaki Tablo 1'de özetlenmiştir.

Tablo 1: Örgütsel Sessizlik Çalışmaları

Yazar/lar	Yıl	Araştırma Sonucu
Morrison ve Milliken	2000	Örgütsel sessizlik kavramı, sebebi ve oluşumuna yönelik model geliştirmişlerdir.

Pinder ve Harlos	2001	Örgütsel sessizliği geliştiren örgütsel özelliklere ilişkin bir model önerisinde bulunmuşlardır.
Dyne, Ang ve Botero	2003	Örgütsel sessizlik ve ses çıkarma kavramlarını ele alarak, bu kavramlar üzerinde öneriler geliştirmişlerdir. Farklı sessizlik türlerinden bahsederek bunların bilimsel olarak ölçülmesine yönelik ölçek geliştirmişlerdir.
Piderit ve Ashford	2003	Kadın yöneticilerin, örgüt içerisinde kadınlara davranış biçimlerini ve sessizlik ile ilişkisi incelenmiştir.
Milliken, Morrison ve Hewlin	2003	Çalışanların sessiz kalma sebepleri ve üstleriyle aralarındaki iletişim sorunu ele alınmıştır.
Premeaux ve Bedeian	2003	Açıkça konuşma ile kavramsal faktörler ve bireysel faktörler arasındaki ilişkide kendini yansıtabilme değişkeninin moderatör etkisini araştırılmıştır.
Huang, De Vliert ve Der Vegt	2005	Çalışan katılımının sağlanması ve katılımcı bir iklimin sağlanması, çalışanların düşük güç mesafesi kültürüne bağlı olarak sessiz davranışı göstermeyip konuşmalarına ve görüşlerini açıkça ifade etmelerine sebep olduğu görülmüştür.
Vakola ve Bouradas	2005	İş gören sessizliği ile örgüte bağlılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca bölüm yöneticileri ile üst yönetimin sessizliğe karşı tutumlarının bağlılık üzerinde etkili olduğu görülmüştür.
Alpaslan	2010	Öğretim elemanlarının sessizlik algılarının olmadığı ve sessizlik davranışı göstermediklerini ima eden cevaplar verdikleri, demografik özellikleri incelendiğinde çalışanların sessizlik davranışı göstermelerinde değişiklik görülmüştür.
Çakıcı	2010	Sessizliğin teorik çevresi üzerinde durulmuş ve sessizliği kırmak için yardımcı olabilecek konuşma mekanizmasına yer verilmiştir.
Soycan	2010	Bankalarda birleşme sonrasında örgütsel bağlılık ve sessizlik arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Demografik özellikler ile örgütsel bağlılık ve örgütsel sessizlik arasında ise zayıf yönlü bir ilişki bulunmuştur.
Şehitoğlu	2010	Örgütsel sessizliğin çalışan performansı üzerinde anlamlı bir etkisi, örgütsel vatandaşlık davranışının performans üzerindeki etkisini araştıran rolüyle şekillendirdiği tespit edilmiştir.
Erenler	2010	Tepe yönetiminin açıklığının, algılanan örgütsel desteğin, içsel kontrol odağının ve duygusal bağlılığın çalışan sessizlik davranışı üzerinde ters yönlü etkisi olduğu, zorunlu bağlılığın ise çalışan sessizlik davranışı üzerinde doğru yönlü etkisi olduğu, tepe yönetiminin açıklığı ve algılanan örgütsel desteğin çalışan sessizlik davranışa etkisinde içsel kontrol odağının düzenleyicisi rolü olduğu" görülmüştür.
Kahveci	2010	Katılımcıların örgütsel sessizlik algıları yüksek düzeyde çıkarken, örgütsel bağlılık algıları orta düzeyde çıkmıştır. Örgütsel sessizliğin yönetici, öğretmen ve ortam faktörleri ile örgütsel bağlılığın devam bağlılığı faktörü arasında negatif yönlü ancak anlamlı olmayan bir ilişki bulunmuştur.
Bayram	2010	Akademisyenlerin demografik özelliklerinin örgütsel sessizlik ile anlamlı bir ilişkisi olduğu görülmüştür. Ayrıca örgütsel sessizlik davranışı sergilenirken izolasyon korkusunun çalışanlar üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Taşkıran	2010	Örgütsel sessizlik bireysel ve ilişkisel sessizlik olmak üzere iki farklı türde incelenmiştir. Çalışanların bireysel sessizlik tutumlarının düşük, ilişkisel sessizlik tutumlarının yüksek olduğu görülmüştür. Çalışanların yöneticilerini dönüştürücü lider olarak gördükleri ve yüksek adalet algısına sahip olduğu tespit edilmiştir. Örgütsel sessizlik üzerinde liderlik tarzının etkili olduğu, örgütsel adalet algının da dikkate alındığında değişkenler üzerinde etkinin değiştiği ve moderatör değişken olan örgütsel adalet algının düşük ya da yüksek olması halinde etkinin farklılaştığı görülmüştür.
Özcan	2011	Mobbing, örgütsel vatandaşlık davranışları ve örgütsel sessizlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Örgütsel vatandaşlık davranışı ile mobbing arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır. Mobbing ve örgütsel sessizliğin alt boyutları arasında pozitif ve orta dereceli ilişkiye rastlanılmıştır.
Batmunkh	2011	Liderlik tarzları, örgütsel bağlılık ve örgütsel sessizlik arasında anlamlı bir ilişki, liderlik tarzları değişkeni ve alt boyutları ile örgütsel bağlılık değişkeni ve alt boyutları arasında orta düzeyde pozitif yönlü bir ilişki, örgütsel bağlılık değişkeni ve alt boyutları ile örgütsel sessizlik değişkeni ve alt boyutları arasında orta düzeyde ters yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.
Gül ve Özcan	2011	Mobbing, örgütsel vatandaşlık davranışları ve örgütsel sessizlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Örgütsel vatandaşlık davranışı ile mobbing arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır. Mobbing ve örgütsel sessizliğin alt boyutları arasında pozitif ve orta dereceli ilişkiye rastlanılmıştır.
Adıgüzel, Eroğlu ve Öztürk	2011	Çalışanların örgütlerine orta düzeyde bağlı oldukları görülmüştür. Çalışanların korumacı sessizlik davranışı gösterdiği tespit edilmiştir.
Zehir ve Erdoğan	2011	Etik liderlik ve örgütsel sessizlik arasındaki ilişkiyi inceledikleri araştırmaları sonucunda tüm hipotezleri desteklenmiştir.
Durak	2012	Çalışanların sessiz kalma nedenlerinden biri olan korku faktörü üzerinde durulmuştur.
Kutlay	2012	Öğretim elemanlarının örgütsel adanmışlık ve öz-yeterlilik düzeylerinden örgütsel sessizlik düzeylerinin etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.
Erol	2012	Dönüşümcü liderlik ve örgütsel sessizlik arasında negatif bir ilişki, etkileşimci ve tam serbesti tanıyan liderlik ile örgütsel sessizlik arasında pozitif yönde bir ilişkiye rastlanılmıştır.
Yanık	2012	Örgütlerde iletişim düzeyi arttıkça sessizlik davranışının azaldığı görülmüştür.
Alioğlu	2012	Örgütlerdeki örgütsel sessizlik ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında negatif yönlü bir ilişkiye rastlanılmıştır. Çalışanların demografik özelliklerine bakıldığında anlamlı farklılar tespit edilmiştir.
Kılınç	2012	Örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütsel sessizlik ve çalışan performansı arasında anlamlı bir ilişki, örgütsel vatandaşlık davranışının alt boyutu olan vicdanlılık, sivil erdem ve özgecilik boyutları ile çalışan performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki, nezaket boyutu ile herhangi bir ilişkiye rastlanılmamıştır. Örgüt yararına sessizlik ile çalışan performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki görülürken, kabul edilmiş ve savunma amaçlı sessizliğin çalışan performansı ile aralarında anlamlı bir ilişki görülmemiştir.
Kolay	2012	Katılımcıların örgütsel sessizlik algıları orta düzeye yakın, örgütsel

		bağlılık algılarının orta düzeyde olduğu görülmüştür.
Tıktaş	2012	Pasif savunmacı örgüt kültürü özelliklerinin ve prososyal sessizlik davranışının fazla olduğu görülmüştür. Katılımcıların örgütsel özdeşleşme düzeyleri göreceli olarak yüksek görülmüştür. Yapıcı kültür, agresif savunmacı kültür, pasif savunmacı kültür, örgütsel özdeşleşme, uysal/ilgisiz sessizlik, savunmacı sessizlik ve prososyal sessizlik boyutları arasında anlamlı ilişkiler görülmüştür.
Alparslan ve Kayalar	2012	Örgütsel sessizlik ikliminin tanımı ve diğer örgütsel kavramlarla ilişkisi incelenmiştir.
Demir ve Demir	2012	"Bireylerin örgütsel sessizlik davranışının temelinde yatan mevcut durumu koruma düşüncesinin bilinçli sessizlik davranışı olarak ortaya çıktığını göstermiştir. Bununla birlikte, örgüt içinde çoğunluğun eğilimine uyma davranışı göstererek veya olaylara duyarsız kalarak da mevcut durumu koruma yoluna gidildiği" görülmüştür.
Gökçe	2013	Öğretmenlerin örgütsel sessizlik tutumlarının tüm alt boyutlarda orta düzeyde olduğu görülmüştür.
Sarıkaya	2013	Çalışanların kararlara katılımının örgütsel sessizlik, kabullenici sessizlik ve savunmacı sessizliği negatif yönde etkilediği görülürken, korumacı sessizliği pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.
Köse	2013	Dönüşümcü ve işlemci liderlik, örgütsel sessizlik, karara katılım ve örgütsel öğrenme değişkenleri arasında tüm ilişkilerin pozitif ya da negatif yönde anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır.
Atasever	2013	Yıldırma davranışı ile örgütsel sessizlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.
Sarıoğlu	2013	İlişkileri korumaya dayalı sessizlik ile mobbing arasında ilişki bulunamamıştır. Kendini korumaya ve korkuya dayalı sessizlikle mobbing arasında pozitif yönlü ilişki bulunmuştur.
Afşar	2013	Örgütsel sessizlik ile örgütsel güven arasında anlamlı negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur.
Kahveci ve Demirtas	2013	Örgütsel sessizlik ölçeğinin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Özdemir Uğur	2013	Örgütsel ses ve örgütsel sessizlik ölçekleri geliştirilmiştir. Çalışanların demografik özellikleri ile örgütsel sessizlik arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur.
Çınar, Karcıoğlu ve Alioğulları	2013	Örgütsel sessizlik ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi araştırdıkları çalışmaları sonucunda, ilgili değişkenler arasında güçlü ve negatif yönlü bir ilişki olduğunu belirlemişlerdir.
Elçi, Karabay, Alphan ve Şener	2014	Yazarlar örgütsel sessizlik ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki üzerinde mobbingin aracılık etkisini araştırdıkları çalışmaları sonucunda mobbingin kısmen aracılık ettiğini belirlemişlerdir.
Köylüoğlu, Bedük, Duman ve Büyükbayraktar	2015	Örgütsel sessizlik algısı ve ihbarcılık arasındaki ilişkiyi araştırmak üzere öğretmenler üzerinde araştırma yapmışlardır. Araştırma sonucunda kurum içi ihbarcılık ve yönetici kaynaklı sessizlik arasında ilişkiyi saptamışlardır.
Acaray ve Akturan	2015	Örgütsel sessizlik ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi araştırdıkları çalışmaları sonucunda örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde korumacı sessizliğin olumlu, savunmacı ve kabullenici sessizliğin ise olumsuz etkisi olduğunu saptamışlardır.

Örgütsel sessizlik ile ilgili önceli yıllarda yapılan çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde, liderlik tarzı, mobbing, örgütsel adalet, yıldırma, örgütsel güven, örgüte bağlılık, örgütsel iletişim ve adanmışlık gibi değişkenler ile örgütsel sessizlik arasındaki ilişkinin araştırıldığı görülmüştür. Bunun yanında örgütsel sessizliğe neden olan faktörler, ast-üst ilişkisinin sessizlik üzerindeki rolü gibi konuların da incelendiği belirlenmiştir.

2.2. Beş Faktör Kişilik Özellikleri ile İlgili Yapılmış Çalışmalar

Bu araştırmanın diğer değişkeni olan kişilik özellikleri ile ilgili yerli ve yabancı yazında yapılmış çalışmalar aşağıdaki Tablo 2'de özetlenmiştir.

Tablo 2: Kişilik Özellikleri Çalışmaları

Yazar/lar	Yıl	Araştırma Sonucu
Barrick ve Mount,	1991	İş görenlerin uyumluluk ve dışa dönüklük kişilik özellikleri ile sergilemiş oldukları performans arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur.
Judge, Higgins, Thoresen ve Barrick	1999	İş görenlerin sorumluluk kişilik özellikleri ile kariyerlerindeki başarıları arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler bulunmuştur.
Salgado	2002	İş görenlerin işyerinde sergilemiş oldukları zarar verici davranışlar ve iş görenlerin işten ayrılma oranı ile iş görenlerin sorumluluk kişilik özellikleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler bulunmuştur.
Somer, Korkmaz ve Tatar	2002	Beş Faktör kişilik modeli altında alt boyutlar içeren, normal kişilik özelliklerini ölçmeye yönelik bir envanter geliştirilmiştir.
Lounsbury, Loveland, Sundstrom, Gibson, Drost ve Hamrick	2003	İş görenlerin kariyerlerinden memnuniyetleri ile beş faktör kişilik özelliklerinden sorumluluk ve duygusal denge arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur.
Uzunibrahimoğlu	2003	Beş faktör kişilik özellikleri ile ilgiler arasında ilişki bulunmuştur. Beş faktör kişilik özelliklerinin mesleki ilgileri yordamaya yönelik olduklarına ilişkin anlamlı sonuçlar bulunmuştur.
Demirci	2003	Beş faktör kişilik özellikleri ile iş doyumu arasında ilişki bulunmuştur. Sahip olunan kişilik özellikleri ve iş doyumunun medeni durum ile ilişkili olmadığı, cinsiyet faktörünün iş doyumunda farklılık gösterdiği bulunmuştur.
Yıldırım	2003	Empati ile beş faktör kişilik modeli arasında anlamlı ilişki bir bulunmuştur. Ayrıca cinsiyet faktörü kişilik özelliklerinde empati kurma eğiliminde farklılık yarattığı sonucuna ulaşılmıştır.
Durukan	2006	Demografik faktörlerin ve kişilik özelliklerinin iş doyumu üzerindeki etkisinin beş faktör kişilik modeli ilişkisi incelenmiştir.
Demirkan	2006	Yöneticilerin ve çalışanların iş doyumu düzeyleri, kontrol odağı inançları ve beş faktör kişilik modelinin alt boyutu olan duygusal tutarlılık bakımından farklı olduğu bulunmuştur. Çalışanların bağlanma stiline sahip oldukları görülmüştür. Yönetici grupta ve çalışan grupta bağlanma stilleri, kontrol odağı, iş doyumu ve beş faktör kişilik değişkenleri arasında anlamlı ilişkilere rastlanmıştır.
Kim, Shin ve Umbreit	2007	İş görenlerin dışadönüklük kişilik özellikleri ile tükenmişlik sendromu yaşama durumları arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu, nevroz kişilik özellikleri ile tükenmişlik sendromu yaşama

		durumları arasında ise pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.
Ulu	2007	Standartlar alt ölçeği ile ölçülen olumlu mükemmeliyetçilik puanı için özdisiplin, deneyime açıklık ve dışadönüklük kişilik özelliklerinin yordayıcı değişkenler olduğunu göstermiştir. Uyuşmazlık alt ölçeği ile ölçülen olumsuz mükemmeliyetçilik puanı için nevroitiklik, bağlanma kaygısı ve kaçınma boyutlarının yordayıcı değişkenler olduğu bulunmuştur.
Girgin	2007	Mobbing'in beş faktör kişilik özellikleri ile ilişkisi araştırılmış ve iş yerinde duygusal taciz ve kişilik arasında etkileşim olduğu doğrulanmıştır.
Tomrukcu	2008	Beş faktör kişilik özellikleri ile iş değerlerinde arasında ilişki olduğu bulunmuştur.
Sevi	2009	Psikobiyojik kişilik modeli ve beş faktör kişilik kuramı arasındaki ilişki incelenmiş ve aralarında anlamlı ilişki olduğu bulunmuştur.
Basım, Çetin ve Tabak	2009	Gelişime açıklık ve uyumluluk kişilik özelliklerinin tüm çatışma çözme yaklaşımlarını yordadığı tespit edilmiştir. Ayrıca dışa dönüklük ve öz disiplin kişilik özellikleri çatışma çözme sürecinde önemli rol oynadığı, nörotiklik özelliğinin çatışma çözme yaklaşımlarının yordamadığı görülmüştür.
Erkuş ve Tabak	2009	Beş faktör kişilik özellikleri ile bireylerin çatışma yönetim tarzları arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur.
Bacanlı, İlhan ve Aslan	2009	SDKT'nin psikometrik özellikleri tatminkar düzeyde bulunmuştur.
O'Neill ve Xiao	2010	Otel işletmelerinde dışa dönük kişilik özelliğine sahip olan kişilerin olmasının faydalı olacağı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmada dışa dönük bireylerin, duygusal yorgunluktan, nevroitik bireylere nazaran daha az etkilendiği, duygusal yorgunluk ile dışa dönüklük kişilik özelliği arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki, nevroitiklik arasında ise pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Eryılmaz ve Öğülmüş	2010	Dışa dönüklük, duygusal dengesizlik ve sorumluluk kişilik özelliklerinin ergen öznel iyi oluşunu açıklayan önemli kişilik özellikleri olduğu saptanmıştır.
Madran ve Akdoğa	2010	Duygusal denge faktöründen yüksek satıcıların, müşteriye satış sonrası takip etme performansı düşük bulunmuştur.
Palancı, Özbay, Kandemir ve Çakır	2010	Üniversite öğrencilerinin başarı amaç oryantasyonunun beş faktör kişilik özellikleri ve mükemmeliyetçilik kişilik özellikleriyle yordanabileceğine ilişkin anlamlı sonuçlar bulunmuştur.
Ödemış	2011	Üretkenlik karşıtı davranışlar ile sorumluluk ve gelişime açıklık arasında düşük düzeyde pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır. Uyumluluk özellikleri ile üretkenlik karşıtı davranışlar arasında ilişki bulunamamış, duygusal denge ile üretkenlik karşıtı arasında negatif yönlü ilişki bulunmuştur. Dışı dönük ile üretkenlik karşıtı davranışı arasında düşük düzeyde negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur.
Tekin	2012	Çalışanların beş faktör kişilik özellikleri ile yabancılaşma arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur. En fazla yabancılaşma boyutu kendine yabancılaşma, en çok sık görülen beş faktör kişilik özelliğinin ise açıklık olarak görülmüştür. İş görenlerin demografik özellikleri ile beş faktör kişilik özellikleri ve yabancılaşma arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur.

Çivitci ve Arıcıoğlu	2012	Dışadönüklüğün duygusal-devinimsel ve somut-durumsal yardım etme stillerini; sorumluluğun somut-durumsal ve soyut yardım etme stillerini; deneyimlere açıklığın soyut ve diyalektik-sistemik yardım etme stillerini pozitif yönde yordadığını, duygusal dengesizliğin ise duygusal devinimsel ve soyut yardım etme stillerini negatif yönde yordadığını göstermektedir.
Aslan	2012	Beş Faktör Kuramı'na dayalı geliştirilen Sıfatlara Dayalı Kişilik Testi'nin dışadönüklük ve deneyime açıklık, sorumluluk boyutları ile benlik saygısı arasında olumlu yönde ilişki bulunmuştur.
Tok ve Arkar	2012	Boyutlar arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur. İki kuram boyutsal olarak benzer kişilik özelliklerinden söz edilmemiş, kendilerine özgü özellikler taşıyan kişilik özellikleri taşıdıkları bulunmuştur.
Yıldızoğlu	2013	Okul yöneticilerinin beş faktör kişilik özellikleriyle çatışma yönetimi stili tercihleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Beş faktör kişilik özellikleri ile ilgili önceki yıllarda yapılan çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde, performans, işten ayrılma niyeti, çatışma yönetim stratejileri, tükenmişlik, yönetim ve liderlik tarzları gibi değişkenler ile beş faktör kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin araştırıldığı görülmüştür.

3. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmanın amacını gerçekleştirmek üzere ihtiyaç duyulan veriler anket yönetimiyle toplanmıştır. Bu yöntemin seçilmesinin temel nedeni geniş bir gruptan çok fazla sayıda veriyi kısa zamanda toplama imkânı vermesidir (Karasar: 2003, 182). Anket formunda örgütsel sessizlik ile ilgili 15 soru, kişilik özellikleri ile ilgili 50 soru ve 7 tane de demografik soru olmak üzere 72 soru sorulmuştur. Bu kapsamda çalışanların sahip oldukları kişilik özelliklerinin belirlenmesinde Büyük Beşli Kişilik Özelliği Ölçeği (Big Five Personality Test) kullanılmıştır (http://ipip.ori.org/New_IPIP-50-item-scale.htm). Ölçek öncelikle araştırmacı tarafından İngilizce'den Türkçe'ye çeviri yapıldıktan sonra, İngilizce eğitim almış farklı akademisyenlerin görüş ve yardımıyla düzenlenmiştir. En son olarak ölçek tekrar Türkçe'den İngilizce'ye çevirilerek son hali verilmiştir. Söz konusu ölçek dışadönüklük, uyumluluk, bilinçli-tedbirlilik, deneyime açık olma ve duygusal tutarlılık olmak üzere beş farklı boyut kapsamında kişilik özelliklerinin ölçümünü sağlamaktadır. 50 sorudan oluşan ölçek 10'ar sorudan beş farklı kişilik özelliğinin belirlenmesine imkân vermektedir.

Çalışanların örgütsel sessizlik tutumlarının belirlenmesinde Dyne, Ang ve Botero (2003) tarafından geliştirilen Örgütsel Sessizlik Ölçeği (Organizational Silence Scale) kullanılmıştır. Söz konusu ölçek örgütsel sessizliği kabullenici sessizlik, korunmacı sessizlik ve korumacı sessizlik olmak üzere üç farklı boyut kapsamında ölçmektedir. 15 sorudan oluşan ölçek 5'er sorudan üç farklı sessizlik türünün belirlenmesine imkan vermektedir. Çalışanların ifadeleri 5'li Likert üzerinden cevaplamaları istenmiştir. Bu derecelendirme Kesinlikle Katılıyorum (5), Katılıyorum (4), Ne Katılıyorum, Ne Katılmıyorum (3),

Katılmıyorum (2), Kesinlikle Katılmıyorum (1) şeklinde oluşturulmuştur. Söz konusu ölçeklerin güvenilirliği test edilmiştir. Örgütsel sessizlik için cronbach's alpha katsayısı α 0,748, kişilik özellikleri için ise cronbach's alpha katsayısı α 0,747 olarak bulunmuştur. Analiz sonucunda güvenilirlik katsayıları 0,70'in üzerinde olması araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilir olduğu göstermektedir.

Araştırmanın çalışma evrenini oluşturan İstanbul Büyükşehir Belediyesinde görev yapan mavi yakalı personele anket yapmak için ilk önce idareden gerekli izin alınmıştır. Araştırmanın amacı kapsamında basit tesadüfi örneklem yöntemiyle 200 adet anket formu birimler tek tek dolaşarak araştırmacılar tarafından dağıtılıp bir hafta sonra toplanmıştır. Toplanan anketlerde 35 anketin hiç doldurulmadığı, 11 anketin ise tam olarak doldurulmadığı tespit edilmesi sonucunda 154 anket değerlendirmeye alınmıştır. Araştırma bu anketler üzerindeki cevaplar ışığında yapılmış ve değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda anket yöntemi ile elde edilen verilerin analizlerinde SPSS (Statistical Program For Social Scientists, SPSS) programı kullanılmıştır. Bu kapsamda açıklayıcı istatistikler ve güvenilirlik analizleri yapıldıktan sonra araştırmanın hipotezlerini test etmek üzere regresyon analizleri yapılmıştır.

Araştırma kapsamında kişilik özelliklerinin örgütsel sessizlik tutumu üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu amaca yönelik geliştirilen aşağıdaki hipotezler kapsamında yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları değerlendirilerek yorumlamalar yapılmıştır:

Hipotez 1: *Çalışanların kişilik özelliklerinin örgütsel sessizlik tutumu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.*

Hipotez 1a: *Çalışanların kişilik özelliklerinin kabullenici sessizlik üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.*

Hipotez 1b: *Çalışanların kişilik özelliklerinin korunmacı sessizlik üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.*

Hipotez 1c: *Çalışanların kişilik özelliklerinin korunmacı sessizlik üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.*

4. Araştırmanın Bulguları

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılan çalışanların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim ve çalışma süresi ile ilgili ulaşılan bulgular aşağıdaki Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

Demografik Özellikler	Frekans (n)	Yüzde (%)	
Cinsiyet	Kadın	67	44
	Erkek	87	56
	Toplam	154	100
3Yaş Dağılımı	25 yaş ve altı	15	10
	26-35 yaş	59	38
	36-45 yaş	77	50
	46 yaş ve üstü	3	2
	Toplam	154	100
Medeni Durumu	Evli	55	36
	Bekar	99	64
	Toplam	154	100
Eğitim Durumu	Lisans	127	83
	Lisansüstü	27	17
	Toplam	154	100
Bulunduğu Yerdeki Çalışma Süresi	1 yıldan az	15	9
	1-5 yıl	40	26
	6-10 yıl	52	34
	11 yıl ve üstü	47	31
	Toplam	154	100

Yukarıdaki Tablo 3’de verilen bulgulara göre; araştırmaya katılan kişilerin %56’sı erkek ve %44’ü kadınlardan oluşmaktadır. Ülkemizde gün geçtikçe kadınlar her sektörde çalışma hayatına katılmaktadır. Kadınların çalışan olmalarının yanı sıra ev hanımı rollerinin de olması, kamu kurumunda çalışmayı tercih etmelerin başlıca sebeplerinden biri olarak görülebilir. Bu sebeple kamu kurumlarında çalışan bayanların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Araştırmaya katılan kişilerin %10’u 25 ve Altı, %38’i 26-35 yaş aralığının da, %30’u 36-45 yaş aralığının da, %20’si 36-45 yaş aralığının da, %2’si 56 ve üstü yaş aralığındadır. Yukarıdaki şekilden anlaşıldığı gibi araştırmaya katılan kişilerin çoğunluğu gençlerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların %64’ü bekar, %36’sı evlidir. Bunun sebebi çalışan nüfusunun genç olmasından kaynaklanmaktadır. Araştırmaya katılan kişilerin %17’si lisansüstü, %83’ü üniversite mezunudur. Kamu kurumlarına giriş şartının ön lisans olması sebebiyle çalışanların çoğunluğu üniversite mezunudur. Araştırmaya katılan kişilerin %9’u 1 yıldan az, %26’sı 1-5 yıl arası, %34’ü 6-10 yıl arası, %31’i 11 yıl ve üstü çalışma süresine sahiptir. Memuriyete başlama yaşının düşük olması sebebiyle çalışanların çalışma süreleri yaşları ile doğru orantılıdır.

4.2. Hipotezlerin Testi:

Araştırma kapsamında geliştirilen hipotezlerin test edilmesi için çoklu regresyon testi kullanılmıştır.

Tablo 4: Kişilik Özelliklerinin Kabullenici Sessizlik Üzerindeki Etkisi: Çoklu Regresyon Testi Sonuçları

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standart Katsayılar	T	p
	B	Standart Sapma	Beta		
(Sabit)	2,290	,590		3,883	,000
dışadönük	,082	,134	,057	,614	,540
uyumluluk	,084	,172	,049	,488	,626
bilinçli tedbirli	-,245	,137	-,177	-1,784	,076
duygusal tutarlı	,186	,116	,141	1,596	,113
deneyimeaçıklı	-,210	,150	-,125	-1,396	,165

a. Bağımlı değişken: Kabullenici Sessizlik, $R^2=,209$; S.H. =,74462; $F=1,349$, ** $p<0,001$, * $p<0,05$

Kişilik özelliklerinin kabullenici sessizlik üzerindeki etkisini tespit etmeye yönelik yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 4'de sunulmuştur. Buna göre dışadönük olma ($\beta=,057$; $p=0,54>0,05$); uyumluluk ($\beta=,049$; $p=0,62>0,05$); bilinçli tedbirli olma ($\beta=,177$, $p=0,07>0,05$); duygusal tutarlılık ($\beta=,141$; $p=0,11>0,05$) ve deneyime açık olmayı ($\beta=,125$; $p=0,16>0,05$) kapsayan kişilik özelliklerinden hiç birinin kabullenici sessizlik üzerinde anlamlı bir etkisi görülmemiştir.

Uyumlu kişilik özelliği gösteren çalışanların ılımlı, her ortama uyum sağlayan ve işbirliğine yatkın özelliklere sahip olması sebebiyle diğer sessizlik davranışlarından çok kabullenici sessizlik boyutunda daha fazla sessiz kalacakları düşünülmüştür. Fakat yapılan analiz sonucunda çalışanların uyumlu bir yapıda olmaları ile önerilerini açıklamayıp kendine saklama, görüşlerini açıklamayı reddetme ve fikirlerini kendine saklama gibi tutumları kapsayan kabullenici sessizlik tutumları arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir. Duygusal tutarlılık kişilik özelliği gösteren çalışanlar yapı itibarı ile sessiz bireylerdir. Eğer bireyin duygusal tutarlılık düzeyi düşük ise olaylardan çok çabuk etkilenebilir ve endişeli davranışlarda bulunabilir. Buldukları ortamda huzur içinde çalışmak istedikleri için duygusal tutarlılık kişilik özelliği gösteren bireylerin kabullenici sessizlik davranışında bulunabilecekleri düşünülmüş fakat yapılan analiz sonucunda aralarında anlamlı bir ilişki görülmemiştir. Hiyerarşik yapıya en uygun kişilik özelliği bilinçli tedbirli kişilik özelliği gösteren bireylerdir. Yapı olarak kuralcı, ahlaki değerlere önem veren ve otoriteye bağlı bireylerdir. Bütün bunlar dikkate alındığında bilinçli tedbirli kişilik özelliği gösteren bireylerin kabullenici sessizlik davranışı göstermeleri beklenmiş fakat yapılan analiz sonucunda aralarında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Dışa dönük bireylerin arkadaşlık ilişkileri kuvvetli ve konuşmayı seven bir yapıları vardır. Dışa dönük kişilik özelliği gösteren bireylerin kabullenici sessizlik davranışı göstermeleri ile

aralarında ters ilişki beklenirken yapılan analiz ile aralarında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu sonuçlar kapsamında **Hipotez 1a** desteklenmemiştir.

**Tablo 5: Kişilik Özelliklerinin Korunmacı Sessizlik Üzerindeki Etkisi:
Çoklu Regresyon Testi Sonuçları**

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standart Katsayılar	T	p
	B	Standart Sapma	Beta		
(Sabit)	1,145	,566		2,021	,045
dışadönük	,176	,129	,125	1,366	,174
uyumluluk	,105	,166	,063	,636	,526
bilinçlitedbirli	-,187	,132	-,139	-1,416	,159
duygusaltutarlık	,306	,112	,239	2,738	,007**
deneyimeaçıklık	-,228	,144	-,140	-1,578	,117

a. Bağımlı değişken: Korunmacı Sessizlik, R²=,069; S.H. =1,10647; F=2,179, **p<0,001, *p<0,05

Kişilik özelliklerinin korunmacı sessizlik üzerindeki etkisini tespit etmeye yönelik yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 5'de sunulmuştur. Buna göre dışadönük olma ($\beta=,125$; $p=0,17>0,05$); uyumluluk ($\beta=,063$; $p=0,52>0,05$); bilinçli tedbirli olma ($\beta=-,139$, $p=0,15>0,05$) ve deneyime açık olma ($\beta=-,140$; $p=0,11>0,05$) kişilik özelliklerinden hiç birinin korunmacı sessizlik üzerinde anlamlı bir etkisi görülmemiştir. Bunun yanında kişilik özelliklerinden duygusal tutarlı olmanın ($\beta=,239$; $p=0,007<0,05$) korunmacı sessizlik üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Diğer bir ifadeyle kişilik özelliklerinden sadece duygusal tutarlı olmanın korunmacı sessizlik üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Bilinçli tedbirli, deneyime açık, uyumlu ve dışa dönük kişilik özelliğine sahip bireylerin ortak özellikleri çevrelerinde bulunan bireyler ile iyi anlaşmalarıdır. Genel olarak bu kişilik özelliklerine sahip bireyler fikirlerini açıkça dile getiren ya da aynı ortamda buldukları insanları kolayca etkileri altına alabilen kişilerdir. Bu görüşler doğrultusunda bireylerin korunmacı sessizlik davranışı göstermedikleri düşünülmektedir. Duygusal tutarlılık kişilik özelliğine sahip bireylerin korunmacı sessizlik davranışı göstermelerinin sebebi olarak duygusal tutarlılık düzeylerinin az olması kabul edilebilir. Genel olarak duygusal tutarlılık kişilik yapısına sahip olan bireylerin yapı itibarıyla sessizdir ve her olaya kötümser yaklaşırlar. Kendilerine güvenmez ve olaylardan çok çabuk etkilenirler. Kuruntulu ve kaygılı davranışlar sergilerler. Korunmacı sessizlik davranışının bireylerin açıkça konuştuklarında zarar göreceğini düşünmeleri ve endişe temeli duygular içermesi bireylerin bu sessizlik tutumunu göstermesini sebebinin açıklamaktadır. Bu kapsamda **Hipotez 1b** kısmen desteklenmiştir.

Tablo 6: Kişilik Özelliklerinin Korumacı Sessizlik Üzerindeki Etkisi: Çoklu Regresyon Testi Sonuçları

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standart Katsayılar	T	p
	B	Standart Sapma	Beta		
(Sabit)	1,917	,876		2,188	,030
dışadönük	-,105	,199	-,048	-,525	,600
uyumluluk	-,044	,256	-,017	-,172	,864
bilinçlitedbirli	,018	,204	,009	,090	,929
duygusaltutarlık	,114	,173	,058	,659	,511
deneyimeaçıklık	,636	,223	,252	2,850	,005**

a. Bağımlı değişken: Korumacı Sessizlik, $R^2=,069$; S.H. =1,10647; $F=2,179$, ** $p<0,001$, * $p<0,05$

Kişilik özelliklerinin korumacı sessizlik üzerindeki etkisini tespit etmeye yönelik yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 6'da sunulmuştur. Buna göre dışadönük olma ($\beta=-,048$; $p=0,60>0,05$); uyumluluk ($\beta=-,017$; $p=0,86>0,05$); bilinçli tedbirli olma ($\beta=-,090$, $p=0,92>0,05$) ve duygusal tutarlılık ($\beta=,659$; $p=0,51>0,05$) kişilik özelliklerinden hiç birinin korumacı sessizlik üzerinde anlamlı bir etkisi görülmemiştir. Bunun yanında kişilik özelliklerinden deneyime açık olmanın ($\beta=,252$; $p=0,005<0,05$) korumacı sessizlik üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Diğer bir ifadeyle kişilik özelliklerinden sadece deneyime açık olmanın korumacı sessizlik üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Bilinçli tedbirli kişilik özelliğine sahip bireyler insanları harekete geçiren, güvenilir ve ahlaki değerlere önem veren bir yapıya sahiptirler. Çalışanların korumacı sessizlik davranışı göstermemesinin sebebi olarak bilinçli tedbirli kişilik özelliğine sahip bireylerin çevrelerindeki insanları açıkça konuşmaları konusunda harekete geçirebilecekleri düşünüldüğünde korumacı sessizlik davranışı göstermemeleri beklenebilir. Dışa dönük kişilik özelliğine sahip bireyler ise fikirlerini açıkça dile getiren ve etraflarındaki insanlara sözlerini geçirebilen bireylerdir. Bu doğrultuda onlarda aynı ortamda bulunduğu insanlar üzerinde etki sahibi oldukları, onları açıkça konuşmaya ikna ettikleri ve bu sebeplerden dolayı korumacı sessiz davranışı göstermedikleri düşünülmektedir. Uyumluluk kişilik özelliğine sahip olan bireylerin buldukları ortama uyum sağladıkları düşünüldüğünde eğer ki fikirlerini dile getiren bir topluluk içerisinde yer alıyorsa onlarda fikirlerine açıkça dile getirecek ve korumacı sessizlik davranışta bulunmayacaklardır. Duygusal tutarlılık kişilik özelliğine sahip olan bireyler mantıklı düşünebilen bireylerdir. Olaylar karşısında mantıklı düşünebildikleri için profesyonel davranıp korumacı sessizlik davranışından kaçınabilirler. Bu kapsamda yapılan analiz sonucunda bilinçli tedbirli, dışa

dönük, uyumluluk ve duygusal tutarlılık kişilik özelliği ile korumacı sessizlik davranışı arasında ilişki tespit edilmemiştir.

Deneyime açık olan kişilerin diğer değişkenlere göre daha fazla korumacı sessizlik tutumu göstermelerinin ana sebebi bireylerin duygusal düşünce yapısına sahip olmalarıdır. Nazik, hassas, çabuk etkilenen ve derin bir düşünce yapısına sahip bireylerdir. Deneyime açık kişilik özelliğine sahip bireylerin çalıştıkları kurumu korumak, iş arkadaşlarının ve örgütlerinin zarar görmesini engellemek ve örgütlerine daha çok fayda sağlamak için korumacı sessizlik davranışı gösterdikleri düşünülmektedir. Yapılan regresyon analizleri sonucunda kişilik özelliklerinden uyumluluk, dışa dönük ve bilinçli tedbirli kişilik özelliği ile sessizliğin alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Duygusal tutarlılık kişilik özelliği ile korumacı sessizlik arasında pozitif yönlü, çok düşük fakat anlamlı bir ilişki, deneyime açık olma kişilik özelliği ile korumacı sessizlik ile arasında pozitif yönlü, çok düşük fakat anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu kapsamda **Hipotez 1c** kısmen desteklenmiştir.

Yukarıda belirtilen değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere oluşturulan hipotezlerin sonuçları aşağıdaki Tablo 7’de toplu olarak verilmiştir.

Tablo 7: Hipotez Testlerinin Sonuçları

Hipotez	Sonuç
Hipotez 1: Çalışanların kişilik özelliklerinin örgütsel sessizlik tutumu üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.	Kismen desteklendi
Hipotez 1a: Çalışanların kişilik özelliklerinin kabullenici sessizlik üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.	Desteklenmedi
Hipotez 1b: Çalışanların kişilik özelliklerinin korumacı sessizlik üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.	Kismen desteklendi
Hipotez 1c: Çalışanların kişilik özelliklerinin korumacı sessizlik üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.	Kismen desteklendi

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada günümüz işletmelerinin gelişmesinde en büyük engellerden biri olan çalışanların kasıtlı olarak fikirlerini esirgediği, örgütlerine destek olma ve yaratıcı çözümler bulma konusunda pasif kaldığı örgütsel sessizlik konusu ele alınmıştır. Her bireyin birbirinden farklı kişilik özelliklerine sahip olmasının örgüt içerisinde sessizlik davranışını ne şekilde etkilediğinin

araştırılarak aralarındaki ilişkinin incelenmesi sonucu literatüre katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

Kişilik özelliklerinin sessizliğin alt boyutlarından olan kabullenici sessizlik üzerindeki etkisini ölçmek için yapılan regresyon analizi sonuçlarında; uyumluluk, dışa dönük ve bilinçli tedbirli kişilik özelliği ile kabullenici sessizlik arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Kişilik özelliklerinin korunmacı sessizlik üzerindeki etkisini tespit etmeye yönelik yapılan regresyon analizi sonuçlarında; uyumluluk, dışa dönük, bilinçli tedbirli ve deneyime açıklık kişilik özelliği ile korunmacı sessizlik arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Kişilik özelliklerinden sadece duygusal tutarlı olmanın korunmacı sessizlik üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Duygusal tutarlılık kişilik özelliğine sahip bireylerin korunmacı sessizlik davranışı göstermelerinin sebebi olarak duygusal tutarlılık düzeylerinin az olması kabul edilmiştir. Duygusal tutarlılık kişilik yapısına sahip olan bireyler yapı itibarıyla sessizdir ve her olaya kötümser yaklaşırlar. Kendilerine güvenmez ve olaylardan çok çabuk etkilenirler. Kuruntulu ve kaygılı davranışlar sergilerler. Korunmacı sessizlik davranışının bireylerin açıkça konuştuklarında zarar göreceklarini düşünmeleri ve endişe temeli duygular içermesi bireylerin bu sessizlik tutumunu göstermesini sebebini açıklamaktadır. Kişilik özelliklerinin korunmacı sessizlik üzerindeki etkisini tespit etmeye yönelik yapılan regresyon analizi sonuçlarında ise; uyumluluk, dışa dönük, bilinçli tedbirli ve duygusal tutarlılık kişilik özelliği ile kabullenici sessizlik arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Deneyime açıklık kişilik özelliği ile korunmacı sessizlik davranışı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Deneyime açık olan kişilerin diğer değişkenlere göre daha fazla korunmacı sessizlik tutumu göstermelerinin ana sebebi bireylerin duygusal düşünce yapısına sahip olmalarıdır. Deneyime açık kişilik özelliğine sahip bireylerin çalıştıkları kurumu korumak, iş arkadaşlarının ve örgütlerinin zarar görmesini engellemek ve örgütlerine daha çok fayda sağlamak için korunmacı sessizlik davranışı gösterdikleri düşünülmektedir.

Yapılan araştırma sonucunda çalışanların kişilik özelliklerinin örgütsel sessizlik tutumları üzerindeki etkisi beklenen düzeyde görülmemiştir. Araştırma sonucunda çalışanlar arasında en çok bilinçli tedbirli kişilik özelliğine sahip olan bireyler görülmüştür. Bunun sebebi olarak bilinçli tedbirli kişilik özelliğine sahip olan bireylerin hiyerarşik yapı içerisinde çalışmaya en yatkın bireyler olmasıdır. Otoriteye bağlı ve geleneksel yapıya yatkın oldukları düşünüldüğünde yapılan analizde bilinçli tedbirli kişilik özelliklerine sahip olan bireylerin fazla olması anlamlıdır. Yapılan analiz sonucunda ikinci olarak dışa dönük kişilik yapısına sahip bireylerin olduğu görülmüştür. Çalışanların genel olarak açık ofislerde çalıştığı dikkate alındığında dışa dönük kişilik özelliği göstermeleri ile uyumlu içerisinde olduğu düşünülmektedir. Yapılan analizde üçüncü olarak uyumluluk kişilik özelliğine sahip bireyler tespit edilmiştir. Kamu kurumunda çalışan bireyler olağan durumlar dışında yıllarca aynı kurum içerisinde çalışırlar. Çalışanların bu durumu göze alındığında uyumluluk kişilik özelliğine sahip olmaları anlamlı

bulunmuştur. Çalışanların dördüncü olarak deneyime açık kişilik özelliğine sahip olduğu görülmüştür. Çalışanların genç nüfusa sahip olması ile deneyime açık kişilik özelliğine sahip bireylerin çok olması beklenirken aralarında ters orantı bulunmaktadır. Yapı olarak sessiz ve stresle mücadele etme özelliği yüksek olan duygusal tutarlılık kişilik yapısına sahip bireyler analizde en düşük paya sahiptir. Yapılan analiz de duygusal tutarlılık kişilik özelliği gösteren bireylerin az olması bireylerin genç olması ile ilişkilendirilebilir. Elde edilen sonuçların kamu çalışanlarının profillerinin demografik özelliklerinin de dikkate alındığında uyumlu olduğu düşünülmektedir.

Yöneticilere Öneriler:

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular ışığında yöneticilere bazı önerilerde bulunulabilir. Örgütlerin gelişimi için çalışanların görüşlerine daha fazla önem verilmeli, sessiz kalmayıp konuştuklarında kendilerini güvende hissetmelerini sağlayacak ortamlar yaratılmalıdır. Bu sayede çalışanlar örgütleri ile ilgili görüş ve önerilerini saklamaktan kaçınacaklardır. Yöneticiler çalışanlarının her birinin farklı kişilik özelliğine sahip olduğunu ve farklı kültürlerden geldiklerini dikkate alarak davranışları gerekmektedir. Yöneticiler aynı zamanda çalışanlarının değer yargılarını kabul ederek çalışanlarının konuşması sonucunda karşılaşacağı sonuçlar hakkındaki inançlarını değiştirmeye çalışmalıdır. Çalışanlarını açıkça konuşmaya teşvik etmelidir.

Gelecekteki Araştırmalar İçin Öneriler:

Daha kapsamlı bir genelleme yapabilmek için araştırmanın farklı kamu kuruluşlarında ve özel sektör çalışanları üzerinde ölçülmesi gerekmektedir. Araştırmanın aynı zamanda farklı eğitim seviyelerindeki gruplar üzerinde yapılması faydalı olabilir. Örgütsel Sessizlik davranışını kişilik özellikleri dışında etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Literatür çalışmalarına bakıldığında örgütsel sessizlik davranışının sonuçları üzerinde yapılan pek fazla çalışma olmadığı görülmektedir. Örgütsel sessizliği etkileyen faktörler ve örgütsel sessizlik davranışının sonuçları detaylı olarak ele alınabilir.

KAYNAKÇA

ACARAY, Ali ve Abdülkadir Akturan (2014), The Relationship Between Organizational Citizenship Behaviour and Organizational Silence, Turkey, *Social and Behavioral Sciences*, Vol 207, s. 472-485.

ADIGÜZEL, Orhan, U.C. Öztürk ve A.H. Eroğlu (2011), Sessizlik Girdabı Ve Bağlılık İkilemi: İşgören Sessizliği İle Örgütsel Bağlılık İlişkisi Ve Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 16, Sayı 2, s.97-124.

AFŞAR, Leyla (2013), Örgütsel Sessizlik ve Örgütsel Güven İlişkisi: Konuya İlişkin Bir Araştırma, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi.

ALİOĞULLARI, Zışan Duygu (2012), Örgütsel Sessizlik Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki -Bir Uygulama, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.

ALPARSLAN, Ali Murat (2010), Örgütsel Sessizlik İklimi ve İşgören Sessizlik Davranışları Arasındaki Etkiletişim, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Öğretim Elemanları Üzerinde Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.

ALPARSLAN, Ali Murat, ve M. Kayalar (2012), Örgütsel Sessizlik: Sessizlik Davranışları ve Örgütsel ve Bireysel Etkileri, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 6, s.136-147.

ASLAN, Sevda (2012), Türk Geç Ergenlerde Beş Faktör Kişilik Boyutlarının Ergenlerin Benlik Saygılarıyla Yordanması, *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 14, s. 25-40.

ATASEVER, Murat (2013), Yıldırımın Örgütsel Sessizlik Üzerine Etkisi ve İşletmelerde Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Denizli: Pamukkale Üniversitesi.

BACANLI, Hasan, T. İlhan ve T. Aslan (2009), Beş Faktör Kuramına Dayalı Kişilik Ölçeğinin Geliştirilmesi: Sıfatlara Dayalı Kişilik Testi (STKT), *Türk Eğitim Bilimleri*, Cilt 7, s. 261-279.

BARRICK, Murray ve M. K. Mount (1991), The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A Meta-Analysis, *Personnel Psychology*, Vol 44, No 1, s. 1-26.

BASIM, Nejat H., F. Çetin ve A. Tabak (2009), Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Kişilerarası Çatışma Çözme Yaklaşımlarıyla İlişkisi, *Türk Psikoloji Dergisi*, 2009: Cilt 24, Sayı 63, s. 20-34.

BAŞARAN, İbrahim Ethem (2000), *Örgütsel Davranış İnsanın Üretim Gücü*, Feryal Matbaası, Ankara.

BATMUHKH, Munkhgerel (2011), Liderlik Tarzları İle Örgütsel Bağlılık Ve Örgütsel Sessizlik Arasındaki İlişki ve Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul: Marmara Üniversitesi

BAYRAM, Timur Yalçın (2010), Üniversitelerde Örgütsel Sessizlik, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi.

BİLDİK, Büşra (2009), Liderlik Tarzları, Örgütsel Sessizlik ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gebze: Gebze Yüksek Teknolojisi Enstitüsü.

ÇAKICI, Ayşehan (2010), *Örgütlerde İşgören Sessizliği Neden Sessiz Kalmayı Tercih Ediyoruz?*, Detay Yayıncılık, Ankara.

ÇAKICI, Ayşehan (2008), Örgütlerde Sessiz Kalınan Konular, Sessizliğin Nedenleri ve Algılanan Sonuçları Üzerine Bir Araştırma, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 17, s. 117-134.

ÇAKICI, Ayşehan (2007), Örgütlerde Sessizlik: Sessizliğin Teorik Temelleri Ve Dinamikleri, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 16, s. 145-162.

ÇINAR, O., F. Karcıoğlu ve Z.D. Alioğulları (2013), The Relationship Between Organizational Silence and Organizational Citizenship Behaviour: A Survey Study in the Province of Erzurum, Turkey, *Social and Behavioral Sciences*, Vo 99, s. 314-321.

ÇİVİTÇİ, Nazmiye, ve Ahu Arıcıoğlu (2012), Beş Faktör Kuramına Dayalı Kişilik Özellikleri.» *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 23, s. 78-96.

DEMİR, Mahmut, ve Şirvan Şen Demir (2012), Yüksek Öğretim Kurumlarında Örgütsel Sessizlik: Turizm Lisans Eğitimi Kurumları Örneği, *Milli Eğitim*, Cilt 193, s. 184-199.

DEMİRCİ, Serpil (2003), Öğretmenlerde Beş Faktör Kişilik Özellikleri İle İş Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi.

DEMİRKAN, Selen (2006), Özel Sektördeki Yöneticilerin Ve Çalışanların Bağlanma Stilleri, Kontrol Odağı, İş Doyumu Ve Beş Faktör Kişilik Özellikleri, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara Üniversitesi, Ankara.

DİNÇ ÖZCAN, Esra (2011), *Kişilik Bakış Açısından Örgüt Yapısı ve İş Tatmini*. Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.

DURAK, İbrahim (2012), *Korku Kültürü Ve Örgütsel Sessizlik*. Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.

DURUKAN, Özlem Dilan (2006), Demografik Faktörler Ve Kişilik Özelliklerinin İş Doyumu Üzerindeki Etkisi Beş Faktör Kişilik Modeline Dayalı Bir Uygulama, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.

ELÇİ, Meral, M.E. Karabay, L.Alphan ve İrge Şener (2014), The Mediating Role of Mobbing on the Relationship Between Organizational Silence and Turnover Intention, *Social and Behavioral Sciences*, Vo 150, s. 1298-1309.

ERDOĞAN, İlhan (1997), *İşletmelerde Davranış*. Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri, İstanbul.

EREN, Erol (2001), *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*. Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.

ERENLER, Esra (2010), Çalışanlarda Sessizlik Davranışının Bazı Kişisel Ve Örgütsel Özelliklerle İlişkisi: Turizm Sektöründe Bir Alan Araştırması, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Ankara: Hacettepe Üniversitesi.

ERKUŞ, Ahmet, ve Akif Tabak (2009), Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Çalışanların Çatışma Yönetim Tarzlarına Etkisi: Savunma Sanayiinde Bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* Cilt 23, No 2, s. 216-217.

EROĞLU, Feyzullah (2009), *Davranış Bilimleri*. Beta Basım A.Ş., İstanbul.

EROL, Günay (2012), Liderlik Tarzları Ve Örgütsel Sessizlik İlişkisi Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi.

ERYILMAZ, Ali, ve Selahiddin Öğülmüş (2010), Ergenlikte Öznel İyi Oluş Ve Beş Faktörlü Kişilik Modeli, *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 11, No 3, s. 190-191.

GİRGİN, Birsen (2007), Beş Faktör Kişilik Modelinin İşyerinde Duygusal Tacize (Mobbing) Etkileri, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi.

GÖKÇE, Neriman (2013), Lise Öğretmenlerinin Örgütsel Sessizlik Düzeyleri, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul: Maltepe Üniversitesi.

GÜL, Hasan, ve Nazlı Özcan (2013), Mobbing ve Örgütsel Sessizlik Arasındaki İlişkiler: Karaman İl Özel İdaresinde Görgül Bir Çalışma, *Yüksek Lisans Tezi*.

HUANG, Xu, Evert Van de Vliert, ve Gerben Van der Vegt (2005), Breaking the Silence Culture: Stimulation of Participation and Employee Opinion Withholding Cross-nationally, *Management and Organization Review*, Vol 1, No 3, s. 459-482.

http://ipip.ori.org/New_IPIP-50-item-scale.htm

JUDGE, T. A., C. A. Higgins, C. J. Thoresen ve M. R. Barrick (1999), The Big Five Personality Traits, General Mental Ability and Career Success Across the Life Span, *Personnel Psychology*, Vol 5, No 3, s. 621-652.

KAHVECİ, Gökhan (2010), İlköğretim Okullarında Örgütsel Sessizlik İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkiler, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Elazığ: Fırat Üniversitesi.

KAHVECİ, Gökhan, ve Zülfü Demirtaş (2013), Öğretmenler İçin Örgütsel Sessizlik Ölçeği Geliştirme Çalışması, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 167-182.

KAHVECİ, Harun (2001), Yardım Arama Davranışları İle Fatalistik Düşünce ve Beş Faktör Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Araştırılması, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi.

KARADAL, Himmet (2011), Örgütsel Sessizlik Davranışı: Etkenleri ve Etkileri, *Yönetimde Birey ve Örgüt Odaklı Davranışlar* içinde, yazar Özcan Yeniçeri ve Yavuz Demirel, 365-386, Ekin Basın Yayım Dağıtım, Bursa.

KARASAR, Niyazi, (2003), Bilimsel Araştırma Yöntemi, 12. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

KILINÇ, Erhan, (2012), Hekim ve Hemşirelerde Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, Örgütsel Sessizlik, Çalışan Performansı ve Aralarındaki İlişkinin İncelenmesi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi.

KIM, Hyun Jeong, K. H. Shin, ve W. T. Umbreit, (2007), Hotel Job Burnout: The Role of Personality, *Hospitality Management*, Vol 26, s. 421-434.

KOLAY, Ahmet, (2012), Endüstri Meslek Liselerinde Görev Yapan Öğretmenlerin Örgütsel Sessizlik ve Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişki, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul: Yeditepe Üniversitesi.

KÖSE, Esra, (2013), İlköğretim Kurumu Öğretmenlerine Göre Okul Yöneticilerinin Liderlik Stilleri İle Örgütsel Öğrenme Arasındaki İlişkide Örgütsel Sessizlik ve Karara Katılımın Aracı Etkisi, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Ankara: Gazi Üniversitesi.

KÖYLÜOĞLU, S., A. Bedük, L. Duman ve S. Bayraktaroğlu (2015), Analyzing the Relationship Between Teachers' Organizational Silence Perception and Whistle-Blowing Perception, *Social and Behavioral Sciences*, Vol 207, s. 536-545.

KUTANİS, Rana, (2009), *Örgütlerde Davranış Bilimleri*, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.

KUTLAY, Yusuf, (2012), Araştırma Görevlilerinin Örgütsel Adanmışlık ve Özyeterlilik Örgütsel Sessizlikleri Üzerine Etkisi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.

LOUNSBURY, John W., J. M. Loveland, E. D. Sundstrom, L. W. Gibson, A. W. Drost, ve F. L. Hamrick, (2003), An Investigation of Personality Traits in Relation to Career Satisfaction, *Journal of Career Assessment*, Vol 11, No 3, s. 287-307.

MADRAN, Canan, ve Tahsin Akdoğa, (2010), Satıcıların Kişilikleri İle Performanslarının İlişkisi; Beş Faktör Modeline Göre Bir Analiz, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 19, s. 361-388.

MERDAN, Ethem, (2013), Beş Faktör Kişilik Kuramı İle İş Değeri İlişkinin İncelenmesi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gümüşhane, Gümüşhane Üniversitesi.

MILLIKEN, J.Frances, E. W. Morrison, ve P. F. Hewlin, (2003), An Exploratory Study of Employee Silence: Issues that Employees Don't Communicate Upward and Why, *Journal of Management Studies*, Vol 40, No 6, s. 1453-1476.

MORRISON, Elizabeth Wolfe ve Frances J. Milliken (2000), Organizational Silence: A Barrier To Change And Development In A Pluralistic World, *Academy of Management Review*, Vol 25, No 4, s. 706-725.

O'NEILL, John W. ve Qu Xiao, (2010), Effects of Organizational/Occupational Characteristics and Personality Traits on Hotel Manager Emotional Exhaustion, *International Journal of Hospitality Management*, Vol 29, No 4, s. 652-658.

ORUÇ, Murat, (2013), Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Sessizlik Arasındaki İlişki: Bir Firmada Araştırma, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul: Marmara Üniversitesi.

ÖDEMİŞ, Sibel (2011), Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Üretkenlik Karşıtı Davranışlar Üzerine Etkileri: Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul: Marmara Üniversitesi.

ÖTKEN, Ayşe Begüm ve Tuna Cenkcı (2013), Beş Faktör Kişilik Modeli ve Örgütsel Muhalefet Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma, *Öneri Dergisi*, Cilt10, s, 41-51.

ÖZCAN, Nazlı (2011), Mobbingin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkisi Ve Örgütsel Sessizlik: Karaman İl Özel İdaresinde Bir Uygulama, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.

ÖZDEMİR, Lütfiye ve Sevtap Sarioğlu Uğur (2013), Çalışanların Örgütsel Ses Ve Sessizlik Algılamalarının Demografik Nitelikler Açısından Değerlendirilmesi: Kamu Ve Özel Sektörde Bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 27, s. 257-281.

ÖZGEN, Işıl ve Olca Sürgevil (2009), *Örgütsel Sessizlik Olgusu ve Turizm İşletmeleri Açısından Değerlendirilmesi*, Mkm Yayıncılık, Bursa.

ÖZGENER, Şevki, A. Tanç, ve S. Ulu (2009), Çalışma Yaşamında Sorun Bildirme Sistemi (Whistleblowing System), *Çalışma Yaşamında Davranış: Güncel Yaklaşımlar* içinde, Editör: Aşkın Keser, Gözde Yılmaz ve Senay Yürür, 277-306, Umuttepe Yayınları, Kocaeli.

ÖZKALP, Enver ve Çiğdem Kirel (2011), *Örgütsel Davranış*, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Eskişehir.

PIDERIT, Sandy K. ve Susan J. Ashford, (2003), Breaking Silence: Tactical Choices of Women Managers Make in Speaking Up About Gender-Equity Issues, *Journal of Management Studies*, Vol 40, No.6, s. 1476-1502.

PINDER, Craig C. ve Karen P. Harlos, (2001), Employee Silence: Quiescence And Acquiescence As Responses To Perceived Injustice, *Research in Personnel and Human Resoruces Management*, Vol 20, s. 331-369.

PREMEAUX, Sonya Fantenot ve Arthur G. Bedeian (2003), Breaking the Silence: The Moderating Effects of Self-Monitoring in Predicting Speaking Up in the Workplace, *Journal of Management Studies*, Vol 40, No 6, s. 1537-1562.

SABUNCUOĞLU, Zeyyat ve Melek Tüz (2001), *Örgütsel Psikoloji*. Ezgi Kitapevi, Bursa.

SALGADO, F. Jesus (2002), The Big Five Personality Dimensions and Counterproductive Behaviors, *International Journal of Selection and Assessment*, Vol 10, No 1-2, s. 117-125.

SARIKAYA, Mehtap (2013), Karar Verme Süreçleri ve Örgütsel Sessizlik, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.

SARIOĞLU, Gülşah Sultan (2013), Mobbing ve Örgütsel Sessizlik: Enerji Sektörü Üzerine Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Osmaniye: Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi.

SEVİ, Emine Sevinç (2009), Psikobiyolojik Kişilik Modeli Ve Beş Faktör Kişilik Kuramı: Mizaç Ve Karakter Envanteri (TCI) İle Beş Faktör Kişilik Envanterinin (5FKE) Karşılaştırılması, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İzmir: Ege Üniversitesi.

SIĞRI, Ünsal ve Sait Gürbüz (2011), Akademik Başarı ve Kişilik İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma, *Savunma Bilimleri Dergisi*, Cilt 10, No 1, s. 30-48.

SOMER, Oya, M. Korkmaz, ve A. Tatar (2011), *Kurumdan Uygulamaya Beş Faktör Kişilik Modeli ve Beş Faktör Kişilik Envanteri (5FKE)*, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.

SOYCAN, Şadiye Hande (2010), Bankalarda Birleşme Sonrası Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Sessizlik İlişkisi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul, Marmara Üniversitesi.

ŞEHİTOĞLU, Yasin (2010), Örgütsel Sessizlik Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ve Algılanan Çalışan Performansı İlişkisi, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Gebze: Gebze Yüksek Teknolojisi Enstitüsü.

ŞİMŞEK, M.Şerif, T. Akgemci, ve A.Çelik (2008), *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*, Gazi Kitabevi, Ankara.

TAŞKIRAN, Erkan (2011), *Liderlik Ve Örgütsel Sessizlik Arasındaki Etkileşim Örgütsel Adaletin Rolü*, Beta Basım A.Ş., İstanbul.

TAŞKIRAN, Erkan (2010), Liderlik Tarzının Örgütsel Sessizlik Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Adaletin Rolü ve Bir Araştırma. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İstanbul: Marmara Üniversitesi.

TEKİN, Akgün Ömer (2012), Yabancılaşma ve Beş Faktör Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler: Antalya Kemer'deki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Çalışanları

Üzerinde Bir Uygulama, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Antalya: Akdeniz Üniversitesi.

TEKİN, Ömer Akgün, S. N. Turan, M. Özmen, A.A. Turhan, ve A.Kökçü (2012), Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Örgütsel Çatışma Yönetimi Arasındaki İlişkiler:Ankara'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Üzerinde Bir Uygulama, *Journal of Yaşar University*, Cilt 27, s. 4611-4641.

TİKİCİ, Mehmet (2005), Davranış Düzlemi Sosyal Statü ve Roller, *Örgütsel Davranış Boyutlarından Seçmeler* içinde, Editör: Mehmet Tikici, 99-100. Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul.

TİKTAŞ, Gülşah (2012), Örgüt Kültürü, Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Sessizlik İlişkisi Üzerine Bir İnceleme, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.

TOK, Emine Sevinç ve Haluk Arkar (2012), Psikobiyolojik Kişilik Modeli İle Beş Faktör Kişilik Kuramının Türk Örneğinde Karşılaştırılması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt13, s. 262-269.

TOMRUKCU, Bahar (2008), Beş Faktör Kişilik Özellikleri İle İş Değerleri Arasındaki İlişki Üzerine Bir İnceleme, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.

ULU, İnci Pınar (2007), Olumlu Ve Olumsuz Mükemmeliyetçilik Boyutlarının Yetişkin Bağlanma Boyutları Ve Beş Faktör Kişilik Özelliklerine Göre İncelenmesi, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi.

USAL, Alparslan ve Zeynep Kuşlvan (2006), *Davranış Bilimleri Sosyal Psikoloji*. Fakülteler Kitabevi Barış Yayınları, İzmir:

UZUNİBRAHİMOĞLU, Hanife (2003), Farklı İlgi Alanlarında Okuyan Lise Son Sınıf Öğrencilerinin Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ve İlgileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi.

VAKOLA, Maria ve Dimitris Bouradas (2005), Antecedents and Consequences of Organizational Silence: An Empirical Investigation, *Employee Relations*, Vol 27, No 5, s. 441-458.

VAN DYNE, Linn, S. Ang, ve I. C. Botero (2013), «Conceptualizing Employee Silence and Employee Voice as Multidimensional Constructs.» *Journal of Management Studies*, Vol 40, No 6, s. 1361-1392.

YANIK, Canan (2012), Örgütsel Sessizlik İle Güven Arasında İlişki ve Eğitim Örgütlerinde Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.

YELBOĞA, Atilla (2006), Kişilik Özellikleri Ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Cilt 8, s. 196-211.

YILDIRIM, Hümevra (2003), Empati İle Beş Faktör Kişilik Modeli Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi.

YILDIZOĞLU, Hüseyin (2013), Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ve Örgütsel Çatışma Yönetimi Arasındaki İlişkiler: Ankara'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara: Hacettepe Üniversitesi.

ZEHİR, Cemal ve Ebru Erdoğan (2011), Association Between Organizational Silence and Ethical Leadership Through Employee Performance, *Social and Behavioral Sciences*, Vol 24, s. 1389-1404.

Turizm Tesisi Yatırımlarında Ön Fizibilite Çalışmalarının ve SWOT Analizinin Önemi: Bolu Göynük Doğa Oteli Örneği

Yrd. Doç. Dr. Kaplan UĞURLU

Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Turizm İşletmeciliği Bölümü
kaplan.ugurlu@hotmail.com

Özet: Bu çalışmada turizm tesisi yatırımlarında ön fizibilite raporunun SWOT analizin önemi örnek bir ön fizibilite raporu ile anlatılacaktır. Ön fizibilite raporu, yatırımcının bir yatırım kararı vermek için yaptırmış/yapmış olduğu fizibilite etüdünün ilk aşama rapordur. Yatırımcı, fizibilite araştırmalarının sonraki aşamalarına (ekonomik, teknik, mali ve hukuki) geçilip geçilmeyeceğine ve yatırım fikri kararının devam edip etmeyeceğine ön fizibilite araştırmaları sırasında elde edilen verileri dikkate alarak karar verir. Fizibilite raporlarının olumlu çıkması yatırımın yapılacağı yer, tesisin yatırım maliyeti, bürokrasi, pazar ile ilgili verilerin yatırımcının amaç ve imkânları ile örtüşmesine bağlıdır. Ön fizibilite raporu elde edilen bu verilerin analiz edilmesi ve yorumlanması ile yatırımcının yatırım kararına etki eder. Bu araştırmada örnek verilen Bolu Göynük Doğa Oteli için gerçekleştirilmiş ön fizibilite raporu, ön fizibilite raporunun önemini ortaya koyacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Tesisi Yatırımı, Ön Fizibilite Raporu, Fizibilite Etüdü, Bolu Göynük, Doğa Oteli, SWOT Analizi

Importance of Pre-Feasibility Study and SWOT Analysis on Investment of Tourism Facilities: The Case of Bolu Göynük Doğa Hotel

Absract: This study aims to point out the importance of pre-feasibility report and SWOT analysis in investments in tourism facilities/establishment by way of a sample pre-feasibility report. Pre-feasibility report is the first step of feasibility analysis which is conducting by an expert or the enterpriser for deciding to invest. The enterpriser taking into consideration data collected in pre- feasibility study decides whether to proceed next steps (economic, technical, financial and

legal) or not and whether to invest or not. Reaching positive results from feasibility reports depends on that the aim and potential of enterpriser must correspond to investment area, investment cost, bureaucracy, data related to market. Pre-feasibility report being analyzed and interpreted has an effect on the decision of enterpriser. Pre-feasibility report of Bolu Göynük Doğa Hotel being sampled in this study reveals the importance of the pre-feasibility report.

Keywords: *Touristic Establishment, Tourism Investment, Pre-Feasibility Report, Bolu Göynük Nature Hotel, SWOT Analysis.*

Giriş

Turizm tesisi yatırımları yapısı itibari ile risk faktörü yüksek yatırımlardır. Maliyet ve yatırımın geri dönüşümü bu risklerin içerisinde önemli yer tutar. Sabit maliyete konu olan arazi, bina, teçhizat, araç, gereç ve dekorasyon maliyetleri diğer sektörlere göre daha fazladır. Diğer yandan satılan ürünün hizmet ağırlıklı olması da gelirlerin beklenildiği gibi elde edilememesi sonucunu doğurabilir. Doğal olarak sabit maliyetler yanında faaliyet giderlerinin yüksekliği karşısında elde edilemeyecek gelir ve doluluk oranları yapılan yatırımın geri dönüşünü ve doğal olarak işletmenin sürekliliğini tehdit eden gelişmelerdir.

Bu nedenle yatırımların başarısı fizibilite analizlerine bağlıdır. Tesisin durumu, bulunduğu mekân ve bölge, satış ve doluluk oranları, maliyetler hem gerçekleşmiş hem de gelecekteki olası tahminleri ile önceden araştırılıp analiz edilmelidir. Özellikle tesisin bulunduğu destinasyon, turizm yatırımlarının başarısında önemli rol oynar.

Bu çalışmada özellikle turizm yatırımlarında fizibilite etütlerinin temeli olabilecek ön fizibilite etüdüne yer verilecek, ön fizibilite etüdünde yatırım kararı almadan ve daha detaylı araştırmalara girilmeden önce yerinde tespit ile elde edilen verilerin nasıl toplanılıp analizinin yapıldığı ve tesisin bulunduğu destinasyonun bir ürün olarak turizm tesisi yatırım kararının alınmasında ne kadar önemli olduğu irdelenecektir. Sonuç bölümünde ise bu çalışmayı destekleyecek örnek bir ön fizibilite raporu analiz edilecektir.

1. Turizm Tesisi Kurma Fikri ve Sonuçları

Turizm sektöründe yatırımda bulunmak, faaliyetlerini başarılı bir biçimde sürdürebilmek ve başarılı olabilmek düşüncesi girişimcinin bir işletme kurma fikriyle başlar ve bir dizi çalışmaları gerektirir. İşletmenin kuruluş fikri ile başlayıp, işletmenin kesin olarak kuruluşunun tamamlanmasına kadar

sürdürülen çalışma ve araştırmalara işletmelerin kuruluş çalışmaları denmektedir.

İşletme kuruluş fikrinin yatırıma dönüştürülmesi kararının alınabilmesi için kuruluş çalışmalarının ekonomik, teknik, mali ve hukuki yönleri ile araştırılması gerekir. Girişimci; a) yapacağı yatırımın geçerli ve kârlı olup olmadığından, b) işletmenin mal ve hizmetlerinin tüketicilerin ihtiyaç, arzu ve isteklerine uygunluğundan, c) işletmenin bulunduğu pazarın ve sektörün beklentilerine cevap verebileceğinden ve d) toplumun sorunlarını çözebilecek, üretim faktörlerini en verimli biçimde kullanabileceğinden emin olmalıdır.

1.1. İşletmenin Kuruluş Aşamaları

Bir işletmenin kuruluşu ile ilgili olarak yatırım projesinde 8 aşama saptamak mümkündür (Tuncer ve diğ., 2009: 78):

1. *Aşama: Yatırım yapma fikri:* Her yatırım bir fikir ile doğar.
2. *Aşama: Ön-proje öncesi araştırmalar:* Yatırım yapma fikrinin kârlılık beklentileri ile ne kadar uyumlu olduğunun araştırılması. Fizibilite etütleri (ön fizibilite), ekonomik, teknik, mali ve yasal araştırmalardan oluşur.
3. *Aşama: Ön-proje aşaması:* Ön proje öncesi bilgilerin değerlendirilmesi aşamasıdır. Girişimcinin beklentilerine ulaşabilme konusunda projenin neler sağlayabileceği konusunda bilgi verir.
4. *Aşama: Değerlendirme ve yatırım kararı verilmesi aşaması:* Ön projedeki bilgi ve belgeler yatırım fikrinin gözden geçirilerek yeniden değerlendirilmesine olanak sağlar. Bu değerlendirmeler sonucunda yatırım kararından vazgeçilir veya yatırım kararı verilir.
5. *Aşama: Kesin yatırım projesinin hazırlanması aşaması:* Yatırım kararının verilmesinden sonra, ön proje aşamasında yapılan araştırmaların tamamı ya da bazıları tekrar ve daha detaylı yapılır. Kesin proje ortaya çıktığında, işletmenin alacağı yasal biçim, teknik nitelikleri, kapasitesi, üreteceği mal ve hizmetler ile miktarları, vb. gibi konularda kesin planlar yapılır. Kesin proje hazırlanması aşamasında daha önceden öngörülmeyen veya yeni ortaya çıkan bazı olumsuzlukların ortaya çıkması durumunda da yatırım fikrinden vazgeçmek mümkündür.
6. *Aşama: Kesin projenin uygulanması aşaması:* İşletmenin kurulması ve faaliyete geçirilmesi ile ilgili planlanan çalışmaların başladığı aşamadır. Gerekli yasal işlemler ve izinler alınarak, yatırım fiziksel olarak gerçekleştirilmektedir. Yatırımın gerçekleştirilmesi için tüm

ihtiyaçlar sağlanmışır veya yatırım süresince temin edilecek şekilde bağlantılar kurulmuştur.

7. *Aşama: Deneme Üretimi Aşaması:* Projede belirtilen tüm çalışmaların bitirilmesi sonucu, işletme faaliyete geçebilecek hale gelmiştir. Bu aşamada işletme kuruluş aşamalarından kaynaklanabilecek hataların ya da eksikliklerin kontrol edilmesi ve giderilmesi amacıyla deneme üretimine geçilir.
8. *Aşama: Açılış ve yatırım projesinin sona ermesi aşaması:* Deneme üretimini başarıyla tamamlayan işletme, açılış töreni ile birlikte, daha önce amaçlanan ve planlanan faaliyetlerine başlar. Böylece işletmenin kurulması ile ilgili yatırım projesi sona ermiş olmaktadır.

Turizm sektöründe faaliyette bulunacak bir turizm tesisinde hizmet üretimi söz konusu olduğundan dolayı henüz resmi açılış yapılmadan önceki deneme üretimi aşamasında otel personeli ve yönetimi birer müşteri gibi yine diğer personellerin yaptıkları işleri bizzat deneyerek test ederler. Örneğın bir otelde, konaklama hizmeti, odalarda, yemeklerin kalitesi yemek ve içecek salonlarında, giriş ve çıkış işlemleri önbüroda, fiyatlandırma ve hesap işlemleri tesisin alış, satış ve maliyet departmanlarında, otelin elektrik, mekanik vd. tüm makine ve teçhizatlar bizzat yaşayarak ve kullanılarak kontrol edilir ve böylece tesis faaliyete geçmeden önce hatalar ve eksiklikler tespit edilmek suretiyle planlanan amaçlara ulaşılması hedeflenir.

1.2. İşletme Kurma Fikri

İşletme kurma fikri Girişimcinin bir işletme kurma fikri ve bu fikrini harekete geçirmesi ile oluşur. Girişimci gerçek ya da tüzel bir kişi olabilir. Girişimci, kâr elde etmek, hizmet (fayda) sağlamak ve sürekliliğı olan bir iş sahibi olma amaçlarını gerçekleştirebilmek için üretim faktörlerini (hammadde, sermaye, insan kaynakları, bilgi vb.) bir araya getirmek suretiyle başarılı olacağına inandığı bir ticari alana yatırım yapmak ister. Turizm sektörü gelişen ve kârlı bir sektör olması sebebi ile yatırımcıların (girişimcilerin) gözdesi olmaktadır. Günümüzde yatırımcılar kaynaklarını en verimli yatırım projelerine yönlendirme konusunda özen göstermektedirler. Talep yönü birçok faktöre duyarlı olan turizm sektöründe, en az riski taşıyan ve kârlı olabilecek projelerin seçilmesi bu nedenle önem kazanmaktadır.

Kâr elde etme arzusu ve risk olasılığının olması ile yapılacak yatırımın başarılı olma derecesi, girişimcilerin yatırım yapma fikrini yatırıma dönüştürebilir ya da vazgeçirebilir. Bu nedenle, yatırım fikrinin çok iyi araştırılması, elde edilen verilen analizi ve doğru karar verilmesi gerekmektedir.

1.3. Kuruluş Çalışmalarını Değerlendirme Ölçütleri

İşletmelerin yatırım fikrinin ortaya çıkmasından yatırım faaliyetlerinin tamamlanmasına kadar alınacak kararların ve yapılacak tüm çalışmaların belirli ölçütlerin süzgecinden geçirilerek, değerlendirilmeleri gerekir. Söz konusu değerlendirmelerde verimlilik, iktisadilik ve kârlılık ölçütleri öncelikle dikkate alınmalıdır (Tuncer ve diğ., 2009: 80).

a) *Verimlilik*: Belirli bir faaliyet döneminde elde edilen çıktıların bunları elde etmek için kullanılan girdilere oranıdır. Toplam verimlilikte ortaya çıkan sonuç genelde fiziki çıktı ve girdi miktarlarına dayalı olduğundan buna fiziki ya da mühendislik verimliliği denir. Kısmi verimlilikte ise, tüm kullanılan girdilere yani üretim faktörlerine değil, sadece bir tür üretim faktörüne oranlanmaktadır. Girdi olarak kullanılan üretim faktörleri işgücü, hammadde, makine veya enerji olabilir. Örneğin bir otelin kat hizmetleri elemanı 8 saatte 16 oda temizliyorsa, personelin işçi verimliliği 2'dir. Personelden 1 saatte 3 oda temizlenmesi bekleniyorsa personel 1 oda eksik olarak verimliliği belirlenmiş olmaktadır.

b) *İktisadilik*: Belirli bir dönemde elde edilen ürünlerin satış gelirlerinin, onların elde edilmesi için katlanılan maliyet giderlerine oranıdır. Örneğin bir otelin oda geliri odalar departmanının gider ve maliyetlerinden fazla ise odalar departmanı iktisadi (ekonomik verimli çalışıyor) diyebiliriz. Burada gelir ve gider yönetiminin başarılı olabilmesi için tüm detaylar gözden geçirilmelidir.

c) *Kârlılık*: Belirli bir dönemde elde edilen kârın o dönemde işletmede kullanılan sermayeye oranıdır. Bu tanımdan hareketle, kârlılık ölçütünün işletmenin kuruluş, faaliyet dönemi ve bu dönemin sonu için, değerlendirme ölçütü olarak kullanılacak şekilde düzenlenmesi mümkündür. Kuruluş çalışmaları dikkate alındığında kârlılık, işletme kurmak için yatırılması gerekli sermayenin verimliliğinin belirlenmesi demektir.

2. Turizm Tesisi Yatırımı Kavramı

Turizmde yatırım, turizm işletmesinin amacı olan faaliyetlerin tatmin edici koşullar içinde yürütülmesi, geliştirilmesi, rekabet gücünün korunabilmesi için, bir yıldan uzun bir süre kullanılacak sermaye mallarının temin edilmesi ve faaliyetlerin aksamadan sürdürülebilmesi için gerekli döner sermaye varlıklarının satın alınmasıdır (Olalı ve diğ., 1989: 55). Turizm yatırımları yerli ve yabancı turistlerin konaklamaları, yeme içmeleri, eğlenme ve dinlenmelerine yarayan tesis, arazi ve teçhizatların tümü demektir (Özen ve diğ., 1998: 37). İşletme açısından ise yatırım; işletmenin yatırım ve üretim kapasitelerinde artış

ya da sürekliliğin sağlanması ve gelecekte belli bir zaman sürecinde gerçekleşmesi beklenen kârları elde etme amacıyla kıt kaynakların üretime tahsis edilmesi konularını içermektedir (Kargül, 1996: 1). *Turizm yatırım projesi* ise “mevcut ve gelecekteki turizm talebinin bir bölümünü karşılamak üzere, girişimci ve toplum yararına, ekonomik prensibe uygun olarak hazırlanmış ve formüle edilmiş, ekonomiye turizmle ilgili mal ve hizmet arz etmek amacı taşıyan projeler” olarak tanımlanabilir (Karahana, 1986:8). Turizm sektörü yatırım projeleri, diğer yatırım projelerinden farklı özellikler taşımaktadır. Sabit sermaye yoğunluğu, sabit giderlerin yüksek oluşu, alt yapı tesis ilişkisi ve emek yoğunluğu turizm yatırımlarını diğer sektörlerdeki yatırımlardan farklı kılan unsurlardır. Bu nedenle turizm yatırımlarının, kararların riskinin azaltılmasına ihtiyacı vardır. Bu riskin azaltılmasının en etkili yollarından biri, gelecekteki olayların ve çevrenin tahmin yardımıyla aydınlatılmasıdır (Burger ve diğ., 2001: 404).

Yukarıda verilen turizm yatırımı tanımlamalarından hareketle turizm sektöründe aşağıdaki işlemler turizm yatırımı olarak kabul edilebilir (Kandır ve diğ., 2007: 40):

- Turistik tesis bina ve müştemilatının inşası,
- Turistik tesisin kapasitesini genişletmek için yapılan harcamalar,
- Turistik arazi, arsa ve tesis binasının satın alınması,
- Hizmet niteliğinin geliştirilmesi veya değiştirilmesi amacıyla yapılan harcamalar,
- Maliyetleri ve riskleri azaltmak amacıyla yapılan harcamalar,
- Zaman aşımından dolayı eskimiş veya teknolojik olarak demode olmuş ve bu nedenle rasyonelliğini kaybetmiş tesis ve donanımın değiştirilmesi ve yenilenmesi için yapılan harcamalar,
- Endüstriyel ve mesleki donatım için yapılan harcamalar,
- Büyük onarımlar.

2.1. Yatırım Projesi Hazırlama Süreci

Yatırım projesi hazırlama süreci proje fikrinin doğuşu ile başlayan bir süreçtir. Bir işletme kurmak amacıyla yatırım yapmak isteyen bir kişi, öncelikle işletme kurma düşüncesine yani bir iş fikrine sahip olmalıdır. Proje fikri ortaya çıktıktan sonraki aşama, uygun yatırım alanlarının araştırılması çalışmasıdır. Bu aşamada turizm yatırımı yapılacak yöredeki; iç ve dış talep, enerji ve yakıt imkânları ile işgücü nitelikleri ve yararlanılabilecek teşvik unsurları incelenir (Şenel, 2007: 8).

Ülkenin ekonomik sistemi, pazar durumu, rekabet durumu, dış satım ve alım olanakları, teknoloji, doğal kaynaklar gibi etkenler bu düşüncenin belli biçimlerle oluşmasını etkilemektedir (Karalar, 2004: 64). Tesis kurma düşüncesinin ortaya çıkmasıyla birlikte ekonomik, teknik, finansal ve hukuki araştırmaların yapılması aşamasına geçilir. Fizibilite Etüdü olarak adlandırılan bu aşamada; yatırım düşüncesinin uygulanabilirliğini tespit etmek amacıyla, ekonomik, teknik, mali ve hukuki araştırmalar yapılır. Turistik tesis yatırımlarında risk unsurunu en aza indirmek için fizibilite çalışmalarının yapılarak elde edilen verilerin bir sonraki aşamada analizlerin yapılması, yatırım kararının doğru bir biçimde alınabilmesi için önemlidir.

2.2. Fizibilite Etüdü

Kesin yatırım projesine geçilmeden önce fizibilite etüdünün yapılması, bu çalışmalardan elde edilen bilgilerin analiz edilmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle fizibilite etüdünü iki aşamada değerlendirmekte fayda vardır. Birinci aşama ön hazırlık aşaması olup, tesisin ve tesisin bulunduğu mekânın yatırıma uygun olup olmadığının çıplak gözle görülerek ilk izlenimin ve ham bilgilerin elde edilmesi aşamasıdır. İkinci aşama ise daha detaylı bir araştırma safhası olup verilerin ekonomik, teknik, mali ve hukuksal olarak araştırılmasını gerektirir.

Ön fizibilite, bir projenin gerçekleştirilebilir ya da uygulanabilir olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan teknik, mali, hukuki ve yönetsel incelemeler ile piyasa ve kuruluş yeri araştırması gibi çalışmaların tümüne denir (Can ve diğ., 2007: 90). Ön fizibilite, girişimcilere, beklentilerine ulaşma konusunda bilgi verir.

Ön fizibilite aşamasında piyasa ve tesis kapasitesi, talep ve piyasa araştırması, satış ve pazarlama, üretim programı, malzeme girdileri, bölge ve yer, proje mühendisliği, genel giderler, idare ve satış giderleri, insan gücü, proje uygulaması ve mali analizler, yatırım masrafları, proje finansmanı, üretim maliyetleri, ticari kârlılık hususlarının belirlenmesi gerekir (Atay, 1985: 488). Her bölge yatırımın yapılması için eşit potansiyele sahip değildir. Eğer bölge, yatırımın gerçekleşmesi için yeterli kaynağa, potansiyele sahip değilse ve fazla maliyet getireceğine dair şüpheler varsa, proje organizasyonu sürecinden önce bu kriterlerle ilgili bir ön fizibilite çalışması yapılmalıdır.

2.3. Ekonomik İnceleme

Kurulmak istenen işletmenin girişimcilerin amaçlarına uygun şekilde çalışabilmesi için işletmeyi ileride etkilemesi muhtemel ekonomik etmenlerin ve

yapılması düşünölen yatırımın ekonomik olarak yapılabilirliğinin araştırılması gerekir. *Ekonomik inceleme çalışmaları*; piyasa araştırması ve talep tahmini; uygun kapasitenin (işletme ölçeğinin) tespit edilmesi ve uygun kuruluş yerinin seçilmesi aşamalarından oluşur (Çonkar, 1992: 27).

Piyasa araştırması, riskin azaltılmasına yardımcı bilgiler sağlar, mevcut ve yeni piyasaların analizini yapar, gelecekte etkinsizlik yaratacak sorunların çözümüne yardımcı olur, beklenmeyen piyasa değişimlerinin riskini azaltır ve bu nedenle ürünün bu değişimlere kolayca adapte olmasını sağlar. Ayrıca piyasa etüdünde, yeni piyasalar ortaya çıkabilir, böylece yeni ve kâr yaratabilecek ürünler geliştirir (Coltman, 1989: 48).

Piyasa araştırmasının iki amacı vardır. Birincisi; işletmenin üreteceği ya da pazarlayacağı mal ve hizmetleri, miktarını ve niteliklerini belirlemek ve bunların pazardaki talep ile uyumluluğunu araştırmaktır. İkincisi ise; pazardaki benzer işi yapan ya da benzer ürünleri üreten satan diğer işletmeleri, arz ve talep yapısını araştırmaktır. İşletmelerin sürekliliği ve başarısı kuşkusuz pazarın ve talebin araştırılması ve doğru analizine bağlı olmaktadır. İşletmenin kuruluş aşamasındaki bu ciddi yaklaşımin faaliyet döneminde de sürekliliği önemlidir. Piyasa araştırmaları birincil (anket, gözlem, deney) ya da ikincil kaynaklardan (yazılı matbu kaynaklar) elde edilen verilere dayanan araştırmalar ile yapılabilir.

Talep tahminine yönelik araştırmaların amacı, turizm sektörü için uygun politikalar geliştirmede turist varışlarını tahmin etmek ve talebi etkileyen faktörleri belirlemektir (Akış, 1998: 99). Bu anlamda turizm tesisi yatırımlarında tesisin kurulacağı bölgedeki turizm talebi önem teşkil etmektedir. Turizm talebi faktörü turizm yatırım projelerinde dikkat ve hassasiyetle ele alınması gereken bir unsurdur (Kahraman, 2010: 52). Turizm yatırımları açısından kritik önem taşıyan unsurlardan biri de olan alt yapı-tesis ilişkisi alt yapı tesislerinin (yol, su, elektrik, enerji, kanalizasyon, sıhhi tesisler vb.) tam olmadığı bir yörede yapılan turizm yatırımının kârlı olması olanaksızdır. Çünkü alt yapı yetersizliği, talep yetersizliğini yaratacak, talebin yetersiz oluşu gelir azalışını, gelir azalışı da işletmenin oluşturacağı kârı azaltacaktır (Kahraman, 2010: 47).

Daha gerçekçi bir yatırım kararının verilebilmesi için yatırım projelerinin piyasa araştırmalarında özellikle talebin uzun dönemli tahmin edilebilecek şekilde düzenlenmesi gerekmektedir. İşletmeler uzun dönemli hedeflerine varabilmeleri ve olası risklere karşı tedbirli olabilmeleri için talepteki değişimleri piyasa araştırmaları doğrultusunda tahmin etmek ve araştırmalarını zaman zaman güncelleştirmelidirler.

Turizm sektöründe uygun kapasitenin belirlenmesi, proje konusu tesisin konaklama, yeme-içme, eğlenme ve alışveriş gibi çeşitli hizmet birimlerinin

büyükliklerinin belirlenmesine ve kapasitelerinin gelecek dönemler itibariyle kullanım oranlarının tahminine yönelik bir araştırmadır (Barutçugil, 1989: 72). İşletme kapasitesinin belirlenmesine yönelik kararları işletmenin rekabet gücünü, maliyetini ve tüketicilerini önemli ölçüde etkiler. Yetersiz kapasite, büyümeyi engeller ve tüketicilerin kaybına neden olur. Aşırı kapasite, işletmenin kaynaklarının boşa gitmesine ve daha iyi yatırım yapılamamasına neden olur (Russel ve diğ., 2003: 393).

İşletme elindeki üretim faktörleri ve mevcut sistem ile piyasada başarılı olmak zorundadır. Bu nedenle kuruluş aşamasında işletmenin büyüklüğünü somut olarak belirlemek zorundadır. Örneğin bir otelin satılabilir oda kapasitesini yatırım tamamlandıktan sonra artırmak kolay olmayacaktır. Ayrıca satılabilir odaların tamamının da satılamayacağını (tam kapasite ile çalışılmayacağını) bu nedenle optimum (en uygun) oda satışının da dikkate alınarak tahmin yapılması gerekmektedir. Kapasite artırımı birçok şekilde ele alınmalıdır. Bunlar (Tuncer ve diğ., 2009: 95):

- Teknik kapasite, ekonomik kapasite,
- Maksimum kapasite, optimum kapasite, minimum kapasite, tam kapasite,
- Teorik kapasite, gerçekleştirilebilir kapasite,
- İş kapasitesi, ürün kapasitesi,
- Birim kapasite, toplam kapasitesi,
- Üretken birim kapasitesi, işletme kapasitesi, sektör kapasitesi,
- Atıl kapasite, aylak kapasite, boş kapasite, yedek kapasite, zorlanmış (aşırı) kapasite.

Endüstri piyasalarında önem kazanan kapasite konusu, turizm yatırımlarında da piyasa ve sektör koşullarına göre önem kazanmaktadır. Turizm yatırımlarında kapasitenin belirlenmesinde; yatırımcının mali durumu (sermayesi), yasal teşvikler, sektör tecrübesi, sahip olduğu üretim faktörleri (hammadde, personel, bilgi, teknoloji, araç-gereç, vs.), doluluk oranları, sektördeki rekabet durumu, talep yapısı ve değişimleri vs. faktörler dikkatlice ele alınmalıdır.

Turizm işletmelerinde kuruluş yeri ve konumluk yer seçimi yatırımcılar için belki de en önemli konudur. Çünkü turizm işletmelerinin buldukları yer turizm çekiciliklerine sahip ya da yakın yerlerdir. Yatırımcı amaçlarına uygun, kârlı, verimli ve ekonomik ölçütlere uygun bir şekilde faaliyetlerini sürdürebileceği yerlerde tesislerini kurmak isterler. Turizm yatırım yerleri bir kıta, bölge, ülke ya da şehir olabilir. İşletmenin fiziksel olarak yerleştirileceği mekân ise şehir

merkezi, sahil, dağ, yayla vs. bir yer seçilebilir. Bu açıdan kuruluş yeri, işletmenin amaçlarına en verimli, ve etkin bir şekilde ulaşmasına olanak sağlamak için faaliyetlerini yapmak üzere belirlediği yerdir şeklinde tanımlanabilir. Konumluk yer ise işletmenin seçmiş olduğu kuruluş yeri dikkate alınarak, örneğin; iş amaçlı seyahat edenlere hizmet eden bir otel ise şehir merkezleri, tatil (kum deniz güneş) amaçlı seyahat edenler için erişilebilir bir sahil otelin inşa edileceği konum olarak belirlenebilir. Buna göre de şehir oteli ya da resort hotel/tatil köyü olarak hizmet veren bir turizm işletmesi fiziksel olarak ortaya çıkar.

Turizm işletmelerinde kuruluş yeri ve konum seçilirken, ulaşım, personel tedariki, iklim ve doğa koşulları, su ve enerji olanakları, jeolojik koşullar, sosyal ve kültürel ilişkiler, yerel halkın ve yönetimin yaklaşımları, vergi-resim-harç-teşvik vs. kolaylıklar ya da engeller, mal ve hizmet satın alabilme imkânları, pazar alanı, işletme dışı artırımlar (tasarruflar) ve güvenlik gibi faktörler etkili olmaktadır.

2.4. Teknik İnceleme

Teknik inceleme tesisin teknik özelliklerinin belirlenmeye çalışıldığı ve esas itibarıyla projenin mühendislik yönünü oluşturan çalışmaları kapsar. Teknik inceleme çalışmaları; ürün dizaynının belirlenmesi, üretim yönetiminin tespiti, makine ve teçhizat seçimi, tesis binalarının ve tesis içi yerleşme düzeninin belirlenmesi, yatırım dönemi uygulama planının hazırlanması ile oluşmaktadır (Çonkar, 1992: 46). Turizm yatırım projelerinin teknik yönden geliştirilmesi aşamasında, projenin teknik tanımı yapılarak, yatak ve yan hizmet üniteleri kapasitesinin teknik yönden uygunluğu araştırılmalıdır (Barutçugil, 1989: 35). Turizm yatırımlarında teknik yönden yapılabilirlik incelemeleri, kurulacak tesisin ve kullanılacak teçhizat ve donanımın teknik incelemesi, işletme içi yerleşme düzeninin kurulması, yatırım dönemi uygulama planının hazırlanması gibi konuları da kapsar (Barutçugil, 1989:35).

Teknik inceleme aşamasında projenin teknik kapasitesi ve bu kapasiteye uyumlu teknik girdi ve çıktılar saptanarak aralarındaki ilişkiler ve denge açıklığı kavuşturulur. Örneğin bir ekolojik doğa oteli ile şehir otelinin, bir resort oteli ile bir kışlık otelin (oberj) teknik özellikleri aynı olmayacaktır. Tesislerin mimari yapıları ve doğaya uyumlulukları, üretilecek mal-hizmet karması otelin yatırım yapılacağı yer ve konumun doğal, tarihi ve kültürel değerlerini yansıtacak şekilde inşa edilmeleri konusunda özen gösterilmelidir. Diğer önemli bir hususta

mimari projelerin yasalara uygun (örneğin, Turizm Yatırım ve İşletmeleri Yönetmeliklerine) olarak hazırlanması ve uygulanmasıdır.

2.5. Mali İnceleme

Mali (finansal) inceleme, ekonomik ve teknik incelemenin ortaya koyduğu verileri kullanarak yatırımcı kuruluşların mali yapılarını ve projenin mali yönden yapılabilirliğinin ortaya konduğu incelemedir. Finansal inceleme çalışmaları; yatırımın toplam maliyetinin hesaplanması, projenin finansman ihtiyacının ve kaynaklarının belirlenmesi, işletme dönemine ait gelir ve gider tahminleri yapılmasıyla gerçekleştirilir (Çonkar, 1992: 51).

Bir yatırımın finansal olarak planlanması, yatırım için düşünülen şeylerin rakama dökülmesini sağlar. Yatırımın bütçelendiği bu aşamada finansal değerler yapılmalıdır ki genelde yatırımın kabul edilip edilmeyeceği bu değerlemeler sonucuna bağlı olarak karara bağlanmaktadır. Finansal yapının analiz edilmesinde aşağıdaki unsurların dikkate alınmasını gerektirmektedir (Eryılmaz ve diğ., 2015: 123):

- Yatırımın maliyetinin ve kullanılacak finans kaynağının (yabancı/öz kaynak) belirlenmesi,
- Yatırım ile ortaya çıkacak ve gelecek dönemleri de içeren nakit akışlarının tahmin edilmesi,
- Yatırımın sabit ve değişken maliyetlerinin belirlenmesi,
- Yatırımın kâra geçiş noktasının (başa baş noktası) hesaplanması,
- Yatırımın finansal olarak değerlendirilmesi.

Mali analiz aşamasında, ülkedeki ve dünyadaki ekonomik konjonktür (enflasyon, faiz, kur vs.) de dikkate alınmalıdır.

2.6. Hukuki İnceleme

Hukuki araştırma, kurulacak işletmenin hukuki yapısını ve yasal açıdan atılması gereken adımları belirlemeye yönelik analizleri kapsar (Can ve diğ., 2007: 90). Sermaye gereksinimi, mali sorumluluğu sınırlama, vergilendirmedeki farklılık, kredi sağlama olanakları, kuruluş giderleri, işletme yapısından gelen zorunluluk gibi etkenlerin değerlendirilmesi hukuki inceleme ile yapılır (Karalar, 2001: 390).

Yatırımcı gerçek ya da tüzel kişi ve kişilerden oluşabilir. İşletmenin yatırımı ve faaliyetlerini yapabilmesi buldukları ülkenin yasalarına bağlılığı

gerektirir. İşletmelerin ortaya çıkması ve yönetilmesi hukuki bir zemine oturtulmak zorundadır. Bu amaçla dünyanın her ülkesinde çeşitli kanuni düzenlemeler yapılmıştır. Türkiye’de Türk Ticaret Kanunu, Borçlar Kanunu ve bazı hatları ile Türk Medeni Kanunu işletmelerin kuruluşundan ticari faaliyetlerini sürdürmesine ve hatta ticari işlemlerini sonlandırılmasına ilişkin olarak işletmelerin yükümlülüklerini yasalar ile kurallara bağlamıştır. Uluslar arası zincir otel işletmelerinde olduğu gibi devreye uluslar arası hukuki müeyyidelerde girmekte ve işletmelerin hukuki kimlikleri ve işlemleri daha karışık bir hal alabilmektedir. İşletmeler şahıs şirketleri (kolektif, adi komandit) olabilecekleri gibi sermaye şirketleri (limited şirket, anonim şirket) şeklinde de kurulabilir ve faaliyetlerine devam edebilirler.

3. Ön Fizibilite Raporu Örneği: Bolu Göynük Doğa Otelı

Hangi sektörde olursa olsun yatırım fikri ciddi bir karar alma olayıdır ve fikir aşamasından tesisin faaliyete geçmesine kadar ciddi proje aşamalarından geçilir. Aşağıda örnek olarak verilen rapor fizibilite etüdünün ilk aşamasıdır. Raporu yazan kişinin tarafsız olarak elde ettiği verilerden ve yorumlardan oluşur. Bu rapor dahi yatırım yapma fikrinin daha ilk aşamalarından ileriye gidilmemesine sebep olabilir. Diğer bir değişle, fizibilite etüdünün ikinci aşamasına (ekonomik, teknik, mali ve hukuki incelemeler) geçmeye dahi gerek kalmayabilir. Nitekim bu ilk aşamada detaylı olmayan ancak ham bilgilerden oluşan veriler (yatırım yapılacak tesis ve tesisin bulunduğu destinasyon ile ilgili temel bilgi ve düşünceler), yatırımın yapılabilirliği ile ilgili yatırımcıya yön verecektir. Ön fizibilite raporuna rağmen tüm zorlukların aşılabacağına ve bu yatırımın başarılacağına olan inanç yatırımcının sonraki aşamalara geçmesine vesile olacaktır.

3.1. Bolu, Göynük İle İlgili Bilgiler

Bolu ili, Göynük ilçesi ile bilgiler kapsamında bölgenin coğrafyası, iklimi, ekonomisi, nüfusu, doğal yapıları, göller, tarihi, kültürü, gastronomi ve konumu incelenmiştir.

Coğrafya: Göynük, Bolu iline bağlı, İstanbul ve Ankara gibi iki büyük metropolün tam ortasında ve bu iki büyük şehrin, tabiat güzelliği ve ormanlarıyla arka bahçesi konumundadır. Göynük, Bolu'nun güneybatısında yer alıp il merkezine 98 km uzaklıktadır. İlçe; Bilecik, Eskişehir, Ankara ve Sakarya illerinin sınır komşusudur. Göynük'ün 1000–1500 m. arasında bir şeritte

yer teşkil etmektedir. Buraya gelen yerli ve yabancı turistler Göynük'ün çeşitli yaylalarına çıkarak 30 km' lik bir yürüyüş parkurunda hem doğanın güzelliğini seyredebilmekte hem de yürüyüş yaparak kentin stresli ve gürültülü ortamından uzaklaşabilmektedir. En önemli doğa yürüyüşü parkurları Değirmenözü ve Çubuk yaylalarıdır. İlçenin 30 km. güneydoğusunda dik yamaçlar arasında bir vadide Himmetoğlu Köyü yakınında "Çatak Sıcak Su Kaynağı" bulunmaktadır. Kaplıcanın 32 °C olan suyu kalsiyum bikarbonatlıdır. Romatizma ve siyatik gibi rahatsızlıklara iyi gelmektedir.

Göller: Sünnet Gölü: Göynük'ün yaklaşık 27 km. doğusunda bulunmaktadır. Kurudağ ile Erenler tepesi arasında dar ve derin vadideki bir heyelan çukurunda oluşmuştur. Sünnet gölü çevresinde konaklama tesisi, halka açık piknik alanları ve yürüyüş parkurları olan bir mesire yeridir.

Çubuk Gölü: Göynük'ün 11 km. kuzeyindeki göl, kayabaşı tepesinden inen heyelanın vadiyi tıkaması sonucu oluşmuştur. Tamamen doğal bir göl olan Çubuk gölünde tesis yoktur. Sadece yanında küçük bir köy vardır. Çevresinde yürüyüş parkuru bulunmaktadır, gölden doğru Çubuk yaylasına yürüyüş yapmak isteyenler için ideal bir göldür.

3.2. Bolu'nun Tarihi

Bolu'nun tarihi M.Ö. 8. Yüzyıla gitmektedir. Bebrıklar, Bithynialılar'ın bu topraklardaki başlıca yerleşim yerleri Kienos (daha sonra Prusias, bugün Konuralp) ile Bithynion (bugünkü Bolu)'dur. İskender'in ölümünü izleyen dönemde Bolu yöresinde bağımsız Bithynia Krallığı kurulmuştur. Roma Askeri yolunun "Dadastan" adı ile bilinen şimdiki Göynük'ten geçtiği tarih kitaplarında ifade edilmektedir. Göynük'ün bilinen en eski adı "Koinon Gallicanon"dur. Göynük, Türk beyliklerinin, Bizans, Roma ve Osmanlı medeniyetlerinin yerleşim bölgesindedir. İlçenin Susuz, Kilciler, Narzanlar, Boyacılar köylerinde ve bu köylerin civarlarında Bizans devrine ait yazılı eserler bulunmuştur. İlçede günümüze kadar ayakta kalabilmiş tarihi eserler ve yapılar mevcuttur.

Zafer Kulesi: Göynük'ün simgesi haline gelen Zafer Kulesi ilçeye hâkim bir tepeye 1923 tarihinde Cumhuriyet döneminin ilk kaymakamı Hurşit bey tarafından altıgen taş temel üzerine 3 katlı ahşap yalı baskı mimarisi tarzında Kurtuluş Savaşının başarılarını sonsuza ulaştırmak istercesine halkın en coşkulu duygularını yansıtan bu anıtsal eser yapılmıştır.

Gazi Süleyman Paşa Camii: 1331-1335 tarihleri arasında Orhan Gazi'nin oğlu Gazi Süleyman Paşa tarafından tek şerefeli tek minareli ve tek ahşap kubbeli olarak inşa edilmiştir. 1948-1960 yıllarında restore edilen caminin

en büyük özelliği yöredeki ilk Osmanlı eserleri arasında en sağlam eserlerden biridir.

Gazi Süleyman Paşa Hamamı: Gazi Süleyman Paşa tarafından cami ile aynı tarihte yapılmıştır. 1331-1335 Hamam tamamen traverten kesme taş ile yapılmış olup bay ve bayan bölümü ayrıdır. Eser bölgenin en eski ve en büyük hamam olma özelliğini korumaktadır. Evliya Çelebi seyahatnamesinde Ankara ve İstanbul da dahi böyle muhteşem bir hamam bulunmadığı konusu övgü ile bahsedilmektedir.

Akşemseddin Hazretleri Türbesi: Fatih Sultan Mehmet'in hocası Akşemseddin'in Göynük'deki Türbesi 1464 yılında Fatih Sultan Mehmed tarafından yaptırılmıştır. Türbede ayrıca Akşemseddin'in oğulları Sadullah ile Emrullah çelebilerin sandukaları vardır. Göynük İlçesinde her yıl 29 Mayıs'tan bir önceki pazar günü Akşemseddin Hazretleri'ni anma günü düzenlenmektedir. Büyük katılımların olduğu bu günde bilimsel nitelikte sempozyumlar da gerçekleştirilmektedir.

Tarihi Sokak Araları: Eski Anadolu Türk yaşayışının yerleşme kültürünün önemli örneklerinden birini Göynük'ün arazinin oluşumuna göre biçimlenmiş dar sokaklarında görebilirsiniz. Özenle korunan Göynük'ün tarihi sokak dokuları doğal Arnavut kaldırımı taşı ile kaplı, tarihi sivil mimari ile özdeşleşen sokakları ile dikkat çekicidir.

Tarihi Kalıntılar: Göynük'ün Bizanslılar döneminde de bir yerleşim yeri olduğunun kanıtı olan Kiliciler Köyü'nde bu döneme ait bir kilise kalıntısı ile o devirlere ait mezar kitabeleri vardır. Friglere ait en eski yazılı belge 1966 yılında Göynük'ün Soğukçam (Germonos) Köyü'nde bulunmuştur. Burada Friglere ait kalıntılar vardır. Bunların en önemlilerinden biri ise yüksek bir kaya üzerine yazılı kitabedir.

Kültür: İlçe mevcut durumu ile tarihi dokusu bozulmamış ender rastlanan Osmanlı kasabalarından birisidir. Göynük en eskisi yaklaşık 700 yıllık eski eser niteliğindeki konut, işyeri, hamam, türbe, hazire, tarihi çınar ağaçları gibi tarihi değerlerle süslü olup bu eserler halen işlevlerini sürdürmektedirler. Bu değerlerle birlikte halen yaşayan bir tarih olan ilçede kültürel değerler ve gelenekler, giyim kuşam, yöresel folklor, yöresel mutfak kültürü ve sosyal ilişkiler halen orijinallliğini koruyarak yaşatılmaktadır.

Göynük Evleri: Anadolu'da Türk yaşayışının, yerleşme kültürünün önemli örnekleri Göynük'te görülmektedir. Göynük içinden geçen derelerin yamaçlarına kurulmuş daracık sokaklarda bulunmakta olan bu evler ilk Osmanlı

yapılarının estetikleri, sadelikleri gibi özellikleriyle ilgi uyandırmaktadır. Göynük evleri bir biri üstünden ileriye bakmaya çalışan, zaman zaman % 40'ı bulan bir eğim üzerinde ve dar sokakların çevresinde bahçeler içerisinde kurulmuştur. Evler genellikle zemin kat üzerine 1 veya 2 kattır. Yaşları 100-150 yılı bulur.

Göynük'ün Gastronomisi

Göynük yöresel yemekleri ve ızgarası ile ön plana çıkmaktadır. Bunlardan öne çıkanları şunlardır: Tarhana Çorbası, Erişte Çorbası, Düğün Çorbası, Keş (Kesik), Ekmek Çeşitleri (Odun ekmekleri, çörekler), Ev Makarnası (Saçak, topalak), Et Yemekleri (Güveç, kuzu doldurma, kavurma), Atom fasulyesi, Tatlılar (Oklava tatlısı, baklava, hoşmerim, kabaklı yufka, uhud ve pekmez), Börekler (Dik börek, su böreği, yufkaböreği), Pideler ve Gözleme.

3.3. Göynük'ün El Sanatları ve Folkloru

Turistik ilçe Göynük'ün kendine has el sanatları; El dokuması tokalı örtme, peşkir, iğne oyaları, el işlemleri, Göynük bebeği, ahşap eşyalar gibi otantik ürünleri eski Türk El Sanatlarını hala günümüzde yansıtmaktadır. Göynük'ün Kadınlar Pazarı denilen ve çevre köylerden getirilen binbir çeşit ürünün satıldığı pazarda; yerel dokumalardan ahşap oyma eşyalara, süt ürünlerinden şifalı otlara, kuru bakliyattan yöreye özgü atom fasulyesine kadar pek çok şey bulmak mümkündür. Ziyaretçiler, ilçede yöresel tokalı örtü, pala bezi, kilimler peşkir, saçaklı örtü, kabak örtü, karaboyalı örtü ve göynük bezi bulabilmektedirler.

3.4. Doğa Resort & Spa Hotel Hakkında Bilgiler

Konumu: Bolu dağları arasındaki saklı cennet Göynük İstanbul ve Ankara'nın tam ortasında kalan eski İpek yolu üzerinde yer almaktadır. Doğa Resort & Spa Otel Göynük -Bolu yolu 7 km. mesafede bulunmaktadır.

Otel Hakkında Bilgi: Bolu Valiliği İl Özel İdaresi'ne ait 10.000 m² kapalı olmak üzere 117.000 m² alan üzerinde kurulu bulunan Göynük Doğa Resort & Spa Otel bir özel teşebbüs tarafından 2024 yılına kadar işletilmek üzere devralınmıştır. Otelin üniteleri şöyledir:

- **Bodrum katı:** Kalorifer dairesi, çamaşırhane, depolar ve satın alma girişi
(Kalorifer kazanları, çamaşırhane) yeterli ve çalışır durumda. Diğer bölümler tadilat, dekorasyon vs. yatırım gerektirmektedir.

- **1. kat:** 2 adet konferans salonu (150'şer kapasiteli), toplantı salonu (50 kişilik), disko, oyun salonu, çocuk oyun odası, mescit, idari ofisler ve WC.
- **2. kat:** Kahvaltı salonu (80 kişilik), toplantı salonu (50 kişilik) ve idari ofisler
- **3. kat:** Ana Alacarte restoran, et ve sebze soğuk odaları, ana mutfak, asansör odası, mutfak ve restoran depoları ve 6 adet depo (35 m²lik).
- **4. kat:** Boş çatı katı. Bilardo ve masa tenisi salonu, jimnastik salonu, masaj salonu, fitness salonu vb. olmaya uygundur.
-

Odalar: Otel iki bölümden oluşmakta ve her bölümde 63'er oda bulunmaktadır. Bir bölümü hizmete açık olup diğer bölüm ise odaları boş olarak hizmete kapalı vaziyettedir. Açık olan bölümde 63 oda ve 140 yatak kapasitesi olup odalardan 3 tanesi suit odadır. Kapasite 35 yatak ilavesi ile artırılmaya müsaittir. Standart odalar ortalama 25 m² olup, tek, iki, üç ve dörder kişilik odalar mevcuttur. Odalarda direkt telefon, televizyon, minibar, banyo/WC, sıcak su bulunmakta olup, odaların hepsi doğa ve orman manzaralıdır.

Binanın dış cephe yalıtımı, çatısı, lobi ve restoran boya ve badanaları yapılmış ve halıları yenilenmiştir. Konferans salonlarından birisi (150 kişilik) kullanıma hazır hale getirilmiştir. Otelin ısınma problemi olmamakla birlikte odalara uygulanacak işletmecilik konseptine göre dekorasyon yatırımı (perde, yatak, çarşaf, halı vesaire oda işletme ve müşteri malzemesi dâhil) yapılması gerekebilir. TV'lerin yenilenmesi ve her odaya uydu bağlantılı görüntünün verilmesi ve bunun için yatırım yapılması gerekmektedir. Odalara internet erişimi yoktur, yapılması gereklidir. Her katta mutlaka malzeme odaları bulunmalıdır. Otelde kamera güvenlik sistemi mevcuttur.

Yiyecek ve İçecek: Otelin 500 kişi kapasiteli bir alacarte restoran ve 150 kişi kapasiteli bir kahvaltı salonu vardır. Her iki restoran otelin bahçesinde bulunan yapay gölet, doğa ve orman manzaralı olup, 20 kişilik kapasite artırımı mümkündür. Alacarte restoranda canlı müzik tesisatı mevcut olup, dans pisti vardır. Restoranların aşırı kapasite durumunda, restoranların hemen dışına (asma katlara) masalar kurulabilmekte ve kapasite daha da artırılabilenekte olup, asma katların açık ve manzaralı olması dolayısı ile hizmette bir sıkıntı yaratmamaktadır. Restoranlar açık büfe tarzında ve alacarte servis verebilmekte ve yöresel sebze ve meyvelerden oluşan yemekler yanında balık, et ve Osmanlı yemekleri ile menü zenginliği sağlayabilmektedir. Otelde alkollü ve alkolsüz soğuk ve sıcak içkiler servis edilmektedir.

Lobide bar, şömine ve şark köşesi mevcuttur. Bar'da sıcak içecekler de verilebilmektedir. Ancak çay ocağının barın içerisinde bulunması uygun değildir. Bahçede barbekü verilebilecek bahçe mevcuttur. Ana restoranda yemek

hazırlayan mutfak küçük olup mutfak ekipmanı ile takviye edilmesi gerekir. Örneğin, taşfırın gibi. Mutfak 3. katta olduğundan dolayı 2. kattaki kahvaltı restoranına ve lobiye yemeklerin ve malzemelerin ulaştırılabileceği asansör gereklidir. Keza aynı sıkıntı 2. kattaki kahvaltı salonu içinde geçerlidir. 3. katta yeterince (6 adet) 35 m²lik depo olmaya müsait odalar bulunmaktadır. Bunlar müşteri, temizlik kırtasiye-matbu evrak, işletme malzemesi vs. amaçlı kullanılabilir. Ana restoranın olduğu 3. katta da mutfak ve restoran depoları (50 m²lik) ile 3 ayrı depoda bulunmaktadır. Bu katta 2 adet et ve sebze-meyve soğuk odaları da mevcuttur. 2. katta masa ve sandalyelerin bulunduğu depo mevcuttur. 3. katta ana asansör odası vardır. Tüm depolarda tadilat boya ve badana gerekmektedir.

Ana alacarte restoran (150 kişilik) ve kahvaltı salonu (80 kişilik) haricinde şömineli ve şark köşeli lobi bar ve dışarıda barbekü bahçesi yiyecek içecek hizmetleri sunmakta olup, odalarda minibar ve oda servisi mevcuttur. 1. Katta bulunan disko (yaklaşık 200 m²)'da, oyun salonunda (50 m²) ve 4. Katta bulunan bilardo salonunda da içki ve snack türü yemek servisi yapılabilir. Konferans ve toplantı salonları da ayrıca balo, düğün, özel günler gibi yemekli eğlence, doğum günü, balolar vb. içinde kullanılabilir.

Konferans ve Toplantı İmkanları: Otelde 2 adet 150'şer kişilik konferans salonu ve 2 adet toplantı salonu mevcuttur. Konferans salonlarından 1 tanesi hizmet verebilir durumda olup, diğer konferans salonu ve toplantı odalarından birisi ise tadilat ve dekorasyona ihtiyaç vardır. Konferans ve toplantı odalarının ses ve görüntü sistemleri, eş zamanlı çeviri vb. teknik alt yapı ve ekipmanı mevcut değildir.

Sağlık ve tatil konseptine sahip otelin, bir sonraki müşteri segmenti olarak şirketleri hedef pazar olarak belirlemesi olanaklıdır. Bunun için yatırım ile birlikte stratejiler de geliştirilmelidir. Toplantı amacı ile gelen şirket müşterilerine barbekü, sucuk partileri, kısa doğa yürüyüşleri, bisiklet, at ve fayton turları, ATV turları, balık tutma, fotoğrafçılık, paintball, çeşitli animasyonlar ve benzeri spor ve bilgi yarışmaları gibi toplantı dışı aktivitelerden yararlanabilmelerine de imkân verilmelidir.

Spa & Fitness Hizmetleri: Her ne kadar otelin adında Spa kelimesi geçse de otelin spa'sı ve türevleri bulunmamaktadır. Bodrum katta ciddi bir yatırım ve konsept ile spa yapılabilmesi için yeterli alan mevcuttur. Burada Türk hamamı, kapalı havuz, jakuzi ve buhar banyosu gibi hizmet alanları yapılabilmesi mümkündür. Çatı katında ise (4. Kat) fitness, masaj, jimnastik vb. aktiviteler verebilecek alanlar mevcuttur. Otelin arazisinde yer altı kaplıca suyu yoktur. En yakın yeraltı suyu 30 km. uzaklıkta olup (su sıcaklığı iyi bir kaplıca için gerekli olan sıcaklık için mükemmel olmasa da), romatizmaya iyi geldiği ve

32 °C olduğu bilinen suyun otele getirilmesi gerekmekte olup Maden Tetkik ve Araştırma (MTA) ve ilgili kuruluştan izinler çıkartılmalıdır.

Aktiviteler: Otel bir doğa oteli olduğundan dolayı müşterilerine doğa temelli aktivitelerden oluşan hizmetler verilebilir.

Tablo 1: Turistlerin Yörede Yapabilecekleri Faaliyetler

Trekking (Doğa yürüyüşü)	At Biniciliği	Çadır kurma ve eğitimi
Bisiklet	Kelebek gözlemciliği	Hobi bahçeleri
Yaylalara ve göllere cip safari	Köyleri, köy pazarlarını ve tavuk çiftliklerini ziyaretler	Mudurnu, Beypazarı, Taraklı günübirlik kültür turları
Fayton turları	Yaban hayatı izleme gezileri	Tarihi yerleri ziyaretler
Sportif olta balıkçılığı	Botanik gezisi	Paintball
Doğa fotoğrafçılığı	Gastronomi gezileri	Futbol, basketbol, voleybol vb

4. Otelin Güçlü, Zayıf Yanları İle Fırsat Ve Tehditlere Yönelik (Swot) Analizler

Otel kendi içerisinde kaynaklanan güçlü ve zayıf yanları ve çevreden kaynaklanan fırsat ve tehditlerden etkilenenektir. Bu nedenle otelin bulunduğu Göynük ilçesinin coğrafik, sosyal ve kültürel çekiciliklerin ve tehditlerin ayrıca otelin güçlü ve zayıf yönlerinin irdelenmesi gerekmektedir. Çünkü otelin başarısını etkileyecek faktörler içsel ya da çevresel faktörlerin etkisi altındadır.

4.1. Çevre Analizi

Fırsatlar: Göynük, İstanbul ve Ankara gibi metropollerin tam ortasında medeniyete yakın ama ormanları, göller, nehirleri, yaylaları vs. doğal çekicilikleri ile bakir bir bölgedir. Göynük'e İstanbul, Ankara, Bolu ve Adapazarı'ndan otobüs seferleri vardır. Göynük, tarihi İpek yolu güzergâhındadır. Bölgenin yaylaları, yayla turizmini öne çıkarmaktadır. Yaylalara ulaşımın kolay olması hafta sonu tatilcileri için cazip olmaktadır. Göynük çevresinde yeraltı termal kaynak sularının mevcut olması kaplıca ve sağlık turizminin bölgede gelişmesine olanak sağlamaktadır. Psikolojik, fizyolojik ve terapi amaçlı sağlık, dinlenme ve tatil olanakları sağlayan bölge aynı zamanda kültür, tarih, gastronomi, ve dini özellikleri ile de bir turistik çekim alanıdır. Sünnet Gölü Tabiatı Parkı gibi alanları koruma altına alan yasal statülerinin olması, bölgeyi sürdürülebilir turizmin

gelişmesini sağlamaktadır. Bölgenin hemen her yerinde ulaşım, elektrik, iletişim ve su olanakları mevcuttur. Göynük Kapı Ormanı Yaban Hayatı Geliştirme, Yerleştirme, Yaban Hayatı Koruma Sahaları ve Avlaklar bulunmaktadır. Bölgede organik gıda ürünleri (et, yumurta, sebze, meyve) her zaman bulabilmek mümkündür. İlçede ve bölgede yöresel festivaller ve etkinlikler düzenlenmektedir (örneğin: Mayıs aylarının son haftası pazar günü Akşemseddin Hz. anma günü).

Tehditler: Bölge tüm çekiciliklerine rağmen yeterince tanıtılmamaktadır. Göynük her ne kadar coğrafik olarak İstanbul ve Ankara arasında olsa da, ulaşım olarak ana karayollarına olan uzaklıktan dolayı bölge yeterli ilgiyi alamamaktadır. Bölgede yol yapımları bulunmaktadır. Ulaşımdan kaynaklanan sıkıntılardan dolayı bölgeye hâkimiyet güçtür. Doğa yürüyüş parkurları profesyonellikten uzak, planlı ve çeşitli değildir. Özellikle bölgede yetişen mantar başta olmak üzere birçok endemik bitki tehdit altındadır. Orman yangınlarının çıkma ihtimali bulunmaktadır. Bölge 2. Derece deprem kuşağında olup Kuzey Anadolu Fay hattına oldukça yakındır. Günübirlik kullanımlar için ayrılmış rekreasyon alanları (örneğin: piknik, gözetleme, dinlenme alanları vs.) küçük ve azdır. Motokamp ve çadır kurmaya müsait alanlar olmasına rağmen planlı yer tahsisleri yetersizdir. Kümes hayvanı yetiştiriciliği bölge halkının en önemli geçim kaynağıdır. Köy yolları, tavuk çiftliklerinin çok olması ve tavuk kamyonlarının oluşturduğu kirlilik ve ağır koku rahatsız edici olabilmektedir. Kümeslerden atılan ölü tavukların doğal çevreyi kirletmesi ve hastalıklara sebep verebilme ihtimali bulunmaktadır. Bölgede köylerin, ticari faaliyette bulunan kümeslerin bulunması, çevrenin kontrolü, temizliği ve yangın tehlikesi riskini artırmaktadır.

4.2. İşletme Analizi

Güçlü Yanlar: İşletme, İstanbul ve Ankara'nın tam ortasında kalan eski İpek yolu üzerinde yer alan Göynük- Bolu yolunun 7. km'de yer almaktadır. Otel doğa ve dağ manzaralı bir doğa otelidir. İşletme Bolu Valiliği İl Özel İdaresinden kiralanmış olup sözleşmesi 2024 yılına kadar geçerlidir. Tesise yapılacak yatırım ve başarılı yönetimle sözleşmenin uzatılmasına bölge ve ülke çıkarları dâhilinde kesin gözüyle bakılabilir. Kira bedeli oldukça düşüktür. Otel doğa, spor, konferans, kongre, dinlenme ve hafta sonu gezileri için dört mevsim gidilebilecek ideal bir mekândır. Otel 10.000 m² kapalı olmak üzere 117.000 m² alan üzerine kuruludur. 63 odası, 2 adet restoranı, 1 konferans salonu (150 kişilik) ve 1 toplantı odası (50 kişilik) hâlihazırda hizmet vermektedir. Henüz

faaliyette olmayan bölümdeki 63 odanın hizmete açılması ile kapasite büyütülebilir ve boş tutulan alan ve depoların tadilat ve dekorasyonu ile otel yeni bir görünüm kazanabilir. Odaların tamamı ve restoranlar doğa ve orman manzaralıdır.

Zayıf Yanlar: Otelin finansal yapısını gösteren (örneğin: Kâr zarar, gelir gider, maliyet, bütçe, tahminler, nakit akışı, sermaye yapısı, ortaklık durumu vb.) mali ve finansal tablolar elde mevcut değildir. Otelin hâlihazırda bir bütçesinin ve mali-finansal tablolarının olmamasından dolayı finansal denetim ve analizinin yapılması gereklidir. Otel iki kısımdan olup, bir kısmı (63 odası ve çeşitli depolar, odalar, toplantı odaları vs.) ise henüz hizmete açık değildir. Odaların tamamı boş olup yatırım gerekmektedir. Otelin adına ve konseptine uygun olarak bir "spa" sı yoktur. Otelin sağlık konseptine uygun olabilecek sıcak termal su otele 30 km. uzaklıkta olup, otele getirilmesi için izin ve gerekli alt yapı yatırımı gerekmektedir. Otel bahçe ve otopark peyzajının yapılması gereklidir (yapay gölet dâhil). Otelin kazan dairesinde 2 adet kazan olup bunlardan biri ısınma, diğeri ise sıcak su için kullanılmaktadır. Otelin ısıtma sistemi kömürle sağlanmaktadır. En yakın yerden temin edilen kömürün kalorisini ısıtmaya yeterli olmadığından dolayı (sadece sıcak su için yeterli), kömür İstanbul'dan getirilmektedir. Otelin departmanları ile ilgili organizasyonunun yeniden yapılandırılması ve ihtiyaç duyulan istihdamın tespit edilmesi gereklidir. Otelin bilgi işlem sisteminin kurulması gereklidir. Otelin rezervasyon ve internet yapısının yönetsel ve teknik olarak dizayn edilmesi ve sistem kurulması gerekmektedir. Otelin tüm mefruşat, işletme, teknik vs. malzemelerinin eksik olanlarının ve tadilat yapılması gerekenlerinin tespit edilmesi, gerekli dekorasyon işlerinin yapılması gereklidir. Otelin sarf malzemelerinin (gıda, teknik vs.) nerelerden, kimlerden ve hangi şartlarda satın alınacağını, bunların otelde muhafaza ve transferlerinin sisteme bağlanması gereklidir. Otelin iş tanımları ve standart operasyon prosedürleri yapılmalıdır. Personel eğitim ihtiyacının belirlenmesi gerekmektedir. Otelin geçmiş ve bugünkü hukuksal yapısının ve sorumluluklarının tespit edilmesi ve tatbik edilmesi gereklidir (örneğin: Sahiplik ve kira sözleşmeleri, varsa ortaklık sözleşmeleri, acenta, şirket ve tedarikçilerle yapılan sözleşmeler, SGK, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Belediyeler, Valilik, Orman ve Su İşleri Bakanlığı, MTA, Hıfzıssıhha, Müzik ve Sanat Eserleri Telif Hakları, vs.).

4.3. Rekabet Analizi

Göynük Sünnet Gölü Doğa Yaşam Oteli: Göl manzaralı otelde toplam 45 Oda ve 125 yatak bulunmaktadır. Odalarda merkezi ısıtma, 24 saat sıcak su,

televizyon uydu yayını ve bazı odalarda saç kurutma makinesi, mini bar ve telefon mevcuttur.

Göynük Oteli: İlçe merkezinde bulunmakta, bir yıldızlı olup 22 yatak kapasitelidir. Kaloriferli, 24 saat sıcak su, odalarda mini bar, televizyon ve telefon bulunmakta, Ayrıca Yöresel yemeklerin sunulduğu restoranı da bulunmaktadır.

Konaklar: İlçe merkezinde, Türkoşlar Konağı, Akşemsettinoglu Konağı, Hacı Ali Paşa Konağı, Gürcüler Konağı bulunmaktadır.

Kamp Alanları: Bolu Aladağlar'da 300 dönümlük çam ormanı içine kurulu olan Mountrain Kamping, konaklama ve yeme içme imkânları sunmaktadır. Göksu'da Aladağ Gençlik – İzcilik ve Spor Kampüsü Tesisleri bungalov tarzı konaklama, doğa sporları ve yiyecek içecek imkânları sağlamaktadır. Çadır kurmaya ve motokamp yapmaya müsait yerlerde ayrıca mevcuttur.

Pansiyonlar: İlçede Hindiba Aile Pansiyonu gibi birçok pansiyonu bulmak mümkündür.

4.4. Pazar Analizi

Otel ağırlıklı olarak İstanbul ve Ankara'dan gelen müşterilere hizmet vermektedir. Ziyaretçilerin hemen hepsi yerli turistlerdir. Çalıştığı en büyük seyahat acentalarından birisi Jolly Tur'dur. Otelin çevre illerden (Bolu, Sakarya, Eskişehir, Bilecik ve Bursa'dan) gelen ziyaretçileri özellikle hafta sonlarını tercih etmektedirler. Göynük konum olarak doğa ve kültür turizmi ağırlıklı bir tatil destinasyonudur. Bolu Yedigöller, Abant, Mudurnu ve Beypazarı'da Göynük dâhil tatil ve tur paketleri içerisinde yer almaktadır. Dolayısı ile tatil amaçlı seyahat düzenleyen İstanbul ve Ankara merkezli birçok seyahat acentasının programında olan bir doğa ve kültür destinasyonu olan bölge aynı zamanda çevre illerdeki fabrika ve kuruluşların çalışanları ve yöneticileri için de dinlenme, konferans ve toplantı olanaklarını da sunan bir bölgedir. Bölgedeki güzergâhlarda turların gecelemelerinin ortalama bir gece olduğu genellemesi yapılabilir ancak kış aylarında konaklamalarda geceleme sayısı artış göstermektedir. Konaklama tesislerinin ve kapasitesinin azlığı, var olan tesislerin doluluklarını olumlu yönde etkilemektedir.

Bolu Göynük Doğa Oteli yönetim ve tesisteki eksikliklerden dolayı pazardan yeterince pay alamamaktadır. Bölgede yerel yönetimlerin ve tesislerin

tanımlarının yetersiz olması ve İstanbul- Ankara güzergahındaki ana yollara uzaklığı bölgenin turistik destinasyon olarak farkındalık yaratabilmesindeki diğer önemli problemidir.

Sonuç

İşletmeler yeni bir ticari faaliyete başlamak ya da büyümek için yatırım yaparlar. Yeni bir turizm işletmesi kurmak, yenilemek ya da inşa etmek turizm sektöründe maliyetli ve riskli bir iştir. Bunda ulusal ve uluslararası seyahat eden turistlerin makro çevre faktörlerinden etkilenerek seyahatten vazgeçmesi ve turizm faaliyetlerine katılmama kararı vermesi etkili olmaktadır. Terör, anarşi, siyasi istikrar, uluslararası ilişkiler ve yasalar, bulaşıcı hastalıklar, doğal afetler, uçak kazaları, ekonomik dalgalanmalar, talep değişiklikleri, rekabet vs. sebepler turizm arz ve talebini etkileyen faktörlerdir. Turizmin doğal, ekonomik, sosyal ve kültürel boyutlarının olması ve bu faktörlerden etkilenmesi yatırım kararlarının dikkatlice alınmasını, tahminlerin doğru ve gerçekçi yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Örneğin, uluslararası zincir bir otel bir pazara (ülkeye) yatırım yapacağı zaman ev sahibi ülkenin politik ve ekonomik istikrarına, güvenliğine, potansiyel pazarın büyüklüğüne önem verir. Yabancı bir ülkeye yatırım kararlarında işletmeler, oteli inşa etmek, ortaklık ya da imtiyazlı anlaşma gibi büyüme şekillerinden birine de karar vermek durumundadırlar. Otelin inşa edilmesine karar verilmesi durumunda, iyi bir kuruluş yeri ve konumun seçilmesi rekabet açısından önemli olacaktır.

Bir otel girişimcisi diğer girişimciler gibi kâr elde etmek için yatırım yapar. Elindeki parayı sermaye olarak yatırıma harcar ve bu parayı geri kazanma amacı vardır. Bu amaçla yatırım yapmadan önce belli başlı şu sorulara cevap vermelidir:

- Hangi alana (Konaklama, ulaşım vs.) yatırım yapmalıyım?
- Bu alan, hâlihazırda yaptığım işle ne kadar alakalıdır?
- Hangi ülke ve şehre yatırım yapmalıyım?
- Yatırıma kimlerle ve hangi koşullarda girmek avantajlı olacaktır?
- Yeni şirketin tüzel kişiliği ne olacaktır?
- Hedef tüketicilerim kimlerdir? Bunlara nasıl ve ne kadar sürede ulaşabiliriz?
- İşletmenin üreteceği mal ve hizmetler neler olacaktır ve talebin ihtiyaç istek ve arzularını karşılayabilecek midir?
 - Kalifiye yönetici ve personel temin edilebilir mi?
 - Satın almada ve ulaşımda zorluklar var mıdır?
 - Yasal mevzuatlar ve izinler zorlayıcı mıdır?

- Yatırım için gerekli olan parayı öz kaynaklardan mı, yabancı kaynaklardan mı yoksa bunların bileşkesinden mi sağlanacak?

Yatırımcı bu gibi benzeri sorulara cevap verebiliyorsa ve beklentilerini karşılamaya yetiyorsa yatırım fikrini ileri aşamalara taşır ve yatırıma karar verir. Bir işletme kurulmadan ve kesin yatırıma karar vermeden önce fizibilite etütlerini yapmak sureti ile yatırım fikrinin uygun olup olmadığına karar verir. Fizibilite, bir uygunluk çalışması olup, yatırım kararını etkileyebilecek tüm faktörlerin detaylı araştırılmasını ve değerlendirilmesini içerir. Örnek olayda da görüldüğü üzere, ekonomik, mali, teknik ve hukuki araştırmaları içeren fizibilite çalışmalarında yatırıma konu olan otel güçlü ve zayıf yönleri, fırsat ve tehditleri ile araştırılarak yatırımcıya yatırım kararının uygunluğu ile ilgili kolaylık sağlamıştır.

Göynük Doğa oteli, konumu, arz ve talep koşulları göz önüne alındığında başarı ile çalışabilme potansiyeline sahiptir. Otelin öncelikle hizmet konseptinin belirlenmesi gerekmektedir. (spa oteli, sağlık oteli, termal otel, doğa oteli, konferans oteli vs.). Yatırım ve işletmecilik anlayışının bu konseptte göre yapılması gerekmektedir. Otel şu anki durumu ile hem ciddi bir yatırımı hem de yönetimde ciddi reformu gerekli kılmaktadır. Yatırım kalemlerinden en önemlisi marka isminde de bulunan “spa” bölümünün oluşturulmasıdır. Otelin eksik yanlarının (fiziksel koşullarının yenilenmesi, yönetim ve operasyonel standartların ve işleyiş prosedürlerinin sisteminin kurulması) giderilmesi gerekmektedir. Mevcut müşterilerinin sürekliliğinin sağlanması, potansiyel müşterilere ulaşabilmek ve onları elde edebilmek için yeni pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi de en az otele yapılacak yatırım kadar önem arz etmektedir.

Ön fizibilite raporu örneğinde dikkate çeken hususlara bakıldığında analize konu olacak çok az sayıda sayısal değer ve analiz olmasına rağmen yine de yatırımcıya yatırım kararlılığı ya da araştırmaların bir adım öteye gidilip gidilmemesi hakkında bir görüş zenginliği sunmaktadır. Asıl fizibilite etüdüne geçmeden bir önceki safha olan ön fizibilite etüdünde yatırımcının tesis ve bölge ile ilgili ilk bilgileri ve verileri bağımsız bir araştırmacı/gözlemci tarafından hazırlanan rapordan elde edebilmektedir.

Rapordan anlaşılacağı üzere, bölge çekicilikleri ile bir turizm destinasyonu olmasına rağmen yatırımcının işletmek için alacağı tesis, yatırım yapılmasına ihtiyaç olan bir tesistir. Yatırımcının yükleneceği yüksek sermaye maliyeti yanında turizm işletmeciliğindeki tecrübesinin, bölge ile ilgili bilgi ve ilişkisinin, tesisin işletme konseptinin ve pazarlama stratejisinin olmaması ise öne çıkan risk faktörlerini oluşturmaktadır. Tesisin kirasının az olmasına ve

tesisin bulunduğu destinasyonun birçok avantajına rağmen, yüksek yatırım maliyeti, müşteri çekebilmesi ve ağırlayabilme sorunları sebeplerinden dolayı tesise yatırım yapma fikrinin cazip olmadığı kanaati uyandırmıştır. Nitekim yatırımcı; raporu hazırlayan kişinin kârlılık ve yatırım maliyetleri ile ilgi görüşleri ve neticesinde (örneğin: Tesisin 63'er odalı iki bölümden sadece bir bölümünün açık olması, spa oteli olmasına karşın tesisin spa'sının bulunmaması, termal kaynak su sıkıntısı, yeterli seyahat acentası ve firma ile bağlantıların olmaması vb.) fizibilite etüdünün daha ileri aşamalarda detaylı analizine dahi ihtiyaç duymadan yatırım yapmama kararını doğrudan vermiştir.

KAYNAKÇA

ATAY, A. (1985), Piyasa Araştırması, Yatırım Projelerinin Hazırlanması ve Değerlendirilmesi, Devlet Yatırım Bankası Araştırma ve Dış İlişkiler Daire Başkanlığı, I.Cilt, Ankara, s: 488.

BARUTÇUGİL, İsmet Sabit, (1989), Turizm İşletmeciliği, Beta Basımevi, Bursa, s: 35-72.

BURGER, C.J.S.C. , Donhal M.,Kathrada M., Law R. (2001), “ *A Practitioners Guide To Time-Series MethodsForTourismDemandsForecasting, A Case Study Of Durban, South Africa*”, Tourism Management, 22(4) ,Pergamon, s: 404.

CAN H. ve Güney S. (2007), Genel İşletme, İstanbul, s: 90.

COLTMAN, M. (1989), Tourism Marketing, USA, s: 48.

ÇONKAR, K. (1992), “*Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Yatırım Kararları ve Yatırım Teşvikleri*”, BİAR Enstitüsü, Ankara, s: 27-51.

ERYILMAZ, M., Kaygusuz, K. ve Efil, İ. (2015), İşletme - Kuram ve Pratik, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa, s: 113-141.

KAHRAMAN, N. (2010), Turizm Yatırım Projeleri Analizi, Siyasal Kitabevi, Ankara, s: 43-56.

KANDIR, S. Y., Önal, Y. B. ve Karadeniz, E. (2007), Turizm Yatırım Projelerinin Yönetimi Değerlendirilmesi ve Finansmanı, Detay Yayıncılık, Ankara, s: 40.

KARALAR, R. (2001), Genel İşletme, Anadolu Üniversitesi Yayınları no:1268, Eskişehir, s: 390

KARALAR, R. (2004), Genel İşletme, Eskişehir, s: 64

KARGÜL, D. (1996), Yatırımlarda Proje Analizi, İstanbul, s: 1.

OLALI, H. ve Korzay M. (1989), Otel İşletmeciliği, Yön Ajans, İstanbul, s:55.

ÖZEN, T. ve Kuru Ş. (1998), Turizm Yatırımları, Özkan Ofset, İstanbul, s:37

RUSSELL R. ve Taylor R. (2003), Operations Management, PrenticeHall, USA, s:393

ŞENEL, S. (2007), "Turizm Sektöründe Yatırım Kararları", Selçuk Üni. Karaman İ.İ.B.B.F Dergisi s:12

TUNCER, D., Ayhan, D.Y. ve Varoğlu, D. (2009), Genel İşletmecilik Bilgileri, Siyasal Kitabevi, Ankara, s: 71-118.

UĞURLU, K. (2013), Bolu, GöynükDoğa Otelı Yayınlanmamış Ön Fizibilite Raporu.

[URL: <http://www.bolugoyruk.bel.tr/>] (Erişim 20 Ağustos 2013).

[URL: http://www.goynuk.gov.tr/viewpage.php?page_id=15] (Erişim 20 Ağustos 2013).

[URL: <http://www.goynuk.com/>] (Erişim 20 Ağustos 2013).

[URL: http://tr.wikipedia.org/wiki/G%C3%B6ynük%20Doğu%20Oteli,_Bolu] (Erişim 20 Ağustos 2013).

Türkiye’de Bütçe Görüşmeleri Üzerinden 1983-1989 Yılları Arasında Uygulanan Maliye Politikaları İle İlgili Tartışmalar

Doç. Dr. Abdullah TAKIM

Atatürk Üniversitesi, İİBF
Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü
abdullahtakim@atauni.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Ramazan ARSLAN

Bartın Üniversitesi, İİBF
İktisat Bölümü

Özet: Bu çalışmada, 1983-1989 döneminde bütçe görüşmeleri üzerinden Türkiye’de uygulanan maliye politikaları incelenmektedir. Çalışmada 1983-1989 dönemini ele almamızın nedeni, başlangıç ve bitiş yıllarının daha önceki dönemlerden farklı ekonomik ve mali özellikler taşımasıdır. 1983 yılının başlangıç yılı alınmasının nedeni, 24 Ocak Kararlarının ardından demokratik seçimle iktidara gelen yeni hükümet tarafından, ekonomik ve mali alanda bir dizi düzenlemenin yapılmış olmasıdır. 1989 yılında ise sermaye hareketlerinin tamamen serbestleştirilmesinin, iktisat politikası hedeflerini gerçekleştirmede maliye politikalarını daha duyarlı konuma getirmesidir.

Anahtar Kelimeler: Bütçe Görüşmeleri, Maliye Politikaları, 1983-1989 Dönemi, Türkiye

Arguments about Fiscal Policies Implemented Between 1983 and 1989 over the Budget Discussions in Turkey

Abstract: In this study, fiscal policies are analyzed which were implemented in Turkey over the budget discussions in 1983-1989 era. This era has been studied in this study because start and finish dates have different fiscal and economical properties according to previous years. The reason of 1983 accepted as beginning is that following the 24 January decisions, group of regulations was made in economic and fiscal area by government via democratic election. Cause of choosing the year 1989 is liberalization of capital movements even it didn't realize economical policy targets, it makes fiscal policies more sensitive.

Key Words: Budget Discussions, Fiscal Policies, The Era of 1983-1989, Turkey.

Giriş

Türkiye'nin yakın siyasi tarihi incelendiğinde, demokratik rejime farklı zamanlarda müdahale edildiği görülür. Bu müdahalelerden ilki 1960 yılında gerçekleşmiş, 1961 yılında yapılan seçimlerle demokratik rejime geçilmiştir. 1971'de Silahlı Kuvvetlerin muhtırasıyla ikinci kez demokrasi kesintiye uğramış ve 1973 yılında yapılan seçimlerle yeniden demokrasiye geçilmiştir. Diğerlerine nazaran daha uzun soluklu olmak üzere son müdahale 12 Eylül 1980'de yapılmış, iki yıl aradan sonra 6 Kasım 1983 seçimleriyle tekrar demokratik sisteme geçilmiştir. Her üç müdahaleden önce ekonomik sorunlar sürdürülemez boyutlara ulaşmış; birinci müdahaleden önce 4 Ağustos 1958 İstikrar Kararları, ikinci müdahaleden önce büyük oranlı devalüasyon ve üçüncü müdahaleden önce de 24 Ocak Kararları uygulamaya konulmuştur (TBMM Tutanak Dergisi, C:9, D:17, Y.Y:2, 09.12.1984,s.133-135).

Türkiye'de 12 Eylül 1980 müdahalesinin ardından 6 Kasım 1983 seçimleri sonucunda 13.12.1983-21.12.1987 yılları arasında Birinci Anavatan Partisi Hükümeti (45. Cumhuriyet Hükümeti) ve 21.12.1987-09.11.1989 döneminde ise İkinci Anavatan Partisi Hükümeti (46.Cumhuriyet Hükümeti) görev yapmıştır. Her iki Hükümetin Başbakanı olan Turgut Özal, 1980-1983 yılları arasında ekonomiden sorumlu Başbakan Yardımcısı olarak görev yaparken uyguladığı ekonomi politikalarını, bu sefer askeri vesayetin gözetiminden uzak; tek başına iktidar olarak uygulamaya devam etmiştir. 1983 yılından sonra uygulanan ekonomi politikaları, ara rejim döneminde uygulanan politikaların devamı şeklinde görülse de Özal, 1985 yılı bütçe görüşmeleri sırasında bu durumu şöyle ifade etmektedir (TBMM Tutanak Dergisi, C:9, D: 17, Y.Y:2, 09.12.1984,s.135):

'...24 Ocak Kararları alındığı zaman ben Başbakanlık Müsteşarı idim ve aynı zamanda Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşar Vekili idim. Bu kararların hazırlanmasında çok önemli rolüm olmuştur, bu doğrudur. Ama bu kararları alan o zamanki siyasi iktidardır. Aynı şekilde bu kararların devamı olarak 12 Eylül'den sonra da gelen hükümetlerde Başbakan Yardımcısı ve ekonomik işlerden sorumlu olarak vazife aldım. Bu vazifem 1982 yılı ortasına kadar, 22 ay devam etti. Bu devredeki hükümetlerde vazife alanların siyasi sorumlulukları çok azdır. Daha ziyade teknik sorumluluk vardır. Yani bir evvelki dönemdeki teknik sorumluluğumuzun bir parça üzerinde diyebiliriz. Onun için, o devrenin siyasi sorumluluğu bizim üzerimizde değildir. Yani, o tarihte ekonominin iyileştirilmesi için, bizler teknik olarak birçok meseleleri getirmiş olmamıza rağmen, esas kararları alanlar o zamanki Konsey İdarecileridir...'

24 Ocak İstikrar Kararları, serbest piyasa mekanizmasını işler hale getirmeyi, Türkiye ekonomisinin dünya ekonomisi ile bütünleşmesini, ihracatı artırmayı, enflasyonu düşürmeyi, Kamu İktisadi Teşebbüsleri (KİT) ürünlerinin fiyatlarını yeniden düzenlemeyi ve sermaye hareketlerini serbestleştirmeyi amaçlamıştır (Tutar, 2005: 25). Türkiye için daha önceki dönemlerden farklı olan bu yeni dönemde, ekonomi politikalarının amacı değiştiği için yeni duruma uygun politika araçlarının da değişmesi kaçınılmaz olmuştur. Bu dönemde kalkınma stratejisinde yaşanan yapısal değişim salt bir politika değişikliğinden ibaret olmadığından, bu stratejiye uygun maliye politikaları araçlarıyla desteklenip desteklenmediğinin bilinmesi büyük önem taşır.

Ekonomik hayatın geleceği ile ilgili güvenilir tahminler yapmak, alınan kararların yasama, yürütme ve halk tarafından benimsenmesini sağlamak, kararları zamanında almak, maliye politikalarını diğer ekonomi politikaları ile uyumlaştırmak ve sağlam bir mali düşünceye sahip olmak gibi önkoşullar maliye politikasının başarısını artırmaktadır (Türk, 2005: 18-24).

Bu çalışmada 1983-1989 döneminde bütçe görüşmeleri üzerinden Türkiye'de uygulanan maliye politikaları incelenmektedir. Bütçe görüşmeleri sırasında yapılan tartışmalarda bütçe kavramına, bir maliye politikası aracı olmaktan öte farklı anlamlar yüklenmekte, kamu kesimi gelir-gider dengesini gösteren bir tablo olmanın ötesinde daha geniş kapsamlı olmak üzere ekonomik, mali ve siyasi yönüne vurgu yapılmaktadır.

1. Bütçenin Tanımı, İlkeleri ve Unsurları

Demokratik ülkelerde bütçeler, anayasadan sonra en önemli yasama belgesi olarak kabul edilmektedir (Karacal ve Öktem, 2007: 1). Bu yüzden bütçeler, kaynağını anayasadan alan ve parlamento tarafından onaylanarak yasaya dönüşen en temel mali belgelerdir (Oyan, 2001: 288). Bütçeler, fiyat istikrarının sağlanması, gelir dağılımının iyileştirilmesi, yatırımların teşvik edilmesi gibi hedefleri gerçekleştirmede kullanılan en önemli mali araçlardan biridir (Bütçe Hazırlama Rehberi 2012-2014). Bütçe kavramı daha geniş olarak, devletin gelecek bir yıl için gider ve gelir dengesini gösteren ve yasama organının yürütme organına kamu gideri yapmak ve kamu gelirlerini toplamak hususunda verdiği yetkiyi gösteren bir belgedir (Pehlivan, 2004: 224).

Devlet bütçesi, belirli bir dönemdeki kamusal malların hangi kanallardan finanse edileceğini göstermesi ve uygulanmak istenen iktisat politikalarının çerçevesini çizmesi bakımından önemli bir iktisadi ve mali işleve sahiptir. Bütçeler, hükümetlerin temel düşüncelerini rakamlarla ifade eden belgeler olmanın ötesinde siyasi iktidarın, muhalefetin ve kamuoyunun dikkatini çeken önemli belgelerdir. Bu yüzden bütçe sürecinde hükümetin ve muhalefet partilerinin davranışlarını ve etkilerini görmek mümkündür. (Pınar, 2011: 18;

TBMM Tutanak Dergisi, C:1, Y.Y:1, 22.12.1983, s.70). Bu yönüyle bütçeler, sadece hükümetlerin ekonomi politikalarının göstergesi değil, siyasi hesaplaşmanın aracı olarak da görülmektedir (TBMM Tutanak Dergisi, C:35,D:17, Y.Y:4, 24.12.1986,s.470-471).

Bütçelerle ilgili yukarıda yapılan tanımlar farklı olsa da bütçenin temel unsurları şöyle sıralanmaktadır (Edizdoğan, 2008:350-351):

- Bütçe, devletin geleceğe ait gelir ve gider tahminlerini gösterir.
- Bütçe, genellikle yıllık tahminleri gösterir.
- Bütçe, gelirlerin toplanmasına ve giderlerin yapılmasına önceden yetki verir.
- Bütçede yer alan kamu gelir ve gider tahminleri denk olmalıdır.

Bütçeler temel işlevlerini yerine getirmek amacıyla çeşitli ilkelere uyularak hazırlanırlar. Bunlar, devletin her tür gelir ve giderlerinin bütçede toplanması gerektiğini gösteren genellik ilkesi, tüm gelir ve giderlerin tek bir bütçede gösterilmesini ifade eden birlik ilkesi, bütçeyle ilgili tüm belge ve hesapları incelemeye imkân verecek şekilde açıkça gösterilmesini sağlayan açıklık ve mali saydamlık ilkeleridir. Ayrıca gelir ve gider tahminlerinin samimi ve doğru olarak yapılmasını gerektiren doğruluk ilkesi, gelir ve giderlerin denk olmasını ifade eden denklik ilkesi, harcamaların yapılacağı ve gelirlerin toplanacağı mali yıla girmeden önce parlamento tarafından kabul edildiğini ifade eden önceden izin alma ilkesi, bütçenin temel ilkelerindendir. Bunlardan başka, gelir ve giderlerin bir yıl için yapıldığını gösteren yıllık olma ilkesi ve belirli bir miktar kaynak ile mümkün olan en yüksek faydayı sağlayacak şekilde hazırlanmasını ifade eden tasarruf ilkesi, bütçelerin temel ilkelerdir (Edizdoğan, 2008:363-391).

2. Bütçe Görüşmelerinin Ekonomik, Siyasi ve Mali Etkileri

Demokratikleşme sürecinde kamu otoritesi, milli gelirin önemli bir bölümünü kontrol ettiğinden bütçeler, seçimle işbaşına gelen hükümetlere vergi toplama ve harcama yapma yetkisi vermesi nedeniyle siyasi nitelik taşırlar. Bütçeler, bir yasa olması nedeniyle hukuki, kamu harcamalarının finansmanını sağlayacak şekilde düzenlenmesiyle mali ve nihayetinde alınan vergilerin genel ekonomi üzerindeki etkileri bakımından da iktisadi olmak üzere önemli işlevlere sahiptirler (Pınar, 2011: 16).

Maliye politikası araçlarının ekonomide genel dengeyi sağlamak amacıyla kullanılması, bütçelerin, bir ekonomi politikası aracı olarak kullanılmaya başlanmasını mümkün kılar (Avcı, 1988: 5) . Bütçeler, hem ekonomik gelişmeleri etkileyen hem de bu gelişmelerden etkilenen bir yapıya sahiptir. Bütçenin, ekonomik istikrarsızlıkla mücadelede, işsizliği azaltmada, yurtiçi

tasarruf düzeyini değiştirmede aktif bir politika aracı olması bütçe politikalarının yönünü belirlemede önemli olmaktadır. İktisat politikalarının amacına bağlı olarak bütçe politikaları, genişletici yönde uygulanabileceği gibi daraltıcı yönde de olabilir. Bu bağlamda, maliye politikalarının toplam talebe etkisini belirlemek önem kazanmaktadır. Bütçe dengesinde meydana gelen değişikliklerin toplam talebe olan etkilerini belirlemede mali etki önemli bir gösterge kabul edilmektedir. Bu etkiyi dikkate alarak bir önceki döneme göre maliye politikalarının hangi yönde (genişletici-daraltıcı) uygulandığı görülebilir (Çebi, 2002:1-3).

Makroekonomik istikrarın sağlanmasında bütçenin rolü son derece önemlidir. Uygulanan bütçe sistemi ise bütçenin başarısını yakından etkileyen bir unsurdur. Diğer yandan, ekonomide mali kuralların tesis edilmesi; yıllık bütçeleme sürecinin orta vadeye yayılması, bütçeler hazırlanırken gerçekçi tahminlerin ortaya konulması ve bütçe istikrarının mümkün olduğunca siyasi çıkarların dışında tutulması bütçenin başarısını etkileyen faktörler olarak sıralanmaktadır (Dede, 2010: 22).

Hükümet programları doğrultusunda toplumun ve ekonominin beklentilerine cevap vermek üzere hazırlanan bütçeler, ekonomik ve sosyal politikaların en etkili birer aracı olarak kabul edilirler. Konjonktürel dalgalanmaların giderilmesinde, sosyal devlet ilkelerinin yerine getirilmesinde bütçelere yapıcı, düzeltici ve düzenleyici fonksiyonlar yüklenmiştir (TBMM Tutanak Dergisi, C:14,D:5, T:3,16.02.1980,s.6-9) .

Bütçe görüşmeleri sırasında bütçe kanunu tasarisinin maddeleri, bütçenin büyüklüğü ve hedefleri müzakere edilirken ülkenin siyasi, ekonomik ve sosyal sorunları da tartışılmaktadır (TBMM Tutanak Dergisi, C:5, D: 19, Y.Y:1, 10.03.1992,s.11-21). Bütçe görüşmeleri sırasında, yapılan genel değerlendirme ve eleştiriler akademik karakterli olmaktan daha çok, siyasi karakterlidir²⁹ (TBMM Tutanak Dergisi, C:36, D: 18, Y.Y:1, 04.04.1988,s.25). Çoğu ülkede olduğu gibi Türkiye'de de Maliye Bakanının bütçe görüşmeleri sırasında yapacağı konuşma, makroekonomik aktörler tarafından önemli kabul edilir. Bütçe görüşmelerinin başlayacağı gün parlamentoların önemli günlerinden biri sayılır. Bütçe ve Plan Komisyonunda olduğu gibi TBMM Genel Kurulunda yapılan bütçe görüşmeleri sırasında hükümetin genel politikaları eleştirilmekte, yapılan tartışmalar teknik konuşmalardan daha çok siyasi nitelikli olabilmektedir (Edizdoğan, 2008:443).

²⁹ 1982 Mali Yılı Bütçe görüşmeleri sırasında Danışma Meclisi Üyesi Mehmet Hazer; *"Malum olduğu üzere bütçede her şey konuşulur, arada sırada da bütçe konuşulur. Bütçe konuşmaları biraz yavan olduğu için, rakamları konuşurmak olduğu için her arkadaşın ihtisas sahasına da girmeyen konular olduğu için belki böyle oluyor."* demektedir (Danışma Meclisi Tutanak Dergisi, C:2, Y.Y:1, 15.01.1982,s.129).

1982 Anayasasına göre Türkiye’de bütçe yapımı ile ilgili süreç şöyle işlemektedir:

“Bakanlar Kurulu, merkezi yönetim bütçe tasarısı ile milli bütçe tahminlerini gösteren raporu, mali yılbaşından en az yetmiş beş gün önce, TBMM’ye sunar. Bütçe tasarıları ve rapor, kırk üyeden kurulu Bütçe Komisyonunda incelenir. Bu komisyonun kuruluşunda, iktidar grubuna veya gruplarına en az yirmi beş üye verilmek şartı ile siyasi parti gruplarının ve bağımsızların oranlarına göre temsili göz önünde tutulur. Bütçe Komisyonunun elli beş gün içinde kabul edeceği metin, TBMM’de görüşülür ve mali yılbaşına kadar karara bağlanır. TBMM üyeleri, Genel Kurulda, kamu idare bütçeleri hakkında düşüncelerini, her bütçenin tümü üzerindeki görüşmeler sırasında açıklarlar; bölümler ve değişiklik önerileri, üzerinde ayrıca görüşme yapılmaksızın okunur ve oylanır. TBMM üyeleri, bütçe kanunu tasarılarının Genel Kurulda görüşülmesi sırasında, gider artırıcı veya gelir azaltıcı önerilerde bulunamazlar.” (TC Anayasası, Mad:162).

3. Maliye Politikaları İle İlgili Teorik Tartışmalar

Devlete sınırlı görev veren klasik teori, kamu harcamalarının hacimce küçük olmasını, devlet bütçesinin denk olmasını ve kamu harcamalarının olabildiğince dolaylı vergilerle finanse edilmesi ve kamu gelirlerinin kamu harcamalarını karşılamaması halinde ortaya çıkan bütçe açıklarının uzun vadeli borçlarla finanse edilmesi gerektiğini savunmaktadır.

Ekonominin tam istihdam seviyesinde kendi dengesine ulaşacağını, dolayısıyla denge konumundaki bu durumda maliye politikası araçları yoluyla müdahale edilmesi, klasik ekolün temel varsayımları veri alındığında, çıktı düzeyini artırmayıp, fiyatlar genel seviyesini yükselttiğinden bu müdahale, ekonomik dengenin bozulmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla klasik teoride maliye politikaları ekonomik aktiviteyi düzenlemede etkin değildir.

Maliye politikalarını ekonomi politikalarının merkezine koyan Keynes ise, ekonominin yapısı gereği istikrarsız olduğunu, ekonominin kendi dinamikleriyle tam istihdam seviyesine ulaşamayacağını iddia eder. Keynesyenler harcanmayan gelir için harcama yetkisi verilen devletin maliye politikası araçlarını kullanarak, çıktı düzeyinin belirleyen, toplam talebi artırıp işsizlik sorununa çözüm bulabileceğini savunmaktadırlar. Keynes’e göre 1929 Krizinin nedeni efektif talep yetersizliğidir (Takım, 2011: 158; Bilgili, 2011: 104-138).

Monetaristler, iktisadi dalgalanma dönemlerinde maliye politikalarının çıktı düzeyini ve istihdamı etkileme gücünün zayıf olduğunu savunurlar. Monetaristler müdahaleci politikaların çözüm değil sorun oluşturduklarını iddia etmektedirler. Kamu harcamalarının enflasyona neden olup olmayacağı ise nasıl finanse edildiğine bağlıdır. Bu düşünceye göre kamu harcamaları

borçlanma ve vergilerle finanse edilirse dışlama, para arzını artırarak finanse edilirse enflasyona neden olmaktadır (Bilgili, 2011:138).

Yeni Klasikler, genişletici para ve maliye politikalarının çıktı düzeyini artırmadığını, bu yüzden devletin ekonomik hayata müdahalesine gerek olmadığını savunurlar. Yeni Klasiklere göre genişletici maliye politikası kısa dönemde istihdam ve üretim seviyesinin üzerinde hiçbir etkiye sahip olmadığı gibi, uzun dönemde de bu değişkenleri azaltıcı etki yapmaktadır (Bocutoğlu, 2011: 232).

Yeni Keynesyenler, ücretlerin ve fiyatların yapışkan olması nedeniyle, ekonomi kendiliğinden dengeye gelemeyeceği için (piyasalar süpürülmeyeceği için), kamu harcamaları yoluyla devletin ekonomiye müdahale etmesi gerektiğini savunmaktadırlar. Bu teoriye göre fiyatlar ve ücretler esnek olsa bile, ekonomiyi istikrara kavuşturmada toplam talep politikaları etkili olmaktadır (Bocutoğlu, 2011: 315).

Sermaye kesiminin dolaysız vergi yükünü düşürmenin özel yatırımları geliştirip kamu yatırımlarını daraltacağını savunan (Oyan, 2001: 277) Arz Yanlı İktisatçılara göre maliye politikasının aracı olan bir vergi indirimi, ekonomideki yatırımları ve üretimi teşvik etmektedir. Arz Yanlı İktisatçılara göre açık bütçeler enflasyonist özellik taşıdıklarından bu açıkları önlemek amacıyla denk bütçe politikası uygulanmalı ve yatırımların ve üretimin teşvik edilmesi için vergi oranlarının düşürülmesi gerekir (Bilgili, 2011:266).

4. Türkiye’de Uygulanan Maliye Politikaları

Her ülkede uygulanan maliye politikaları birbirlerinden farklı olsa da ulaşılmak istenen amaçlar bakımından ortak noktalar taşıdığı iddia edilebilir. Bunlar, ekonomik istikrarı sağlamak, istihdamı artırmak, ekonomik kalkınmayı gerçekleştirmek ve gelir dağılımında adaleti sağlamaktır. Ancak maliye politikasının amaçları arasında bir çatışma söz konusu olup, belirli bir tüketim düzeyi ile ekonomik kalkınma, fiyat istikrarı ile tam istihdam, ekonomik ve sosyal haklar ile maliye politikasının amaçları arasında ve nihayetinde maliye politikasının amaçları ile araçları arasında bir çatışma söz konusudur (Türk, 2005: 18-23).

4.1. 1983 Öncesi Uygulanan Maliye Politikaları

1970’li yıllarda yaşanan petrol krizinin ardından ticaret hadlerinin bozulması, ödemeler dengesi üzerinde baskı oluşturmuş, ortaya çıkan finansman açığı kısa vadeli borçlanmalarla karşılanmıştır. 1970’li yılların sonlarına doğru, yaşanan döviz yetersizliği nedeniyle ithalatın yapılamamış olması, arz cephesinde önemli sorunlar ortaya çıkarmış, talep cephesinde ise genişletici maliye politikaları uygulanmıştır. Bu dönemde Hükümetlerin finansal açıkları kapatmak için devlet iç borçlanma senetleri ihraç etmek yerine, Merkez Bankası tarafından sağlanan ‘kısa vadeli avans’ enstrümanının yoğun bir

biçimde kullanıldığı görülmüştür. Bu durum, para politikasını maliye politikasına göre ikincil bir politika aracı konumuna getirmiştir (TCMB, 2002: 5-14).

Türkiye'de 1980'lerin başlarına kadar ekonomi politikaları büyük ölçüde beş yıllık kalkınma planları çerçevesinde yürütülmüş, bu dönemde genişletici maliye politikasının yol açtığı bütçe açıkları, Merkez Bankası kaynaklarıyla finanse edildiğinden para politikası maliye politikasının emrine verilmiştir. 24 Ocak İstikrar Programı sonrasında hükümetin Merkez Bankası kaynaklarına müracaat etmesi, enflasyona neden olacağı endişesiyle önemli ölçüde sınırlandırılmış, alternatif olarak iç borçlanma, temel finansman kaynağı haline gelmiştir. Bu durum faiz oranlarını yükselterek dışlama etkisi ortaya çıkarırken, iç borç stokunun yükselmesine neden olmuştur. Sürekli artan kamu açıkları aynı zamanda enflasyonu yükselterek Merkez Bankasının fiyat istikrarına yönelik bağımsız politikalar uygulamasını engellemiştir (Saçkan, 2006: 22; Yurdakul ve Saçkan, 2007: 223).

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında (ÜBYKP), toplam talebin konjonktüre uygun olarak yürütülmesi için maliye politikası araçlarından yararlanılması öngörülmüş, kamu harcama ve gelirlerinde önceki dönemlerden daha fazla esneklik kazandırılması benimsenmiştir. Planda, maliye politikasının amacının kaynak artışını sağlamak, ekonomik aktiviteyi yönlendirmek ve sosyal dengesizlikleri gidermek, olduğu ifade edilmiştir. Planda gelir farklarının azaltılmasında kamu harcamalarından yararlanılması ve vergi yükünün adil bir biçimde dağılımı öngörülmüştür. Üçüncü plan döneminde, vergi gelirlerinde beklenen hasılat sağlanamamış, kamu harcamalarında ise plan hedefleri aşılmıştır. Özellikle kamulaştırma, KİT ve mahalli idarelerin açıklarını karşılamak amacıyla yapılan ödemeler transfer harcamalarını yükselterek bütçe açıklarının artırmıştır (Avcı, 1988: 32-33).

1979-1983 dönemini kapsayan Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında (DBYKP), maliye politikalarının amacının, kaynak artışını sağlamak, gelir dağılımını iyileştirmek, kısa dönemde de ekonominin genel dengesini korumak olduğu belirtilmiştir. Bu amaçlar doğrultusunda, gelir dağılımındaki dengesizlikleri ve vergi adaletsizliğini gidermek, sabit gelirliiler üzerindeki vergi yükünü azaltmak, vergi kayıp ve kaçakçılığını önlemek, kamu harcamalarını sağlıklı kaynaklara finanse etmek benimsenmişse de, bu hedeflere ulaşamamıştır (Avcı, 1988: 33-34).

20.09.1980-13.12.1983 tarihleri arasında görev yapan Ulusu Hükümeti döneminde dördüncü planda da belirtilen maliye politikası önlemleri sıralanırken vergi kayıp ve kaçaklarının önlenmesi amacıyla gerekli yasal düzenlemelerin yapılacağını, enflasyona neden olmadan bütün kazanç ve gelirlerden makul oranda vergi alınması gerektiği savunulmuştur. Vergi politikalarının israfa yönelik tüketimi önleyici, buna rağmen yatırımları, üretimi, ihracatı artırılmasına

yönelik uygulanacağı benimsenmiş ve en az geçim indirimi tutarının yükseltileceği belirtilmiştir (Ayдын, 2009: 110).

4.2. 1983-1989 Döneminde Uygulanan Maliye Politikaları

4.2.1. Kamu Harcama Politikaları

1983 seçimleri sonucunda tek parti olarak iktidara gelen Anavatan Partisi Hükümetinin hazırlayıp meclise sunduğu ilk bütçe 1985 yılı bütçesi olup, bu bütçe hazırlanırken 24 Ocak İstikrar Kararlarının uygulanmasına titizlikle devam edileceği belirtilmiştir. İktidar partisine göre 1984 yılı bütçesi, bütün safhalarıyla kendileri tarafından hazırlanan bir bütçe değildir. Oysa 1985 yılı bütçesi, Anavatan Partisi döneminde kabul edilmiş ve BBYKP hedefleri doğrultusunda hazırlanan ilk bütçedir. 1984 yılı bütçe gelirlerinin, öngörülen ölçüde gerçekleşmeyeceği savunularak, Maliye Bakanının bütçeyi sunuş konuşmasında ifade ettiği bütçe açığının gerçekçi olmadığı iddia edilmiştir. Bu seviyedeki bütçe açığı, ortaya çıkan enflasyonun gerçek nedeni olarak görülmüştür. 1984 yılı bütçesinin başlangıç ödenekleriyle ek ödeneği mukayese edildiğinde, % 33 civarında bir fark ortaya çıkmış, bu düzeye varan bir ek ödenek talebinin yüksekliğine dikkat çekilmiştir (TBMM Tutanak Dergisi, C:9, D: 17, Y.Y:2, 08.12.1984,s.77-111).

1985 yılı bütçesinde kamu yatırımları belirlenirken, altyapı, enerji, ulaştırma ve haberleşme sektörü yatırımlarına öncelik verilmiş, ekonomik ve sosyal gelişmeyi destekleyen yatırımlar ile ihracata yönelik projelere ağırlık verilmiştir. Kamu yatırımları içerisinde enerji sektörüne, % 24.6, ulaştırma ve haberleşme sektörüne % 24.2, imalat sanayine % 11.8, diğer hizmetlere % 11.9, madencilığe % 9.2 ve tarım sektörüne % 9.9 oranında pay ayrılmıştır (TBMM Tutanak Dergisi, C:9, D: 17, Y.Y:2, 08.12.1984,s.67). 1986 yılında ise konsolide bütçe harcamaları içerisinde cari harcamalar 2.967 milyar lira, yatırım harcamaları 1.854 milyar lira, transfer harcamaları ise 3.491 milyar lira olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 1: 1980-1990 Dönemi Türkiye Ekonomisi İle İlgili Temel Ekonomik Göstergeler

Yıl	Büyüme Oranı	Enflasyon Oranı	Bütçe Giderleri	Bütçe Gelirleri	Bütçe Dengesi	Bütçe Dengesi / GSMH	Kamu Kesimi Genel Dengesi	Emisyon Artış Oranı	1 ABD Doları (Yıl sonu)	İhracat (Milyar Dolar)	İthalat (Milyar Dolar)	Dış Ticaret Dengesi (Milyar Dolar)
1980	-2.8	101.4	1.147.557	988.228	-159.329	-3,0	-8.8	52.4	91.40	2.9	7.9	-5.0
1981	4.8	34.0	1.632.962	1.536.371	-96.592	-1,2	-4.0	38.7	134.9	4.7	8.9	-4.2
1982	3.1	28.4	1.764.881	1.622.157	-142.724	-1,3	-3.5	40.4	188.6	5.7	8.8	-3.1
1983	4.2	31.4	2.914.818	2.695.633	-219.185	-1,6	-4.9	34.6	285.6	5.7	9.2	-3.5
1984	7.1	48.4	4.278.255	3.769.962	-508.293	-2,3	-5.4	33.1	446.9	7.1	10.8	-3.6
1985	4.3	45.0	6.493.304	5.980.147	-513.157	-1,5	-3.6	43.3	579.7	8.0	11.3	-3.4
1986	6.8	34.6	8.311.421	7.153.602	-1.157.818	-2,3	-3.7	45.0	759.6	7.5	11.1	-3.6
1987	9.8	38.9	12.790.981	10.444.630	-2.346.351	-3,1	-6.1	49.3	1.023	10.2	14.2	-4.0
1988	1.5	73.7	21.446.013	17.587.328	-3.858.685	-3,0	-4.8	48.6	1.816	11.7	14.3	-2.7
1989	1.6	63.3	38.871.230	31.368.631	-7.502.599	-3,3	-5.3	86.5	2.316	11.6	16.0	-4.3
1990	9.4	60.3	68.354.409	56.572.566	-11.781.842	-3,0	-7.4	68.2	2.933	13.0	22.3	-9.3

Kaynak: TÜİK, İstatistiksel Göstergeler,1923-2008,s.646-647; Önder, Para Politikası: Araçları, Amaçları ve Türkiye Uygulaması, s.152-169; Çebi, Kamu Kesimi İtibariyle Mali Etki Hesaplaması: Türkiye Uygulaması,2002, s.5; Cumhuriyetten Günümüze Konsolide Bütçe Dengesi, Maliye Bakanlığı Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü, <http://www.bumko.gov.tr/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFFA79D6F5E6C1B43FF6CB60B44B4D43F98/ET:12.09.2011>
Büyüme oranları 1987 fiyatlarıyla,
İthalat CIF, ihracat FOB fiyatlarıyladır

1987 bütçesi, 1986 yılı bütçesi ile karşılaştırıldığında, personel harcamaları % 62.3, diğer cari harcamalar % 25.4, yatırım harcamaları % 33.8, transfer harcamaları % 66.8 artış göstermiş, toplam harcamalar ise % 52.8 oranında artmıştır. 1987 yılında kamu kesimi tarafından, cari fiyatlarla 7.550 milyar liralık sabit sermaye yatırımları gerçekleştirilmiş, kamu sabit sermaye yatırımlarının % 30.9'u genel ve katma bütçeli kuruluşlar, % 42.3'ü KİT'ler, % 26.8'i ise diğer kamu kuruluşlarına aittir. Bu bütçede kamu yatırımları içerisinde, ulaştırma ve haberleşme sektörü % 32.6, enerji % 24.2, diğer hizmetler % 15.6 ve tarım sektörünün % 9 oranındaki payları ile öncelikli sektörler arasında yer almaktadır (TBMM Tutanak Dergisi, C:19, D: 18, Y.Y:2, 09.12.1988,s.1).

Hükümete göre 1988 yılı bütçesi, sosyal yönü güçlü, ülke kaynaklarını milletin refah ve yararı için rasyonel yönde kullanmayı hedef alan bir bütçedir. Bu bütçe kamu harcamalarında israfın önlenmesine, vergi kayıp ve kaçaklarının en aza indirilmesine, vergi gelirlerinin artırılmasına öncelik veren bir anlayış içinde hazırlanmıştır. 1988 yılı bütçesinde temel öncelik, ekonomik ve sosyal gelişmeyi destekleyen altyapı yatırımları, ihracata yönelik projeler ile ulaştırma ve haberleşme sektöründe devam eden yatırımlara verilmiştir. 1988 yılında, kamu kesimi yatırımları, cari fiyatlarla 11.7 trilyon lira olarak belirlenmiş; bu yatırımların % 35.7'si ulaştırma ve haberleşme sektörüne, % 18.8'i enerji sektörüne, % 14.4'ü diğer sektörlerle % 10.1'i de tarım sektörüne ayrılmıştır. Eğitim ve sağlık sektörlerinin, kamu yatırımları içindeki payları geçmiş yıllara göre artırılmış, eğitim yatırımlarının payının % 5.1'e sağlık yatırımlarının payının ise % 1.8'e çıkarılması hedeflenmiştir (TBMM Tutanak Dergisi, C:19, D: 18, Y.Y:2, 09.12.1988,s.12-24).

Tablo 2'de 1983-1989 yılları arasında ekonomik tasnife göre kamu harcamaları ve alt kalemleri gösterilmektedir. Tablo 2'de görüleceği üzere 1983 Yılı Konsolide Bütçe harcamaları 2.735 milyar lira olup, bunun yaklaşık 1.021 milyar lirası cari harcamalar, 551 milyar lirası yatırım harcamaları, 1.220 milyar lirası da transfer harcamalarından ibarettir. 1989 yılında ise cari harcamalar 16.507 milyar liraya, yatırım harcamaları 5.671 milyar liraya, transfer harcamaları ise 16.393 milyar liraya yükselmiştir. 1983 yılında konsolide bütçe harcamaları içerisinde cari harcamaların payı % 36.5 iken 1989 yılında % 42'ye yükselmiştir. Yine 1983 yılında yatırım harcamalarının payı % 19.7 iken 1989 yılında % 15'e gerilemiştir. Transfer harcamalarının konsolide bütçe harcamaları içerisindeki payı ise 1983 yılında % 43.7 iken 1989 yılında % 42 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 2: 1983-1989 Döneminde Konsolide Bütçe Harcamaları (Milyar TL)

Harcamalar	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Cari	1.021	1.439	2.023	2.967	4.432	7.394	16.507
Yatırım	551	800	1.229	1.854	2.495	3.631	5.671
Transfer	1.220	1.839	2.736	3.491	5.864	10.422	16.393
Toplam	2.735	3.984	5.901	8.311	12.791	21.447	38.871
Faiz	211	441	675	1.331	2.266	4.977	8.259
Faiz Dışı	2.524	3.543	5.226	6.980	10.525	16.468	30.612

Kaynak: Evgin (2000), Dünden Bugüne Dış Borçlarımız, s.11; Vardar, Türkiye'de İç Borçların Gelişimi, 2007, s.154

Genel olarak kamu harcamaları bütçe aracılığıyla kamu kesiminden özel kesime aktarılan bir kaynak transferi şeklinde gerçekleşmektedir (Derdiyok, 2001:4). Türkiye'de kamu kesiminin küçültülmesinin sonucu olarak 1980'den sonra konsolide devlet bütçesindeki cari ve yatırım harcamaları, hem toplam harcamaların hem de GSMH içindeki payları büyük ölçüde azalsa da dış finansal serbestleşmenin yaşandığı 1989 yılından itibaren artmaya başlamıştır (DPT, 1996: 16). BBYKP dönemi başında 3.5 trilyon lira olan kamu harcamaları yılda ortalama % 5.2 artarak 1989'da 4.6 trilyon lira olarak hedeflenmiştir. Aynı dönemde cari harcamalar yılda ortalama % 5.3, yatırım harcamaları % 7.1 ve transfer harcamaları ise % 2.6 oranında artması öngörülmüştür (DPT, 1984: 22).

Kamu harcamalarının sürekli olarak artış göstermesinin temelinde yatan en önemli nedenlerden birisi, bütçede genellik ve birlik ilkelerinden sapmalardır (Günay, 2007: 394). 1983 sonrası dikkati çeken önemli bir özellik, 1990 yılında sayıları 104'e ulaşan (Oyan, 2001: 289) ve genel bütçe dışında bırakılan fonlardır. Mali sistemin ciddi bir biçimde dağınıklığına yol açan fon sistemiyle, bütçe birliği ilkesinden önemli ölçüde uzaklaşmıştır. Bu dönemde, Anayasada belirtilen 'kamu tüzel kişilerinin harcamalarının yıllık bütçelerle yapılacağı' ilkesine riayet edilmemiş, 'bütçenin birliği ilkesi' ihlal edilerek meclis denetimi dışında kalan fonlar ihdas edilmiştir. Bu fonlar, Destekleme Fonu, Petrol Fonu, Akaryakıt Fonu, Fiyat İstikrar Fonu, Toplu Konut Fonu ve Kamu Ortaklığı Fonu gibi adlarla kurulmuştur. O dönemde, meclis denetimi dışında kalan bu fonlarda 228 milyar lira toplanmış, bu tutar bütçenin % 8 ile % 10'luk kısmına tekabül etmektedir. Fonlarla meclis iradesi dışında, denetim mekanizmaları yetersiz adeta ikinci bir bütçe oluşturulmuştur. Oysa devletin bütün gelirlerinin tek bir bütçede toplanması mükelleflere, ödediği vergilerin nerelere harcandığını görme imkânı vermekte ve demokratik temsil mekanizması yoluyla bütçeler denetlenmektedir (TBMM Tutanak Dergisi, C:5,D: 19, Y.Y:1, 10.03.1992,s.18; C:22, D:17, Y.Y:3, 10.12.1985,s.93). Bütçeler, hükümet üzerinde parlamentonun kontrolünü sağlayan araçlar olduğundan gelir ve giderlerin bütçe

dışına çıkarılması, demokratik kontrolün işlerliğini kaybetmesine neden olmaktadır (TBMM Tutanak Dergisi, C:9, D: 17, Y.Y:2, 08.12.1984,s.105).

Özetle,1980-1990 yılları arasında başta personel harcamaları olmak üzere, mahalli idarelerin açıkları, bütçe dışında kalan fonlar, sosyal güvenlik kurumlarına yapılan transferler, büyük bir kısmı tarımsal sübvansiyonların oluşturduğu diğer transferler toplamının GSMH'ya oranı yükselmiş, 1980'ler boyunca KİT açıkları toplam kamu açıklarının en önemli kaynağı olmuştur (TCMB, 2002: 30). Dışa açık politikalara geçişle birlikte kamu tüketim harcamalarının ve kamu borçlarının azaltılmasına, bütçe açıklarının kapatılmasına yönelik politikalar benimsenmiş, KİT'lerin toplam yatırımlar içerisindeki payı azaltılarak altyapı yatırımları yoluyla özel sektörün desteklemesi amaçlanmıştır. Öyle ki 1980 yılında altyapı yatırımlarının toplam kamu yatırımları içerisindeki payı % 55'ten 1990'lı yılların başlarında % 80'lere yükselmiştir (DPT,2001a: 13; Başol ve Başol, 1992: 61).

4.2.2. Vergiler

Türkiye'de vergi politikaları, ekonomik ve sosyal konjonktürü takip edememiş, 1950 yılından itibaren yapılan Gelir Vergisi reformuna rağmen vergi adaletini sağlayacak bir vergi sistemi kurulamamıştır. Bu durum, 1980 sonrası da devam etmiş, 1980-1983 yılları arasında ticari kazanç dolayısıyla Gelir Vergisi mükelleflerinin mükellef başına ödediği vergi miktarı, ücretlilerden alınan vergilerden daha düşük seviyede gerçekleşmiştir (TBMM Tutanak Dergisi, C:11, D: 17, Y.Y:2, 20.12.1984,s. 615).

1984 yılında kamu finansmanının sağlıklı kaynaklardan karşılanması amacıyla, vergi sisteminde yeni düzenlemelere gidilmiş, birçok batı ülkesinde olduğu gibi Türkiye'de de modern vergiciliğin gereği olarak 1985 yılından itibaren Katma Değer Vergisi (KDV) sistemine geçilmiştir. Bu vergi ile gider vergilerinin sanayi sektörü üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak, yatırımları ve ihracatı teşvik etmek ve bütün bunların sonucu olarak kalkınmanın finansmanına çözüm bulmak hedeflenmiştir (TBMM Tutanak Dergisi, C:9,D:17,Y.Y:2, 08.12.1984,s.68). KDV'nin yürürlüğe girmesiyle, İstihsal Vergisi, Nakliyat Vergisi, PTT Hizmetleri Vergisi, İlan ve Reklam Hizmetleri Vergisi, İşletme Vergisi, Spor-Toto Vergisi ve Şeker İstihlak Vergisi gibi sekiz vergi türü yürürlükten kaldırılmıştır. Banka ve Sigorta Muamele Vergisi ise KDV kapsamı dışında bırakılmıştır. KDV'nin yürürlükten kaldırdığı vergiler için 1985 Mali Yılı Bütçe Tasarısının gelir cetveli olan B Cetvelinde tahmin edilen vergi hâsılatı aşağıdaki gibidir (TBMM Tutanak Dergisi, C:11, D: 17, Y.Y:2, 20.12.1986, s. 660):

**Tablo 3: KDV İle Yürürlükten Kalkan Vergiler ve Vazgeçilen Vergi Miktarı
(Milyar TL)**

Dâhilde Alınan İstihsal Vergisi	491
İşletme Vergisi	18
Şeker İstihlak Vergisi	1
Nakliyat Vergisi	10
PTT Hizmetleri Vergisi	25
Spor - Toto Vergisi	5,5
İlan ve Reklam Hizmetleri Vergisi	1,5
İthalden Alınan İstihsal Vergisi	310
Toplam	862

Kaynak: Kunter, TBMM Tutanak Dergisi, C:11,D: 17, Y.Y:2, 20.12.1984, s.660

1985 Mali Yılı Bütçe Kanunu Tasarısının B cetvelinde, KDV için beklenen vergi hasılatı ise Tablo 4'de gösterilmektedir.

**Tablo 4: KDV'nin Yürürlüğe Konulması İle Beklenen Vergi Gelirleri
(Milyar TL)**

Dâhilde Alınan Katma Değer Vergisi	230
Ek Katma Değer Vergisi	170
İthalde Alınan Katma Değer Vergisi	362
Toplam	762

Kaynak: Kunter, TBMM Tutanak Dergisi, C:11, D: 17, Y.Y:2, 20.12.1984, s.660

Vergilerle ilgili 1984 yılında telif kazançları, mesken kira gelirleri istisnası ve küçük çiftçi muafılığı sınırı artırılmış; birinci sınıf tüccarlar için öngörülen hadler üç katına yükseltilmiş, kalkınmada öncelikli yörelerdeki yatırımları teşvik için önemli vergi bağışıklıkları getirilmiştir. Mevduat ve tahvil faizlerinde gelir vergisi tevkifat oranları indirilerek tasarrufların teşviki ve kredi maliyetlerinin düşürülmesi amaçlanmıştır. Gelir ve Kurumlar Vergisinde yapılan değişikliklerle özel indirim on misline kadar artırılabilmesi, yatırım indiriminin % 100'e kadar yükseltilmesi imkânı sağlanmıştır. Ayrıca zor durumda bulunan işletmelerin sağlam bir mali bünyeye kavuşmaları için gayrimenkul ve menkul kıymetlerin satışından doğan kazançların sermayeye ilave edilmesi halinde vergilendirilmemesini sağlayan düzenlemeler yapılmıştır (TBMM Tutanak Dergisi, C:9, D: 17, Y.Y:2, 08.12.1984,s.65.66).

1985 yılı bütçesinde, gelir dağılımında adaleti sağlamak amacıyla ortadireğin güçlendirilmesi, çiftçinin, memurun, esnafın, işçinin ve emeklinin milli gelirden daha fazla pay alabilmesinin sağlanması amaçlanmıştır. Ayrıca tasarruf sahiplerinin gelirini yükseltmek amacıyla mevduat faizlerinden alınan Stopaj oranı % 20'den % 10'a düşürülmüştür (TBMM Tutanak Dergisi, C:1, Y.Y:1, 22.12.1983,s.70).

Kamu harcamalarının vergi gelirleriyle finanse edilmesi, bütçenin güvenilir kaynaklara dayandığını gösterir. 1983 yılında bütçenin % 84'ü vergi gelirleri ile finanse edilirken 1984 yılında bu oran % 72'ye düşmüştür. 1985 yılında KDV'nin yürürlüğe girmesiyle bu oran tekrar % 84'e yükselmiş, 1986 ve 1987 yılında sırasıyla ve yüzde olmak üzere 90 ve 91 olarak gerçekleşmiştir. Toplam vergi gelirlerinin GSMH içindeki payı ise 1980 yılında % 17.9 iken 1983 yılında % 17.2'ye düşmüş, 1989 yılında % 18.7'ye 1990 yılında % 20'ye yükselmiştir Özellikle uygulanan ekonomik programın gereği olarak 1985 yılından itibaren vergi gelirlerinde önemli sayılabilecek artış yaşanmıştır. 1985 yılında genel bütçe vergi gelirlerinin % 34.6'sı gelir vergisinden oluşurken, % 11.7'si kurumlar vergisinden, % 24.8'i ise KDV'den tahsil etmiştir. Bu oranlar 1989 yılında sırasıyla ve yüzde olmak üzere 38.6, 14.1 ve 25.3 olarak gerçekleşmiştir (DPT, 2001b:VIII). Öte yandan 1983 yılında vergi gelirleri içerisinde dolaylı vergilerin payı % 41.7 iken, yeni vergilerin ihdası ile birlikte 1989 yılında bu oran % 46.6'ya yükselmiştir. Bu durum vergi gelirleri açısından olumlu bir durum ortaya çıkarırken, dolaylı vergilerin vergi adaletini sağlamadaki eksikliği nedeniyle eleştirilmiştir.

Tablo-5: 1983-1989 Yılları Arasında Genel Bütçe Gelirlerinin Dağılımı

Yıllar	Vergi Gelirleri	%	Vergi Dışı Normal Gelirler	%	Özel Gelir ve Fonlar	%	Vergi Yüklü
1983	1.934.492	84	307.144	13	72.322	3	13.91
1984	2.372.211	72	279.838	8	646.002	20	10.72
1985	3.829.117	84	443.974	10	305.329	7	11.26
1986	5.972.034	90	554.251	8	103.425	2	11.70
1987	9.051.003	91	756.949	8	86.370	1	12.09
1988	14.231.761	85	1.228.285	7	1.353.223	8	11.02
1989	25.550.320	85	2.438.332	8	2.221.081	7	11.09

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı, Genel Bütçe Gelirleri 1923-2010, http://www.gib.gov.tr/fileadmin/user_upload/VI/GBG/Tablo_1.xls.htm/ET:19.12.2011; Evgin, Türkiye'de Konsolide Bütçe Uygulamaları Genel Değerlendirmesi (1980-1997) 1997, s.11

Bu dönemde vergilerle ilgili düzenlemelere bakıldığında iki önemli sonuç ortaya çıkar. Bunlardan ilki, Türk Vergi Sisteminin, beyan esasına dayanan üniter yapısı terk edilmiş bunun yerine düşük oranlı ve kaynakta kesintiyi öngören bir sistem ikame edilmeye çalışılmıştır. İkincisi ise muafiyet, istisna, götürü ve stopaj uygulamaları yaygınlaştırılarak hemen her kesime verilen tavizlerle, ‘vergi, ödeyenden alınır’, hale gelmiştir. Bu durum vergi ödeme bilincini zayıflatmış, vergi almanın meşruiyetini tartışılır hale getirmiş ve kayıt dışı uygulamaları yaygınlaştırmıştır (DPT, 1996: 23). Özellikle tasarrufları ve yatırımları teşvik amacıyla, Kurumlar Vergisine getirilen istisnalar ve muafiyetler, orta ve alt gelir gruplarının vergi yükünü yükseltmiş, kamu harcamalarına katkı yapması gereken kesimlerin ödedikleri vergi miktarı, ücretlilerin ödediği vergi miktarının yarısına bile ulaşamamıştır. Vergi gelirleri ile harcamalar arasındaki dengesizlik harcamalar lehine değişince bu açıklar yeni borçlanmalar yoluyla finanse edilmiştir. Kısaca kamu harcamalarını karşılamak amacıyla vergi toplamak yerine zaman zaman % 100’ün üzerinde bir maliyetle borçlanma yoluna gidilmiştir (TBMM Tutanak Dergisi, C:38, D: 18, Y.Y:3, 27.12.1989,s.415).

4.2.3. Kamu Borçları

Kamu harcamalarının finansmanında vergi gelirlerinin yeterli olmadığı durumlarda iç ya da dış piyasalardan borçlanma yoluna gidilmektedir. Borçlanmanın maliye politikası aracı olarak kullanılması, ekonomi yönetimine bir yandan geniş hareket alanı bırakırken diğer yandan ekonomik dengesizliklere yol açmaması için miktar ve koşullarının iyi belirlenerek bu aracın ideal kullanım sorumluluğunu da yüklemektedir (Yüksel, 1990: 185).

Türkiye’nin 1945 yılında başlayan borçlanma serüveni, 1970’li yıllara gelince “yetmiş sente muhtaç”, bir ülke konumuna getirmiş, birinci ve ikinci petrol krizinin etkisiyle 1977’de vadesi gelen borç anapara ve faizleri ödenemeyince borçlar yeniden yapılandırılmıştır. 1980 yılından sonra, ekonomik kalkınma için gerekli olan kaynak dış ülkelerden karşılanmaya çalışılmış ve dış borç miktarında büyük artışlar gözlenmiştir. Ancak, bu dönemde ihracattan sağlanan gelirler ile dış borcun sürdürülebilirliği sağlanabilmiştir (Karagöl, 2010: 26).

Cumhuriyetin ilanından 1980’li yıllara kadar kamu borçları dış borç şeklinde ortaya çıkmış, iç borçlanmada önemli bir gelişme yaşanmamıştır. 1925-1930 yılları arasında kamu bütçesi fazla vermiş, 1940 yılına kadar açıklar ya düşük seviyede gerçekleşmiş veya bütçe denk olmuştur. İkinci Dünya Savaşının ortaya çıkardığı koşullar kamu harcamalarını yükselterek bütçe açıklarını artırmış, 1950’li yıllardan 1980’li yıllara kadar artan bütçe açıklarına paralel olarak kamu borçları da artmaya devam etmiştir (Hazine, 2004: 44-45).

Genel olarak Türkiye’de öteden beri dış borçları artıran iki unsur söz konusudur. Birincisi özel sektörün kaynak ihtiyacı, ikincisi de kamu kesiminin finansman açığıdır (Yaşa, 1986). 1980’lerin başında yapılan vergi reformu, KİT fiyatlarındaki ayarlamalar, tarımsal desteklerin yeniden düzenlenmesi ve kamu harcamalarının disipline edilmesi, kamu borçlarının bir miktar azalmasına yol açmıştır. KDV’nin yürürlüğe konması da dahil olmak üzere bir çok düzenlemeyi içeren vergi reformunun sonucu olarak daha etkin vergi toplanmaya başlanmış ve 1985’ten sonra vergi gelirlerinin GSYİH’ya oranı artmıştır. Ne var ki kamu harcamaları gelirlerden fazla artmaya devam ettiği için kamu borçları ve bunların finansmanı sorun olmaya devam etmiştir (TCMB, 2002: 26). Böyle bir ortamda yükselen reel faizler iç borcun GSMH’ya oranını da sürekli artırmıştır (Demir, 2004: 15-16).

Türkiye’de 1980 sonrası dönemde konsolide bütçe ve kamu kesimi dengesi sürekli açık vermiş (Günay, 2007: 293), para politikası maliye politikasına göre öncelikli kabul edildiğinden (Derdiyok, 2001: 4), 1980-1985 döneminde bütçe açıklarının finansmanında vergi gelirleri yerine borçlanmaya başvurulmuş, borçlanma olağanüstü bir finansman aracı olmaktan çıkıp, olağan gelir kalemi haline dönüşmüştür. Bu durumda, kamu harcamaları sağlam kaynaklarla finanse edilmek yerine, borçlanma ile finanse edilmiştir (TBMM Tutanak Dergisi, C:5, D: 19, Y.Y:1, 10.03.1992,s.20).

Türkiye’de kamu bütçesinin finansmanı amacıyla program ve proje kredileri şeklinde sağlanan fonlar, dış borç stokunun artmasına etkili olmuş, dış borç stokunun GSMH’ya oranı, 1970’lerde % 10 iken, 1980 yılında % 26’ya; 1990’larda ise % 43’e yükselmiştir. Kamu dış borcunun GSMH’ya oranı 1980’lerde % 24,2 iken 1990’larda % 21,8’e düşmesine rağmen, özel sektör dış borcunun GSMH’ya oranı 1980’lerde % 5,8 iken 1990’larda % 14,3’e yükselmiştir (TCMB, 2002: 26; TBMM Tutanak Dergisi, C:20, 18, Y.Y:2, 12.12.1988,s.202). Dış borçlarla ilgili diğer önemli bir gelişme de dış borçların vade yapısı ile ilgilidir. Kısa vadeli dış borçların toplam borçlar içindeki payı 1980 yılında % 16 iken, 1988 yılında % 25’e yükselmiştir. Dış borç, anapara ve faiz ödemelerinin GSMH’ya oranı ise 1980’de % 2,4 iken 1988’de % 10,7’ye yükselmiştir. Dış borç ödemesinin ihracata oranı ise, 1980 yılında % 48,1’den 1988’de % 59’a yükselmiştir.

Tablo: 6’da görüleceği üzere 1983 yılında 3.173 milyar lira olan iç borç stoku, dönem içerisinde sürekli artarak 1989 yılında 41.934 milyar liraya yükselmiştir. İç borç stokunun GSMH’ya oranı 1980’de % 16 iken, 1983 yılında % 22’ye yükselmiş, 1989’da % 18.2’ye düşmüş, 1990’da ise % 20’ye yükselmiştir.1985 yılından itibaren her yıl daha da artan kamu finansman açıkları, hazinenin iç borç stokunu yükseltmiş ve bütçeler üzerinde ciddi bir yük oluşturmuştur. Muhalefete göre bu dönemde asıl görevi, devletin gelir ve

giderleri arasında ortaya çıkan geçici dengesizlikleri gidermek olan hazine, adeta devletin ikinci bir Gelirler Genel Müdürlüğü gibi çalıştırılmıştır (TBMM Tutanak Dergisi, C:5, D:19,Y.Y:1,10.03.1992,s.21).

Tablo 6: 1983-1989 Döneminde İç ve Dış Borç Verileri

	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
İç Borç Stoku	3.173	4.634	6.972	10.514	17.218	28.458	41.934
-Devlet Tahvili	360	531	1.032	1.511	2.407	4.880	10.863
-Hazine Bonosu	56	340	489	822	1.923	2.542	3.537
-Kısa vadeli avans	339	528	795	1.052	1.407	2.082	2.539
Ara Toplam	755	1.399	2.317	3.386	5738	9.504	16.939
Konsolide Borçlar	2.418	3.235	4.656	7.129	11.481	18.954	24.995
Dış Borç	18.385	20.659	25.476	31.101	40.428	40.722	41.751
GSMH	13.930	22.168	35.350	51.185	75.019	129.175	230.370
İç Borç Stok/GSMH	22.7	20.9	19.7	20.5	22.9	22.0	18.2
Dış Borç Stok/GSMH	29.2	33.6	37.2	42.0	46.3	44.4	38.3
Kamu Borcu/GSMH	24.8	27.1	28.8	32.3	36.1	35.8	31.6

Kaynak: Hazine Müsteşarlığı İç Borç İstatistikleri, Yıllık Veriler, <http://www.hazine.gov.tr/irj/portal/anonymouse/lcBorc/ET:22.03.2011>; Vardar, Türkiye'de İç Borçlanmanın Gelişimi,2007,s.161-163; Pakdemirli, Cumhuriyet Döneminin Ekonomik Büyüklükleri (1923-2002),2003,s.194; Kepenek ve Yentürk, Türkiye Ekonomisi,2005,s.305

İç Borçlar Milyar TL; Dış Borçlar Milyon Dolardır.

Bütçe görüşmeleri sırasında iç ve dış borç konusu önemli tartışma konusu olmuş, 1985 yılı bütçesi meclisten geçerken, özellikle iç ve dış borçlar konusunda bütçenin gerçekçi olmadığı savunulmuştur. Muhalefete göre 1985 yılı bütçesinde % 5,5 büyüme hızıyla, enflasyonu % 25'e çekme hedefi ciddi bir çelişkidir. Enflasyonun % 45'ten % 25'e çekilmesi her şeyden önce sıkı para politikasını gerektirdiği için, % 5,5 büyüme hızı gerçekçi görülmemiştir. Muhalefete göre hükümetin reel faiz politikaları, kredi maliyetlerini yükselterek yatırımları azaltacak, % 5,5'lik büyüme hızı gerçekleşmeyecektir. 1985 yılı bütçesi, enflasyonla mücadelede başarı sağlayacak bir yapı arz etmeyen ve asıl amacın ekonomik büyümeyi hedeflemenin ötesinde sadece talep enflasyonunu azaltıcı tedbirler içermektedir. Yine bu bütçe maliyet enflasyonu ile ilgilenmeyen, işçi, memur, emekli, çiftçi, esnafın sorunlarına çözüm getirmeyen bir bütçe olarak eleştirilmiştir (TBMM Tutanak Dergisi, C:9,D:17,Y.Y:2, 08.12.1984,s.92).

1985 yılından sonra hazırlanan bütçelerde ekonomik gelişmeye bağlı olarak, artan kaynak ihtiyacını karşılamak için, yurt içi tasarrufların artırılmasının zorunluluğuna dikkat çekilmiştir. Örneğin, 1988 yılında uygulanacak maliye politikasının temel amacı, kamu tüketiminde azami tasarruf sağlamak, kamu

gelirlerini artırmak, iktisadi ve sosyal gelişmeyi yurt içi tasarruflara dayandırmaktır. Böylece kaynakların verimli şekilde kullanılması sağlanarak sağlıklı bir kalkınma sürecini devam ettirmenin mümkün olacağı öngörülmüştür. Ancak ekonomik büyüme hızı yavaşlayınca 1983 yılından sonra uygulanan daraltıcı maliye politikalar terk edilerek 1989 yılı ortalarından itibaren genişletici maliye politikaları uygulanmaya başlanmıştır (TBMM Tutanak Dergisi, C:36, D:18,Y.Y:1, 04.04.1988,s.5).

Genel Değerlendirme ve Sonuç

Bütçeler, kamu gelir ve giderlerini gösteren bir cetvel olmanın ötesinde, makroekonomik istikrarın sağlanması, gelir dağılımının iyileştirilmesi, yatırımların teşvik edilmesi ve toplam talebe yön vermesi gibi hedeflere ulaşmada kullanılan en önemli maliye politikası araçlarından biridir. Bütçelere bakılarak, kamu kesimi tarafından kullanılan kaynak miktarını, mevcut bütçe kaynaklarıyla hedeflenen politikaların gerçekleşip gerçekleşmeyeceğini, bu kaynakların nerelere harcandığını, siyasi iktidarın ekonomi politikalarını ve ulaşmak istediği hedefleri görebilmek mümkündür. Nitekim bütçe görüşmelerinde sıkça vurgulanan ‘bu bütçe bir borç bütçesidir’, ‘bu bütçe yatırım bütçesidir’ veya ‘bu bütçe sosyal amaçlı bir bütçe değildir’, ifadeleri bütçe kalemlerine bakılarak yapılan çıkarımlardan başka bir şey değildir.

Bütçe görüşmeleri sırasında, yapılan genel değerlendirme ve eleştirilerin büyük çoğunluğu ekonomik konulardan ziyade siyasi karakterli olabilmektedir. Bütçe görüşmelerinde, mevcut iç ve dış konjonktür ortaya konulduktan sonra sadece bütçe kanunu tasarısının maddeleri, bütçenin büyüklüğü ve hedefleri müzakere edilmemekte ülkenin siyasi, ekonomik ve sosyal sorunları da dile getirilmektedir.

Türkiye’de 1980’lerin başlarına kadar genişletici maliye politikalarının neden olduğu bütçe açıklarının, Merkez Bankası kaynaklarıyla finanse edilmesi bir yandan parasal otoritenin bağımsız bir para politikası uygulamasını engellerken aynı zamanda maliye politikasını da etkin bir iktisat politikası aracı haline getirmiştir. 24 Ocak Kararlarıyla birlikte hükümetin Merkez Bankası kaynaklarına başvurması önemli ölçüde sınırlandırılmış, bunun yerine yoğun bir biçimde iç borçlanmaya başvurulmuştur.

1950’li yıllardan 1980’li yıllara gelinceye kadar artan bütçe açıklarına paralel olarak kamu borçları da artmaya devam etmiş, bu borçlar genellikle dış borç şeklinde ortaya çıkmıştır. 1980’lerin başında yapılan bir dizi düzenleme ile kamu borçları bir miktar azalsa da kamu harcamalarını finanse edecek düzeyde gelir toplanamadığından borçlardaki artışla birlikte, faiz yükü de artmış, bu borçların ödenmesi sorun olmaya devam etmiştir. Bu dönemde bütçe açıklarının

finansmanında vergi gelirleri yerine borçlanmaya gidilmesi, olağanüstü durumlarda kullanılması gereken bu kaynağı olağan gelir kalemi haline dönüştürmüştür.

1980 yılından sonra faiz oranları üzerindeki kamunun denetiminin azaltılması, KİT fiyatlarının yeniden düzenlenmesi, enflasyonun önlenmesi, tarımsal desteklerin azaltılması ve kamu harcamalarındaki artışın neden olduğu bütçe açıklarının düşürülmesi amaçlanmıştır. Kamu finansmanının sağlıklı kaynaklarla finanse edilmesi amacıyla genelde mali sistemle; özelde vergilerle ilgili önemli düzenlemeler yapılmış, 1985 yılında KDV’nin yürürlüğe girmesiyle birçok vergi yürürlükten kaldırılmış, mahalli idarelerin gelirlerini artırmak amacıyla emlak vergileri belediyelere devredilmiş, vergilerin sayıları azaltılıp, verginin tabana yayılması ile bütçe gelirleri içerisinde vergi gelirlerinin payı yükselmiştir.

Türkiye’de 1989 yılında 32 sayılı Kararla kambiyo rejiminde yapılan değişiklik, yabancı sermaye girişlerini tamamen serbest bırakmış, sermaye girişlerinin ülkede kalmasını sağlamak amacıyla yüksek faiz politikaları uygulanmıştır. Bu şekilde yurtdışından gelen kısa vadeli yabancı kaynaklar bütçe açıklarının finansmanında kullanılarak kamunun faiz ödemelerini artırdığından, bu tarihten sonra maliye politikalarının önemi daha da artmıştır.

Özetle, Türkiye’de 1980-1983 döneminde kısmen, 1983-1989 döneminde ise daha geniş kapsamlı olmak üzere devletin ekonomik aktivite üzerindeki etkilerini azaltan liberal politikalar uygulanmıştır. Bu dönemde enflasyonu düşürmek amacıyla, parasal genişlemenin kontrol altına alınmasıyla birlikte, başlangıçta uygulanan daraltıcı maliye politikaları, dönem sonlarına doğru terk edilmiş, bir yandan kamu harcamalarının azaltılmasına büyük önem verilirken diğer yandan vergi almak yerine borçlanmaya başvurulması hem iç hem de dış borçları artırıp faiz oranlarını yükselterek hükümetlerin bütçe üzerindeki etkinliklerini azaltmıştır.

KAYNAKÇA

AVCI, N. (1988), Bütçe ve Para Politikalarının Makroekonomik Etkileri, Devlet Bütçe Uzmanlığı Araştırma Raporu, Ekim, Ankara.

AYDIN, F. (2009), Hükümet Programları ve Kalkınma Planlarında Maliye Politikası, Ankara.

BAŞOL, K. ve Başol, G. (1992), “Bütçe Uygulamalarında Yapılan Değişiklikler ve Bütçe Politikalarına Etkileri”, AÜSBF Dergisi, Cilt 47, Sayı:3,ss.57-82

BOCUTOĞLU, E. (2011), Karşılaştırmalı Makro İktisat Teoriler ve Politikalar, Murathan Yayınevi, 4.Baskı, Trabzon.

Bütçe Hazırlama Rehberi (2012-2014), Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü, <http://www.bumko.gov.tr/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFFAC8287D72AD903BEECECF96BF906C773/ET:30.09.2011>.

ÇEBİ, C. (2002), Kamu Kesimi İtibariyle Mali Etki Hesaplaması: Türkiye Uygulaması, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Tartışma Tebliği No:97/4

Danışma Meclisi Tutanak Dergisi, C:2, Y.Y:1, 15.01.1982,s.129

DEDE, M. E. (2010), Anayasal İktisat Perspektifinde Maliye Politikası Kuralları ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Uygulamanın İncelenmesi, Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara.

DEMİR, M. V. (2004), 4749 Sayılı Kamu Finansman ve Borç Yönetiminin Düzenlenmesi Hakkında Kanunun Getirdiği Yenilikler, Önceki Mevzuat İle Karşılaştırılması, Devlet Bütçe Uzmanlığı Araştırma Raporu, Mart, Ankara.

DERDIYOK, T. (2001), "1980 Sonrası Borçlanma Politikaları", Maliye Dergisi, Yıl: 2001, Sayı: 138.

DERDIYOK, T. (2001), "Kamu Harcamalarında Tasarruf mu, Etkili Vergilemem mi?", Maliye Dergisi, Sayı: 137.

DPT (1984), Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989), DPT Yayınları, Ankara.

DPT (1996), Vergi Özel İhtisas Komisyon Raporu, Yayın No: DPT: 2454-ÖİK:510, Ankara.

DPT (2001a), Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Kamu Yatırımlarının Planlanması ve Uygulanmasında Etkinlik Özel İhtisas Komisyon Raporu, Ankara.

DPT (2001b), Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Vergi Özel İhtisas Komisyon Raporu, Ankara.

EDİZDOĞAN, N. (2008), Kamu Maliyesi, 10.Baskı, Ekin Basın Yayın Dağıtım, Bursa.

ERKAM, S. (2010), Maliye Politikalarının Etkinliği: Teori ve Bir Uygulama, Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara.

EVGIN, T. (1997), “Türkiye’de Konsolide Bütçe Uygulamaları Genel Değerlendirmesi (1980-1997)” Hazine Müsteşarlığı, Ekonomik Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Ekim

EVGIN, T. (2000), “Dünden Bugüne Dış Borçlarımız” HDTM Araştırma ve İnceleme Dizisi No:26.

GÜNAY, A. (2007), Mali Disiplinin Sağlanmasında Anayasal Denk Bütçe Yaklaşımı ve Türkiye’de Uygulanabilirliği, Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara

Hazine Müsteşarlığı (2004), Hazine Dergisi, Cumhuriyetin 80.Yılı Özel Sayısı, Banka ve Kambiyo Genel Müdürlüğü, Ankara.

KARACAL, M. ve Öktem, A.U. (2007), Bütçe Kılavuzu Uzman Olmayanlar İçin El Kitabı, Tesev Yayınları,

KARAGÖL, E. T. (2010), “Geçmişten Günümüze Türkiye’de Dış Borçlar”, Seta Analiz, Siyaset Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı, No:26.

KEPENEK, Y. ve Yentürk, N. (2001), Türkiye Ekonomisi, 18. Baskı, Remzi Kitabevi, İstanbul.

KESRIYELI, M. (1997), 1980’li Yıllardan Günümüze Para Politikası Gelişmeleri, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Tartışma Tebliği No:97/4.

Millet Meclisi Tutanak Dergisi, Cilt:14, Dönem:5, Toplantı:3,16.02.1980

OKTAYER, A. (2010), “Türkiye’de Bütçe Açığı, Para Arzı ve Enflasyon İlişkisi”, Maliye Dergisi, Sayı 158, Ocak-Haziran, ss.431-447

OYAN, O. (2001), Kamu Maliyesi ve Politikası, Türkiye Ekonomisi Sektörel Analizi, Yayına Hazırlayan Ahmet Şahinöz, Türkiye Ekonomi Kurumu, İmaj Yayınevi, Ekim, Ankara.

ÖNDER, T. (2005), Para Politikası: Araçları, Amaçları ve Türkiye Uygulaması, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, Uzmanlık Yeterlik Tezi, Ankara.

ÖZAKTAŞ, F. D. (2007), “Türkiye Ekonomisinde Enflasyonist Süreçte Baskın Otorite Tespitine Uygulamalı Çalışma”, Ekonomik Yaklaşım Dergisi, Sayı:65, cilt:18,ss.59-70

PAKDEMIRLI, E. (2003), Cumhuriyet Döneminin Ekonomik Büyüklükleri (1923-2002), Türkiye Odalar Borsalar Birliği Yayınları, Ankara.

PEHLIVAN, O. (2004), Kamu Maliyesi, Derya Kitabevi, Trabzon.

PINAR, A. (2011), Kamu Maliyesi ve Maliye Politikası, 7.Bası, Ankara.

SAÇKAN, O. (2006), Genel Fiyat Düzeyinin Belirlenmesinde Para ve Maliye Politikası Dominant Rejimleri: Türkiye Örneği, 1988-2005, Merkez Bankası Uzmanlık Tezi, Ankara.

SARGENT, T.J ve Wallace, N. (1981), "Some Unpleasant Monetarist Arithmetic", Federal Reserve Bank of Minneapolis Quarterly Review, Fall, 1-17

TAKIM, A. (2011), "Türkiye'de 1960-1980 Yılları Arasında Uygulanan Kalkınma Planlarında Maliye Politikaları", Maliye Dergisi, Sayı:160, Ocak-Haziran, ss.154-176

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, Kanun No:2709, Kabul Tarihi: 07.10.1982

TBMM Tutanak Dergisi, Cilt:1, Dönem: 17, Yasama Yılı:1, 22.12.1983

TBMM Tutanak Dergisi, Cilt:9, Dönem: 17, Yasama Yılı:2, 08.12.1984

TBMM Tutanak Dergisi, Cilt:11, Dönem: 17, Yasama Yılı:2, 20.12.1984

TBMM Tutanak Dergisi, Cilt:22, Dönem: 17, Yasama Yılı:3, 10.12.1985

TBMM Tutanak Dergisi, Cilt:33, Dönem: 17, Yasama Yılı:4, 08.12.1986

TBMM Tutanak Dergisi, Cilt:33, Dönem: 17, Yasama Yılı:4, 09.12.1986

TBMM Tutanak Dergisi, Cilt:35, Dönem: 17, Yasama Yılı:4, 24.12.1986

TBMM Tutanak Dergisi, Cilt:11, Dönem: 17, Yasama Yılı:2, 20.12.1986

TBMM Tutanak Dergisi, Cilt:36, Dönem: 18, Yasama Yılı:1, 04.04.1988

TBMM Tutanak Dergisi, Cilt:19, Dönem: 18, Yasama Yılı:2, 09.12.1988

TBMM Tutanak Dergisi, Cilt:36, Dönem: 18, Yasama Yılı:1, 04.04.1988

TBMM Tutanak Dergisi, Cilt:20, Dönem: 18, Yasama Yılı:2, 12.12.1988

TBMM Tutanak Dergisi, Cilt:38, Dönem: 18, Yasama Yılı:3, 27.12.1989

TBMM Tutanak Dergisi, Cilt:53, Dönem: 18, Yasama Yılı:4, 13.12.1990

TBMM Tutanak Dergisi, Cilt:5, Dönem: 19, Yasama Yılı:1, 10.03.1992

TCMB (2002), Küreselleşmenin Türkiye Ekonomisine Etkileri,
<http://www.tcmb.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 23.09.2011)

TUTAR, E. (2005), Enflasyon Hedeflemesinin Önkoşulları: Türkiye’de Para Politikası Araçları İle Enflasyon Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Piyasalar Genel Müdürlüğü, Ankara.

TÜRK, İ. (2005), Maliye Politikası, 18. Baskı, Turhan Kitabevi, Ankara.

VARDAR, E. (2007), Türkiye’de İç Borçlanmanın Gelişimi, TCMB Uzmanlık Yeterlik Tezi, Ankara.

YURDAKUL, F. ve Saçkan O. (2007), “Genel Fiyat Düzeyinin Belirlenmesinde Para ve Maliye Politikası Baskın Rejimler”, Ankara Üniversitesi, SBF Dergisi, Cilt: 62, Sayı:2,ss.219-236

YÜKSEL, N. (1990), Türkiye’de Konsolidasyon (Tahkim Kanunları), Devlet Bütçe Uzmanlığı Araştırma Raporu, Haziran, Ankara.

Türkiye'nin Önünde Yatırım ve Ticaret Fırsatı Olarak Angola

Dr. Faruk CÖMERT
Angola Ticaret Müşaviri
comertfaruk@yahoo.com

Özet: Afrika'da bulunan İngiliz ve Fransız eski sömürgelerinin aksine Türkiye'nin, Angola gibi Portekiz eski sömürgesi olan ülkelerle ilişkilerinin oldukça zayıf olduğu görülmektedir. Çalışmamızda, Afrika'da Portekizce konuşan ülkelerin en güçlüsü olan Angola'nın ekonomik ve ticari durumu incelenmiş, ilişkilerinin güçlü olduğu ülkeler araştırılmış, ilişkilerin boyutları ve politikaları değerlendirilmiştir. Angola'da faaliyet gösteren hemen hemen tüm ülkelerin bu ülkede varlık gösterebilmek için krediyi araç olarak kullandıkları ve özellikle sermaye yoğun petrol ve elmas sektörüne yatırım yaptıkları tespit edilmiştir. Portekiz, Brezilya ve Çin'in Angola ile ilişkilerinin üst seviyede olduğu, altyapı ve konut inşasında oldukça güçlü oldukları görülmüştür. Nüfusunun büyük çoğunluğu altyapıdan ve temel ihtiyaçlardan yoksun olarak yaşayan Angola'nın; sağlanan siyasi ve ekonomik istikrar, olağanüstü doğal zenginlikleri ve önemli petrol geliriyle önümüzdeki yıllarda istikrarlı bir şekilde büyüyeceği, ülkemiz için başta altyapı (yol, su, elektrik, kanalizasyon, telekomünikasyon, raylı taşıt), konut inşası ve ihracatta büyük potansiyele sahip olduğu önemli yatırım ve ticari fırsatlar barındırdığı sonucuna varılmıştır.

JEL Sınıflaması : F23, H54, I31, N7, O11

Anahtar Kelimeler : Angola, Angola Ekonomisi, Angola Ticareti, Angola'da Yatırım İmkanları,

Turkey's Investment and Trade Opportunities with Angola

Abstract: Unlike the former colonies of Britain and French, Turkey relationship with the former Portugal colonies such as Angola seems to be quite weak. In our study, being the most powerful of the Portuguese-speaking countries in Africa, Angola's economical and commercial situation is scrutinized, the countries that have strong relations with Angola are explored, also the dimensions and policies of these relationships are evaluated. It is ascertained that almost every foreign countries operating in Angola use loan to maintain their commercial and economic activities in this country and it is found out that they specifically make investments particularly to capital intensive sectors as oil and diamond. It is also discovered that Portugal, Brazil and China have the

most intense relations with Angola, where these countries are also quite strong in the construction of infrastructure and housing. The vast majority of its population living with lacks of infrastructure and basic needs Angola; in case provided with political and economic stability, supernatural wealth and significant oil revenues will grow steadily in the coming years, that will create opportunities for our country especially in case of infrastructure (roads, water, electricity, canalization, telecommunication, rail transport), construction of housing and export. In addition, there could be significant opportunities for investments and commercial.

JEL Classification: F23, H54, I31, N7, O11

Keywords : Angola, Economy of Angola, Angola Trade, Investment Opportunities in Angola.

Giriş

Angola Cumhuriyeti 1.246.700 km² yüzölçümü ile Sahraaltı Afrika'nın üçüncü büyük ülkesidir. Güney-Batı Afrika'da stratejik bir konumda yer alan Angola, kuzeyinde Kongo ve Demokratik Kongo, doğusunda Zambia, güneyinde Namibya ve batısında Atlas okyanusu ile çevrilidir. 1.650 km sahile sahiptir. Ülkenin nüfusu yaklaşık 24,3 milyon ve nüfus artış hızı %3,3 civarındadır. Resmi dil Portekizcedir. Okuryazarlık oranı ise yaklaşık %42'dir. İktidardaki MPLA partisinin Genel Başkanı José Eduardo dos Santos, 1979 yılından beri 35 yıl aralıksız olarak Devlet Başkanlığı görevini sürdürmektedir.

500 yıl Portekiz kolonisi olarak kalan Angola, 14 yıl sömürgeciliğe karşı savaştan (FAO, 2014: 5) sonra 11 Kasım 1975 yılında bağımsızlığına kavuşmuştur. Bağımsızlığına kavuştuktan sonra Angola, Sovyetler birliği yörüngesine girmiş ve 1990 yılına kadar Marksizim ve Leninizm resmi politikası olmuştur (RIIA, 2005: 1). 1975-1979 yılları arasında SSCB ve Küba'nın müttefiki olan Angola, daha sonra batılı ülkelerle ilişkilerini geliştirmiş ve Portekizce konuşan ülkelerle bağlarını güçlendirmiştir. Angola yaklaşık 20 uluslararası ve bölgesel organizasyonun üyesidir (Jover, Pintos ve Marchand, 2012: 12).

Bağımsızlık ilanından sonra, Portekiz'e karşı bağımsızlık mücadelesi veren ve farklı ülkelerden desteklenen (SSCB, Küba, ABD, Güney Afrika) ve farklı siyasi görüşlere sahip gruplar (MPLA,UNITA ve FNLA) arasında iktidar mücadelesi nedeniyle 1975 yılında başlayan ve 27 yıl süren iç savaş 2002 yılında sona ermiştir. Angola'da 27 yıllık iç savaş döneminde milyonlarca kişi göç etmek zorunda kalmış, bir milyonu aşkın kişi hayatını kaybetmiş, yolların, köprülerin, fabrikaların, hastanelerin ve okulların büyük çoğunluğu yıkılmış,

tahrip olmuştur. Angola nüfusunun yarıdan çoğunun elektriğe ve içilebilir suya erişimi mümkün değildir.

Dünya Bankası 2009 verilerine göre Gini katsayısı % 58,6 olan ve nüfusunun 2/3'si günlük 2 \$'ın altında gelikle yaşayan (Stiftung, 2014: 18) Angola, gelir dağılımında dünyanın en bozuk ülkelerinden biri olup ciddi sağlık problemleri ile de karşı karşıyadır. Özellikle beş yaş altı çocukların büyük miktarda ölümüne neden olan sıtma hastalığı yaygın olarak görülmektedir. Dünyada ishal vakasının en çok görüldüğü ülkelerin başında da Angola gelmektedir.

Diğer taraftan, Nijerya'dan sonra Afrika'nın en çok petrol ülkesi olan Angola, Afrika'nın ikinci büyük doğalgaz rezervlerine sahiptir. Aynı zamanda dünyanın önemli elmas üreticilerinden biridir. İhracatının yaklaşık %95'i ham petrole dayanmakta ve önemli miktarda ticaret fazlası vermektedir.

Angola petrol, gaz ve elmas zenginliğinin yanısıra büyük miktarda hidroelektrik potansiyele, geniş tarım arazilerine, bol yağışa ve zengin deniz mahsulleri potansiyeline sahiptir (KPMG,2012: 8). İç savaştan sonra sağlanan istikrar ve artan petrol gelirleriyle altyapı yatırımlarına büyük önem veren Angola'nın, önümüzdeki yıllarda istikrarlı bir şekilde büyümeye devam edeceği beklenmektedir.

Ülkeleri demokrasi, piyasa ekonomisi ve siyasi yönetimi kalitesine göre analiz edip değerlendiren Bertelsmann Stiftung Dönüşümü Endeksi (BTI)'ne göre 129 gelişmekte olan ve geçiş ülkeleri arasında 97. sırada yer alan (Stiftung, 2014: 1) Angola, hem piyasa ekonomisine hem de demokratik siyasi sisteme geçiş sağlamaya çalışan ve her iki sahada da hâlâ karşı karşıya kaldığı önemli sorunları bulunan bir ülkedir (UNCTAD, 2013: 2).

1. Angola Ekonomisi

Angola ekonomisinin temelinde petrol bulunmaktadır. Nijerya'dan sonra Afrika'nın en çok petrol üreten (1,9 milyon varil/gün) ülkesidir (AEO, 2012: 2). Botswana, Rusya ve Güney Afrika'dan sonra dördüncü elmas üreticisi (DBA, 2012: 15) olan Angola, 2009 yılı itibariyle dünya elmas üretiminin yaklaşık %11'ine ve toplam gelirinin de yaklaşık %13'üne sahiptir (Jover ve diğerleri, 2012:48). Petrol ve elmas zenginliğinin yanısıra Angola, demir, bakır, altın, manganez, kalay, uranyum, wolfram, çinko, fosfat, granit, mermer, asfalt, alçıtaşı, talk, mika, feldspat, florit, sülfür, kuvars ve kaolin olmak üzere dünyadaki önemli 45 madenden 35'ine (DMA, 2012: 17) ve Afrika'da ikinci büyük doğal gaz rezervlerine sahiptir.

Zengin doğal kaynaklara sahip olan Angola, halihazırda %5,7'si işlenebilir 575.900 km² ekilebilir araziye sahiptir. Bereketli topraklar, büyük biyoçeşitlilik, yurtiçi ve kıyılarda bol su kaynakları, mevcut biyolojik ve doğal kaynaklar ve tarımla uğraşan dinamik kırsal nüfus ile birlikte hayvancılık ve balıkçılık, ekonomik ve sosyal kalkınma için önemli faktörlerdir. Tarım, hayvancılık ve ormancılık GSYH'nin %12'sini, toplam istihdamın ise %42'sini sağlamaktadır. Tarım işçilerinin %70'inin kadınlardan olduğu tahmin edilmektedir (FAO, 2014: 12). Ayrıca, büyük nehirleriyle ciddi hidroelektrik potansiyeline sahiptir.

1.650 km sahile sahip olan Angola, 330.000 km² deniz alanıyla Afrika'nın en zengin deniz ürünleri stoğuna sahiptir. Kuzeyden gelen sıcak su ve güneyden gelen soğuk su akımlarının meydana getirdiği ekosistemle oluşan verimli bu saha, zengin deniz ürünleri yatağı olmaktadır. Aynı zamanda tüm ülkeye yayılmış 10.000 km'den fazla uzunluğa sahip büyük nehirleri (küçük nehirler hariç) su ürünlerinin kaynağıdır. 1972 yılına kadar balık unu üretiminde dünya birincisi olan Angola, günümüzde 2013 yılı itibarıyla 400.000 ton balık ve kabuklu üretebilmektedir (FİP Brochura, 2014: 4).

1975 yılında bağımsızlığına kavuşmadan önce güçlü tarım ve imalata dayalı çeşitlendirilmiş bir ekonomiye sahip olan Angola (Muzima ve Mazivila, 2014: 11), 27 yıllık iç savaştan sonra kazanılan istikrarla, tarıma dayalı ekonomiden Sahraaltı Afrika'nın büyük miktarda petrol ve maden üreticilerinden birine dönüşmüştür (Nonyane, 2013: 1). İç savaştan önce başta muz, kahve, sisal, pamuk ve mısır olmak üzere önemli oranda tarımsal ürün üretimi ve ihracatı gerçekleştiren Angola'da yaşanan iç savaş nedeniyle altyapısı yok olmuş, nüfusu büyük oranda yer değiştirmiş ve tarımsal alanlara mayınlar döşenmiştir. Bu nedenle, tarımsal üretim çok az miktarda ve verimsiz bir şekilde gerçekleştirilmekte ve ülke gıda ihtiyacının yarısından fazlası ithalatta karşılanmaktadır.

1976 yılında kurulan Angola'nın milli petrol şirketi Sonangol EP, petrol ve doğalgaz arama ve üretimi konusunda tek imtiyazlı şirkettir. Sonangol petrol üretim sahalarında (her blokta) en az %20 hisseye sahiptir. Aralarında BP (İngiltere), Chevron (ABD), Petrobas (Brezilya), Exxon Mobil (ABD), Total (Fransa), Pluspetrol (Arjantin), GALP (Portekiz), Sinopec (Çin), ENI (İtalya), Maersk (Danimarka) ve Statoil (Norveç) bulunduğu petrol şirketleriyle ortaklık yapmaktadır. Sonangol aynı zamanda, bankacılık, hava taşımacılığı, telekomünikasyon, ikram (catering), sigorta ve deniz aşırı finansmanı gibi petrol dışı sektörlerde de faaliyet göstermektedir (Williams, 2014: 13).

1981 yılında kurulan kamu şirketi Endiama EP (Empresa Nacional de Diamantes de Angola), hükümet politikaları doğrultusunda elmas sektörünü

düzenlemekten (imtiyaz ve lisans verme) sorumludur. Aynı zamanda işletmeci olarak faaliyette bulunmaktadır. Başta Alrosa (Rusya), Odebrech (Brezilya), Daumanty (İsrail) ve De Beers (Belçika) olmak üzere çok sayıda uluslararası firmayla işbirliği yapmaktadır. Endiama, madenciliğin yanısıra pazarlama, taşımacılık ve lojistik, sağlık ve güvenlik alanlarında da faaliyet göstermektedir (Endiama, 2014).

Angola, Afrika'nın ikinci en yüksek Doğrudan Yabancı Sermaye (DYS) çeken ülkesidir (Sandrey, 2009: 10). Ülkenin önemli yapısal ve altyapı eksikliklerine rağmen, iç savaştan sonra DHS stoğu, 2001 yılında 10,1 milyar dolardan 2009 yılında 15,1 milyar dolara çıkmıştır. DHS ağırlıklı olarak petrol sektöründe yoğunlaşmaktadır. Ekonomik gelişme, özellikle petrol sektörüne yapılan DHS ile desteklenmektedir (Ecobank, 2013: 6). Her ne kadar DHS, altyapının yeniden hızlı bir şekilde inşasında, ekonomik gelişmede ve piyasanın oluşmasında önemli katkıları olsa da, Angola'da sürdürülebilir bir sosyo ekonomik kalkınmanın sağlanmasında etkili olamamıştır (Murgui, 2014: 9).

Sağlanan istikrar ve artan petrol üretimi ve uluslararası piyasalardaki petrol fiyatının yükselişi hızlı kalkınmanın temeli olmuştur. Azalan enflasyonla birlikte büyük miktardaki petrol gelirleri ve başta Çin'den olmak üzere kullanılan uluslararası krediler yeniden yapılanmayı hızlandırmakta ve petrol dışı özel sektörü (inşaat, imalat, tarım ve mali hizmetler) geliştirmektedir.

İç savaş sonrası Angola, 2002-2008 yıllarında ortalama yıllık %14,9 büyüyerek tarihinin en büyük gelişmesini sağlamış ve "altın dönem"ini yaşamıştır. Bu dönemde kişi başına milli gelir 635 dolardan 4.671 dolara yükselmiştir (Rocha, 2011: 1,2,4). 2008 yılında başlayan global kriz esnasında düşen petrol ve elmas fiyatları GSYH gelişmesini yavaşlatmış 2009 yılında %2,4'e 2010 yılında %3,4'e düşmüştür. 2008-2009 yıllarında devlet gelirlerinde yaşanan düşüş yabancı inşaat firmalarına 9 milyar dolarlık borçlanmaya sebep olmuş ve inşaat projelerinin pek çoğu durmuştur (KPGM, 2014: 5). 2008'deki söz konusu ekonomik krizden sanayisi olan ülkelerin etkilenmediği buna karşın hizmet sektörüne dayalı ülkeler ise maalesef krizden çıkabilmek için hâlâ mücadele ettikleri görülmektedir (Hisarcıklıoğlu, 2014: 24).

2009 yılında sabit kur rejimini terk eden Angola, IMF ile Stand-By anlaşması imzalayarak uluslararası fonlardan 1,4 milyar dolar yeniden yapılandırma kredisi almıştır. 2000 yılında %325 olan enflasyon 2011 yılında %14 e düşmüştür. 2011 yılında yükselen petrol fiyatlarıyla ekonomik gelişme tekrar yükselişe geçmiştir (KPMG, 2012: 3). 2002-2011 yılları arasında ortalama %11,6'lık gelişmeyle dünyanın en hızlı büyüyen ekonomilerinden birisi olmuştur.

Afrika'nın beşinci, Sahraltı'nın üçüncü büyük ve hızla gelişen bir ekonomiye sahip olan Angola'nın GSYH'sı, 2000 yılında 9,1 milyar dolardan 2013 yılında 134,3 milyar ABD dolara çıkmıştır. 2014 yılında ise 150,3 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir.

2012 yılında %6,8 büyüyen Angola ekonomisi, petrol fiyatlarındaki düşüş nedeniyle 2013 yılında yavaşlayarak %3,6 büyümüştür. 2013 yılında petrol fiyatları (107,3 \$) 2012'ye göre (110,9 \$) düşüktür. Başta enerji ve tarım sektörü olmak üzere balıkçılık, imalat ve inşaat sektöründeki gelişmelerle petrol dışı sektör, GSYH artışını sürüklemiştir.

Tablo 1 : Ekonomik Göstergeler

Yıllar	2009	2010	2011	2012	2013	2014 (tahmin)
GSYH (milyon \$, cari fiyat)	75.492	82.471	104.116	114.147	134.343	150.261
Nüfus (milyon) ***	18,9	19,5	20,2	20,8	21,5	22,1
Kişi Başına GSYH(\$)	3.390	4.220	5.160	5.480	6.260	6.750
Kişi Başına GSYH, \$/PPP	6.820	6.910	7.090	7.470	7.620	7.880
GSYH Reel Büyümesi (%)	2,4	3,4	3,9	6,8	3,6	4,7
İşgücü (milyon)	7,9	8,2	8,5	8,7	9,0	9,3
İşsizlik Oranı (%)*	23,4	23,1	22,0	21,4	21,6	25,7
Kwanza/Dolar Paritesi (yıl sonu)	89,40	92,64	95,27	95,83	97,56	97,78
Cari işlemler Dengesi (milyon \$)	-7.572	7.506	13.085	13.851	6.989	6.651
Cari işlemler Dengesi / (GSYH %)	-10,0	9,1	12,6	12,1	5,2	4,3
Enflasyon Oranı (%, TÜFE)**	13,9	15,3	11,4	9,0	7,7	6,7
DYS-Kümülatif (milyon\$)	15.086	11.859	8.835	1.937	5.137	8.561
Toplam Dış Borç (milyon \$)	17.014	19.004	21.122	22.171	22.383	22.900

Kaynak: EIU Country Report June 2014- Country Forecast June 2014

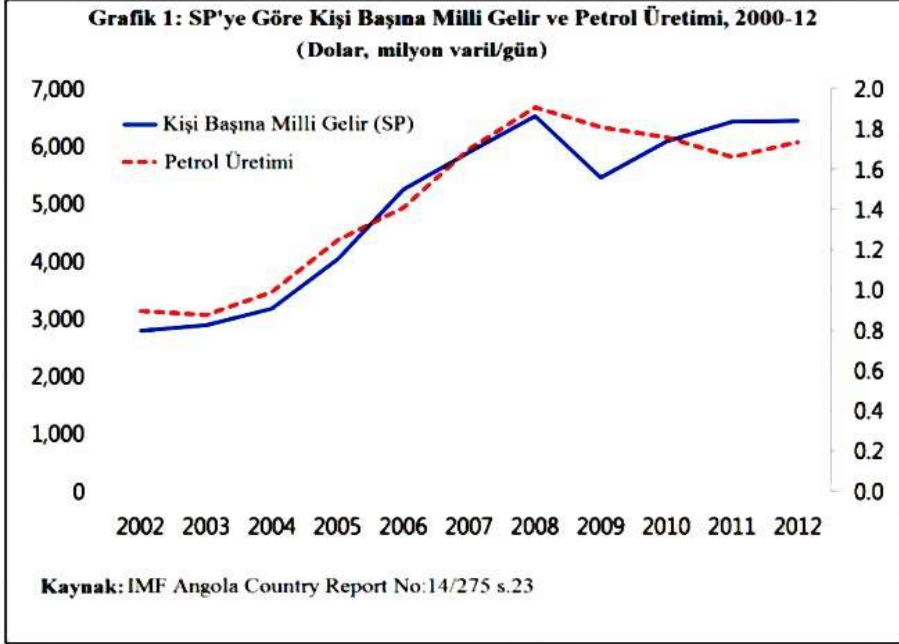
* UCAN, Angola Economic Report, 2012,s.207, UCAN, Relatorio Economico de Angola, 2013,s.209

** BNA, Banco Nacional de Angola

***2014 Nüfus sayımına göre Angola'nın nüfusu 24,3 milyondur.

Ülkenin kalkınması ve gelişmesi tamamen petrole bağımlı bulunmaktadır. Petrol fiyatlarındaki dalgalanmalar ülke ticaretini ve GSYH'yi doğrudan etkilemektedir. Grafik1'den görüleceği üzere 2002-2012 yılları arasında Angola'nın satın alma paritesine göre kişi başına düşen milli gelirinin iki kattan

fazla artarak 2.800 dolardan 6.500 dolara çıkmıştır. Bu yükselişin günlük 0,89 milyon varilden, 1,73 milyon varile çıkan petrol üretimiyle yakından ilişkili olduğu (Verdu, 2014: 23) görülmektedir.



Angola Milli Kalkınma Planına (PND) göre, 2013-2017 yılları arasında yıllık ortalama petrol dışı GSYH artışının %9,5, petrol sektöründeki artışın %1,7 ve GSYH artışının %7,1 olacağı tahmin edilirken (PND, 2012:32,63), BMI (Business Monitor International) 2015-2019 tarihleri arasında yıllık GSYH artışının ortalama %5,4 olacağını öngörmektedir. EIU(Economic Intelligent Unit) ise 2014-2018 yılları arasında GSYH artışının %6 civarında olacağını tahmin etmektedir (EIU June 2014: 1).

İşsizlik, Angola için önemli bir sorun olmaya devam etmesine rağmen 1990'lı yılların sonuna kadar devam eden yüksek seviyedeki işsizlik oranına (2000 yılında işgücünün %42 si işsiz) göre azalma göstermiştir (UNCTAD, 2013: 8). 1980'lerin sonlarında yapılan reformlar kayıt içi ve kayıt dışı özel sektörde istihdamı artırmıştır. Ancak, iç savaş, ekonomik istikrarsızlık, zayıf altyapı ve eğitim, sözleşme güvenliğindeki eksiklik, rüşvet ve sömürge dönemi ile Marksist-Leninist dönemden kalan ağır bürokrasi ile doğal kaynaklara dayanmayan (petrol ve elmas dışı) ekonomi yok edilmiştir (RIIA, 2005: 11).

Angola'daki makroekonomik istikrara ve artan rekabete rağmen yeterli istihdam yaratılamamıştır. %26'lık resmi işsizlik oranı ile, istihdamın büyük çoğunluğu çok az sosyal güvenlikle kayıt dışı ekonomide ya da tarımda bulunmaktadır. Güvenilir veri olmamasına rağmen kayıt dışı ekonomi oldukça büyük ve patakende ticaret gibi bazı sektörlerde hakim durumdadır. Hükümet kayıt dışı ekonomiyi kayıt altına almak için gayret göstermektedir (Stiftung, 2014: 20).

Kırsal kesimde işsizlik oranı %58,3'e ulaşması ülkedeki bölgesel dengesizliğin açık bir göstergesidir (Stiftung, 2014:25). Milli gelire katkısı % 10'dan az olmasına rağmen nüfusun %85'i tarım sektöründe istihdam edilmektedir (KPMG 2013 Quarter 1:3). Hayati öneme sahip petrol sektörünün milli gelire katkısı yaklaşık %47 (Tablo 2) olmasına rağmen istihdama katkısı sadece %1 civarındadır (Muzima, 2014:3).

Hükümetin petrol dışı sanayiye geliştirme politikaları doğrultusunda yapılan inşaat, sosyal konut, şehirlerarası yollar ve diğer altyapı yatırımları sonuç vererek 2008 yılında %57,9 olan GSYH'deki petrol sektörü payı, 2011 yılında %47'ye düşmüştür (Williams, 2014: 13). Son beş yılın ortalamasına bakıldığında, milli gelirin yaklaşık %47'sini petrol, %1'ini elmas oluştururken, %9'unu tarım, %8,2'sini inşaat ve %6,4'ünü imalat sektörü olmak üzere % 50'den fazlasını petrol dışı sektörler oluşturmaktadır.

Tablo 2 :Angola Ekonomisinin Yapısı

Sektörler	Yıllar, GSYH (%)						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013(*)
Petrol	55,8	57,9	45,6	46,0	48,6	46,9	41,5
Elmas ve Diğer Madenler	1,8	1,1	0,9	1,0	0,8	0,8	0,8
Tarım	7,7	6,6	10,2	9,9	9,3	7,0	10,2
İnşaat	4,9	5,2	7,7	8,1	7,9	8,6	9,1
Hizmetler	16,9	17,9	21,2	21,0	19,9	22,1	22,8
Sanayi	5,3	4,9	6,2	6,3	6,1	6,8	7,2
Balıkçılık ve Türevleri	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Enerji	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Diğerleri	6,1	7,2	7,8	7,4	7,0	7,4	7,6

Kaynak : BNA Produto Interno Bruto, 2012 State Budget (<http://www.bna.ao>),
(*)EXPANSÃO, 04/07/2014: 7

2. Angola'nın Dış Ticareti

Çin, ABD, Hindistan, Fransa, Portekiz, Brezilya, İngiltere, Hollanda, Kanada ve Güney Afrika, Angola'nın üretim ve ticaretinde söz sahibi olan başlıca ülkelerdir. Bunların çoğu Angola'da petrol üreten ya da petrol alım anlaşması yapan ülkelerdir. Ana ihracat kalemi petrol olan Angola'nın ihracatının yaklaşık %65'i Çin, ABD ve Hindistan'a yapılmaktadır. Portekiz, Çin, ABD ve G. Afrika hem ihracatta hem de ithalatta ilk sıralarda yer alan ülkelerdir. Angola'nın ihracatının %70'inden ve ithalatının ise %90'ından fazlası ilk on ülke tarafından karşılanmaktadır.

Tablo 3: Angola'nın Dünya ile Ticareti (Milyon \$)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
İhracat	67.747	40.176	53.442	66.231	74.659	70.980
İthalat	20.982	17.541	15.696	18.140	20.784	22.099
Dış Ticaret Hacmi	84.896	57.717	69.138	84.371	95.443	93.079
Dış Ticaret Dengesi	42.932	22.635	37.746	48.091	53.875	48.881
İhracat/İthalat (%)	305	229	340	365	359	321

Kaynak: ANIP, Trade Map

Angola'nın 2013 yılı ihracatı 67,4 milyar doları petrol olmak üzere yaklaşık 70,9 milyar dolar ve ithalatı ise 22,1 milyar dolardır. Tablo 4'ten görüleceği üzere Angola'nın ihracatında ham petrolün payı yaklaşık %95 ve elması payı ise %1 civarındadır. Son beş yılda Angola'nın ithalatı %26 civarında artmıştır.

Angola'nın 2014 yılının ilk altı ayında ihracatı 31,8 milyar dolar, ithalatı ise 12,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2014 yılı sonu itibariyle ihracatının 69,4 milyar dolar, ithalatının ise 28,1 milyar dolar olması beklenmektedir (EIU November 2014: 10,11).

Tablo 4: Angola'nın İhracatında İlk Üç Ürün (Bin \$)

Ürünler	2011		2012		2013	
	Tutar	%	Tutar	%	Tutar	%
Ham Petrol	63.345.512	95,64	70.449.720	94,36	67.374.211	94,92
Diğer Yağlar ve Müstehzarları	572.558	0,86	490.847	0,66	662.394	0,93
Elmaslar (İşlenmemiş)	497.396	0,75	835.236	1,12	630.882	0,89
Liste Toplamı	64.415.466	97,26	71.775.803	96,14	68.667.487	96,74
Toplam İhracat	66.230.897	100,00	74.658.798	100,00	70.980.070	100,00

Kaynak : Trade Map

Angola'nın başlıca ihraç kalemleri; ham petrol ve elmadır. Bu iki kalem ihracatının %97,3'ünü ihtiva etmektedir. İthal kalemleri ise; başta petrol ekipmanları (delme, sondaj vs.) olmak üzere elektrik, elektronik cihazları, araçlar, motosiklet, raylı taşıtlar, gemi, yüzer platform, demir ve çelik ürünleri, makine parçaları, petrol ürünleri, gıda ürünleri (un,et, makarna vs), yağ (soya, rafine vb), mobilya, plastik ürünleri ve inşaat ve elektrik malzemelerinden oluşmaktadır.

Tablo 5: Angola İthalatında Başlıca Ülkeler (2010- 2013)

Sıra	2010		2011		2012		2013	
	Ülkeler	%	Ülkeler	%	Ülkeler	%	Ülkeler	%
1	Portekiz	13,8	Portekiz	16,5	Çin	19,4	Portekiz	18,7
2	Hollanda	11,6	Kore Cum.	11,3	Portekiz	18,5	Çin	17,9
3	Çin	10,1	Hollanda	9,0	ABD	7,1	ABD	6,6
4	ABD	8,6	Çin	8,8	G. Afrika	5,5	Brezilya	5,8
5	Brezilya	5,5	ABD	8,1	Brezilya	5,5	G. Kore	5,6
6	G. Afrika	4,9	G. Afrika	4,9	Fransa	3,3	G. Afrika	4,5
7	Belçikaa	4,3	Brezilya	4,5	İngiltere	3,0	Congo	4,0
8	Fransa	4,3	Fransa	4,2	Belçika	2,7	İngiltere	3,9
9	Norveç	3,3	İngiltere	3,8	Hollanda	2,6	Fransa	2,8
10	Belçika	3,0	Belçika	3,0	Hindistan	2,5	Belçika	2,7
	Toplam	71,1	Toplam	74,1	Toplam	70,1	Toplam	70,4

Kaynak: ANIP, BNA, Trade Map

Angola'nın ithalatında ilk sırayı, 2013 yılı itibariyle, %18,7 paya sahip olan Portekiz almaktadır. Portekiz'i, %17,9 payla Çin, %6,6 payla ABD, %5,8 payla Brezilya, %5,6 payla G. Kore ve % 4,5 payla G. Afrika takip etmektedir. İlk on ülke Angola ithalatının %70,4'ünü karşılamaktadır.

Ülkemizin Angola'ya ihracatı, 2002 yılında yaklaşık 11,1 milyon dolardan, 2008 yılında 182,2 milyon dolara çıkmış, Angola'da yaşanan kriz dolayısıyla 2010 yılında 109,5 milyon dolara gerilemiş ve daha sonra petrol fiyatlarındaki artışa paralel olarak artmaya devam etmiş ve 2013 yılında 264,1 milyon dolara ulaşmıştır. Türkiye, Angola'nın ithalatında Japonya'dan sonra 20. sırada yer almaktadır. 2013 yılı itibariyle Angola'dan ithalatımız ise yaklaşık 8 milyon dolardır.

Tablo 6: Angola İhracatında Başlıca Ülkeler (2010- 2013)

SIRA	2010		2011		2012		2013	
	ÜLKE	%	ÜLKE	%	ÜLKE	%	ÜLKE	%
1	Çin	42,3	Çin	36,3	Çin	44,9	Çin	45,0
2	ABD	19,0	ABD	18,5	ABD	13,4	ABD	12,6
3	Hindistan	8,2	Hindistan	10,6	Hindistan	10,7	Hindistan	9,6
4	Fransa	5,4	Tayvan	8,0	Tayvan	6,7	Tayvan	5,5
5	Tayvan	4,1	Kanada	5,9	G. Afrika	3,7	Portekiz	4,9
6	G. Afrika	3,8	Fransa	3,2	Portekiz	3,0	İspanya	4,1
7	Kanada	3,5	İtalya	2,9	Kanada	2,6	G. Afrika	2,8
8	Hollanda	1,7	G. Afrika	2,2	Kongo	2,5	Hollanda	2,4
9	İngiltere	1,6	Hollanda	2,1	İspanya	1,9	Kanada	2,1
10	Portekiz	1,5	Portekiz	2,0	İngiltere	1,7	Kongo	1,8
		91,0		91,7		91,1		90,8

Kaynak: ANIP, BNA, Trade Map

Ekonomi Bakanlığı verilerine göre, 2014 yılı Ocak-Eylül döneminde Angola'ya ihracatımız 215,2 milyon dolar, ithalatımız ise 4,9 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İhracatımızın 2013 yılının aynı dönemine göre %17,7'lik bir artış gösterdiği gözlenmektedir.

Tablo 7: Angola'nın Türkiye ile Ticareti (Bin \$)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
İhracat	182.248	151.729	109.119	220.581	234.570	264.025
İthalat	16.022	9	276	341	1.811	8.006
Dış Ticaret Hacmi	198.270	151.738	109.395	220.922	236.381	272031
Dış Ticaret Dengesi	166.226	151.720	108.843	220.240	232.759	256.019

Kaynak: TİM, Trade Map

Türkiye'nin Angola'ya yapmış olduğu başlıca ihraç kalemleri makarna, demir çelik ürünleri, un, tavuk eti, bisküvi, halı, inşaat malzemeleri, elektrikli makine ve cihazlardan oluşmaktadır. Ayrıca, çeşitli mamul eşyalar, tekstil ürünleri, temizlik ürünleri, kozmetik, çeşitli gıda maddeleri (maya gibi), çimento, araba parçaları da önemli yer tutmaktadır. Başlıca ithal kalemleri ise; demir hurda, kereste, balık unu ve çeşitli deniz ürünleridir.

Tablo 8: Türkiye'nin Angola'ya İhracatında İlk Beş Ürün, 2013 (Bin \$)

Ürünler	Angola'nın Türkiye'den İthalatı		Angola'nın Dünyadan İthalatı	
	Tutarı	Payı (%)	Tutarı	Payı (%)
Makarna; yumurtasız (pişirilmemiş)	53.972	20,44	71.973	0,33
Köşeli çubuklar (çentikli, yivli, oluklu vb)	47.043	17,82	141.363	0,64
Buğday unu/mahlut unu	43.375	16,43	250.479	1,13
Demir/çelikten yemek piş. cih. (gaz yakıtlı)	7.878	2,98	27.412	0,12
Horoz ve tavuk eti (dondurulmuş)	7.202	2,73	109.271	0,49
Liste Toplamı	159.470	60,40	600.498	2,72
Toplam	264.025	100,00	22,099.379	100,00

Kaynak: Trade Map

3. Angola'da Faaliyet Gösteren Ülkeler

Portekiz, Brezilya, Çin, AB ülkeleri, ABD, G. Afrika, Hindistan, Kore ve Güney Afrika Kalkınma Topluluğu Ülkeleri (SADC) Angola'nın ticari, ekonomik ve siyasi ilişkiler içerisinde olduğu en önemli ülkelerdir. Ancak, bunlardan Portekiz ve Brezilya ekonomik ve siyasi ilişkilerin yanısıra derin tarihi birliktelikleri, dil birliği ve kültürel bağları bulunmaktadır.

Çin ile olan ilişkiler ise, bağımsızlık mücadelesi döneminde özgürlük hareketinin desteklenmesinin yanısıra bağımsızlık sonrası Angola'nın acilen ihtiyaç duyduğu finansmanın, proje karşılığı petrol geri ödemeli kredilerle karşılanmasıyla başlayan stratejik işbirliğine dayanmaktadır. Bu nedenle Portekiz, Brezilya ve Çin ile olan ilişkileri diğerlerine göre daha fazla önem arzetmektedir.

Angola ve Brezilya, Portekizce Konuşan Ülkeler Topluluğu (CPLP) üyesidir. Topluluk, Portekizcenin konuşulduğu Portekiz, Angola, Brezilya, Cabo Verde, Doğu Timor, Gine Bissau, Mozambik, Sao Tome ve Principe olmak üzere, yaklaşık 250 milyon nüfusa sahip, farklı kıtalardan sekiz ülke tarafından; Portekizcenin yaygınlaştırılması, kalkınma alanında işbirliği tesis edilmesi, üye ülkeler arasında siyasi ve diplomatik eşgüdüm sağlanması amacıyla 1996 yılında kurulmuştur. Son olarak, 23 Temmuz 2014 tarihinde Doğu Timor'da yapılan zirvede, İspanyolca konuşan Ekvator Ginesi topluluğa dokuzuncu üye, Türkiye ise "Ortak Gözlemci" olarak kabul edilmiştir.

23 Temmuz 2014 tarihli Türk Dışişleri Bakanlığı açıklamasında ifade edildiği üzere CPLP, gerek Portekizce'nin dünya üzerindeki yaygınlığı, gerek

üye ülkelerin zengin doğal ve beşeri kaynakları ile dört kıtayı birbirine bağlayan siyasi, ticari ve kültürel bağlara sahip olması dolayısıyla günümüzde uluslararası planda giderek dikkati çeken çok taraflı oluşumlardan biri haline gelmiştir

Altyapı ve konut inşasının büyük kısmı, özellikle kullanılan Eximbank kredileri dolayısıyla Çin, Brezilya ve Portekiz inşaat firmaları tarafından gerçekleştirilmektedir. Portekiz ve Brezilya firmaları kolonyal dönemden beri faaliyet göstermektedirler. Ayrıca, söz konusu üç ülke petrol şirketlerinin (Galp-Portekiz, Petrobas-Brezilya, Sinopec-Çin) ve elmas şirketlerinin (Escom-Portekiz, Odebrech-Brezilya, CRCC-Çin) Angola'da faaliyet göstermeleri etkinlikleri bakımından önemlidir.

Çin tarafından sağlanan finansmanın tümü, Angola hükümetinin Ulusal İmar Programı kapsamında; altyapı, telekomünikasyon ve tarım alanındaki anahtar kamu yatırımlarına tahsis edilmiştir. Çin İmar Bankası (CCB) ve Çin Eximbank tarafından sağlanan fon, ilk defa 2002 yılında, altyapının iyileştirilmesinde kullanılmıştır (Campos ve Vines, 2007:5). Çin firmalarının Angola'da güçlü olmaları Çin hükümetinin Angola'ya kullanmış olduğu büyük miktardaki kredilere dayanmaktadır.

Tablo 9'da görüldüğü gibi, Angola'ya kredi veren ülke sadece Çin değildir. Aynı zamanda Brezilya ve Portekiz ülkeleri de özellikle başta inşaat şirketleri olmak üzere üretim ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmalarının Angola'daki faaliyetlerini kolaylaştırmak amacıyla yıllardır petrol karşılığı kredi vermektedirler (Corkin, 2011:16). Angola, kamu altyapısını yeniden inşaa etmek için Çin, Brezilya, Portekiz, Almanya, İspanya, ve Avrupa Birliğinden milyarlarca dolar kredi kullanmıştır (KPGM 2013:5).

Tablo 9: Angola'ya Kredi Veren Ülkeler

Kredi Veren Ülkeler	Kredi Miktarı(milyon\$)
Çin	14.400
Brezilya (*)	8.000
Almanya	2.200
Portekiz	1.900
Kanada	1.160
İspanya	600
Güney Afrika	255
ABD	120
İngiltere	70
Hindistan	50

Kaynak: Corkin:15, (*) EIU, Country Report, July 15th 2014:31

Angola hükümeti altyapı ve diğer sektörlerin iyileştirilmesi için yapılacak yatırımlara kaynak bulmak amacıyla Çin Brezilya ve Paris Kulübü ile görüşmeler yapmaktadır (EIU June 2014:1). Son yıllarda Angola'ya kredi veren ülkeler artmıştır. Reuters'in 16 Haziran 2014 tarihli haberine göre, Angola Finans Bakanı Armando Manuel, Brezilya'nın inşaat ve enerji sektöründe kullanılmak üzere Angola'ya 2 milyar dolar kredi açacağını ifade etmiş ve Brezilya'nın kredi limitinin 7,83 milyar dolara çıktığını belirtmiştir. Ayrıca, ABD General Elektrik firmasından kullanılacak raylı taşıt ve elektrik ekipmanları için bir milyar dolar kredi temin edilmiştir.

3.1.Çin

Çin- Angola ilişkileri, antikolonyal mücadele döneminin ilk yıllarında (1960'lı yıllar) üç büyük özgürlük hareketinin desteklenmesine dayanmaktadır. Çin başlangıçta Angola'nın bağımsızlığını tanımamıştır. Luanda ile Pekin arasındaki resmi diplomatik ilişkiler, ancak 1983 yılında kurulabilmiş ve ilk ticari anlaşma 1984 yılında imzalanmıştır. İlk Karma Ekonomik ve Ticaret Komisyonu 1988'de kurulmuş ve ilk toplantısı 1999'da yapılmıştır (Campos ve Vines, 2007:2). İkili ilişkiler, üst seviyede sıkça yapılan karşılıklı ziyaretlerle (Tablo 10) güçlendirilmektedir.

Bu ziyaretler, ikili ilişkilerin normalleşmesine katkıda bulunmuş ve çeşitli siyasi, diplomatik, ekonomik, kültürel ve siyasi anlaşmaların imzalanmasıyla sonuçlanmıştır (Campos ve Vines, 2007:3). Angola ve Çin arasındaki ilişkiler pragmatik ve stratejiktir. Angola Devlet Başkanı Santos bu ilişkiyi basitçe "Çin'in doğal kaynaklara, Angola'nın ise gelişmeye ihtiyacı olduğu" sözleriyle özetlemiştir (Campos ve Vines, 2007:18). Angola ve Çin arasında kurulan stratejik ortaklık ikili işbirliği, Çin'in proje karşılığı kredi sağlaması ve kredinin Angola tarafından petrol ile geri ödemesine dayanmaktadır.

Tablo 10: Angola – Çin Arasında Yapılan Üst Seviye Ziyaretler(1983-2014)

Çin'den Angola'ya Yap. Ziyaretler	Tarih	Angola'dan Çin'e Yap. Ziyaretler	Tarih
- Gong Dafei, Bakan Yardımcısı	1983	- Ismael Martins, Ticaret Bakanı	1984
- Qian Qichen, Dışişleri Bakanı	1989	- José Eduardo dos Santos, Devlet Başkanı	1988
- Zhu Rongji, Başbakan Yardımcısı	1995	- França Van Dunem, Meclis Sözcüsü	1993
- Li Zhaoxing, Dışişleri Bakan Yardımcısı	1996	- De Mora, Dışişleri Bakanı	1994
- Ji Peiding, Dışişleri Bakan Yardımcısı	1997	- Gomes Maiato, Ticaret Bakanı	1996
- Tang Jiaxuan, Dışişleri Bakanı	2001	- Domingos Culolo, Yargıç	1998
- Li Tiejing, Kom. Parti Mrkz Kom. Üyesi	2001	- José Eduardo dos Santos, Devlet Başkanı	1998
- Wang Wenyuan, Devlet Başkanı Yard.	2002	- Lopo do Nascimento, MPLA Gen. Sekreteri	2000
- Yang Wenchang, Dışişleri Bakan Yard.	2002	- Kundy Payama, Savunma Bakanı	2000
- Zeng Peiyan, Başbakan Yardımcısı	2004	- João Lourenço, MPLA Genel Sekreteri	2001
- Yang Zilin, Devlet Başkanı, Exim Bank	2004	- Roberto de Almeida, Meclis Sözcüsü	2004
- Zeng Peiyan, Başbakan Yardımcısı	2005	- Manuel Vicente, CEO, Sonangol	2004
- Lü Xinhua, Dışişleri Bakan Yardımcısı	2005	- Fernando Piedade dos Santos, Başbakan	2005
- Jiang Yaoping, BT Bakan Yardımcısı	2005	- João Bernardo de Miranda, Dışişleri Bakanı	2006
- Wen Jiabao, Başbakan	2006	- General A. N. Sanjar, ASK Komutanı	2006
- Li Ruogu, Devlet Başkanı, Exim Bank	2007	- Fernando da P. dos Santos, Başbakan	2006
- He Guoqiong, Komünist Parti PB Üyesi	2008	- Joaquim Icuma Muafuma, Ticaret Bakanı	2007
- Chen Deming, Ticaret Bakanı	2009	- Irene Neto, Dışişleri Bakan Yardımcısı	2008
- Xi Jingjing, Devlet Başkanı Yardımcısı	2010	- Antonio Burity da Silva, Eğitim Bakanı	2010
- Chen Jian, Ticaret Bakan Yardımcısı	2010	- José Eduardo dos Santos, Devlet Başkanı	2010
- Gen Chen Bingde, General	2010	- Manuel Vicente, Sonangol CEO	2010
- Wu Bangqia, Meclis Başkanı	2011	- Candido P. S. Van Dunem, Savunma Bakanı	2010
- Chen Deming, Ticaret Bakanı	2012	- Fernando Piedade dos Santos, Başkan Yrd.	2011
- Li Keqiang, Başbakan	2014	- Carlos Feijo, Devlet Bakanı	2011
		- Manuel Vicente, CEO, Sonangol	2011
		- Jose Joana, Bakan Yardımcısı	2013
		- Georges Chikoti, Dışişleri Bakanı	2014
		- Jose Luis De Matos, Medya Bakanı	

Kaynak: Angola and China A Pragmatic Partnership Campos I., Vines A.:4; - Thomson R.:72 -30 Anos do Estabelecimento das Relações Diplomáticas entre a China e Angola, WA

Angola Modeli, bir ülkenin altyapısını geliştirmesi için ihtiyaç duyduğu kredinin Çin tarafından karşılanmasına ve geri ödemenin doğal kaynakların ihracatı yoluyla yapılması şeklinde oluşturulmuştur (Zongwe, 2010:11). Çin

tarafından Angola'ya etkili bir şekilde tatbik edilen düşük faizli ve hammadde temini garantili finans sistemi "Angola Modeli" olarak diğer Afrika ülkelerine de uygulanarak yaygınlaştırılmaktadır (Macauhub, 2014). Angola Modeli Çin'in kazan-kazan oyun planının özüdür (Zongwe, 2010:24).

Çin, Angola'ya proje karşılığı en çok kredi kullandıran ülkedir. Çin'in Angola Büyükelçisi Zhang Bolun; Çin'in üç devlet bankasının (Eximbank, The China Development Bank ve The Industrial and Commercial Bank of China) 2002 yılından Mart 2011'e kadar Angola'ya yaklaşık 14,5 milyar dolar petrol karşılığı (oil backed loan) kredi kullandığı ve bu kredilerin çoğunun inşaat ve altyapı projelerini finanse ettiğini ifade etmiştir (Kabemba, 2012:2). Çin doğrudan yatırımları büyük miktarda petrol ve inşaat sektöründe yoğunlaşırken, aynı zamanda petrol dışı sektörde de önemli artış olmuştur (Campos ve Vines, 2007:7). Angola hükümeti 2002'den beri petrol geri ödemeli Çin Eximbank Kredisi paketiyle Ulusal Yeniden Yapılandırma Programı'nı kolaylıkla yürütmektedir (Corkin, 2011:49).

Çin-Afrika Kalkınma Fonu (The China-Africa Development Fund, CAD Fund), Çin hükümetinin Afrika kıtasındaki bazı plan ve amaçlarını gerçekleştirmek amacıyla 2006 yılında kurulmuştur. Fon, Çin'in Afrika kıtasındaki yatırımlarını teşvik etmek amacıyla Çin hükümetinin ekonomik ve diplomatik bir aracı olarak çalışmaktadır. Fon, Angola Egemenlik Servet Fonu (Fundo Soberno de Angola) ölçeğinde nispeten küçük bir Egemenlik Servet Fonudur (Grimm ve Schickerling, 2013:1)

Çin Ticaret Odası Genel Sekreteri Zhao Hongbing vermiş olduğu bilgiye göre; 500'ün üzerinde Çin şirketi Angola'da faaliyet göstermektedir. Çin Ticaret Odasınınca; Angola'da faaliyet gösteren Çin şirketlerine iki ülke arasındaki kültürel farklılıklardan dolayı ortaya çıkan zorlukları gidermek ve Angola mevzuatıyla ilgili destek sağlamak amacıyla Hukuki Yardım ve Lojistik Destek Merkezi oluşturulmuştur (Jornal de Angola, 2014). Faaliyet gösteren bu firmalardan 50'den fazlası Çin Devlet (KİT) firması ve 400'ü ise Çin özel firmalarıdır (Corkin, 2011:17). Bu firmalardan, CIF Fábrica de Cimento Luanda'da 250.000 torba/yıl çimento üretim tesine ve CSG Automóveis – ZZNissan 32.000 adet/yıl araç üretim tesisine sahiptir (Kiala, 2012:10). Diğerleri ise, iç savaşta zarar gören altyapının yeniden inşasında, konut, yol, köprü, okul, demiryolu, havaalanı yapımında ve inşaat sektörünün ihtiyacı olan tuğla, briket üretimi, taş ocağı işletmesi gibi alanlarda faaliyet göstermektedirler.

Çin'in Angola ile 1983 yılından beri olan ticari ve siyasi ilişkileri dolayısıyla Çin inşaat firmaları da Angola'da oldukça etkindirler. Angola'da Göç ve Yabancılar ofisinin verdiği bilgiye göre 2012 Nisan ayı itibarıyla 258.391 Çinli çalışma vizesiyle yaşamaktadır (Visao, 2012:1). Luanda'da genelde Çinli

işadamlarının faaliyet gösterdiği ticaret siteleri ve Luanda şehir merkezinde, işadamlarına hizmet veren Çin Uluslararası Fonu'na ait çok katlı büyük bir iş merkezi mevcuttur.

Çin inşaat firmaları, 2002 yılında Angola pazarına girmelerine rağmen kısa sürede büyük gelişme göstermişlerdir. Bunun en önemli sebebi Çin Eximbank'ın sağlamış olduğu krediler vasıtasıyla sağlanan giriş güvencesi ve sabit pazar payı olmuştur. Bundan çoğunlukla büyük devlet şirketleri (KİT) faydalanırken, bunu küçük ölçekteki Çin şirketleri takip ederek Çin ile bir tedarik zinciri oluşturmuşlardır (Corkin, 2011:62).

Petrol ödemeli (oil backed) kredilerin eki özel anlaşmalara bağlı olarak Çin İnşaat şirketleri, genellikle ithalatta gümrük vergisi ödemekten muaf tutulmaktadır. Siyasi bağları olan yerel şirketler de gümrük vergisi ödemeyebilmektedirler (Stiftung, 2014: 21). Haishan International Construction Company, The Huaxi Group Company, CITIC Construction Company, Chine Road and Bridge Corporation, Pan Chine Construction Company, Guangxi Water Ltd., Chine Railway Bureau, Transtech Engineering Company and Chine Harbour Ltd. Angola'da faaliyet gösteren başlıca Çin inşaat firmalarıdır.

3.2. Portekiz

Yaklaşık 500 yıl Portekiz sömürgesi olan Angola, 1975 yılında bağımsızlığına kavuştuktan sonra da Portekiz ile olan güçlü bağlarını devam ettirmektedir. Portekiz şirketleri, inşaat ve bankacılık (Banco Espirito Santo de Angola, Banco BIC, Banco de Fomento de Angola) sektöründe oldukça güçlüdürler. Portekiz aynı zamanda telekom, enerji ve bankacılıkta ana yatırımcıdır (Jover ve diğerleri, 2012:13). Portekiz Telekom ve GSM şirketi Unitel'in %25 hissesine sahiptir. Luanda'nın önde gelen otellerine (Alvalade, Tropic, Epic Sana) Portekizli firmalar ortaktır (Pinto, 2011:12).

Portekiz ile derin kültürel bağları ve iç savaş döneminde olan göçler nedeniyle çok sayıda Angola'lı Portekiz'de kalıcı olarak yaşamaktadırlar (Pinto, 2011:12) Angola'da ise 1975 yılında, bağımsızlığına kavuşmadan önce yaklaşık 500 bin Portekizli yaşamaktadır (KPMG 2012:2). İç savaş döneminde bunların büyük çoğunluğu Portekiz'e geri dönmüştür. Devlet Başkanı Santos ile 6/6/2013 tarihinde yapılan röportajda Angola'da 2013 yılı itibarıyla 200 bin Portekizlinin çalıştığı tahmin edildiği ifade edilmektedir (Observatório Emigração, 2013).

Portekiz'in ihracatının (çoğunlukla yiyecek, içecek) yaklaşık %6,6'sı (2013 yılı) Angola'ya olmaktadır. Portekiz, Angola'nın ithalatında birinci sıradadır. Portekiz'in ulusal havayolu şirketi TAP-AIR Lizbon'dan Luanda'ya haftada yaklaşık 20 sefer yapmaktadır. Portekiz İnşaat şirketleri, iki ülke

arasındaki kültürel yakınlık ve dil birliği (Portekizce) dolayısıyla, Angola'da oldukça etkilidirler. Mota Engil, Soares da Costa, Teixeira Duarte, FDO-ABB Engenharia (Joint Venture), Somague, Edifer, Opway and Conduril Angola'da faaliyet gösteren başlıca Portekiz inşaat firmalarıdır.

3.3. Brezilya

1646 yılında Cizvit rahibi João Gonçalo, Brezilya ve Angola en arasındaki ekonomik ilişkinin önemini belirtilen "Angola olmadan, Brezilya yoktur" sözüyle özetlemiştir. Angola, Brezilya köle ticaretinin ana kaynağı olmuştur. Rio de Janeiro (Brezilya) Buenos Aires (Arjantin)'den gümüş ithal etmek için üreteceği şeker kamışı için Angola'dan gelen kölelere bağımlı olmuştur (Wikipedia). 16. yüzyıl başlarında Portekiz sömürgesi olan Angola ve Brezilya arasında dilbirliğinin yanısıra derin tarihi ve kültürel bağları mevcuttur. Brezilya 1822 yılında, Angola ise 1975 yılında bağımsızlığına kavuşmuştur. Brezilya 1975 yılında Angola'nın bağımsızlığını tanıyan ilk ülkedir.

Angola Devlet Başkanı Santos'un iki ülke arasında Stratejik Ortaklık Anlaşması imzalandığı Brezilya ziyaretinden bir yıl sonra 2011 yılında Devlet Başkanı seçilen Dilma Rouseff, ilk ziyaretini Angola'ya yapmıştır (EIU July 2014:30). Devlet Başkanı Santos Haziran 2014'de Brezilya'yı tekrar ziyaret etmiş ve enerji altyapısında kullanılmak üzere kredi anlaşması imzalanmıştır. Karşılıklı ziyaretler ve sağlanan kredi anlaşmaları iki ülke arasındaki ticari ve ekonomik ilişkileri güçlendirmektedir.

2002 yılında 27 yıllık iç savaşın sona ermesinden beri Brezilya'nın Angola'ya 8 milyar dolar kredi kullandırmıştır. Bu krediler ülkedeki altyapı projelerinin finansmanında kullanılmış ve Brezilya firmalarının Afrika pazarına girmesinde anahtar rol oynamıştır. Ortak dil ve kültür, ve benzeri yasal ve idari sistemler dolayısıyla Brezilya şirketleri Angola piyasasında büyük avantajlara sahiptirler (EIU July 2014:31). Bu avantajların yanısıra büyük miktarda proje karşılığı kullanılan krediler dolayısıyla Brezilya İnşaat şirketleri de Angola'da önemli bir potansiyele sahiptirler. Odebrecht, Camargo Correa and Andrade Guterrez-Zagope, faaliyet gösteren başlıca Brezilya inşaat firmalarıdır.

1980'den beri faaliyet gösteren Brezilya'nın güçlü inşaat firması Odebrecht, Angola'nın en büyük özel sektör firmasıdır. Altyapı ve konut inşaatı, tarım, petrol imtiyazı, elmas madenciliği ve devlet petrol şirketi Sonangol ile birlikte şeker ve etanol üretimine kadar çeşitli alanlarda faaliyet göstermektedir (EIU July 2014:31).

3.4. Türkiye

Türkiye, Angola'yı bağımsızlığını kazandığı 1975 yılında tanımıştır. Türkiye-Angola ile ilişkileri 1998 yılında başlatılan Afrika Açılımı politikası çerçevesinde başlamıştır. Ekonomi Bakanlığı, 2003 yılında " Afrika ile Ticari ve Ekonomik İlişkilerin Geliştirilmesi Stratejisi"ni uygulamaya koymuştur. Söz konusu strateji, karşılıklı ticaretin artırılmasının yanı sıra bölgedeki yoksulluğun önlenmesine ilişkin katkı sağlamayı, sürdürülebilir kalkınmayı yakalamayı ve küreselleşme sürecinde kıtanın uluslararası sisteme dâhil edilmesini amaçlamaktadır. Yeni açılan Büyükelçilikler, Ticaret Müşavirlikleri ve THY tarafından başlatılan doğrudan uçuşlar, stratejiyi büyük ölçüde desteklemiştir.

Türkiye'nin Luanda Büyükelçiliği 1 Nisan 2010 tarihinde, Angola'nın Ankara Büyükelçiliği ise 4 Nisan 2013 tarihinde faaliyete geçmiştir. Ticaret Müşavirliğimiz 24 Kasım 2012 tarihinde faaliyete başlamıştır. Ülkemiz ile Angola arasındaki ticari ve ekonomik ilişkilerin temelini 22 Ağustos 2008 tarihinde Ekonomi Bakanlığı ile imzalanan Ticaret, Ekonomik ve Teknik İşbirliği Anlaşması oluşturmaktadır.

Angola'da aileleriyle birlikte 200 civarında Türk yaşamakta, bir okul ve 30 civarında küçük firma faaliyet göstermektedir. Bu firmaların büyük çoğunluğu, inşaat ve elektrik malzemeleri, mobilya, halı ticareti ile uğraşmakta olup birkaçı küçük çapta inşaat işiyle iştigal etmektedirler. Angola'da yabancıların şirket kurmasındaki zorluklar nedeniyle adı geçen Türk firmalarının çoğu, Angola vatandaşlarının kurmuş olduğu şirketleri, belli bir bedel karşılığı kiralamak suretiyle faaliyetlerini sürdürmektedirler. Şimdiye kadar Angola'da onbir Türk firması kurulabilmiş ve ANIP tarafından onaylanmıştır. Bu firmaların iştigal alanları eğitim, imalat sanayi, inşaat ve ticarettir.

Diğer taraftan, Angola'lı 65 öğrenci British Petroleum (BP) bursuyla ODTÜ Kuzey Kıbrıs kampüsünde eğitim görmeye başlamışlardır. Bu öğrencilerin büyük çoğunluğu Petrol ve Doğal Gaz Mühendisliği bölümünde eğitim görerek mezun olmuşlar ve Angola'da çalışmaya başlamışlardır. Söz konusu öğrencilerin dışında, onlarca öğrenci petrol mühendisliğinin yanısıra diğer bölümlerde de öğrenim görmektedirler. Ayrıca, Türkiye'de diğer üniversitelerimizde de Angola'lı öğrencilerin eğitim gördüğü bilinmektedir.

Angola Silahlı Kuvvetleri mensuplarının konut ihtiyacının giderilmesi için "Cooperativ Green Pearl SARL" konut projesi geliştirilmiştir. 2012 yılında, ONSAN AŞ ile söz konusu projenin yapımcısı olan Deast Lda. arasında 10.000 adet sosyal konut yapım projesi imzalanmıştır. Ancak, avans imkânının olmaması ve yaşanan finansal sıkıntılar nedeniyle konut inşasında önemli bir ilerleme kaydedilememiştir.

Ayrıca, Turmaks AŞ, Angola Sağlık Bakanlığı ile 7 milyon dolar tutarında prefabrik hastane yapımı için ön protokol imzaladığını açıklamıştır. Projenin gerçekleşmesi için Millenium Bank'tan alınacak teminat ile Eximbank'tan kredi desteği sağlanması için çalışmalar yapıldığı ifade edilmektedir. Agrenis Ltd. Şirketi ise Luanda'da yaklaşık altıyüz bin dolar tutarında yumurta üretim tesisi inşaatının yapımını sürdürmektedir.

Tablo 11: Türk İnşaat Firmaları

Firma Adı	Ülke Adı	Tarih	İşin Adı	Proje Bedeli (\$)
Onsan AŞ.	Angola	2012	10.000 Adet Sosyal Konut İnşaatı	597.000.000
Turmaks Ltd. Şti.*	Angola	2014	1 Adet Prefabrik Hastane	7.000.000
Agrenis Ltd. Şti.	Angola	2014-15	4 Adet Yumurta Üretim Tesisi	612.575

(*) Ön protokol imzalanmıştır.

Türk firmalarının Angola'ya yoğun ilgisi devam etmektedir. Çelik İhracatçıları Birliği, İstanbul Elektrik- Elektronik, Makine ve Bilişim İhracatçıları Birliği, İzmir Su Ürünleri Tanıtım Grubu ve Deniz Kuvvetleri Komutanlığına bağlı 3 firkateynden oluşan Barbaros Türk Deniz Görev Grubuna eşlik eden bir grup Savunma Sanayi Şirket temsilcisi Angola'yı ziyaret eden önemli kuruluşlardır. Ayrıca, aralarında Çevre ve Şehircilik eski Bakanı ve Trabzon Milletvekili Sn. Erdoğan Bayraktar'ın da bulunduğu altyapı, konut inşasıyla işteğal eden bir çok inşaat firması Angola'yı ziyaret ederek görüşmelerde bulunmuşlardır.

4. Sektörler

Son beş yılda Angola ekonomisinin yıllık ortalama %9,2 büyürken, petrol dışı ortalama büyümenin %12 olduğu görülmektedir. Petrol dışı üretim bu dönemde ikiye katlamıştır (Tablo 12). Angola'nın 2013-2017 yılları arasında GSYH'deki ortalama yıllık büyümenin %7,1, petrol dışı büyümenin %9,5 ve petrol sektöründeki büyümenin ise %1,7 olacağı tahmin edilmektedir.

Tablo 12: GSYH Gelişmesi (%)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
GSMH	23,20	13,80	2,39	3,40	3,90	7,40	4,4
GSMH(Petrol hariç)	25,40	15,00	8,31	7,80	9,70	9,10	6,5
GSMH (Petrol)	20,40	12,30	-5,09	-2,87	-5,60	4,30	2,6

Kaynak: PND 2013-2017:15; (www.angolatradeusa.org; ANIP

Angola'nın ekonomik çeşitlendirmeyi hızlandırması ve milli gelirin yaklaşık %46'sını, devlet gelirlerinin %80'ini ve ihracatın %95'ini sağlayan petrole bağımlılığının azaltılması gerekmektedir (Muzima ve Mazvila, 2014:2). Angola hükümeti petrol dışı sektörü geliştirmek, yoksulluğu azaltmak, altyapı yatırımlarını iyileştirmek için politikalar uygulamaktadır. Mart 2014'te azami gümrük vergilerinin %30'dan %50'ye çıkarılmasıyla, özellikle gıda sektöründe olmak üzere, bazı mallarda ithalatın kısıtlanması ve yerel sanayinin ve üretimin gelişmesi amaçlanmıştır.

Angola hükümeti, yerli üretim kapasitesini artırmak, istihdam yaratmak, beceri kazandırmak ve dolayısıyla tedarik maliyetlerini düşürmek, rekabeti ve yenilikçiliği teşvik etmek amacıyla vergi avantajlarına sahip ve yeterli altyapıyla donanımlı Luanda-Bengo Özel Ekonomik Bölgesini (ZEE-Zona Económica Especial) kurmuştur. Angola'nın Milli petrol şirketi Sonangol EP'ye ait 53 sanayi kuruluşun yanısıra onlarca tesis, bir kamu kuruluşu olan ZEE'de faaliyet göstermektedir (ZEE EP, 2014).

Tablo 13: Sektörel Gelişme(%)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Tarım	27,4	1,8	29,0	6,0	9,2	-22,5	42,3
Balıkçılık	9,7	-2,4	-8,7	1,3	17,2	9,7	2,4
Elmas	2,7	-8,2	4,6	-10,3	-0,7	0,3	3,3
Petrol	20,4	12,3	-5,1	-3,0	-5,6	4,3	0,9
İmalat Sanayi	32,6	11,0	5,3	10,7	13,0	14,0	8,6
İnşaat	37,1	25,6	23,8	16,1	12,0	11,7	8,1
Enerji	8,6	26,1	21,3	10,9	3,5	10,4	34,4
Hizmetler	21,8	26,9	-1,5	8,7	9,5	13,4	7,0
Diğerleri	4,5	1,9	5,9	4,7	9,6	8,3	0,7

Kaynak: PND 2013-2017 s.17, (www.angolatradeusa.org, BNA, (*) Tahmin, BPI s.5, AEO s.3-4 EXPANSÃO 23de Janeiro2015 s.5

Planlama Bakanlığı'na göre, hükümetin ekonominin çeşitlendirilmesi politikaları doğrultusunda, 2013 yılında petrol dışı sektörün petrol sektöründen daha hızlı geliştiği tahmin edilmektedir. Lojistik sektöründe (özellikle liman ve demiryolu) yatırımların artmasına rağmen inşaat sektöründeki gelişmenin, 2013 yılında % 7,6 oranında artışla 2012'ye (%11,7) göre yavaşladığı görülmektedir. Enerji sektörü, inşaat sektörünün aksine, 2013 yılında %22,4 oranında yüksek bir gelişme göstermiştir (Carvalho, Felino ve Coelho, 2014:5). 2002 yılında iç savaşın sona ermesinden sonra petrol, elmas madenciliği, konut ve altyapının yeniden inşası iş dünyası için büyük fırsatlar meydana getirmiştir. Gelecekte

bunlara tarım, balıkçılık, madencilik ve hizmet sektöründe doğacak fırsatlar eklenebilir.

4.1. İnşaat Sektörü

Angola'da 2002 yılında iç savaş sona erdiğinde yaklaşık 1,5 milyon kişi hayatını kaybetmiş ve 4 milyon kişi ise göç etmiştir (KPMG, 2014:1). 27 yıllık iç savaş döneminde köprülerin %98'i, fabrikaların %80'ni, hastanelerin %60'ı ve okulların %80'ninin tahrip olduğu (EIU 2007:34) ve yolların üçte ikisinin kısmen ya da tamamen yıkıldığı tahmin edilmektedir (DMA, 2012:19).

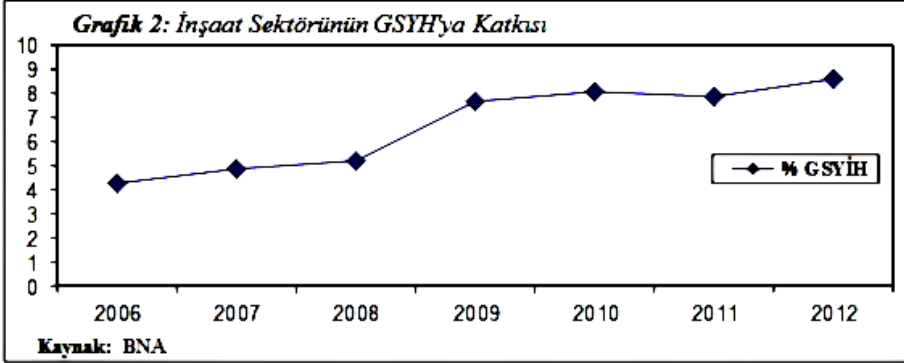
Devlet Başkanı Jose Eduardo dos Santos, Angola'nın "Güney Afrika'da Önemli Bir Lojistik Merkez" haline gelebilmesi için ülke limanlarının, yollarının ve demiryollarının iyileştirilmesi ve genişletilmesi gerektiğini belirtmektedir (PWC, 2013:28). İktidardaki MPLA, 2012 genel seçimlerinden önce yeniden seçildikleri takdirde iki milyon yeni ev inşa edeceklerine dair vaatte bulunmuştur (Stiftung, 2014:29).

İç savaştan sonra, petrol zenginliğini kullanarak, tahrip edilen havaalanları, hastaneler, yollar, okullar, stadyumlar ve demir yollarını onarmak ve yeniden inşa etmek için büyük çaba gösterilmektedir. Angola'da inşaat sektörü devlet ihalelerine bağlı olarak büyümektedir. Angola'da, petrol hariç inşaat sektörü, tarım ve ticaretten sonra önemli üçüncü sektördür. Angola İnşaat Bakanı Waldemar Pires Alexandre, Angola'da yaklaşık iki bini etkin bir şekilde faaliyet gösteren yükleniciler, tasarımcılar, sanayiciler ve tedarikçilerden oluşan yaklaşık yedi bin inşaat şirketi bulunduğunu ifade etmektedir (AIA, 2014: 73).

Angola, 2005 yılından beri kamu altyapı yatırımlarını finanse etmek amacıyla Çin, Brezilya, Portekiz, Almanya, İspanya ve Avrupa Birliğinden milyarlarca dolar kredi kullanmıştır (KPMG, 2012:3). Ayrıca, Angola hükümeti, 2012 yılında, önemli sanayi ve temel altyapı projelerinin desteklenmesi amacıyla, petrol gelirleriyle desteklenen, beş milyar dolar tutarında varlığa sahip Egemenlik Servet Fonu (Fundo Soberano de Angola, FSDEA) kurmuştur (PWC, 2013:25).

Angola'da, 2000-2011 yılları arasında altyapı iyileştirmelerine her yıl ortalama 4,7 milyar dolar harcanmıştır. 2002-2012 yılları arasında, 11 havaalanı, 7.829 km yol, 2.000 km demiryolu, 5 baraj ve 552 köprü rehabilite edilmiştir. 2013-2017 yılları arasında altyapı iyileştirmesi için yılda 1,4 milyar dolar harcama yapılması planlanmaktadır (Abrantes, 2014:7). Özellikle Luanda'da konut inşası için mega projeler geliştirilmektedir. İnşaat sektörü yerel ekonomiye çok önemli katkılar sağlamakta ve inşaat sektörünün GSYH'deki payının 2003 de %3,5'ten 2012'de %8,6'ya çıkmıştır (Jover ve diğerleri,

2012:54). Angola'da petrol hariç inşaat sektörü tarım ve ticaretten sonra önemli üçüncü sektördür.



Angola'da, temel altyapının iyileştirilmesi ve inşasına, su ve elektrik ağının geliştirilmesine, köprü, yol, demiryolu, liman ve havaalanlarının iyileştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Angola Ulusal Kalkınma Planı (PND) 2013-2017'de, altyapı projelerinin gerçekleştirilmesinde, kamu kaynaklarının tahsisinde verimliliği geliştirmek, kamu- özel sektör denetimi vasıtasıyla hizmetin niteliğini ve niceliğini artırmak ve yeni kaynaklar yaratmak maksadıyla altyapı projelerin gerçekleşmesi için Kamu-Özel Sektör Ortaklığı (Public-Private Partnership (PPP) teşvik edilmektedir. Yap İşlet Devret (YİD) modelinin işletileceği, özelleştirmeye önem verileceği ve imtiyaz sözleşmeleriyle yatırımlara hız verileceği ifade edilmektedir.

PND, enerji, su, konut ve ulaşım altyapılarına öncelik vermektedir. %67'si enerji, %11,2'si su, % 7,8'i yol ve %13,7'si diğer altyapı yatırımlarına ayrılmak üzere yaklaşık 50,7 milyar dolarlık yatırım öngörülmektedir (UCAN, 2012:117). Nüfusun, şehirlerde %100'üne, kırsal kesimde %80'ine su ulaştırılacağı ve nüfusun, şehirlerde %85'ine, kırsal kesimde %65'ine kanalizasyon altyapısının ulaştırılacağı hedeflenmiştir. Su yatırımı için 5,95 milyar dolar tutarında proje gerçekleştirilmesi planlanmıştır (MINEA, 2014:15-17).

Tablo 14: Kamu-Özel Sektör Ortaklığı Projeleri (PPP), 2013-2017

Sektör	Proje Sayısı	Milyar Dolar
Enerji ve Su	65	29,1
Ulaşım ve Lojistik	123	24,1
Toplam		53,4

Kaynak: Abrantes, ANIPCEO, www.imf.org/external/np/seminars/eng/2014/CMR

Ulusal Kalkınma Planı ile ülkenin ihtiyacı olan altyapı yatırımlarını iyileştirmek ve yeniden inşa edilmesi hedeflenmiştir. Altyapının yanı sıra adalet sarayı, belediye sarayı, okul, hastane ve kütüphaneler yapılması planlanmaktadır.

Tablo 15: Altyapı Hedefleri, 2013-2017

	2013	2014	2015	2016	2017
Ana Yol (km)	3.000	3.500	3.500	3.000	2.500
İkinci Sınıf Yol (km)	1.000	1.500	1.500	1.000	1.000
Üçüncü Sınıf Yol (km)	15.000	15.000	15.000	10.000	10.000
Bina Rehabilitasyonu (adet)	15	15	17	18	20
Bina İnşası (adet)	3	5	6	5	6
Hava Alanı Rehabilitasyonu (adet)	2	2	3	3	3

Kaynak: PND 2013-2017:105

Kalkınma Planı 2013-2017 ile özellikle düşük gelirli olmak üzere tüm vatandaşların barınma ihtiyaçlarının giderilmesi ve şehirlerin temel sağlık problemlerinin çözülmesi hedeflenmektedir. Ayrıca, yeni kentler oluşturulması ile ilgili çalışmalara devam edilmesi amaçlanmıştır. 2013-2017 yılları arasında 35 konut projesi için 6,1 milyar Dolar harcama öngörülmüştür.

Tablo 16: Konut İnşası Hedefi, 2013-2017

Yıl	2013	2014	2015	2016	2017
Konut Sayısı	164.841	103.023	103.023	41.218	41.212

Kaynak: PND 2013-2017:125

Hükümet inşaat sektörüne büyük önem vermekte ve desteklemektedir. Angola'da 2011-2015 yılları arasında yapılması planlanan altyapı yatırımları (ESIB, 2013:6):

- Karayolu rehabilitasyon programı,
- Kuzey- Güney sahil otoyolu
- Nambia, Zambia ve Kongo demir yolu,
- Luanda havalanı,
- Luanda ve Cabinada liman,
- Cunene'de HES,
- Telekomünikasyon altyapısı

Dünya Bankası verilerine göre Angola'da inşaat izni almak için gerekli süre 2013 yılında 348 gündür. Bu süreyle Angola, dünyada 185 ülke arasında 124 üncü sırada yer almaktadır. Bu sürenin Sahraaltı Afrika Ülkeleri Ortalaması 196 gün, OECD ortalaması ise 143 gün olmaktadır. İnşaat izni almak için 2014 yılında 204 gün, 2015 yılında 203 gün süre gerekmektedir. Bu sürelerle Angola, dünyada 2014 yılında 189 ülke arasında 65 inci sırada, 2015 yılında ise 189 ülke arasında 67 inci sırada yer almaktadır.

Tablo 17: Yapı Ruhsatı Alma Süresi, (Gün) (2013-2015)

YIL	2013		2014		2015	
İŞLEM	Süre		Süre		Süre	
Mülkiyet	15		7		7	
İtfayeden İzin	5		5		5	
Sular İdaresinden İzin	1	*				
Çevresel Etki Etüdü	1	*	15	*	15	*
Çevresel Etki Etüdü Onayı	30	*	30		30	
Valilikten İnşaat Ruhsatı Onayı	180		90		90	
Valilikçe Yerinde İnceleme	1	*	1	*	1	
Valilikçe Binanın Son İncelenmesi	30		30		30	
Valikçe Oturma İzni Verilmesi	1	*	30		30	
Telefon Bağlama	15	*	15	*		
Su ve Kanalizasyon Bağlantısı	10	*	10	*	10	*
Garimenzul Kayıtı	90		21	*	21	*
TOPLAM	348		204		203	

(*) : Diğer işlemlerle eş zamanlı olarak yapılmaktadır.

Kaynak: World Bank, Doing Business 2013,2014,2015

Doğal kaynaklara bağımlı ekonominin “Hollanda Hastalığı (Dutch Disease)” etkisiyle ticari olmayan faaliyetlerin gelişmesine ve maliyetlerin artmasına neden olmuştur. Bir tahmine göre altyapı proje maliyetleri, diğer Sahraaltı ülke maliyetlerinin üç dört katına ulaşmaktadır (RIIA, 2005:11).

4.2.Enerji Sektörü

Angola elektrik altyapısı iç savaş (1975-2002) döneminde büyük zarar görmüştür. Angola hükümeti, Çin'in mali yardımıyla enerji sektöründe önemli iyileştirmeler yapmış ve iç savaşın sona eremesinden beri elektrik üretim kapasitesini ikiye katlamıştır. Ancak ülke nüfusunun yarıdan fazlası hâlâ elektriğe erişimden yoksun yaşamakta ve ihtiyaçlarını geleneksel yöntemlerle biyokütle, odun ve kömürle karşılamaktadırlar (EIA, 2014: 11).

Angola Enerji ve Su Bakanlığı 2008 yılı verilerine göre Angola elektrik üretim kapasitesi yaklaşık 1.289 MW'tır. Bu kapasitenin %61'i hidro elektrik santralleri vasıtasıyla temin edilmektedir (Jover ve diğerleri, 2012:75). Angola'nın 2012 yılı itibarıyla yıllık elektrik üretim kapasitesi 3,94 milyar kwh'dir. 214 ülke arasında 118. sıradadır (indexmundi). Oldukça düşük miktarda elektrik üretimi yapılmaktadır. Angola nüfusunun %30'unun düzenli olarak elektriğe erişimi mümkündür. Kırsal alanlarda ise bu rakam %20'lere düşmektedir.

Tablo 18: Angola Elektrik Üretimi (Milyar kWh)

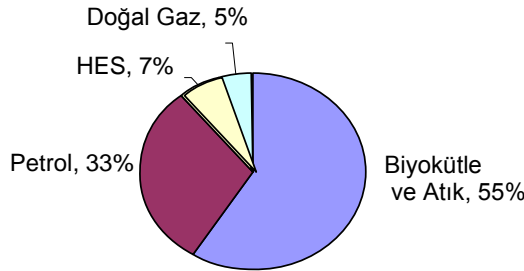
2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1,89	1,48	1,19	1,45	1,45	1,71	2,24	2,19	3,51	3,51	3,72	3,72	3,94

Kaynak: indexmundi, <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ao&v=79>

Angola elektrik sektörünün hemen hemen tümü elektriğin üretimi ve iletiminden sorumlu devlet şirketi Empresa Nacional de Electricidade (ENE) tarafından işletilmektedir. Bazı maden şirketleri kendi elektrik ihtiyaçlarını karşılamak için özel elektrik santralleri kurmuşlardır.

Bunlardan birisi, Rus şirketi Alrosa tarafından işletilen Elmas Madeni İşletmesi elektrik ihtiyacını karşılamak üzere, Alrosa (%60)- ENE (%40) ortaklığı ile Chicapa nehri üzerinde kurulmuş olan 20 mw'lık hidro elektrik santralidir. Diğer ikisi ise Yap İşlet Devret modeli ile Luanda ve Cabinda'da kurulmuş olan 30 mw ve 45 mw'lık santrallerdir (Jover ve diğerleri, 2012:75). Birincil enerji tüketiminin %59'unu biyokütle ve atık (odun, kömür, gübre ve bitki artıkları) oluşturmaktadır. Geri kalan enerji tüketiminin %33'ünü petrol, %7'sini HES ve %5'ini de doğalgaz meydana getirmektedir (EIA, 2014:2).

Grafik 3: Angola Enerji Tüketimi, 2011



Angola, Güney Afrika Enerji Birliği (SAPP) üyesidir. Botswana, Demokratik Kongo Cumhuriyeti, Lesotho, Malavi, Mozambik, Namibiya, Güney Afrika, Svaziland, Tanzanya, Zambiya ve Zimbabe bu grubun üyeleridir. SAPP, vatandaşlara güvenilir ve uygun fiyatlı elektrik sağlamak için üyelerinin ortak elektrik piyasası oluşturmasını teşvik etmek amacıyla kurulmuştur.

Angola'da ulusal elektrik şebekesi bulunmamaktadır. Bunun yerine ülkenin farklı bölgelerine elektrik sağlayan üç adet bağımsız elektrik ağı vardır. Bunlar Kuzey, Orta ve Güney şebekeleridir. Kuzey şebekesi, Cuanza nehir havzasına bağlıdır. Ülkenin en büyüğü olan bu şebeke başkent Luanda, Bengo, Malange, Kwanza North ve Kwanza Sul illerine hizmet vermektedir. Orta şebeke, Catumbela havzasına bağlı olup Benguela ve Huambo şehirlerine hizmet vermektedir. Güney şebekesi, Cunene nehir havzasına bağlıdır. Huila ve Namiba'ya hizmet vermektedir. Hükümet üç bağımsız şebekenin ulusal elektrik şebekesinin bir parçası olmasını ve komşu SAPP üyelerinin şebekeleriyle irtibatlandırılmasını planlamaktadır.

Tablo 19: Elektrik Üretim Hedefi

Yıl	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Elektrik Üretim Kapasitesi (MW)	1.917	2.486	2.861	3.561	5.828	7.879
Elektrik Üretimi (GWh)	7.710	9.553	12.618	17.018	21.168	34.346
Enerji Dağıtımı (GWh)	6.554	8.120	10.725	14.465	17.993	29.194

Kaynak: PND 2013-2017:103

Angola, elektrik üretiminde doğal kaynakların avantajını kullanarak elektrik üretim kapasitesini artırmayı planlamaktadır. Mevcut HES'lerin rehabilite edilmesi ve yenilerinin yapılması, doğalgaz çevrim santrallerinin kurulması ve biokütleden elektrik üretilmesi düşünülmektedir. Ayrıca, özellikle kırsal kesimde, yenilenebilir enerji kaynakları güneş ve rüzgâr enerjisi projeleri geliştirilmektedir.

PND'ye göre, 2012 yılında 1.917 mw elektrik üretimi kapasitesinin, 2017 yılında 7.879 mw'a çıkarılacağı hedeflenmiştir (Tablo 19). 2013 yılında 3.354 km olan elektrik iletim şebekesinin, 2017'de 5.500 km'ye, dağıtım ağının ise 800 bin tüketiciden 2,4 milyon tüketiciye çıkarılması ve 2025 yılında elektrik üretim kapasitesinin 9.500 mw'a ulaşması hedeflenmiştir (MINEA, 2014:7). 2013-2017 yılları arasında elektrik enerjisi üretimi ve dağıtımı projelerinin finansmanı için 23,2 milyar dolar öngörülmüştür (ANIP 2014:94).

2011 yılında Angola hükümeti, 2016 yılına kadar elektrik sektörüne 16 milyar dolar harcayarak, iç savaş döneminde zarar gören elektrik iletim ve dağıtım şebekelerinin iyileştirilmesi ve kırsal bölgelere elektrik götürülmesini

hedeflemektedir. Bu plan elektrik ihtiyacının karşılanmasında ancak %10'luk bir artış sağlayabilecektir. Angola'nın büyük doğalgaz rezervleri dikkate alındığında doğalgaza yönelik elektrik üretimi önem kazanacaktır. Ülkede doğalgaz kaynaklı elektrik üretimi ve nükleer enerji programıyla ilgili tartışmalar devam etmektedir (EIA, 2014:12).

2011 yılı itibarıyla Angola'da elektriğin %70'i öncelikle Cuanza, Catumbela ve Cunene nehirleri üzerinde kurulu Hidro Elektrik Santrallerinden üretilmektedir. Ülkenin hidroelektrik üretim kapasitesinin mevcut kapasitesinin on katı potansiyele sahip bulunmaktadır (EIA, 2014:12).

Tablo 20: Angola Hidroelektrik Potansiyeli

No	Nehir / Havza	Alan (km ²)	Güç (MW)
1	Kwanza	147.738	8.199
2	Longa	23.320	1.190
3	Queve	23.000	3.020
4	N'gunza, Quicombo, Evale ve Balombo	17.270	1.086
5	Catumbela	16.640	1.930
6	Cunena	128.600	2.492
7	Cubango	148.860	350
	Toplam		18.267

Kaynak: How to Invest Angola, ANIP 2013:73

Angola'da enerji üretimiyle ilgili kısa ve orta vadede projeler (ANIP) :

1. Kısa Dönem Projeler

- Mevcut hidroelektrik santrallerinin (Cambambe ve Gove) üretim kapasitesinin artırılması ve rehabilitasyonu
- Küçük hidroelektrik santrallerinin (Chiumbe-Dala, in Moxico) kurulması
- Cabinda, Namibe, Dundo, Xagongo ve Ondjiva'da gaz türbinlerinin kurulması
- Dağıtım ağının rehabilitasyonu (Luena, Ndalatando, Malanje, Menongue ve Soyo)
- Capanda- Luanda hattının tamamlanması
- Kuzey, orta ve güney elektrik şebekelerinin birbiriyle irtibatlandırılması
- Uige vilayetinin Kuzey şebekesine bağlanması

- Şehirlerin elektrifikasyonu
- Kırsal alanlarda elektrifikasyonun geliştirilmesi (Güneş Köy Projesi)

2. Orta Dönem Projeler

- Cambambe (960 mw) ve Lauca (2.000 mw) barajlarındaki çalışmaların tamamlanması,
- Kwanza nehri üzerinde (Caculo-Cabaça) yeni hidroelektrik santrallerinin kurulması,
- Mevcut 1.000 mw'lık elektrik üretim kapasitenin 2025 yılına kadar su ve doğal gaz kaynaklarıyla 9.000 mw'a çıkarılması,
- Yenilenebilir enerjilerin artırılması,
- Büyük ölçekte hidroelektrik ve doğalgaz çevrim santrallerinin kurulması

3. Enerji Üretim Projeleri

- **Doğal Gaz** : Soyo LNG enerji Santrali (2015).

Yatırım Tutarı : 2,5 milyar \$

Kapasite : 750 mw

- **Rüzgar**

Tombwa Rüzgar Çiftliği (5.2 m/sn)

Hibrit Sistem (100 mw Rüzgar, 4,2 mw Güneş ve 2 mw Thermal)

- **Güneş**

Güneş Köy Projesi : Kırsal Kesimde Güneş Panelleri (1. Faz : 18 Köy, 2. Faz : 42 kömün)

- **Biyokütle**

Proje A : Benguela demiryolu boyunca orman kaynaklarının kullanımı

Proje B : Katı Atıkların Yakılması suretiyle enerji üretimi

Angola, Güney Afrika Kalkınma Topluluğu (SADC, Southern African Development Community) üyesidir. Topluluk; Botswana, Demokratik Kongo

Cumhuriyeti, Lesotho, Malavi, Mozambik, Namibya, Güney Afrika, Svaziland, Tanzanya, Zambiya, Tanzanya, Seyşeller ve Zimbabve'den oluşmaktadır. Bölgesel işbirliği kapsamında üye ülkelerle birlikte çeşitli projeler gerçekleştirilmektedir. SADC Kısa Dönem Faaliyet Planında (STAP), 2013-2017 yılları arasında yapılması düşünülen altyapı projeleri belirlenmiştir. Angola ile ilgili olanlar Tablo 21'de verilmektedir.

Tablo 21: SADC Kısa Dönem 2013-2017 Altyapı Projeleri (Bin \$)

Projeler		İlgili Ülkeler	Maliyet	Bitiş Yılı
Enerji	Namibya-Angola İnterkonektör	Angola-Namibya	250.000	2016
	DRC-Angola İnterkonektör	Angola	95.000	2016
Ulaşım	Lobito Ana Yolu	Angola	390.000	2012-16
	Tshikapa-Angola Sınırı:117km	Angola-DRC	118.000	2012-16
	Kolwezi-Dilolo Yolu İyileştirme	Angola-DRC-Zambia	2.000	2012-17
	Kolwezi-Dilolo Demiryolu	Angola-DRC-Zambia	250.000	2012-16
	Kinhasa-Inkisi-Soso Yolu	Angola-DRC	120.000	2012-17

Kaynak: SADC Short-Term Action Plan 2013–2017, Annexure II:31, 35, 36

5. Angola'da Yatırım Yapmak

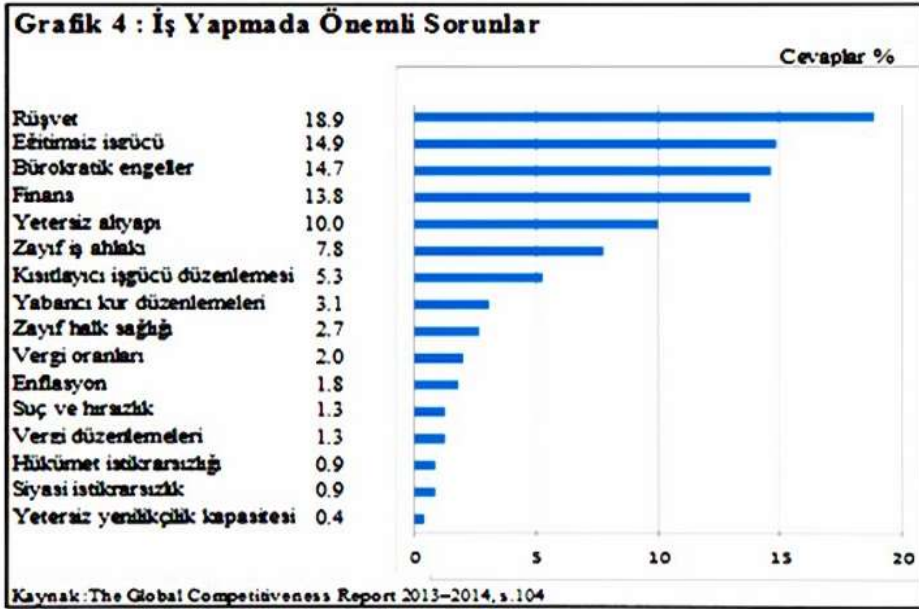
Yabancı şirketler ülke seçiminde teşvik tedbirlerinden çok, gelişmekte olan ülkelerdeki siyasal ve ekonomik istikrara önem vermektedirler. Yabancı firmalar bir ülkenin rejimini, siyasi durumunu ve yönetim anlayışını beğenmeseler de pazar büyüklüğü ve fazla kazanma beklentisi o ülkede yatırım yapmaları için yeterli sebeptir (Cömert, 1998:105).

Başkanlık sistemiyle yönetilen Angola ekonomisi, başkan ve güçlü bir ağa sahip mayeti tarafından merkezi kontrol altında tutulmaktadır (RIIA, 2005:6). Politik ve ekonomik istikrara sahip, doğal kaynaklarıyla zengin Angola, gerek yatırım gerekse ticari bakımından önemli bir potansiyele sahiptir. 27 yıllık iç

savaştan sonra ülke yoksulluğun azaltılması ve altyapı eksikliğinin giderilmesi için büyük gayret sarfedilmektedir.

Angola, yabancı yatırımcılara ve ihracatçılara hem yüksek kazanç fırsatı vermekte hem de büyük riskler sunmaktadır (KPMG, 2012:13). Angola'da petrol ve madenciliğin yanısıra özellikle altyapı, enerji, konut ve tarım gibi alanlarda yatırım fırsatı olmasına rağmen, pazarın ve pazardaki aktörlerin tam olarak kurumsallaşamaması sebebiyle önemli sıkıntılar bulunmaktadır. Pazara girişteki yüksek maliyetler, karmaşık bürokratik işlemler, yetersiz haberleşme, yetersiz ulaşım altyapısı ve enerji, finans kaynaklarına erişimde zorluklar ve lisan sıkıntısı gibi olumsuzluklar yatırımcının önündeki önemli engellerdir.

Dünya Ekonomik Forumu (WEF)'nin hazırlamış olduğu, ülkelerin rekabet düzeyini niceliksel olarak ölçen ve sıralayan, ulusal rekabetçilik konusunda mikroekonomik ve makroekonomik durumu analiz eden Küresel Rekabet Raporu (2013-2014) Küresel Rekabet Endeksi (GCI)'ne göre Angola, 148 ülke arasında 142. sırada yer almıştır. Yine aynı rapora göre yapılan anket sonucu Angola'da iş yapmada önemli sorunların (Grafik 4) en başında rüşvet yer almakta ve onu eğitimsiz işgücü, bürokratik engeller, finans temini ve yetersiz altyapının takip ettiği görülmektedir.



2009 yılında Devlet Başkanı Santos yolsuzluğa sıfır tolerans gösterileceğini ifade etmesine rağmen rüşvet, Angola ekonomisinin

gelişmesinde önemli bir problem olmaya devam etmektedir. Uluslararası Yolsuzluk Endeksine (CPI) göre Angola, 175 ülke arasında 100 puan (çok temiz) üzerinden 23 puanla 153. sırada yer almaktadır (CPI, 2013). Yolsuzluk; bürokratik, siyasi ve büyük yolsuzluk, kamu kaynaklarından zimmete para geçirme, devlet varlıklarının sistematik yağmalanması gibi değişik biçimlerde ortaya çıkmakta ve sisteme kök salmaktadır (Chêne, 2010:1). Yolsuzluk, maliyetleri ve iş yapma risklerini yükseltmektedir (KPMG, 2014:32).

Angola'da yatırımcıların önündeki en önemli engellerden biri ulaşım altyapısının zayıflığı ve kalitesizliğidir. 2002 yılında sona eren ve 27 yıl süren iç savaşta tüm altyapı büyük zarar görmüştür. Yağmurlu dönemde (Kasım-Nisan) yağın şiddetli yağmurlar, yolları ve köprüleri tahrip etmekte ve ulaşımında büyük sıkıntılar ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca, iç savaş döneminde yerleştirilen mayınlar nedeniyle yol güvenliğinde de önemli problemler yaşanmaktadır (PWC, 2013:27,30).

Nüfusun 1/3'nin yaşadığı ve GSYH'nin %75'inin üretildiği (Sitiffung, 2014:18) Angola'nın başşehri Luanda, dünyanın en pahalı şehirlerinden biridir. İç savaş dolayısıyla hızlı ve büyük göç alan Luanda nüfusun büyük çoğunluğu altyapıdan (su, elektrik, kanalizasyon, ulaşım, telefon, internet, posta hizmetleri vs.) yoksun olarak yaşamaktadır. Zayıf altyapısına rağmen Angola, zengin petrol kaynaklarıyla altyapı finansmanında büyük avantajlara sahip birkaç Afrika ülkesinden biridir.

Hükümet, en az %70 Angola'lı istihdam etmeleri için firmaları teşvik etmektedir. Ancak, kalifiye eleman ihtiyacı bu zorunluluğun uygulanmasını güçleştirmektedir. Modern işletmeler ve yeniden yapılanma için ihtiyaç duyulan kalifiye işçiler hâlâ yabancılar vasıtasıyla yürütülmektedir (UNCTAD, 2013:8). İşsizliği azaltmak için hükümet, başta petrol şirketleri olmak üzere yabancı yatırımcılara yerel eleman istihdam etmeleri hususunda onları zorlamaktadır.

Angola hükümeti işletme kurulmasını, frençayzı, ortak girişimleri ya da yabancı yatırımcılar tarafından lisans anlaşmaları yapılmasını desteklemektedir. Ancak, Angola'da şirket kurmak zaman alıcı, zahmetli ve pahalı bir süreçtir. Dünya Bankası Doing Business 2013 Raporunda Angola uzun süreç gerektiren ülkelerden biri olarak belirlenmiştir.

Angola'da çalışmak isteyen ya da yatırım yapmak isteyen tüm yabancılar, hükümetten çalışma izni ya da işletme ruhsatı almak zorundadırlar. Bu işlemler uzun zaman alabilmektedir. Angola'da bir şirketin tescili ortalama 68 günde gerçekleşirken, inşaat ruhsatı almak 348 gün sürmektedir (Ecobank, 2013:28).

Dünya Bankası “Doing Business 2015” Raporuna göre Angola, 189 ülke arasında; iş yapmada 181., işe başlamada 174., sözleşmenin icrasında 187. ve yatırımların korunması sıralamasında ise 94. sırada yer almaktadır. Tablo 22’den de görüleceği üzere yıllar itibariyle incelendiğinde Angola’da iş yapma kolaylığı sıralamasında önemli bir gelişme olmadığı, hatta bazı kalemlerde daha da kötüleştiği görülmektedir.

Tablo 22: Angola’da İş Yapma Kolaylığı

SIRALAMA	2011 (183 ülke)	2012 (185 ülke)	2013 (185 ülke)	2014 (185 ülke)	2015 (189 ülke)
İş Yapma Kolaylığı		174	172	180	181
İşe Başlama	164	167	171	172	174
İnşaat İzinlerinin Verilmesi	119	111	124	66	67
Gayrimenkul Tescili	174	132	131	164	164
Kredi Alma	116	127	129	178	180
Yatırımcıların Korunması	59	66	70	91	94
Vergi Ödemeleri	142	150	154	143	144
Uluslararası Ticaret	166	164	164	167	167
Sözleşmelerin Uygulanması	181	183	183	187	187

Kaynak: WB Doing Business 2011-2013, WB Doing Business 2015

Angola’da işe başlama süresi 174 gün sürmektedir (Tablo 22) . Bölge ülkeleri ortalaması 80 gün olduğu göz önüne alındığında bu sürenin oldukça uzun bir süre olduğu daha iyi anlaşılmaktadır. Hükümet, şirket kayıt işlemlerini kolaylaştırmak ve hızlandırmak için Adalet Bakanlığı bünyesinde değişik bakanlıkların temsilcilerinin bulunduğu bir merkez (Guichet Único) kurmuştur. Ancak, bu merkez, Adalet Bakanlığının diğer bakanlıklar üzerindeki etkisinin yetersiz olması dolayısıyla etkin olamamaktadır (KPMG, 2014:27).

Angola'da şirket kurmak 13 Şubat 2004 tarihinde yayımlanan 1/04 sayılı yasaya (Lei no:1/04) göre kurulmaktadır. Yabancı yatırımcılar, Angola'da temsilcilik, şube açabilmekte kolektif ve limited şirket kurabilmektedirler. Yabancı yatırımcılar elmas ve petrol sanayi dışında %100 yabancı sermayeli şirket kurabilmektedirler.

Angola'da yatırım yapmak ve şirket kuruluşu için, Müracaat Formu ve ekinde İş Planı Sunumu, Ortaklar Hakkında Bilgi, Şirket Ana Sözleşmesi Taslağı ve Yıllık Finansal Raporlar gibi temel evraklarla birlikte Angola Yatırım Ajansına (ANIP, Agência Nacional para o Investimento Privado) müracaat edilmektedir. On milyon ABD dolarına kadar olan yatırımlar ANIP tarafından, on milyon ABD Doları üzeri yatırımlar ise Bakanlar Kurulunca onaylanmaktadır. Onaylanma sürecinden sonra Özel Yatırım Tescil Belgesi (CRIP, Certificado de Registo de Investimento Privado) verilmektedir. Bu sertifika, ANIP tarafından Merkez Bankası, Gümrük İdaresi ve ilgili Bakanlıklara gönderilmektedir.

Angola'da yabancılar için en büyük zorluklardan birisi de şirket kurmaktır. Şirket kurmak için en az bir milyon ABD doları tutarında yatırım yapma zorunluluğu getiren Özel Yatırım Tescil Belgesinin (CRIP) alınması gerekmektedir. Resmi olarak şirket kuruluşunun 85-115 gün içerisinde tamamlanacağı belirtilmesine rağmen, bu süre altı aydan aşağı olamamaktadır. Kurulmuş olan şirket, Resmi Gazetede ilan edildikten sonra İş Faaliyet Lisansı (Alvará) almak için Ticaret Bakanlığı'na müracaat edilmekte ve vergi konularıyla ilgili olarak da Maliye Bakanlığı'na kayıt yaptırılmaktadır. Yabancı yatırımcılar, Angola'da temsilcilik ve şube açabilmekte, kolektif ve limited şirket kurabilmektedirler. Yabancı yatırımcılar elmas ve petrol sanayi dışında %100 yabancı sermayeli şirket kurabilmektedirler.

5.1. Teşvik Tedbirleri

Yüksek petrol gelirleri ve sağlanan dış krediler, Angola ekonomisinin çeşitlendirilmesi ve özel yatırımları teşvik edilmesi için çok önemli iki kaynaktır. Hükümet, Gelişim Bölgelerinin kurulması gibi siyasi reformlar yoluyla ekonominin çeşitlendirmesini, üretimin artırılmasını ve dolayısıyla dışa bağımlılığı azaltılmasını hedeflemektedir. Reformlar, ülkedeki iş ortamının iyileştirilmesine ve yabancı yatırımcıların güveninin artırılmasına önemli katkıda bulunmaktadır.

Angola, yatırımların teşviki bakımından gelişmişlik durumuna göre A, B ve C olmak üzere üç bölgeye ayrılmıştır. Her bölge teşvik imkanlarından (kâr transferi, vergi muafiyeti) farklı şekilde (Tablo 23-24) faydalanmaktadır.

Tablo 23: Kâr Transferi

Bölgeler	Kâr Transferi	Açıklama
A Bölgesi Luanda, Benguela (merkez), Lobito, Huila ve Cabinda	- 1 milyon \$ - 10 milyon\$ arası yatırımlarda kâr transferi: üçüncü yılda -10 milyon \$ - 50 milyon\$ arası yatırımlarda kâr transferi: ikinci yılda, -50 milyon \$ üstü yatırımlarda kâr taransferi: birinci yılda	
B Bölgesi Benguela (kalan kısmı), Cabinda, Huila, C. Norte, Bengo, Uige, C.Sul, L. Norte ve L.Sull	-1 milyon \$ - 5 milyon\$ arası yatırımlarda kâr transferi: ikinci yılda, -5 milyon \$ üstü yatırımlarda kâr taransferi: birinci yılda	Aktarılacak kâr transferi oranları, proje bazında müzakere edilmekte ve Yatırım Sözleşmesine kayıt edilmektedir.
C Bölgesi Huambo, Bie, Moxico, Zaire C.Cubango, Namibe, Malange	-Kâr transferi anlaşmaya bağlı	

Kaynak: ANIP

Tablo 24: Vergi Teşvikleri

Yörelere	Sanayi Vergisi	Sermaye Kazanç Vergisi	Mülkiyet İntikal Vergisi	Uygulama Şartları
A Bölgesi	1-5 yıl arası	3 yıla kadarı	Yatırım arsası için	Yatırım Tutarı ≥ 50 milyon \$ İstihdam ≥ 500 kişi
B Bölgesi	1-8 yıl arası	6 yıla kadarı	Yatırım arsası için	Yatırım Tutarı ≥ 20 milyon \$ İstihdam ≥ 500 kişi
C Bölgesi*	1-10 yıl arası	9 yıla kadarı	Yatırım arsası için	Yatırım Tutarı ≥ 20 milyon \$ İstihdam ≥ 500 kişi

(*) C Bölgesinde alt yüklenicilerde vergi muafiyeti ve indiriminden faydalanabilirler. Vergi teşvikleri projenin uygulamaya başlamasından ve asgari %90 oranında istihdam şartının gerçekleşmesinden sonra uygulanır.

Kaynak : ANIP

Mayıs 2011'de yasalaşan yeni Özel Yatırım Kanunu (Lei no: 20/11) yatırımcılar için mevcut avantajları ve teşvikleri değiştirmiştir. Teşviklerden yararlanabilmek için asgari yatırım miktarını yüz bin dolardan bir milyon dolara çıkarmıştır. Altyapı Yatırımları (Yol, Demiryolu, Otoyol, Liman ve Hava Alanı), Sanayi (İnşaat, İmalat, Tekstil, Bilgi ve İletişim Teknolojileri ve Konut), Ulaştırma, Tarım ve Hayvancılık, Enerji ve Su, Telekomünikasyon, Balıkçılık (Tekne, Ağ), Serbest Bölgeler ve Sanayi Merkezleri yatırımları teşvik tedbirlerinden öncelikle faydalanmaktadır.

Angola Yatırım Ajansı (ANIP), ülkenin önemli kuruluşlarının başında gelmekte ve yabancı yatırımların gerçekleştirilmesi, teşviki ve takibiyle ilgili ulusal politikanın koordinasyonundan sorumlu bulunmaktadır. Angola'da yatırım yapacak şirketler, teşvik imkanlarından faydalanmak için proje bazında Angola devletinin temsilcisi ANIP ve ilgili bakanlıklarla müzakere etmek ve ANIP ile Yatırım Sözleşmesi imzalamak zorundadırlar.

Petrol dışı yatırımlar ve az gelişmiş coğrafi bölgelere yapılan yatırımlar daha fazla teşvik imkânlarından faydalanmaktadır. 10 milyon doların altındaki yatırımlar ANIP tarafından, 10-50 milyon doların arasındaki yatırımlar Bakanlar Kurulu ve 50 milyon doların üzerindeki yatırımlar ise Başkanlık komitesince onaylanmaktadır. Hükümetin Doğrudan Yabancı Sermaye (DYS) girişindeki desteğine rağmen, çoğu sektörlerde özellikle hizmet sektöründe yabancıların mülkiyet edinmesinde kısıtlar bulunmaktadır. 2012 Dünya Bankası Sınır Ötesi Yatırımlar Raporuna göre; yabancı özel yatırımların payı petrol ve gaz sektöründe %49, sigorta sektöründe %50 ve ulaştırma sektöründe %80 ile sınırlıdır (Ecobank, 2013:28).

Ayrıca, Kanun; savunma , kamu düzeni, merkez bankası ve darphane faaliyetleriyle ilgili bankacılık faaliyetleri, devlet güvenliği konularında ve havaalanı işletmeciliği ve liman işletmeciliği yönetimi konularında özel yatırımları yasaklamaktadır. Petrol, elmas ve finansal sektörde yatırımlar sektöre özgü mevzuata tabi tutulmaktadır.

ANIP tarafından hazırlanan Özel Yatırım Hareketleri Raporu, 2013'e göre; özel yatırımları destekleyen 20/11 sayılı kanunun yürürlüğe girmesinden sonra, 2013 yılında, yerli ve yabancı şirketler, aralarında telekomünikasyon (2 milyar dolar), çimento (907 milyon dolar) ve tarım projelerinin (487 milyon dolar) bulunduğu toplam 7,4 milyar dolar tutarında 215 yatırım projesi için teşvik imkanlarından faydalanılmak maksadıyla Angola Yatırım ajansı ANIP'e müracaat etmiştir. 2012 yılında yapılan 1,7 milyar dolarlık yatırım müracaatına göre 2013 yılında %416'lık bir artış olduğu görülmektedir (Tablo 25).

Söz konusu rapora göre, müracaat edilen 215 yatırım projesinden 181 adedi onaylanmıştır. Onaylanan yatırım projelerinin büyük çoğunluğunu Angola kökenli yatırımlar alırken, bunu sırasıyla Hollanda, Çin ve Portekiz kökenli yatırımlar takip etmektedir.

Tablo 25: Yatırım Talepleri (2012- 2013)

Ekonomik Sektör	2012	2013	Değişim (%)
	Yatırım Tutarı (\$)	Yatırım Tutarı (\$)	
İnşaat ve Kamu Projeleri	59.328.320	166.358.734	180
İmalat Sanayi	754.993.570	1.389.995.339	84
Hizmet Sektörü ve Gayri Menkul	64.879.510	120.526.217	86
Tarım	10.000.000	487.979.372	4.780
Ticaret	31.558.540	154.168.598	389
Sağlık		5.000.000	
Telekomünikasyon Hizmetleri		2.033.095.873	
Hotel ve Restoran	287.339.790	397.293.645	38
Balıkçılık		11.758.022	
Eğitim	2.857.140	2.545.745	-11
Petrol ve Gaz / Finans ve Sigorta	500.588.870	2.582.500.000	416
Toplam	1.711.545.740	7.351.221.545	

Kaynak: Report on Movement of Private Investment in 2013:6, ANIP

Sonuç ve Öneriler

Bağımsızlığına kavuşmadan önce tarım ve imalata dayalı çeşitlendirilmiş bir yapıya sahip olan Angola ekonomisi; iç savaş döneminde yolların, köprülerin, fabrikaların, hastanelerin ve okulların büyük çoğunluğunun tahrip edilmesiyle ve büyük göçlerle yok edilmiş, iç savaş sonrası kazanılan istikrar ve hızlı bir kalkınma süreciyle, tarıma dayalı yapıdan petrol ve madencilığe dayalı bir ekonomiye dönüşmüştür.

Angola'da doğal kaynaklara bağımlı ekonomi (Hollanda Hastalığı, Dutch Disease) ticari olmayan faaliyetlerin gelişmesine ve maliyetlerin artmasına neden olmuştur. İhracatının yaklaşık %95'i petrol olan Angola, başta gıda maddeleri olmak üzere, ihtiyaçlarının büyük çoğunluğunu ithal etmekte, büyük miktarda ticaret fazlası vermektedir. Ancak, nüfusunun büyük çoğunluğu hâlâ

yoksulluk içinde temel hizmetlerden faydalanmaksızın derme çatma barakalarda yaşamaktadır.

Portekiz, Brezilya, Çin, AB ülkeleri, ABD, G. Afrika, Hindistan, Kore ve Güney Afrika Kalkınma Topluluğu Ülkeleri (SADC) Angola'nın ticari, ekonomik ve siyasi ilişkiler içerisinde olduğu en önemli ülkelerdir. Angola'da faaliyet gösteren hemen hemen tüm ülkelerin bu ülkede varlık gösterebilmek için krediyi araç olarak kullandıkları ve özellikle sermaye yoğun petrol ve elmas sektörüne yatırım yaptıkları görülmektedir.

Faaliyette bulunan ülkeler arasında, Portekiz, Brezilya ve Çin'in; kolonyal dönemde başlayan ilişkilere sahip olması, bağımsızlık sonrası karşılıklı ziyaretlerin aralıksız devam etmesi, Angola'nın ihracatının yaklaşık %97'sini karşılayan petrol ve elmas sektöründe faaliyet göstermeleri, Çin başta olmak üzere, proje karşılığı petrol geri ödemeli (Angola Modeli) kredi desteğinde bulunmaları, Angola ile ilişkilerinin en üst seviyede ve özellikle altyapı ve konut inşasında hakim konumda olmalarını sağladığı görülmüştür.

Çin'in ayrıca, Ticaret Siteleri kurulmasına öncülük etmesi ve desteklemesi Çin şirketlerinin Angola'da varlığını güçlendirmekte, üretim faaliyetlerinde bulunmasını sağlamakta ve ticaret hacmini artırmaktadır. Türkiye-Angola ilişkileri ise yeni olup, 1998 yılında başlatılan "Afrika Açılımı Politikası" ve 2003 yılında uygulamaya konulan "Afrika ile Ticari ve Ekonomik İlişkilerin Geliştirilmesi Stratejisi" çerçevesinde gelişmeye başlamıştır. İstenilen seviyede ekonomik ve ticari potansiyele ulaşamamıştır.

Niteliksiz işgücü, zayıf eğitim sistemi, yüksek orandaki işsizlik, zayıf altyapı (su, elektrik, yol, telefon, posta hizmetleri, hava alanı, liman), fahiş işletme maliyetleri, düşük üretim kapasitesi, gelir dağılımındaki dengesizlik, zayıf yasal düzenlemeleler, katı bürokrasi, yolsuzluk, bilgiye ulaşım da güçlükler ve merkezîyetçi yönetim Angola'da iş yapmada karşılaşılabilecek başlıca zorluklar olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca, Angola ekonomisinin büyük ölçüde petrol gelirlerine dayanması dolayısıyla petrol fiyatlarında yaşanabilecek şoklar Angola ekonomisi için hayati risk taşıırken, gelir dağılımındaki adaletsizlik ve ülke genelinde yaşanan yoksulluk toplumsal huzur açısından diğer bir risk olarak karşımıza çıkmaktadır.

Siyasi istikrar, genç ve dinamik nüfus yapısı, başta petrol, doğalgaz ve elmas olmak üzere çok çeşitli maden yatakları, geniş tarım arazileri ve ormanlar, çok sayıda nehirleriyle hidroelektrik potansiyeli, Atlas Okyanusuna 1.650 km'lik sahiliyle zengin deniz mahsulleri stoğu, tarım, balıkçılık ve turizmde gelişme potansiyeli, bankacılıkta olumlu gelişme ve ekonomide liberalleşme

eğiliminin yanısıra yüksek petrol ve elmas geliri Angola'nın cazip yönleri olarak öne çıkmaktadır.

Angola hükümeti, işsizliğin giderilmesi, yerli üretimin artırılarak petrole bağımlılığın azaltılması, küçük ve orta boy işletmelerin çoğaltılması, ekonominin çeşitlendirilmesi, altyapının yeniden inşası, konut ve enerji açığının giderilmesi için politikalar geliştirmektedir. 2013-2017 Kalkınma Planına göre petrol dışı sektör büyümesinin yıllık % 9,5 oranında olacağı beklenmekte ve enerji, su, kanalizasyon, konut, ulaşım ve lojistik altyapılarının inşasına öncelik verilmektedir.

Kamu-Özel Sektör ortaklığı (PPP), Yap İşlet Modeli (BOT) ile altyapı yatırımlarının hızlandırılması hedeflenmektedir. Başta Luanda olmak üzere konut açığının giderilmesi için mega projeler geliştirilmekte, HES, doğal gaz çevrim, güneş ve rüzgar santrali kurulması ile biokütleden enerji üretimiyle, elektrik üretim kapasitesinin artırılması hedeflenmektedir.

Başkanlık sistemiyle yönetilen, politik ve ekonomik istikrara sahip olan ve zengin doğal kaynakları bulunan Angola, ülkemiz için gerek yatırım gerekse ticari bakımından önemli bir potansiyele sahiptir. Türkiye için özellikle altyapı (su, elektrik, kanalizasyon, ulaşım, lojistik vs), konut inşası ve ticarete önemli fırsatlar mevcuttur. Madencilik, petrol, telekomünikasyon, tarım ve hizmet (Otel, AVM, Super Market Zinciri, Eğitim vs.) sektöründe de önemli imkanlar bulunmaktadır.

Gelişmesi bambu ağacı gibi günbegün farkedilir olan Angola, ihracatçılar ve yatırımcılar için büyük riskler taşırken aynı zamanda büyük kazanç fırsatı da vermektedir. Ülkemiz, Angola'nın özellikle altyapı, konut inşasında güçlü olan ülkelerin, Angola piyasasına girmek ve piyasada kalabilmek için göstermiş oldukları strateji ve uygulamalarına benzer faaliyetleri gerçekleştirmesi halinde Angola'nın inşasında ve ticaretinde büyük fırsatlar yakalayabileceği ve Angola ile olabilecek güçlü ilişkilerin Afrika'da bulunan diğer Portekizce konuşan ülkelerle olan ticari ve ekonomik ilişkilerimizi de güçlendirebileceği, Türk müteşebbisinin yalnız balık yemeyi değil aynı zamanda balık tutmayı da öğreterek Angola ekonomisinin gelişmesine sağlayabileceği faydanın yanısıra, Angola'da nitelikli işgücü yetişmesine de yardımcı olabileceği düşünülmektedir.

Netice itibariyle;

Üst düzeyde karşılıklı ziyaretlerin ve dolayısıyla ekonomik ve ticari anlaşmaların gerçekleştirilmesi,

Pazarda güçlü ve kalıcı olabilmek için Türk ürünlerinin pazarlanabileceği ve kısmen üretilebileceği Ticaret Merkezleri ve Küçük Sanayi Merkezlerinin kurulması,

Eximbank kredi desteği ile yol, su, demiryolu, konut, enerji ve ulaştırma gibi altyapı yatırımlarından Türk müteahhitlerinin pay almasının sağlanması,

Angola ile uzun dönemli petrol alım anlaşması, hatta mümkünse petrol üretim anlaşması yapılması,

Karşılıklı konferanslar düzenlenmesi ve fuarlara katılımın sağlanarak ülke potansiyellerinin tanıtılması,

THY'nin Angola'ya doğrudan seferlere başlaması,

Ülkemizin büyük potansiyele sahip Angola ekonomisi ve ticaretinde söz sahibi olmasında önemli rol oynayacaktır.

KAYNAKÇA

ABRANTES M. L.,(2013), Angola Business Opportunities, Economy, Infrastructure and Industry, Africa Infrastructure Investment Conference (Sunum), July 18-19. s.7 12/11/2014 tarihinde (<http://slideplayer.us/slide/1706144/>)
http://www.corporate-africa.com/G20_Presentations.htm adreslerinden erişildi.

ABRANTES M. L.,(Mart 2014), "Public-Private Partnerships and Investment Incentives"sunum "Financing the Future: Infrastructure Development in Central Africa" Regional Conference in Yaoundé, Cameroon on March 10,

AEO (African Economic Outlook), (2012), Angola 2012. s.2 29/10/2014 tarihinde
<http://www.africaneconomicoutlook.org/fileadmin/uploads/aeo/2013/PDF/Angola%20-%20African%20Economic%20Outlook.pdf> adresinden erişildi.

AIA (Associação Industrial de Angola) (2014), Anuário AIA , A Economia Um País, 2014/2015, 9. Edição, Luanda. s.73

Angola Trade USA, <http://www.angolatradeusa.org/angrep/about-angola/angolas-economy/>

ANIP, (2013) Report on Movement of Private Investment in 2013, Luanda. s.6 19/10/2014 tarihinde

http://www.anip.co.ao/ficheiros/news/Relatorio_lelo.pdf adresinden erişildi.

ANIP 2013, How to Invest in Angola, Angolan National Private Investment Agency, Luanda:73

ANIP 2014, How to Invest in Angola, Angolan National Private Investment Agency, Luanda,

BMI View,(2014), Busines Monitor International, A Fitch Group Company, NewYork
29/10/2014 tarihinde <http://www.businessmonitor.com/angola#> adresinden erişildi.

BNA (Banco Nacional de Angola) (2014), Angola Merkez Bankası WEB sitesi.
http://www.bna.ao/Conteudos/Artigos/detalhe_artigo.aspx?idc=950&idsc=13862&idl=1

BPI (2014), Estados Económicos E Financeiros, Angola,June, Banco BPI SA, Lizbon. s.5

CAMPOS I.,Vines A., (2007), Angola and China A Pragmatic Partnership
“Prospects for Improving U.S.-China-Africa Cooperation,” December 5, 2007,
CSIS Konferansında Sunum, Londra, Mart 2008. s.2,3,5,7,18

CARVALHO P., Felino L., Coelho N., (2014) Estudos Economicos E Financeiros, BPI, Lisbon, June. s.5.

CHÊNE, M. (2010), ‘Overview of Corruption and Anti-Corruption in Angola’ from
U4 Anti-corruption Resource(www.u4.no), CMI, Transparency International, 25
February. s.1

CHINA-ANGOLA, (2013), 1983.1.12-2013.1.12,30 Anos do Estabelecimento
das Relações Diplomáticas entre a China e Angola,WA, Editora Assuntos
Mundo.

CORKIN L. (2011), Chinese Construction Companies in Angola: A Local
Linkages Perspective, MMCP (Making the Most of Commodities Programme)
Discussion Paper No. 2 March. s.16, 17,49,62

CÖMERT F. (1998), Yabancı Sermayenin Dünü Bugünü ve Geleceği, Hazine
Dergisi, Sayı: 12, Ankara. s.105

CPI (Corruption Perceptions Index) (2013), Transparency International, Berlin 22/07/2014 tarihinde <http://cpi.transparency.org/cpi2013/results/#myAnchor1> adresinden erişildi.

DMA (Developing Markets Associates), (2012), Investing in Angola 2012, 24th May. London. s.17,19
<http://www.developingmarkets.com/Investing-in-Angola-2012-Investment-Report>

DBA (Doing Business in Angola)(2012),Country Commercial Guide for U.S. Companies, Commercial Section of the U.S. Embassy, Luanda.

ECOBANK, (2013), Country Investment Profile: Angola, ecobank.com, March. s.6,28

EIA (US Energy Information Administration) (2014), Angola Full Report, Revised: May 8. s.2,11,12
(<http://www.eia.gov/countries/analysisbriefs/Angola/angola.pdf>)

EIU 2007, Country Profile 2007, Angola, The Economist Intelligence Unit, London

EIU April 2014, Country Report Angola, April 24th 2014, The Economist Intelligence Unit, London

EIU June 2014, Country Forecast Angola, Economist Intelligence Unit, June, London. s.1

EIU July 2014, Country Report Angola, July 15th 2014, The Economist Intelligence Unit, London. s.30,31

EIU November 2014, Country Report November 2014, Angola, December 11th 2014, The Economist Intelligence Unit, London. s.10,11

ENDIAMA EP, the National Prospecting, Mining, Trading and Polishing Company <http://www.endiama.co.ao/en/about-us/the-company/40>

ESIB (2013), Investment Opportunities in the Construction Sector, Espirito Santo Investment Bank

EXPANSÃO (2014),04/07/2014 tarihli haftalık dergi, Luanda. s.7

FAO (Food and Agriculture Organization) (2014), Angola Country Programming Framework, 2013-2017. s.5,12 10/07/2014 tarihinde <ftp://ftp.fao.org/TC/CPF/Countries/Angola/CPFAngola.pdf> adresinden erişildi.

FIP Brochura(2014), International Fair of Fisheries and Aquaculture of Angola, Luanda.s.4. 12/11/2014 tarihinde, <https://www.dropbox.com/s/7wz004ymk2snyd/Brochura%20FIP%202014.pdf?dl=0> ve <http://newsletter.fil-angola.co.ao/v/1XeedTd> adreslerinden erişildi.

GCI (Global Competitiveness Index)2013-2014, The World Economic Forum, 2014. 22/07/2014 tarihinde <http://www.weforum.org/issues/global-competitiveness> adresinden erişildi.

GRIMM S., SCHICKERLING E., (2013), The China-African Development Fund (CADFund) as a sovereign wealth fund for Africa's development?, The Centre for Chinese Studies (CCS) at Stellenbosch University, Stellenbosch, Güney Afrika, Temmuz. s.1

HISARCIKLIOĞLU R. (2014), Ülkeler Ancak Sanayisiyle Zenginleşebilirler, ASOMEDYA, Eylül / Ekim2014, Ankara Sanayi Odası Yayın Organı, Ankara. s.24

IMF (2005), Country Report No.05/125, Angola:Selected Issues and Statistical Appendix, Nisan.

IMF (2014), Country Report No. 14/275, Angola: Selected Issues Paper, Eylül. s.23

Indexmundi, <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ao&v=79>

Jornal de Angola, 13 Março 2014, Luanda. <http://jornaldeangola.sapo.ao>

JOVER E.,PINTOS A. L., and Marchand A., (2012), Angola Private Sector Country Profile, ADB, Africa Development Bank, Eylül, İngiltere, ss.12,13,48,54,75. 15/07/2014 tarihinde <http://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Evaluation-Reports/Angola%20%20-%20Private%20Sector%20Country%20Profile.pdf> adresinden erişildi.

KABEMBA C., (2012), Chinese Involvement in Angola, OSISA (Open Society Initiative for Southern Africa) 04 October. s.2 29/10 2014 tarihinde

<http://www.osisa.org/books/regional/chinese-involvement-angola> adresinden erişildi.

KIALA C. (2012), Angola and Chine, Building bridges across the new frontier, Presentation for 2nd World SME Summit, 6 Aralık. s.10
11kasım 2014 tarihinde

http://www.hktdc.com/resources/fair/1213/worldsmeexpo/s//4979/1355906458654_B1CarineKiala.pdf adresinden erişildi.

KPGM (2012), Angola-Country Profile. s.1,3,8,13

9/11/2014 tarihinde http://www.iberglobal.com/files/angola_kpmg.pdf adresinden erişildi.

KPGM (2013) Quarter 1, Angolan Snapshot, Monitoring African Sovereign Risk, Angola. s.5

KPGM (2014), Angola-Country Profile, KPGM Africa Region 2012/2013, kpgmafrica.com. s.2,5,27 18/11/2014 tarihinde

http://www.kpmg.com/Africa/en/KPMG-in-Africa/Documents/2012-2013%20Country%20Profiles/Angola%20Country%20Profile_2012-2013_02.pdf adresinden erişildi.

MACAUHUB, (26 Mayıs2014) Macauhub News Agency, Macau, 23/10/2014 tarihinde <http://www.macauhub.com.mo/en/2014/05/26/angola-is-a-priority-for-china-in-africa/> adresinden erişilmiştir.

MINEA, (2014), Investment Opportunities, April 2014, República de Angola Ministério da Energia e Águas, Luanda. s.7,15,17

MURGUÍ M., (2014), Desk-study on the Impact Chinese Foreign Direct Investment (FDI) has in Angola's Socio-Economic Development, Universitat Autònoma de Barcelona. Departament d'Economia Aplicada, Barselona. s.9
24/10/2014 tarihinde

http://ddd.uab.cat/pub/tfg/2014/119109/TFG_mvargasmurgui.pdf
Adresinden erişildi.

MUZIMA J., MAZIVILA D., (2014), Angola 2014, African Economic Outlook. s.2,11

15/07/2014 tarihinde

http://www.africaneconomicoutlook.org/fileadmin/uploads/aeo/2014/PDF/CN_Lo ng_EN/Angola_ENG.pdf adresinden erişildi.

NONYANE G., (2013), Angola economic briefing: high oil prices compensate for tough business environment, allAfrica. s.1
10/07/2014 tarihinde
http://blogafrica.allafrica.com/view/entry/main/main/id/0GUvJ_JoZgUmpgS-.html
adresinden erişildi.

OBSERVOTÓRIO EMIGRAÇÃO (2013), José Eduardo dos Santos diz que trabalhadores portugueses são bem-vindos em Angola, June 6 . 12/11/2014 tarihinde <http://www.observatorioemigracao.secomunidades.pt/np4/3607.html> adresinden erişildi.

PINTO A.L., (2011), Angola Country Report, Africa's Emerging Market's Giant, Imara Investing in Africa, October. s.12

PND, (2012), Plano Nacional de Desenvolvimento 2013-2017, Dezembro. s.103
21/07/2014 tarihinde <http://www.gsdr.org/docs/open/DOC89.pdf> adresinden erişildi.

PWC, (2013) Africa gearing up-Angola, Güney Afrika. s.25,27,28,30
21/07/2014 tarihinde <http://www.pwc.com/africagearingup> adresinden erişildi.

REUTERS, (2014), Brazil offers Angola \$2 billion credit for energy, construction, Reuters.com, Luanda, Jun 16.
<http://www.reuters.com/article/2014/06/16/angola-brazil-idUSL5N0OX46O20140616>
Erişim Tarihi: 31/10/2014.

RIIA (Royal Institute of International Affairs) (2005), Angola: Drivers of change Position Paper 1: Economic Change and Reform, Londra, April. s.1,6,11
10/07/2014 tarihinde <http://www.gsdr.org/docs/open/DOC89.pdf> adresinden erişildi.

ROCHA A., (2011), Economic growth in Angola to 2017:The main challenges, Angola Brief, Volume 2, No.4, December 2011, CEIC-CMI, Luanda. s.1,2,4

SADC, (2012) Annexure II – SADC Short-Term Action Plan(STAP) 2013–2017.
<http://invest-tripartite.org/wp-content/uploads/2013/06/Annexure-II-STAP.pdf>
Erişim Tarihi: 18/11/2014.

SANDREY, R (2009), The Impact of China-Africa Trade Relations: The Case of Angola. African Economic Research Consortium. Trade Law Centre of Southern Africa. Nairobi, Kenya. s.10

SØREIDE, Tina, Rocha A., Santos R., Costa A., Pestana N, (2011), Ten Challenges in Public Construction, CEIC-CMI Public Sector Transparency Study, Angola Brief, November 2011 Volume 1 No.19, Kasım.

State Budget 2012, <http://www.bna.ao>

STIFTUNG B. (2014), BTI 2014-Angola Country Report. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung. s.1,18,20,21,25,29
<http://www.bti-project.org/fileadmin/Inhalte/reports/2014/pdf/BTI%202014%20Angola.pdf>

THOMPSON R., (2011) Assessing the Chinese Influence in Ghana, Angola, and Zimbabwe: The Impact of Politics, Partners, and Petro, 21 May.
http://iis-db.stanford.edu/docs/785/CISAC_Thesis_Thompson.pdf
Erişim Tarihi: 17/09/20114.
Trading Economics, <http://www.tradingeconomics.com/angola/unemployment-rate>

Trade Map, ITC, <http://www.trademap.org/Bilateral.aspx>

Türkiye Dışişleri Bakanlığı Açıklaması (23 Temmuz 2014),
http://www.mfa.gov.tr/no_-248_-23-temmuz-2014_-portekizce-konusan-ulkeler-toplulugu-zirvesi_nde-ulkemize-ortak-gozlemci-statusu-verilmesi-hk_.tr.mfa

UCAN (Universidade Catolica de Angola) (2012), Angola's Economic Report 2012, Luanda. s.117

UCAN (Universidade Catolica de Angola) (2014), Relatório Económico De Angola 2013,Haziran, Luanda. s.209

UNTACD, (2013), Who is Benefiting from Trade Liberalisation in Angola? A GENDER PERSPECTIVE, United Nations Conference on Trade and Development, United Nations, New York. s.8

U.S. Relations With Angola, Bureau of African Affairs, Fact Sheet,November 22, 2013
<http://www.state.gov/r/pa/ei/bgn/6619.htm>

VERDU R. G., (2014), Inclusive Growth, IMF Angola Country Report No: 14/275, Washington D.C., Eylül. s.23

VISÃO, 25 April 2012, Portugal.s.1 16/07/2014 tarihinde <http://visao.sapo.pt/angola-cerca-de-259000-chineses-vivem-atualmente-no-pais=f660830> adresinden erişildi.

WB (World Bank) (2012), Sınır Ötesi Yatırımlar Raporu (Investing Across Borders Report) <http://iab.worldbank.org/data/exploreconomies/angola#investing-across-sectors>

WB (World Bank) (2013) (2014) (2015), "Doing Business 2013-2014-2015" Reports

WB (World Bank) WDI, (2014), World Development Indicators: Distribution of income or consumption. <http://wdi.worldbank.org/table/2.9>

WB (World Bank) AO, (2014), World Bank, Angola Overview, Last Updated: Oct 10, 2014. <http://www.worldbank.org/en/country/angola/overview>
Erişim Tarihi: 22/10/2014.

WILLIAMS A., 2014, African Economic Outlook, International Cooperative, 30 Temmuz. s.13
<http://www.slideshare.net/andrewwilliamsjr/angola-african-economic-outlook-2014>
Erişim Tarihi: 25/09/2014.

Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/Angola%E2%80%93Brazil_relations
Erişim Tarihi: 22/10/2014.

ZONGWE D., (2010), On the Road to Post Conflict Reconstruction by Contract: The Angola Model, December 23. s.11,24

ZEE EP (2014), Zona Económica Especial Luanda-Bengo E.P.
http://www.zee.co.ao/index.php?option=com_content&view=article&id=34&Itemid=180 Erişim Tarihi: 11/12/2014.

Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı: Atatürk Üniversitesi Örneği

Yrd. Doç. Dr. Adnan KÜÇÜKALİ

Atatürk Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü
adnankucukali@atauni.edu.tr

Özet: Türkiye’de eğitim, sağlık, hizmet, ticaret, haberleşme ve eğlence gibi hayatın hemen her alanında kullanılan internet, toplumsal hayatta oldukça etkin bir konumdadır. Ülkede internet erişimi olan hane halkı oranı % 60’ları aşmış, 16-24 yaş grubunda bulunan bireylerin yaklaşık % 75’i ise internet kullanır duruma gelmiştir. Elde edilen veriler interneti daha ziyade lise ve üniversite öğrencilerinin kullandığını göstermektedir. Bireylerin interneti kullanmadaki başlıca neden ise zaman ve mekân sınırlaması olmadan (mobil tabanlı), paylaşımın, tartışmanın ve iletişimin esas olduğu sosyal medyaya olan ilgilidir.

Bu çalışma, yaş ve eğitim düzeyi bakımından internet kullanımının en yaygın olduğu üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanma nedenleri ve sosyal medyanın etkilerini belirleme amacı ile yapılmıştır. Araştırmada Atatürk Üniversitesi İİBF Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümünde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya hakkındaki düşünceleri uygulanan anketlerle değerlendirilerek öğrencilerin sosyal medyayı takip etme sıklıkları ve sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki etkileri belirlenmiştir. Yine bu bağlamda Öğrencilerin yoğun sosyal medya kullanımlarının arka planında, kültürel yapı, akrabalık ve dostluk ilişkilerinin yoğunluğunun olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Bilgisayar, Sosyal Politika, Toplum

Social Media Usage of College Students: The Case of Atatürk University

Abstract: Used virtually in every aspect of life in Turkey such as health, services, commerce, communication, entertainment and education, Internet has a very active position in social life. The rate of households with the Internet access throughout the country has exceeded 60 % , and in the age group of 16-24, 75% of population has become current users of Internet. The data obtained show that denser usage of Internet is by highschool and college students in

reason of their interest in social media to discuss and communicate without time-space limitation (mobil based).

This study aims to determine the reasons and impact of the usage of social media among collegian who use Internet most commonly, as age and education level. Also the thoughts of students studying Labor Economics and Industrial Relations of Atatürk University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, have been evaluated by using surveys with regard to their frequency and social media impact in use of Internet. In this regard in the background of students' intensive usage of social media, the cultural structure, the denim relations of kinship and friendship has been observed.

Keywords: Social media, Computer, Social policy, Society

Giriş

Bazı sosyologlar; 1990'lı yıllar ile birlikte bilgi ve teknolojinin hızla yayıldığı ve paylaşıldığı, global etkileşimin zirve yaptığı son çeyrek yüzyılı, post-endüstriyel dönem/toplum kavramlarıyla ifade etmenin yetersizliği üzerinde durmuşlardır. Zira internetin hayatın hemen tamamını derinden etkilediği bu dönemi "enformasyon toplumu" olarak adlandırmanın daha doğru bir yaklaşım olacağı düşüncesine sahiptirler (Webster,1995: 5-9; Lister, Dovey, Giddings, Grant, I. ve Keiran, 2009: 21; Mayfield 2008:5).

Günümüz insanı küresel etkileşimin zirve yaptığı 21. Yüzyılda toplumlari ve bireyleri oldukça derinden etkileyen yeni bir etkileşim süreci ve medya türü ile karşı karşıyadır. "Sosyal medya" olarak adlandırıldandan bu iletişim aracılığıyla bireyler alışıla gelenin aksine internet aracılığı ile tek taraflı bir bilgilendirme ile değil, aynı anda ve eş zamanlı olarak etkileşim ve etki sürecinde yer almaktadırlar. (Poytner, 2010:160; Alav, 2014: 3; Andersen, 2002).

Sosyal medya; topluluk merkezli Web sitelerinde bilgi, tecrübe ve bakış açılarının paylaşılması ile ilgilidir. Sosyal medya; Web 2.0 teknolojilerinin ve kullanıcı tabanlı içeriğin doğal bir sonucudur. Web 1.0'ın statik, program tabanlı ve tek kişilik üreticiliği karşısında Web 2.0'ın dinamik, kullanıcılara içerik yaratma imkânı veren ve sosyal tabanlı olması durumu, sosyal medyanın doğuşunda önemli bir yer tutmaktadır (Bozarth, 2010:11; Kaplan ve Haenlein, 2001:60). Sosyal medya, en basit tanımıyla; Web 2.0 teknolojilerinin kullanıldığı iletişim ortamlarıdır. Konuşmalar, bağlantılar ve katılımlardan kaynaklanan Web 2.0 durakları, iletişim araçları, siteleri ve çevrimiçi yayınlar (Gunelius, 2011:10) olarak da tanımlanan sosyal medya; insanların sosyalleşmek için kullandıkları geleneksel medyadan farklı yeni bir medya türüdür (Lietsala ve Sirkkunan, 2008:18).

Türkiye’de 1994 yılında kullanılmaya başlanılan internet, 2000’li yıllar ile birlikte yaygınlık kazanmasına karşın, gerek dünyada gerekse Türkiye’de sosyal medya kullanımı henüz 10 yaşını dahi tamamlayamamıştır. Geçen son 5 yıl içerisinde ise özellikle akıllı telefonların yaygınlaşması beraberinde sosyal medyanın dünya gündeminde etkin bir şekilde yer almasını ve dünyanın vazgeçilmez iletişim kaynaklarından birisi haline gelmesinin önünü açmıştır (Ebizmba, 2015). Böylelikle sosyal medya toplumların temel kurumlarını hatta çalışma hayatlarını derinden etkileyecek bir konuma kavuşmuş ve etkilediği coğrafya her geçen gün büyümüştür.

Türkiye’deki genç nüfusun % 75’i internet kullanmakta bunların hemen tamamına yakını ise bir veya birden çok sosyal paylaşım sitesinde hesapları olmak suretiyle aktif sosyal medya kullanıcıları olarak zamanlarının belirli dilimlerini bu sitelerde geçirmektedirler. Bu gerçeklikten hareketle bu çalışmada kullanımı ve etkileri her geçen büyüyen sosyal medyanın üniversite öğrencileri üzerindeki etkileri ve sosyal medya ile olan ilişkileri araştırma konusu yapılmıştır. Öncelikle öğrencilerinin temel demografik özellikleri genel olarak ortaya konmuştur. Ardından, öğrencilere yöneltilen sosyal medya ve sosyal ağ bilgi ve kullanım alışkanlıklarına ilişkin sorularla öğrencilerin sosyal medya farkındalık düzeyleri ve kullanım alışkanlıkları ve amaçları tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın son bölümünde ise “sosyal medya nasıl kullanılırsa bir öğrenci için öğrenim sürecinde olumlu katkılarda bulunabilir, başarı düzeyi pozitif yönde etkilenir?” sorusuna cevap aranmıştır.

1. Kuramsal Çerçeve

1.1. Dünyada Sosyal Medya Kullanımı

2015 verileri, 2014 yılına göre dünya genelinde sosyal medya kullanıcılarında % 20’nin üzerinde bir artışın yaşandığını göstermektedir (ebizmba, 2015; Sputniknews, 2014).

Günümüzde her geçen gün kullanıcı sayısı ve profili genişleyen sosyal medya siteleri, internet imkânlarının ve akıllı telefonların yaygınlaşması ile çok daha kolay ve daha ulaşılabilirlik sağlamış durumdadır. eBizMBA com’un, dünyanın en popüler sosyal medya sitelerinin hangileri olduğuna yönelik araştırmasında sırası ile ilk 10 site ve yaklaşık kullanıcı sayıları Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. En Popüler Sosyal Sosyal Medya Siteleri (Ekim-2015)

Sıra	Sosyal Medya Sitesinin İsmi	Kullanıcı Sayısı (yaklaşık)
1	Facebook	900.000.000
2	Twitter	310.000.000
3	Linkedin	225.000.000
4	Pinterest	250.000.000
5	Google Plus	120.000.000
6	Tumblr	110.000.000
7	Instagram	100.000.000
8	VK	80.000.000
9	Flickr	65.000.000
10	Vine	42.000.000

Kaynak: EbizMBA, <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>

2015 Mart ayı verilerine göre dünyanın en büyük sosyal paylaşım sitesi olan Facebook'un dünyanın dört bir bölgesinden 1 milyardan fazla kullanıcısı bulunmaktadır.

Tablo 2. Ükelere Göre Facebook Kullanıcı

SIRA	ÜLKE	TOPLAM	KADIN	ERKEK	K%	E%	K/E	Ku/Nu 1	KUL/Km 2
1	ABD	194 Milyon	103 Milyon	89 milyon	53,09	45,88	1,16	62,69	20,15
2	Hindistan	135 Milyon	33 Milyon	102 Milyon	24,44	75,56	0,32	11,37	42,64
3	Brezilya	102 Milyon	55 Milyon	47 Milyon	53,92	46,08	1,17	51,70	11,94
4	Endonezya	77 Milyon	33 Milyon	45 Milyon	42,86	58,44	0,73	33,23	40,43
5	Meksika	60 Milyon	30 Milyon	30 Milyon	50,00	50,00	1,00	54,76	30,50
6	Filipinler	47 Milyon	25 Milyon	22 Milyon	53,19	46,81	1,14	50,05	156,67
7	Türkiye	42 Milyon	15 Milyon	26 Milyon	35,71	61,90	0,58	57,84	53,85
8	İngiltere	38 Milyon	19 Milyon	18 Milyon	50,00	47,37	1,06	61,53	155,65
9	Tayland	37 Milyon	19 Milyon	19 Milyon	51,35	51,35	1,00	57,51	72,11
10	Vietnam	35 Milyon	16 Milyon	19 Milyon	45,71	54,29	0,84	39,65	105,67
11	Fransa	31 Milyon	16 Milyon	15 Milyon	51,61	48,39	1,07	49,40	56,67
12	Almanya	29 Milyon	14 Milyon	15 Milyon	48,28	51,72	0,93	35,43	81,23
13	İtalya	28 Milyon	13 Milyon	15 Milyon	46,23	53,57	0,87	46,68	92,92
14	Arjantin	27 Milyon	14 Milyon	13 Milyon	51,85	48,15	1,08	66,30	9,2
15	Mısır	27 Milyon	9,7 Milyon	18 Milyon	35,93	66,67	0,54	34,76	26,96

Kaynak: Boomsocial, <http://www.boomsocial.com/Facebook/Ulkeler>, 2015

Tablo 2 verilerine göre; ilk 7 ülkenin nüfuslarına göre facebook kullanım oranları hesaplandığında, 78 milyona nüfusu ile *Türkiye, nüfusuna oranla dünyada en fazla facebook kullanan ülke* durumundadır.

Online MBA firmasının hazırladığı “Sosyal Ağların Demografik Yapısı” başlıklı araştırmanın verilerine göre Facebook ve Twitter’ı daha çok kadınlar kullanıyor: Facebook kullanıcı hesaplarının % 57’si, Twitter kullanıcı hesaplarının ise % 59’u kadın. Yine de bu veriler birçok kesim tarafından inandırıcı bulunmuyor, çünkü Facebook geçtiğimiz dönemlerde kullanıcılarının yaklaşık % 6’sının sahte hesap kullandığını ve bu hesapların büyük bölümünün kadın profilleri olduğunu açıkladı. Yani ortalama olarak 40 milyon hesap aslında sahte (Sakallıoğlu, 2015).

Pinterest ve Google Plus’daki cinsiyet hâkimiyeti ise daha dikkat çekici cinsten. Moda, yemek ve görsel sanatların paylaşımları için en uygun platform olarak öne çıkan Pinterest’in, 21 milyon aktif kullanıcısı var ve % 82’sini kadınlar oluşturuyor.

Google plus kullanıcılarının demografik yapısı ise Pinterest’in tam tersi bir duruma sahip. Kullanıcılarının % 71’i erkek olan bu platformu ağırlıklı olarak mühendisler ve geliştiriciler kullanıyor (Sakallıoğlu, 2015).

Gelir durumuna göre sosyal ağların en zengin profilini LinkedIn kullanıcıları oluşturmaktadır. Profesyonel iş ağı olan LinkedIn’in kullanıcılarının % 21’i yıllık 100.000\$’ın üzerinde gelire sahip olan iş dünyasına mensup bireylerdir. Bu ağın cinsiyet dağılımı ise tam olarak dengede görünmektedir (Sakallıoğlu, 2015).

1.2. Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı

Dünya genelinde faaliyet gösteren dijital pazarlama ajansı We Are Social’ın 2015 yılının internet ve sosyal medya kullanım istatistiklerine göre; Türkiye, dünya ortalaması göz önüne alındığında sosyal medya ve internet kullanımında bir hayli ileri konumdadır. 78 milyon nüfusa sahip olan ülkemizin, 40 milyonu aşkın aktif internet kullanıcısı olduğu ve bu rakamın aydan aya arttığı görülmektedir. (Sakallıoğlu, 2015; boomsocial, 2015).

Türkiye’de toplamda 44 milyona yaklaşan sosyal medya hesabı bulunuyor. Akıllı telefon kullanımının yaygınlaşması ile birlikte sosyal ağların ve internetin mobil üzerinden kullanımı artmıştır. Rapora göre Türkiye’de yaklaşık 70 milyon kişi mobil bağlantı kullanarak internete giriş yapmakta. 2013 ile karşılaştırıldığında, aktif internet kullanıcısının % 5, aktif sosyal medya kullanıcısının ise % 11 arttığını görülmektedir (Sakallıoğlu, 2015; boomsocial, 2015).

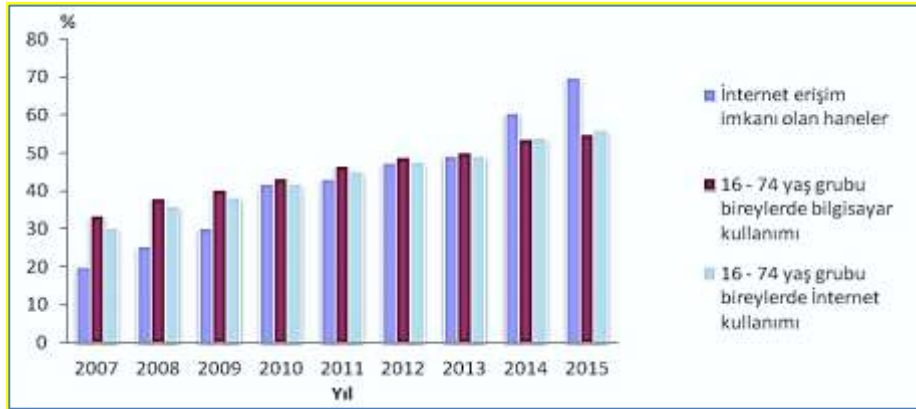
Türk insanının günde ortalama 4 saat 37 dakikayı internette, bunun 2 saat 56 dakikası ise sosyal medyada geçirmektedir. En çok kullanılan sosyal

ağlara sırası ile Facebook, Twitter ve Google plus'tır. Bu üçlüyü Instagram, LinkedIn ve Pinterest takip ediyor(Sakallıoğlu, 2015; boomsocial, 2015).

TÜİK verilerine göre; Türkiye'de Bilgisayar ve internet kullanım oranları 2015 yılı Nisan ayında 16-74 yaş grubundaki bireylerde sırasıyla % 54,8 ve % 55,9 olarak gerçekleşmiştir. Bu oranlar erkeklerde % 64 ve % 65,8 iken, kadınlarda % 45,6 ve % 46,1'dir. Bilgisayar ve internet kullanım oranlarında erkek nüfus kadın nüfusu geçmektedir (TÜİK a, 2015). Bilgisayar ve internet kullanım oranlarında erkek nüfusun kadınlara göre daha fazla olmasının nedenlerinden birisi de her iki cins arasındaki okur-yazar olma oranları arasındaki farktan ileri gelmektedir. Türkiye'de 2013 yılında 25 ve daha yukarı yaşta olan ve okuma yazma bilmeyen toplam nüfus oranı % 5,7 iken bu oran erkeklerde % 1,9, kadınlarda % 9,4'tür (TÜİK b, 2015).

Türkiye'de her iki cins için eğitim düzeyleri, çalışıp-çalışmama işveren veya işçi olmaları vb. işgücü durumlarına göre eşitlik sağlandığında kadınların bilgisayar ve internet kullanım oranlarında bir üstünlük gözlemlenmektedir (TÜİK c, 2015).

Şekil 1. İnternet ve Bilgisayar Kullanımına Yönelik Genel Göstergeler (2007-2015)



Kaynak: TÜİK a Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2015

Şekil 1, 2007-2015 yılları arasında internet erişim, bilgisayar ve internet kullanım oranlarında sürekli bir artışı ortaya koymaktadır.

Türkiye'de internet kullanım amaçları dikkate alındığında, 2015 yılının ilk üç ayında internet kullanan bireylerin % 80,9'u sosyal medya üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf vb. içerik paylaşmak amacı ile interneti kullanmışlardır. İnternetin sırası ile diğer kullanım nedenleri ise

şöyledir; % 70,2 ile online haber, gazete ya da dergi okuma, % 66,3 ile sağlıkla ilgili bilgi arama, % 62,1 ile kendi oluşturduğu metin, görüntü, fotoğraf, video, müzik vb. içerikleri herhangi bir web sitesine paylaşmak üzere yükleme, % 59,4 ile mal ve hizmetler hakkında bilgi aramadır (TÜİK, 2015).

TÜİK'in yayınladığı Haber Bülteni'ne göre, İnterneti 2015 yılının ilk üç ayında kullanan bireylerin % 74,4'ü ev ve işyeri dışında internete kablosuz olarak bağlanmak için cep telefonu veya akıllı telefon kullanırken, % 28,9'u ise taşınabilir bilgisayar (dizüstü, netbook, tablet vb.) kullanmışlardır.

2. Araştırmanın Metodolojisi

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmada amaç, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümünün I. ve II. Öğretiminde öğrenim gören öğrencilerin bilgi iletişim teknolojilerinden internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarını tespit etmek ve bu doğrultuda birtakım politikalar, görüş ve düşünceler geliştirerek değerlendirmeler yapmaktır.

Bu araştırmayla Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü öğrencilerinin öncelikle, genel demografik özellikleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ardından, öğrencilere yöneltilen sorularla öğrencilerin internet ve sosyal medya kullanım süre ve amaçları belirlenmiştir. Öğrencilerin sosyal medya ve sosyal ağ bilgi ve kullanım alışkanlıklarına ilişkin sorularla sosyal medya farkındalık düzeyleri ve kullanım alışkanlıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Son bölümde ise sosyal medyanın özellikle öğrencinin eğitimine katkısı olup/olmadığı veya ne derece etkili olduğuna yönelik sorularla, öğrencinin sosyal medya-gündelik hayat ilişkisi belirlenmeye çalışılmıştır.

Günümüzde toplumsal hayatın kaçınılmaz bir parçası ve sosyalleşmenin oldukça etkin bir aracı olan sosyal medya (Safko, 2010:3) ilköğrenimden yükseköğrenime kadar öğrenim gören çocuk ve gençlerin, gerçekte tüm bireylerin olumlu veya olumsuz yönleri ile karşılarında duran bir problemdir. Problemin niteliğine yönelik yapılan çalışmalar ile özellikle sosyal bilimciler, yeni ve faydalı politikalar üretmeye yönelerek sosyal medyayı toplumsal düzen ve başarının sağlanmasında etkin roller üstlenen bir olgu haline getirebilirler.

2.2. Araştırma Verilerinin Toplanması

Türkiye’de yükseköğretimde 6 milyona yaklaşan bir büyüklükte öğrenim gören öğrenci vardır. Bu rakamın 200 bini aşkın bir kısmı, Erzurum’da Atatürk Üniversitesi bünyesinde dir. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, içerisinde ise mevcut 6 bölümle, 5500 öğrenciye öğrenim hizmeti vermektedir (Atauni, 2015).

Bu araştırmanın ana kütlesi Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümünün I. ve II. Öğretiminde öğrenim gören yaklaşık 440 öğrencidir. Bu öğrencilerden dersleri takip ve devam eden yaklaşık 380 kadar öğrenci hedef kitle olarak seçilmiş ve bunlardan 245’ine ulaşılmıştır. Bu öğrencilerden 30 öğrenci kendisine verilen anket kâğıdını boş veya değerlendirmeye alınmayacak şekilde yaparak teslim ettiğinden, araştırma 215 öğrencinin verdiği bilgiler doğrultusunda yapılmıştır.

Araştırma için gerekli verilerin elde edilmesinde anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırma, tarama modeli (mevcut durumu olduğu gibi tespit etme) kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Örneklemin, çalışma evrenini temsil etme oranı % 64’tür.

Ankette elde edilen veriler bilgisayar ortamına, *SPSS for Windows 16.0* programı ile aktarılmış ve istatistiksel analizlerde frekans, yüzde dağılımları, ortalama ve standart sapma kullanılmıştır.

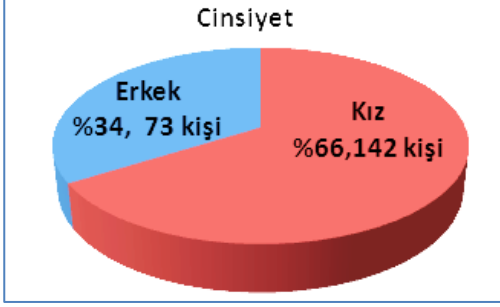
Anketteki Likert tipi sorular, ortalamalarına bakılarak değerlendirilmiştir. Bu sorulara verilecek cevaplar, 1,00 ile 5,00 arasında değişmektedir. Ortalamaları değerlendirmek için Tablo 3’deki aralıklar kullanılmıştır. Aralıkların eşit olduğu varsayımından hareket edilerek, aritmetik ortalamalar için puan aralığı katsayısı 0,80 olarak bulunmuştur [Puan Aralığı = (En Yüksek Değer-En Düşük Değer)/5 = (5-1)/5 = 0,80]. Bu değer, cevap kodlarının en düşüğü olan 1,00’a, ardından ardışık olarak sonraki değerlere eklenerek değerlendirme aralıkları elde edilmiştir. Buna göre aritmetik ortalamaların değerlendirilme aralıkları Tablo 3’teki gibidir.

Tablo 3. Ortalamaların Değerlendirme Aralıkları

Aralık	Aralığın Değeri
1,00-1,80	Çok Düşük
1,81-2,60	Düşük
2,61-3,40	Orta
3,41-4,20	Yüksek
4,21-5,00	Çok Yüksek

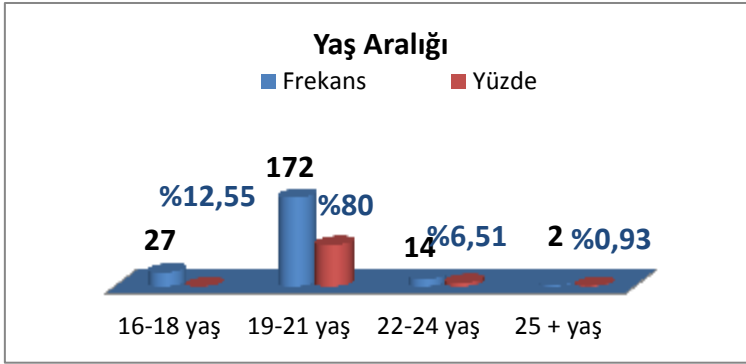
2.3. Bulgular

Toplam büyüklüğü 215 olan öğrencilerin cinsiyet dağılımı aşağıdaki şekilde gösterildiği gibi kız öğrenci sayısı erkek öğrenci sayısından fazladır.



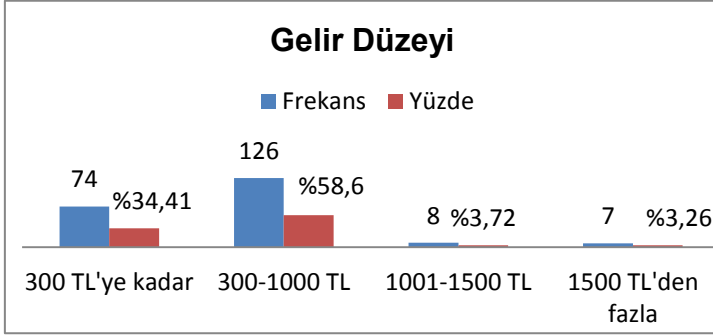
Şekil 2. Öğrencilerin Cinsiyete Göre Dağılımı

Şekil 2'den anket uygulanan öğrencilerin % 66'sının kız, % 34'ünün ise erkek olduğu anlaşılmaktadır. Bu yüzdeler sırası ile 73 erkek, 142 kız öğrenciye karşılık gelmektedir.



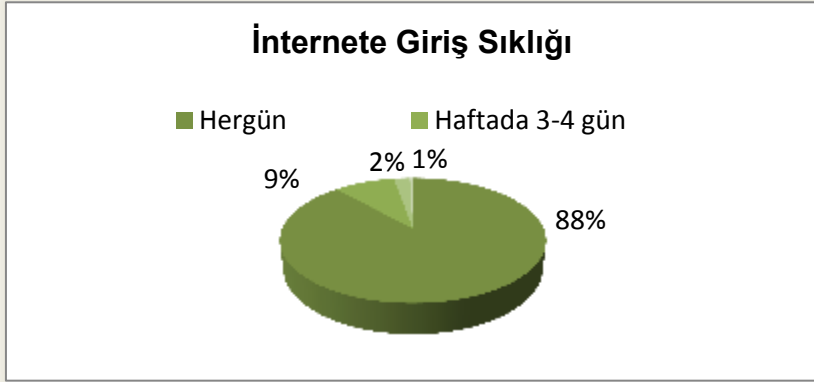
Şekil 3. Öğrencilerin Yaş Aralığı

Öğrencilerin yaşlarının gösterildiği şekil 3, sırası ile; % 80 öğrencinin 19-21 yaş aralığında % 12,55'in 16-18 yaş, % 6,51'in 22-24 yaş ve % 0,93'ün ise 25 yaş ve üzerinde olduğunu göstermektedir.



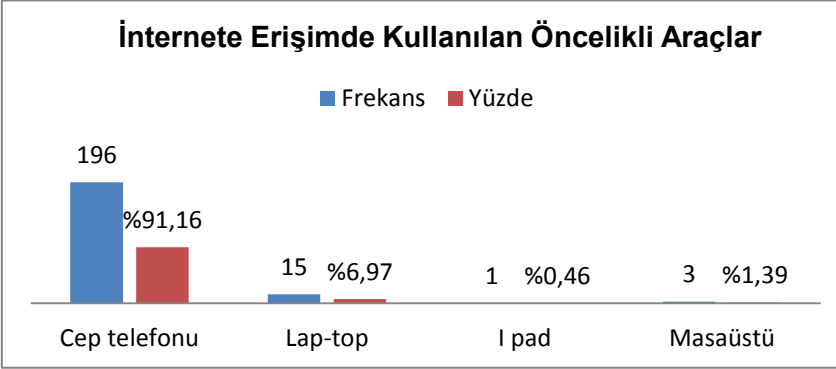
Şekil 4. Öğrencilerin Gelir Düzeyleri

Ankete katılan öğrencilerin kişisel gelirlerinin aylık olarak belirlenmesine yönelik hazırlanan soruya verilen cevaplar şekil 4 'de gösterilmiştir. Öğrencilerin yarıdan fazlası (% 58,6) 300-1000TL arasında bir gelire sahiptirler. % 34,41 öğrenci 300 TL'ye kadar, % 3,72 1001-1500 aralığında ve % 3,26 öğrenci ise 1500 TL'den yukarı bir gelire sahiptir.



Şekil 5. Öğrencilerin İnternete Giriş Sıklığı

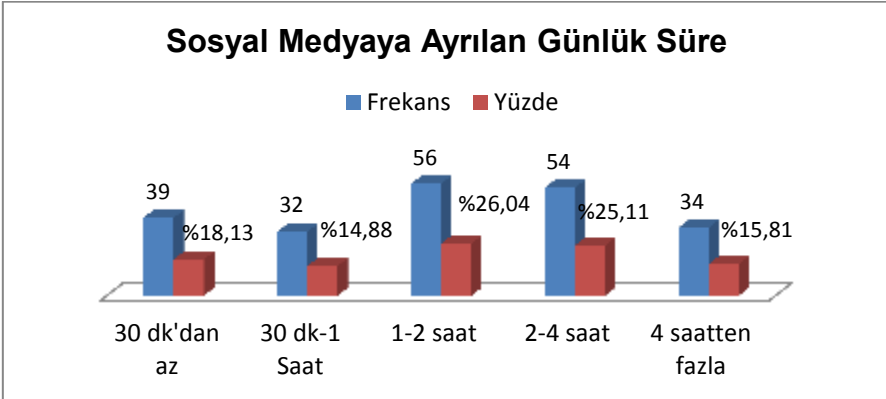
Şekil 5, öğrencilerin yalnızca % 1'inin 2-3 ayda bir internete girdiğini göstermektedir ki bu oran dahi beklenti dışıdır. Zira fakültede vize ve finalin dışında bazı ortak derslerin uzaktan eğitim şeklinde ve internet aracılığı ile yapıldığı düşünülürse bu % 1'lik kesimin de olmaması beklenilir. Öğrencilerin % 88'i her gün, % 9'u hafta3-4 gün ve % 2'lik bir kısmı ayda 1-2 gün internete girmektedirler.



Şekil 6. Öğrencilerin İnternete Erişim İçin Kullandığı Öncelikli Araçlar

Şekil 5' de öğrencilerin internete giriş sıklığını gösteren verilerin yüksek olmasının cevaplarından birisi de şekil 6 verilerinde gizlidir. Öğrencilerin tamamına yakınının akıllı telefonlara sahip olması, üniversite içi ve devlete ait öğrenci yurtlarında ücretsiz internet kullanımı hanelerde internet kullanımı gibi nedenler öğrencilerin internete erişilebilirliğini arttırmıştır.

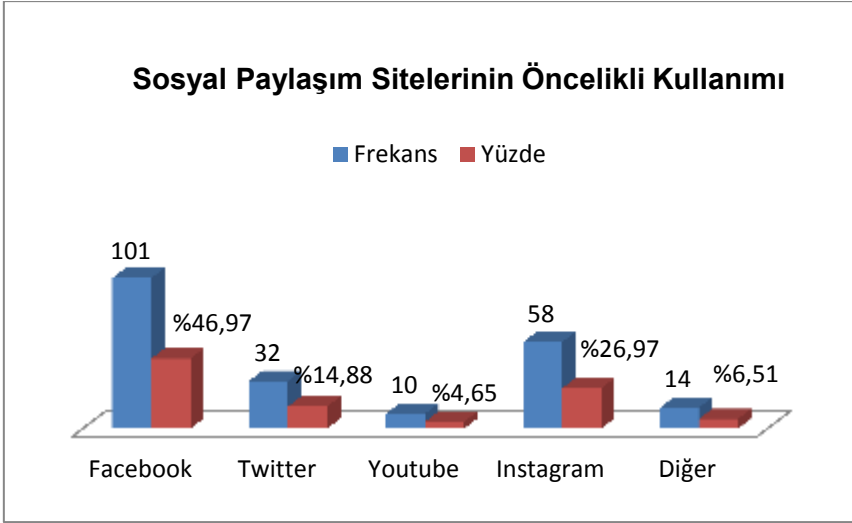
Şekil 6, öğrencilerin % 91 gibi yüksek orandaki bir kesiminin akıllı telefonlarla interneti kullandıklarını ortaya koymaktadır. Öncelik sırasına göre öğrencinin % 6,97 lap-top, % 1,39'u masaüstü ve % 1'i i-pad aracılığı ile internet kullanmaktadır.



Şekil 7. Öğrencilerin Sosyal Medya İçin Ayırdıkları Süre

Şekil 7 değerlendirilirken, şekil 5'teki öğrencilerin % 88'inin her gün sosyal internete, girdiği göz önünde tutulduğunda çok daha doğru analiz etme

imkânına kavuşulacaktır. Öğrencilerin % 26,04'lük en büyük kısmı günde 1-2 saat aralığında, % 25,11'lik kısım, 2-4 saat arasında, % 15,81'lik kısım ise 4 saatten fazla sosyal medyaya girmektedirler. 1 saatten daha az sosyal medyada vakit geçiren kesiminse toplamda % 33,01 olduğu görülmektedir.



Şekil 8. Sosyal Paylaşım Sitelerinin Öncelikli Kullanımı

Öğrencilerin sosyal medya kullanırken tercih ettikleri öncelikli siteler dünya genelindeki sosyal medya sitelerinin kullanım öncelikleri ile birçok noktada örtüşmektedir (ebizmba, 2015; Sputniknews, 2014).

Şekil 8 verileri öğrencilerin % 46,97'sinin kullandığı öncelikli sosyal medya ağının, Facebook isimli site olduğunu göstermektedir. Bu siteyi sırası ile İnsagram, Twitter, diğerleri ve Youtube isimli site takip etmektedir.

Tablo 4. Anket Sorularına Verilen Cevapların Değerlendirilmesi

	N=215	Ortalama	Standart Sapma	Değerlendirme
1	Sosyal medyayı vazgeçilmez bir iletişim aracı olarak kabul ederim	2,9721	1,11454	Orta
2	Sosyal medyayı siyasi ve ideolojik düşüncelerimi belirtmek için kullanırım.	2,1256	,99909	Düşük
3	Sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için kullanırım.	3,5581	,98356	Yüksek
4	Sosyal medyayı bilgi düzeyimi arttırmak için kullanırım.	3,3628	1,02242	Orta
5	Sosyal medyayı yalnızca boş zamanlarımı değerlendirmek için kullanırım.	3,0884	1,06631	Orta

6	Sosyal medyayı insanları daha iyi tanımak ve yeni dostluklar edinmek için kullanırım.	2,2884	1,08542	Düşük
7	Sosyal medyayı mesaj almak veya göndermek için kullanırım.	3,2651	1,06755	Orta
8	Sosyal medyayı aynı zamanda alış-veriş aracı olarak da kullanırım.	3,0326	1,27296	Orta
9	Sosyal medyayı kişilere ve düzenlenen organizasyonlara ulaşmak için kullanırım.	2,9860	1,05227	Orta
10	Sosyal medyayı kişisel sunum ve bilgi paylaşımı için kullanırım.	2,9302	1,08506	Orta
11	Sosyal medyayı video paylaşımı yapmak (youtube gibi sitelerde) için kullanırım.	2,6605	1,15648	Orta
12	Sosyal medya, gündelik hayatımda tutum ve davranışlarımda bir değişiklik meydana getirmektedir.	2,4605	1,13856	Düşük
13	Sosyal medyanın arkadaşlarımla ve beni ülke sorunlarına ve gündemine daha duyarlı bir hale getirdiğine inanırım.	2,9488	1,11581	Orta
14	Sosyal medyaya erişimin üniversite kam püslerin de kısıtlanmasının başarı düzeyini olumlu etkileyeceği düşüncesindeyim.	2,7628	1,20144	Orta
15	Fakülte dersleri sosyal medya aracılığıyla da takip edilirse başarı düzeyi olumlu etkilenir.	2,8884	1,32432	Orta

Tablo 4, öğrencilerin sosyal medyaya ve internet kullanımına yönelik düşüncelerini belirlemek için hazırlanmıştır. 15 adet ön kabulden oluşan ve birer yargı içeren cümleler anketin diğer bölümlerinde olduğu gibi Likert tipi sorularla 5'li bir ölçeklendirme ile 1,00 ile 5,00 arasında değerlendirilmeye çalışılmıştır. 1-5 arası değerlendirme basamaklarındaki şıklar ise "Hiç katılmıyorum, katılmıyorum, orta düzeyde katılıyorum, katılıyorum ve tamamen katılıyorum" olarak oluşturulmuştur.

Tablo 4'ün verileri içerisinde en düşük kabul edilen düşünceler şunlardır:

- Sosyal medyayı siyasi ve ideolojik düşüncelerimi belirtmek için kullanırım,
- Sosyal medyayı insanları daha iyi tanımak ve yeni dostluklar edinmek için kullanırım
- Sosyal medya, gündelik hayatımda tutum ve davranışlarımda bir değişiklik meydana getirmektedir.

Öğrencilerin tamamına yakını ise "sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için kullanırım" düşüncesini onaylamış gözükmektedirler.

Tablo 4'te 13,14 ve 15. Cümleler olarak verilen, ve sosyal medyaya yönelik, sosyal politikalar geliştirme amacı ile hazırlanan sorularda ise öğrencilerin orta düzeyde bir değerlendirme yaptıkları görülmüştür.

Öğrenciler sosyal medyanın kendilerini, ülke sorunlarına ve gündemine daha duyarlı bir hale getirdiğine ve derslerdeki başarı düzeylerini arttıracığına yönelik net düşünceler taşımadıkları gibi, sosyal medyaya erişimin üniversite kampüslerinde kısıtlanmasının başarı düzeyini olumlu etkileyip/etkilemeyeceği hususlarında da orta düzeyde bir değerlendirmeyi tercih etmişlerdir.

Sonuç ve Öneriler

Türkiye gelişen ve büyüyen yapısı ve genç nüfusu ile bilişim teknolojilerinin gözde mekânlarından birisidir. 42 milyonu aşan sosyal medya kullanımı noktasında ise dünya birincisidir. Bu denli yoğun sosyal medya kullanımının arka planında kültürel yapı, akrabalık ve dostluk ilişkilerinin yoğunluğu yatmaktadır. Zira “Linkedin” gibi ticari amaçlı sosyal medya kullanımı oldukça azdır.

Türk toplumunda bu denli yoğun kullanımla karşılık bulan sosyal medya; aile, eğitim, kültür, siyaset ve ekonomi gibi temel yapısal kurumları şekillendirebilecek etkin bir güce ulaşma noktasındadır. Sosyal düzeni ve bütünlüğü ilgilendiren ve toplumun tüm kesimlerini alakadar eden bir olgu karşısında sosyal politika yapımcıların bigâne kalması düşünülemez. Zira sosyal politika, toplumsal barış ve huzurun sağlanması adına önlemler almak ve uygulanabilir politikalar üretmenin uğraşısı içerisindedir.

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin tamamına yakını sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için kullanmakta ve öğrencilerin büyük çoğunluğu sosyal medyayı günde ortalama 3 saat kullanmaktadırlar. Bu ağları ne kadar etkin kullandıkları ve bu etkinliği ne kadar faydalı hale getirdikleri ise cevaplanması gereken soruların başında gelmektedir.

Öğrencilerin sosyal ağları eğitimde kullanmaları adına yeni düzenlemeler ve uygun programlar geliştirilerek başarılarının artırılmasına yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Birçok öğrencide bağımlılık boyutuna ulaşan internet ve sosyal medya kullanımı günümüz gençliğinin önemli sorunlarından birisidir. Bu nedenle üniversite kampüslerinde “wi-fi” ile internete erişimin belirli saatler arasında gerçekleştirilmesi veya eğitim alanlarında sosyal medya ağlarına girişlerin belirli sürelerle belirlenmesi ise öğrencilerin eğitim mekânlarında interneti uzun süreli bir eğlence aracı olarak kullanılmasının önüne geçilmesi sağlanabilir. Sosyal medya ağlarında eğlenceye harcanan uzun vakitler yeni oluşturulacak eğitim içerikli sosyal medya sitelerinin kullanımı ile öğrencinin başarısında olumlu katkılar sağlayacak ve sosyalleşme ihtiyacı daha farklı bir şekilde karşılanmış olacaktır.

KAYNAKÇA

ALAV, O. (2014). "Sosyal Medya'nın Birey ve Toplumsal Yapıya Etkileri (Sosyal Medya Kullanıcı Araştırması)", Elektronik Sosyal Bilgiler Eğitimi Dergisi ISSN: 2148-872X, <http://esosbil.aksaray.edu.tr/index.php/esosbil/article/view/1/1>, ET: 10.10.2015.

ANDERSEN, N. (2002). New Media and New Media Literacy. www.medialit.org: http://www.medialit.org/sites/default/files/552_CIC_ML_Report.pdf, ET: 01.03. 2015.

Atauni, (2015), 2015-2016 Yılı Aktif Öğrenci Sayıları, <http://www.atauni.edu.tr/#!sayfa=aktif-ogrenci-sayilari->, ET: 15.10.2015.

BOZARTH, J. (2010). Social Media For Trainers. San Francisco: Pfeiffer Publish

Ebizmba. (2014). "Top 15 Most Popular Social Networking Sites/October 2015", <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>, ET: 21.09.2015.

GUNELIUS, S. (2011). 30 Minute Social Media Marketing. New York: McGraw Hill.

KAPLAN, A. M., ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons (53), 59-68.

LIETSALA, K., ve Sirkkunen, E. (2008). Social Media: Introduction to The Tools and Processes of Participatory Economy. Tampere, Finlandiya: Tampere University Press.

LISTER, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., ve Keiran, K. (2009). New Media: A Critical Introduction. Newyork: Routledge Publishing.

MAYFIELD, Anthony. (2008). "What Is Social Media?" http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_e_book.pdf., ET: 01. 10.2015.

POYTNER, R. (2010). The Handbook of Online and Social Research. West Sussex: Johny Wiley ve Sons. http://www.bnn.go.id/portal/_uploads/lelang/2010/12/07/2010-12-07__14-30-06__-rehabilitasi-gedung.pdf, ET: 05.01. 2016.

SAFKO, L. (2010). The Social Media Bible. Second editon, New Jersey: John Wiley and Sons.

SAKALLIOĞLU, E. (2015). 2015'in Güncel Sosyal Medya ve İnternet İstatistikleri, [http:// www.teleperformance.com.tr/2015-guncel-sosyal-medya-istatistikleri-Blog-72](http://www.teleperformance.com.tr/2015-guncel-sosyal-medya-istatistikleri-Blog-72), ET: 02.10. 2015.

Sputniknews, (2014). Dünyanın En Büyük Sosyal Paylaşım Siteleri, [http://tr.sputniknews.com/turkish.ruvr.ru/2014_01_11/Vkontakte-Avrupa nin-1-ve-dunyanin-en-buyuk-10-sosyal-paylashim-sitesi/](http://tr.sputniknews.com/turkish.ruvr.ru/2014_01_11/Vkontakte-Avrupa-nin-1-ve-dunyanin-en-buyuk-10-sosyal-paylashim-sitesi/), ET: 10.10.2015.

TÜİK a, (2015). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2015, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18660>, ET: 03.10.2015.

TÜİK b, (2015). İstatistiklerle Kadın 2014 <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18619>, ET: 03.10.2015.

TÜİK c, (2015). Son üç ay içinde bireylerin işgücü durumuna göre bilgisayar ve İnternet kullanım oranları, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028, ET: 05.12.2015.

WEBSTER, F. (1995) Theories of the Information Society, 1st edition, London: Routledge.

YAYLA, Kemal (2010) İnternet Pazarlamasında Yeni Eğilimler: Çevrim İçi Sosyal Ağların Üniversite Öğrencilerinin Satın Alma Davranışlarına Etkisi. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

ZARELLA, D. (2010). The social Media Marketing Book. Sebastopol, Kanada: O'Reilly.

İş Yükü, Kişilerarası Çatışma ve Performans: Bankacılık Sektörünün Karşılaştırmalı Analizi

Dr. Aykut TÖNGÜR

İçişleri Bakanlığı

atongur@yahoo.com

Özet: Araştırma, bankacılık sektöründeki çalışanların iş yükü ve kişilerarası çatışma seviyelerinin, performans seviyeleri üzerindeki etkilerinin analiz edilmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırma kapsamında değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koyup analiz etmek amacıyla demografik değişkenler dışında 16 ifadeden oluşan bir anket kullanılmıştır. Araştırma Diyarbakır ilinde faaliyet gösteren devlet ve özel ve katılım bankalarında çalışan 221 personel üzerinde uygulanmıştır. Araştırma sonucunda iş yükü ve performans arasında pozitif doğrusal bir ilişki tespit edilmiştir. Kişilerarası çatışma ve performans arasında anlamlı ve negatif ilişki olduğu görülmüştür. Banka türleri arasında performans değerleri açısından bir farklılık bulunmamış, üniversite mezunlarının lise mezunlarına göre iş yoğunluğunun daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bunu yanında diğer bazı demografik değişkenlere göre farklılıklar tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İş Yükü, Kişilerarası Çatışma, Performans, Bankacılık Sektörü.

WORKLOAD, INTERPERSONAL CONFLICT AND PERFORMANCE: A COMPARATIVE ANALYSIS OF BANKING SECTOR

Abstract: The main purpose of this study is analyzing the effects of workload and interpersonal conflict on the performance of employees working in the banking sector. Except for the demographic variables, a survey with 16 questions was used to collect the data and to analyze the relationship among the study variables. The survey was delivered to total of 221 employees who are working in government, private and interest-free banks in Diyarbakır. As a result of the analysis, it is seen that there is a positive linear relationship between workload and performance. In addition, it is also seen that there is a negative significant relation between interpersonal conflict and performance. A difference was not identified among bank types in terms of performance. Higher

level of work load was identified for employees who are graduated from university than employees graduated from high school. Besides, differences were detected according to some other demographic variables.

Keywords: *Workload, Interpersonal Conflict, Performance, Banking Sector*

Giriş

Değişmeyen tek şey değişimdir... Heraklitos³⁰

Dünya değişiyor çünkü kurumlar ve sistemler değişiyor. Kurumlar ve sistemler değişiyor, çünkü insanlar değişiyor. İnsan değişiyor çünkü dünya değişiyor. Bu bir döngü ve bu döngü içerisinde değişim değişimi getiriyor. Değişen ve gelişen dünyada sermayenin en önemli motivasyon kaynaklarında biri haline gelmesi sebebiyle piyasa şartları da değişiyor, geliyor ve mücadele şartları daha da ağırlaşıyor. Zorlaşan şartlar hem hizmet hem de üretim sektöründe varoluş mücadelesini de zorlaştırıyor. Bu mücadele içerisinde, daha kısa zamanda, daha düşük maliyetlerle ve daha yüksek kalitede hizmet veya ürün ortaya koyup bunu pazarlama yarışında tempo artıyor. Bu yüksek tempolu yarış doğal olarak çalışanlara yüksek iş yükü olarak dönüyor. Bu yüksek iş yükü çalışanların duygu, düşünce, hareket, algı, davranış, ihtiyaç, menfaat, motivasyon ve performanslarına etki ediyor ve insan değişiyor. İnsan değiştikçe farklılaşmalar ortaya çıkıyor. Hal, tavır, duygu, fikir, algı, menfaat yönüyle insan çeşidi artıyor ve bu çeşitlilik sonuç olarak beraberinde kişilerarası çatışmaları getiriyor. Bu iş yükü ve çatışmalar, yarıştan kopmama ve hayatta kalma mücadelesi veren kurumların karşısına sorun olarak çıkıyor. Çünkü bu iki faktörün performans üzerinde etkisi olduğu görülüyor (Rahim,1983 ve 2010; Spector ve Jex, 1998). Performansın gerek hizmet gerekse üretim sektörü için öneminin farkında olan akademisyenler performansla etki eden faktörleri araştırmaya başlıyorlar ve sonuçta ortaya birçok çalışma ortaya çıkıyor (LePine ve diğ., 2005).

Çalışmaya konu olan kavramların sebep sonuç ilişkisini bu şekilde hikâye edip gelecek hayata indirgedikten sonra bu çalışmaya has bilgilerin paylaşılması önemlidir. Bu çalışmada Diyarbakır ilindeki kamu, özel ve katılım bankalarında çalışanların iş yükü ve kişilerarası çatışma seviyelerinin performanslarına olan etkisi analiz edilmiştir. Çalışma her ne kadar sadece Diyarbakır ilindeki banka çalışanları üzerinde gerçekleştirilmiş ise de Türkiye'deki tüm illere ve bu illerdeki tüm kamu ve özel kurumlara yaygınlaştırılabilecek ve örnek olabilecek niteliktedir.

³⁰ MÖ 535-475 yılları arasında, bugünkü İzmir ilinin Selçuk ilçesi sınırları içerisinde bulunan Efes de yaşamış, Sokrates öncesi Yunan filozof (Kahn, 1981).

Performans konusu gerek bireysel gerekse kurumsal olarak uzun yıllardır üzerinde çalışılan bir konudur. Performansa etki eden faktörler yıllardır analiz edilmeye çalışılmış, pek çok faktör üzerinde çalışmalar yapılmıştır. Bu faktörler arasında üzerinde en çok durulan faktörlerden biri iş yüküdür, ancak kişiler arası çatışmanın üzerinde çok durulmadığı literatüre bakıldığında görülmektedir (Griffeth ve diğ., 2000; LePine ve diğ., 2005). Bu çalışma bu yönüyle önem arz etmektedir.

Bankacılık sektörü devletlerin ekonomisinin dinamosu konumundadır. Bu sektördeki iniş ve çıkışlar ülke ekonomisindeki iniş ve çıkışlarının göstergesi olarak kabul edilmektedir. Ülkelerdeki ekonomik istikrar ve gelişim değerlendirilirken, bu sektördeki göstergeler öncelikli olarak değerlendirilmektedir (Sathye, 2003; Canbaş ve diğ., 2005) . Dolayısıyla bu sektörü ayakta tutan sektör çalışanlarının performansı, ülkenin ekonomik göstergeleri açısından önemlidir (Albayrak ve Erkut, 2005; Demireli, 2010). Bu çalışma bu sektörde çalışanların performansına etki eden faktörleri analiz ediyor olması yönüyle de önem arz etmektedir.

Bu çalışma ile toplanan veriler analiz edildiğinde, bu verilerin güvenilir ve geçerli olduğu görülmüş, çalışmanın değişkenleri olan iş yükü ve kişilerarası çatışma ile performans arasındaki anlamlı ilişkilere yorumlar getirilmiştir. Dolayısıyla bu çalışma ile literatüre katkıda bulunulmuş, alanda çalışan akademisyenlere, karar vericilere, uygulayıcılara ışık tutacak sonuçlara ulaşılmıştır.

1.Literatür İncelemesi

1.1. Performans

Performans kavramı literatürde farklı çalışmalarda farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bir çalışmada performans, ürün, başarı, sonuç, etki kelimeleriyle ifade edilmiştir (Wang, 2010). Literatürde performans kavramı analiz edilirken kurumsal ve bireysel performans olarak ayırım yapılmış ve bu iki tür ayrı ayrı incelenmiştir. Bu çalışmaya konusu kişisel performanstır. Kişisel performans çalışanın iş yerinde kendisine verilen görevleri ve yüklenen sorumlulukları yerine getirmedeki başarı derecesidir (Williams ve Anderson, 1991). Bir başka çalışmada performans çalışanların organizasyonun başarısı ve hedeflere ulaşması için ortaya koydukları davranışlar olarak tanımlanmıştır (Campbell, 1990). Birçok çalışmada performans kavramını açıklamak için birçok ifade kullanılmış farklı tanımlar yapılmıştır. Tüm bu tanım ve ifadelerde ortak olan husus çalışanların çalıştıkları kurumun menfaati doğrultusunda ortaya koydukları olumlu tutum ve davranışlarıdır (Williams ve Anderson, 1991; Tongur, 2011).

Motowildo ve Borman (1997) çalışmalarında kişisel performansı iki ana başlık altında ele almışlardır. Bunlar görev (task) performansı ve bağlamsal (contextual) performanstır. Bağlamsal performans, çalışanların yapmak zorunda olmadıkları halde, organizasyonun menfaatine olduğunu düşündükleri birtakım fazladan işleri yapma konusunda gönüllülük göstermeleridir. Buna örnek olarak iş arkadaşlarına işlerinde yardımcı olma, organizasyonun kurallarını sorgulamama ve itaat etme, özenle ve sebat ederek çalışma verilebilir (Smith ve diğ., 1983; Motowidlo ve Van Scotter, 1994; Motowildo ve Borman, 1997). Görev performansı ise çalışanların günlük rutin işlerini yaparken ortaya koydukları etkinlik ve verimlilik davranışlarıdır. Bu literatürde rol performansı olarak da ifade edilmiştir. Bağlamsal performans davranışları tüm iş ortamlarında benzer özellik gösterirken, görev performansı işe göre değişiklik göstermektedir (Motowidlo ve Van Scotter, 1994; Motowildo ve Borman, 1997). Bu çalışmaya konu olan performans, yukarıda bahsi geçen performans türlerinden, görev performansıdır.

Performans ölçümleri ve değerlendirilmesi organizasyonlar için hayati önem arz eden bir konudur. Günümüz küresel dünyasında, üretim yapan firmalar lokal olarak değil küresel olarak rekabet etmek durumundadırlar. Üretimde yakalanan çeşitliliğin yanında az zamanda, düşük maliyetlerle kaliteli ürün üretilmesi ve bunların pazarlanması firmalar için çok önemlidir. Bu noktaya gelinebilmesi ve küresel rekabet ortamında yok olmadan devam edilebilmesi için yöneticiler sorumlu oldukları aktiviteleri ölçmeli ve değerlendirmelidir. Tüm çalışanların performansları ölçülmeli ve değerlendirilmelidir. Bu değerlendirmeler ortaya konan ürünü, harcanan para ve zamanı, eksikleri, yeterlilikleri ortaya koyar ve yöneticilerin doğru kararlar alarak gelişimi getirecek uygun stratejiler üretmelerini sağlar. Performans ölçümleri ile organizasyonlar buldukları yer ile hedefledikleri yer arasındaki farkı görme imkanı bulurlar. Bu da gelişimi sağlamayı ve bunu kalıcı yapmayı hedefleyen organizasyonlar için olmazsa olmaz bir durumdur (Greenhaus ve diğ., 1990; Rummler ve Brache, 1995; Akal, 2005; Tongur, 2011; Baptiste ve diğ., 2014; Emhan ve diğ., 2016).

Literatüre bakıldığında çalışanların performansına etki eden birçok sebep vardır. Bunların en önemlileri çalışanları etkileyen stres kaynaklarıdır. Çalışanları etkileyen bu stres kaynakları çeşitlilik gösterir (Sauter ve Murphy, 1999; LePine, LePine ve Jackson, 2004; LePine, Podsakoff ve LePine, 2005; Yüksel v.d., 2014; Wood ve Michaelides, 2015; Bilen ve Karakaş, 2012). Bu çalışma, çalışanların performansını etkileyen bu stres kaynaklarından özellikle iş yükü ve kişiler arası çatışmaya odaklanmıştır. Bu çalışmanın amacı çalışanların performansını etkileyen sebeplerin analiz edilmesidir. Bu sebepler ortaya konarak literatüre katkıda bulunulacaktır. Organizasyonların, performanslarını etkileyen sebeplerin farkına varmaları, bu konudaki sorunlarını gidermeleri ve hedeflerine ulaşmalarına katkı sağlanmış olacaktır.

1.2. İş yükü

Literatüre bakıldığında, iş yükünü ifade etmek için farklı çalışmalarda farklı tanımlar kullanılmıştır. Üzerinde mutabakat sağlanmış tek bir iş yükü tanımı bulunmamaktadır. En yaygın ve en kapsayıcı olarak iş yükü şu şekilde ifade edilebilir; İş yükü genel olarak çalışan kişinin görevini ifası sırasında kendisine yüklenen sorumluluk ve görevin yoğunluğunu ifade etmektedir (Petreson ve diğ., 1995; Dağdeviren ve diğ., 2005). Sauter ve Murphy (1999) çalışmalarında iş yükünü çalışanın kendisine yüklenen iş ve sorumluluğun, çalışanın kapasitesi veya sağlanan olanakların üzerinde olması durumunda ortaya koyduğu tepki olarak ifade etmiştir. Bir başka ifadede çalışanlara yüklenen sorumluluk ve görevin aksine onlara kısıtlı zaman ve kaynak temin edilmesi durumu iş yükü olarak tanımlanmıştır (Ashfaq ve diğ., 2013). Başka bir çalışmada iş yükü iş görenin kendinse yüklenen iş ve sorumluluğu olması gerektiği şekilde yerine getirebilmesi için kendisine tanınan zamanın ve imkânın o işi olması gerektiği gibi yapılmasına yeterli olmaması durumudur (Leung ve Chang, 2002).

İş yükü, yapılması gereken işin miktarı olarak da tarif edilmiştir ancak bu tarif, iş yükünün sadece bir boyutunu ifade etmektedir. Yapılması gereken işin zorluk derecesi de iş yükünün tarifine katılması gereken başka bir boyuttur (Jex, 1998). İş yükü, bir iş gerçekleştirilirken kişi veya sistemin harcadığı enerji olarak da ifade edilmiştir ki bu da iş yükünün farklı bir boyuttur (Jex, 1998). İş yükü kavramını ifade ederken işin gerçek miktarı kadar, çalışanın o işin miktarını nasıl algıladığı da önemlidir. Bu konu daha çok iş yükünün ölçülmesi ve ölçüm modelinin hazırlanması ile ilgili karşımıza çıkar. İş yükünün hesaplanması, başa çıkılabilir bir miktarda işin çalışanlar arasında dağılımının sağlanması, aşırı iş yükü veya tam tersi bir durumun ortaya çıkmasının önlenmesi açısından önemlidir (Wickens, 1984). Bu bağlamda Hart ve Staveland (1988) iş yükünü, çalışanın iş yapabilme kapasitesi veya o işin yapılması için sağlanan kaynaklar ile verilen işin miktarı ve yüklenen sorumluluk arasındaki algılanmakta olan ilişki olarak tanımlamışlardır.

Literatürde birçok çalışmada iş yükünün çalışan performansına olumsuz etkisi olduğu varsayılmış ve bu sonucu açıklayan birçok deneysel çalışma ortaya konmuştur (Dağdeviren ve diğ., 2005; Hart ve Wickens, 1990; London ve Klimoski, 1975). Bu çalışmalara göre iş yükü iş ortamında baskı (stress) kaynağı olarak değerlendirilmiş ve bu baskı neticesinde çalışanların performanslarının olumsuz bir şekilde etkilendiği varsayımı ortaya atılmıştır. Yapılan deneysel çalışmaların bir çoğu bu sonucu istatistiksel olarak ortaya koymuştur (Cox-Fuenzalida ve diğ., 2006; Jex, 1998; Warm ve diğ., 1996; Huey ve Wickens, 1993).

Ancak, literatüre derinlemesine bakıldığında iş yükü ve performans ilişkisinin çok karmaşık bir konu olduğu görülmektedir. Bazı çalışmalar, iş yükü ve performans arasındaki ilişkiyi her zaman negatif bir ilişki olarak algılamanın yanlış olacağını ortaya koymuşlardır. Yani, iş yükü arttıkça çalışan performansı azalır kabulü her duruma uygulanabilecek bir kabul değildir. İş yükü performansın azalmasına sebep olduğu gibi bazı durumlarda artmasına da sebep olabilmektedir veya iş yükünün performans üzerinde bir etkisinin olmadığı görülebilmektedir (Clarke, 1988; Nachreiner, 1995; LePine ve diğ., 2005; Wood ve Michaelides, 2015).

İş yükünün az olması çalışanlarda sıkılma, iş ciddiyetinin yok olması, işi hafife alma, dikkat azalması, ilginin farklı yönlere kayması, çalışanlar arasında olması gerekenden fazla iletişim ve çatışmalar, motivasyonun azalması, öğrenme ve kendini geliştirme isteğinin azalması gibi sonuçları doğurabilmektedir (LePine ve diğ., 2005; Wood ve Michaelides, 2015). Aşırı iş yükü bir stres kaynağı olduğu gibi yapılması gereken işin çalışan kapasitesinin ve mevcut imkanların altında olması da bir stres kaynağı olabilmektedir. Bazı araştırmalar yapılacak bir işin olmamasının dünyadaki en zor iş olduğunu ifade etmişlerdir. Bu çalışmalar, çalışanların kapasitesinin altında olan iş yükünün monotonluğu, can sıkıntısını ve bunların sonucu olarak iş ortamında strese yol açacağını ortaya koymuşlardır. Dolayısıyla iş yükünün çok olduğu durumlarda her zaman performansın düşük olmasının söz konusu olmayacağı gibi iş yükünün az olması durumunda da çalışanların performanslarının yüksek olacağı anlamına gelmediğini literatür ortaya koymaktadır (Eren, 2006; Başaran, 2008).

Birçok çalışma, artan iş yükünün iş ortamında baskıya (stress) sebep olduğu bunun neticesinde de çalışanların performansının düştüğü varsayımıyla hareket etmiş ve bu hipotezi ispatlama yoluna gitmiştir. Bu baskılar neticesinde kişinin yaşadığı duygu stres veya iş stresi olarak dilimizde literatüre girmiştir (Aktaş ve Aktaş, 1992; Balcı, 2000). Stres, mevcut kaynakların veya kişinin kapasitesinin üzerinde bir talepte bulunulmasına veya sorumluluk verilmesine karşın kişinin geliştirdiği psikolojik tepki olarak tanımlanmıştır ve bu bulunan taleplerin veya yüklenen sorumlulukların herbiri stres kaynağı (stressor) olarak tanımlanmıştır (Colquitt ve diğ., 2011; Sauter ve Murphy, 1999; LePine ve diğ., 2004; LePine ve diğ., 2005; Wood ve Michaelides, 2015; Kara ve diğ., 2015). Bu stres kaynakları Engelleyici (hindrance) Stres Kaynakları ve Mücadeleye Sevk Edici (challenge) Stres Kaynakları olarak başlıca iki ana gruba ayrılmaktadır. Engelleyici stres kaynakları çalışanın amaçlarına ulaşmasının ve başarılı olmasının önünde engelleyici olarak algılanan stres kaynaklarıdır. Buna örnek olarak iş ve görev belirsizliği, iş ve görev çatışması, iş veya görev aşırı yüklemesi, kişilerarası çatışmalar gösterilebilir. Mücadeleye sevk eden stres kaynakları ise yine stres sebep olan talepler ve yüklenen sorumluluklardır fakat bu talep ve sorumlulukların neticesinde öğrenme, gelişim, yeni fırsat ve

imkânlar ve başarının varlığı söz konusudur. Bu tür stres kaynaklarına ise iş yükü, kısıtlı zaman, üst seviye sorumluluk verilmesi, detaylı ve hassasiyet- aşırı dikkat gerektiren işlerin verilmesi, olağan miktarın üzerinde iş verilmesi örnek olarak verilebilir (Colquitt ve diğ., 2011; Sauter ve Murphy, 1999; LePine ve diğ., 2004; LePine ve diğ., 2005; Lui ve Shi, 2010; Wood ve Michaelides, 2015).

Alanda polpüler çalışmalar olan Fisher ve Gitelson'un (1983), Griffeth v.d.'nin (2000), Jackson ve Schuler'in (1985), LePine v.d.'nin (2004), Wood ve Michaelides'in (2015) çalışmaları gibi çalışmalar göstermektedir ki mücadeleye sevk eden stres kaynakları (challenge stressors) çalışanlar üzerinde olumlu etki bırakmakta, iş bırakma gibi eğilimlerden ziyade, devam ve yüksek performans gibi neticeleri sonuç vermektedir. Literatürdeki bu bilgiler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H₁: İş yükü ile performans arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

1.3. Kişilerarası Çatışma

Literatürde çatışma olgusunu net bir şekilde ortaya koyan üzerinde mutabık kalınmış bir tanım yoktur. Farklı çalışmalarda çatışma olgusunun farklı yönlerini ortaya koyan çeşitli tanımlar yapılmıştır. En yaygın ve kapsayıcı tanım olarak çatışma kişiler veya gruplar arasında çeşitli sebeplerle ortaya çıkan anlaşmazlık, zıtlasma, uyumsuzluk, ters düşme durumlarının genel ifadesidir. Kurumsal olarak düşünüldüğünde, kurum üyelerinin veya organizasyon çalışanlarının bireyler veya gruplar arasında birlikte ahenkli çalışmama gibi problemlerden kaynaklanan, organizasyonun veya kurumun hedeflenen zamanda, hedeflenen maliyetle ve hedeflenen kalitede üretim yapmasına engel olan olayların tümüdür (Blau, 1981; Dökmen, 1994; Folger ve diğ., 2012).

Kişilerarası çatışma, bu çatışma ortamının bireyler arasında oluşması halidir. Yani iki veya daha fazla kişinin anlaşmazlık, zıtlasma, uyumsuzluk, ters düşme, fikir, duygu ayrılıklarına düşmesi halidir. Bu çatışmaların çok farklı sebepleri ve sonuçları vardır. Bu çalışma, çatışmaların en önemli sebeplerinden olan iş yükü ve yine en önemli sonuçlarından olan çalışanların performansının düşük olmasını analiz etmeyi amaçlamıştır (Rahim,1983; Wilmot ve Hocker, 2001; Barki, Hartwick, 2001; Rahim, 2010).

İnsan hayatında değişmeyen tek şeyin değişim olduğu düşünüldüğünde, hayatımızda yaşadığımız gelişme ve değişiklikler kişisel farklılıkların oluşmasına veya var olan farklılıkların derinleşmesine sebep olmaktadır. Bu farklılıklar sonuç olarak kişilerin arasında geçimsizlik, uyuşmazlık, birbirleri ile ahenk içinde çalışmama gibi çatışmalara sebep olmaktadır. Bu çatışmalar, kişilerin olayları algılama ve yorumlamalarından, iş ortamlarından, ihtiyaç farklılıklarından,

menfaatlerinden, ilgi alanlarının farklılığından, farklı değer yapılarından, iletişim problemlerinden, yaşanan stres ve kaygılardan ve benzeri sorunlardan kaynaklanabilmektedir. Bu çatışma ortamlarının, kişilerin ve organizasyonların verimlilik, performans, güvenli ve huzurlu çalışma ortamı gibi birçok olgu üzerinde olumsuz etkileri olduğu yapılan birçok çalışmada ortaya konmuştur (Blau, 1981; Rahim, 1983; Keenan ve Newton, 1985; Dökmen, 1994; Spector ve Jex, 1998; Wilmot ve Hocker, 2001; Şahin ve diğ., 2009; Folger ve diğ., 2012).

Kişiler arası çatışma bu güne kadar organizasyonların ve kişilerin performanslarını konu alan çalışmalarda derinlemesine incelenmiş bir konu değildir. Oysa yapılan bazı çalışmalar göstermiştir ki kişiler arası çatışma organizasyonların ve kişilerin performansını etkileyen en önemli stres kaynaklarından (Blau, 1981; Rahim, 1983; Spector ve Jex, 1998; Folger ve diğ., 2012). Kişiler arası çatışmanın birçok göstergesi vardır. Bu göstergelerin kişilerin arasındaki küçük fikir ayrılıklarından başlayıp kişilerin birbirlerine fiziksel olarak saldırılarına varan geniş bir yelpazesi vardır. Spector ve Jex'in (1998) çalışmalarında bahsettikleri gibi bu çatışmalar iş yerinde kişilerin birbirleri ile münakaşa etmeleri, birbirlerine bağırmaları veya hakaret etmeleri, kötü olarak değerlendirilebilecek hareketlerde, hoşlarına gitmeyecek söz söylemeleri veya davranışlarda bulunmaları gibi açıktan kendilerini gösterebilirler.

Önceki bölümde de bahsedildiği gibi çalışanlar için stres kaynakları engelleyici ve mücadeleye sevk edici olarak iki ana gruba ayrılmaktadır. Her iki grup da stres kaynağı olmakla birlikte birbirinden çok farklı neticeler doğurmaktadır. Bununla birlikte iş yükü daha çok iş odaklı bir konu iken, çatışma konusu daha çok kişi odaklı bir konudur. İş yükü mücadeleye sevk eden bir stres kaynağı iken ve kişilerin performansına olumlu etki yapabilirken, kişiler arası çatışma engelleyici stres kaynaklarından ve kişilerin performansları üzerinde olumsuz bir etkiye sahiptir. Dolayısıyla bu iki kavram her ne kadar her ikisi de stres kaynağı ise de birbirinden farklı konulardır (Colquitt ve diğ., 2011; Sauter ve Murphy, 1999; LePine ve diğ., 2004; LePine ve diğ., 2005; Lui ve Shi, 2010; Wood ve Michaelides, 2015). Literatürdeki bu deneysel bilgilere dayanarak bu çalışmada bankacılık sektöründe, özel, kamu ve katılım bankalarında, kişilerarası çatışmanın performans ile anlamlı ve negatif bir ilişkisi olduğu varsayılmıştır ve bu varsayım test edilmiştir. Bu kapsamda ikinci ve üçüncü olarak aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir;

H₂: Kişilerarası çatışma ile performans arasında anlamlı ve negatif bir ilişki vardır.

H₃: İş yükü ile kişilerarası çatışma arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada, bankacılık sektöründeki çalışanların iş yükü ve kişilerarası çatışma seviyelerinin performans üzerindeki etkilerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bunun yanında iş yükünün kişilerarası çatışma üzerindeki etkisi analiz edilmiştir.

2.2. Veri Toplama Yöntemi

Hipotezleri test etmek amacıyla demografik değişkenler dışında 16 ifadeden oluşan bir anket kullanılmıştır. Çalışmaya alan olarak Diyarbakır ili seçilmiştir. Diyarbakır ili Büyükşehir statüsünde bir ildir. Sayı olarak bankacılık sektörü çalışanları Diyarbakır'da birçok ildekinden daha fazladır. Bu sebeple, daha fazla çalışana ulaşabilmek ve tüm Türkiye'deki illere ve kurumlara uygulanabilir bir çalışma ortaya koyabilmek için, Diyarbakır ilinde çalışma yapmaya karar verilmiştir. Türkiyede 30 tane Büyükşehir statüsünde il vardır (<https://www.e-icisleri.gov.tr>, 2015). Bu çalışmaya alan olarak her büyükşehir statüsündeki ile eşit miktarda seçilme imkânı tanınmıştır. Diyarbakır ili Büyükşehirler arasından rastgele seçilmiştir. Anketler, bu ilde faaliyet gösteren bankalarda 221 çalışana, katmanlı rastgele dağıtılmıştır. Verilerin toplanmasında, demografik bilgiler formu dışında, çalışanların iş yükü, kişilerarası çatışma ve performans düzeylerini belirlemek amacıyla üç ayrı ölçekten yararlanılmıştır.

Demografik Bilgiler Formu: Kurum çalışanlarına ait demografik bilgileri toplamaya yönelik olan bu ankette; yaş, cinsiyet, öğrenim durumu, medeni durum, iş tecrübesi, çalışılan birim ve iş unvanı gibi özellikler yer almaktadır.

İş yükü Ölçeği: Bu ölçek, çalışanların iş yükü seviyelerini ölçmek için Spector ve Jex (1998) tarafından geliştirilmiştir. 5 sorudan oluşan bu ölçekte 5'li Likert tipi derecelendirme kullanılmıştır. Bu derecelendirmede en düşük olan (1) hemen hemen hiçbir zaman iken, en yüksek olan (5) Hemen hemen her zamandır. Yüksek sonuç yüksek iş yükünü göstermektedir. Katılımcılardan her bir durumun sıklık derecesini işaretlemeleri istenmiştir. Bu ölçeğin 8 sorudan oluşan daha uzun uyarlamaları da literatürde kullanılmıştır. Bu 5 soruluk en son uyarlama, 8 soru ile ölçülmek isteneni kapsayacak şekilde dizayn edilmiştir (Spector ve Jex, 1998). Ölçek için yapılan güvenilirlik analizinde Cronbach Alpha katsayısı 0.80 olarak bulunmuştur. Çarpıklık ve basıklık değerleri -1 ve +1 arasında bulunmuş olup, dağılım normaldir.

Çatışma Ölçeği: Bu ölçek çalışanların kişilerarası çatışma düzeylerini belirlemek için Spector ve Jex (1988) tarafından geliştirilmiştir. 4 soruluk bu ölçeğin derecelendirilmesinde 5'li Likert derecelendirme sistemi kullanılmıştır. Bu

derecelendirmede de en düşük olan (1) hemen hemen hiçbir zaman iken, en yüksek olan (5) Hemen hemen her zamandır. Ölçekte çalışanların birbirleriyle münakaşaya girme sıklıkları, birbirlerine bağırma ve kötü söz söyleme, hoşlarına gitmeyecek davranışlarda bulunma sıklıkları ölçülmüştür. Katılımcılardan her bir durumun sıklık derecesini işaretlemeleri istenmiştir. Yüksek sonuç sıklıkla oluşan kişilerarası çatışmayı göstermektedir. Anket için yapılan güvenilirlik analizinde Cronbach Alpha katsayısı 0.81 olarak bulunmuştur. Normal dağılım için çarpıklık ve basıklık değerleri -1 ve +1 arasında bulunmuş olup, dağılım normaldir.

Performans Ölçeği: Bu çalışmaya konu olan performans türü kişisel performanstır. Çalışanların kendi performansları ile ilgili algıları ölçülmüştür. Performansın ölçülmesinde Williams and Anderson (1991) tarafından geliştirilen ve Tongur (2011) tarafından Türkçeye uyarlanan ve 7 sorudan oluşan ölçek kullanılmıştır. Bu ölçekte yine 5'li Likert tipi derecelendirme kullanılmıştır. Ölçek için yapılan güvenilirlik analizinde Cronbach Alpha katsayısı 0.81 olarak bulunmuştur. Çarpıklık ve basıklık değerleri -1 ve +1 arasında bulunmuş olup, dağılım normaldir.

2.3. Verilerin Analizi

Verilerin analizi için SPSS 22 istatistik programı kullanılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde, frekans analizi, parametrik (t-testi, ANOVA), korelasyon ve regresyon testleri kullanılmıştır. Verilerin değerlendirilmesi, katılımcıların her bir soruya verdikleri cevapların toplam puanları üzerinden yapılmıştır. İstatistiki anlamlılık düzeyi $p < 0.05$ olarak kabul edilmiştir.

3. Bulgular

Araştırma hipotezlerini test etmek için demografik değişkenler, (Tablo 1); korelasyon testi (Tablo 2) ve regresyon analizi (Tablo 3) kullanılmıştır.

Araştırmaya katılanlarla ilgili bazı demografik bilgiler Tablo 1'de gösterilmiştir. Bu tabloda görüldüğü gibi, devlet bankalarından 66, özel bankalardan 105 ve katılım bankalarından 50 kişi olmak üzere araştırmaya 221 kişi katılmıştır.

Tablo 1: Demografik Değişkenler

Değişkenler	Devlet Bankaları	Özel Bankalar	Katılım Bankaları
	Frekans (%)	Frekans (%)	Frekans (%)
	n=66	n=105	n=50
Cinsiyet			
Erkek	38 (57,6)	59 (56,2)	37 (74)
Bayan	28 (42,4)	46 (43,8)	13 (26)
Yaş			
20-30	42 (65,2)	61 (58,1)	32 (64)
31-40	14 (22,7)	38 (36,2)	16 (32)
41-50	5 (9,1)	6 (5,7)	2 (4)
51+	2 (3)	0 (0)	0 (0)
Medeni Durumu			
Evli	36 (54,5)	57 (54)	34 (68)
Bekâr	30 (45,5)	48 (45)	16 (32)
Eğitim Durumu			
İlk/Orta Okul	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Lise	6 (9,1)	12 (11,4)	5 (10)
Üniversite	53 (80,3)	86 (81,9)	45 (90)
Yüksek Lisans	7 (10,6)	7 (6,7)	0 (0)
Çalıştığı Birim			
Pazarlama	27 (40,9)	59 (56,2)	29 (58)
Operasyon	27 (40,9)	32 (30,5)	16 (32)
Diğer	12 (18,2)	14 (13,3)	5 (10)
İş Tecrübesi			
1-5 yıl	44 (66,7)	57 (54,3)	3 (66)
6-10 yıl	13 (19,7)	31 (29,5)	10 (20)
11-15 yıl	2 (3)	10 (9,5)	4 (8)
16-20 yıl	4 (6,1)	5 (4,8)	3 (6)
21+ yıl	3 (4,5)	2 (1,9)	0 (0)

n:221

Tablo 2'de görüleceği üzere, performans ile iş yükü arasında anlamlı pozitif bir doğrusal ilişki mevcuttur ($p < 0.001$). Performans ile kişilerarası çatışma arasında anlamlı negatif bir ilişki mevcuttur. Bu iki sonuç literatür ile tutarlılık göstermektedir. Dolayısıyla literatür destekli geliştirilmiş olan hipotezlerden birinci ve ikincisi bu çalışma ile desteklenmiştir. Yapılan analizlerin neticesinde iş yükü ve kişilerarası çatışma arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu durum literatürle çelişmektedir. Bu sebeple bu çalışma ile üçüncü hipotezimiz desteklenmemiştir.

Tablo 2: İş yükü, Kişilerarası Çatışma, Performans Korelasyon Tablosu

		Performans	İş yükü	Çatışma	Ortalama	ss
1. Performans	Spherman	1	315**	,-203**	28,2	2,1
2. İş yükü	Correlation		1		18,8	1,5
3. Çatışma	Coefficient			1	5,5	1,5

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 3'te görüleceği üzere $R^2=0,20$ bulunmuştur. Bu sonuç, iş yükü, kişilerarası çatışma ve çalışılan birim değişkenlerinin, performans üzerindeki toplam varyansın %20'sini açıkladığı anlamına gelmektedir.

Tablo 3: İş yükü, Kişilerarası Çatışma, Demografik Değişkeler ve Performans Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	R ²	Bağımsız Değişken	B	β	t	p	VIF
Performans	0.20	İş yükü	,56	,39	6,4	0.000	1.04
		Çatışma	,-21	,-15	-2,4	0.017	1.0
		Çalışılan birim	,65	,22	3,50	0.001	1.05

Analiz neticesinde Durbin Watson: $1.5 < d = 1.83 < 4$ olduğu için, otokorelasyon yoktur.

Demografik değişkenler arasındaki birtakım değişikliklerin ortaya çıkarılması için t testi ve ANOVA kullanılmıştır. Bu testlere göre neticesinde bazı demografik değişkenler için aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

1. Üniversite mezunlarının lise mezunlarına göre iş yükü puanları daha yüksektir. Yani üniversite mezunlarının iş yükü seviyeleri, lise mezunlarına göre daha fazladır. ($p < 0.05$, t : -2.43).

2. Bankaların pazarlama ve operasyon birimlerinde çalışanlarının iş yükü puanları bankaların diğer birimlerinde çalışanlarına göre daha yüksek. Bunun anlamı bankaların pazarlama ve operasyon birimlerinde çalışanların iş yükleri diğer birimlerde çalışanlara göre daha fazladır ($p < 0.01$, t : 7.10).

3. Uygulanan testler neticesinde banka türlerinin performans değerleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Sonuç Ve Tartışma

Bu çalışma kapsamında yapılmış uygulanmış olan test ve yapılmış olan analizler. İş yoğunluğu ve performans arasında anlamlı ve olumlu bir ilişki

olduğunu ortaya koymuştur. Bunun yanında, kişilerarası çatışma ve performans arasında anlamlı ve olumsuz bir ilişki ortaya çıkmıştır. Bu iki durum literatür ile örtüşmektedir. Ancak, iş yükü ile kişilerarası çatışma arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu ise literatür ile çelişmektedir (Nachreiner, 1995; Colquitt ve diğ., 2011; Sauter ve Murphy, 1999; LePine ve diğ., 2004; LePine ve diğ., 2005; Lui ve Shi, 2010; Wood ve Michaelides, 2015). Dolayısıyla literatüre göre geliştirilen üç hipotezden ikisi desteklenirken üçüncü hipotez desteklenememiştir. Literatürden farklı olarak, iş yükü ile kişilerarası çatışma arasında anlamlı ilişki bulunamamasının, Diyarbakır ilinin karakteristik birtakım özelliklerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Her ne kadar literatürde bununla ilgili somut veriler olmasa da, Diyarbakır ilindeki birtakım terör olayları, ayrılıkçı birtakım eylem ve gösteriler, şehrin büyük ve kalabalık bir yapıda olması gibi faktörler, çalışanların birbirine ihtiyaç hissetmesi ve bunun neticesinde birbirleri ile her şeye rağmen iyi geçinmeleri ve çatışmaya girmemeleri sonucunu doğurmuş olacağı değerlendirilmektedir.

Çalışma kapsamında demografik değişkenler üzerinde uygulanan t testi ve ANOVA neticesinde Diyarbakır ilinde bankacılık sektöründe çalışan üniversite mezunlarının lise mezunlarına göre daha yüksek iş yükü seviyesine sahip oldukları görülmüştür. Bunu bunun birçok sebebi olmakla beraber en önemli sebebi işletmelerin üniversite mezunlarına lise mezunlarına göre daha fazla sorumluluk ve bunun neticesinde daha fazla iş yüklüyor olmalarıdır. Üniversite mezunları işletmeler içerisinde çoğunlukla idareci durumundayken lise mezunları daha çok idare edilen çalışan konumundadır. Bu durum da yine üniversite mezunları için daha fazla sorumluluk ve iş yükü anlamına gelmektedir (Bosma ve diğ., 2003; Gökçe ve diğ., 2015).

Yine uygulanmış olan t testi ve ANOVA neticesinde bankaların pazarlama ve operasyon birimlerinde çalışanların iş yükü seviyelerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Bunun sebebi, her ne kadar tüm katılımcılar aynı sektörün çalışanları olarak görünseler de, bu sektör içerisinde farklı birimlerin farklı seviyelerde iş yoğunlukları vardır. Sektör içerisinde birimler arasında bir iş bölümü söz konusudur. Bu iş bölümüne göre farklı birimler farklı görev ve sorumluluklara sahiptir. Farklı görevler farklı sorumluluklar getirdiği için bazı birimlerin iş yoğunluğu daha yüksek olabilmektedir. Analiz neticesinde elde edilen sonuç da bunun göstergesidir (Karabay, 2014; Emhan ve diğ., 2014).

Bu sonuçların yanında, uygulanan testler neticesinde banka türlerinin performans seviyeleri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Yani Diyarbakır ilindeki kamu, özel ve katılım bankalarında çalışanların performans seviyeleri aynı çıkmıştır. Bunun sebebi de, bankacılık sektöründe, kamu bankaları da birçok faaliyetleri yönüyle özel şirketlerin sahip oldukları dinamiklere göre hareket etmektedir. Katılım bankaları zaten özel banka niteliğinde olan

organizasyonlardır. Bu yönüyle bu üç çeşit bankanın da çalışanlarının performansları yönüyle benzer veya aynı karakteristiğe sahip olmaları doğaldır. Yani performans bir çıktı olarak nitelendirilecek olursa, işleyişleri birbirlerine çok yakın olan bu üç banka türünün de çıktılarının aynı veya benzer olması bu benzer işleyişin bir neticesi olduğu değerlendirilmektedir (Karabay, 2014, Emhan ve diğ., 2014).

Bu çalışma sadece Diyarbakır ilindeki bankacılık sektörü çalışanları üzerinde yapılmıştır. Türkiye’de 81 il olduğu düşünüldüğünde bu konu bu çalışmanın kısıtlılığı olarak değerlendirilebilir. Bunun yanında analiz edilmek üzere toplanan veriler için yapılmış olan ankete katılım sayısı 221 dir. Bu rakam sosyal bilimlerde araştırma metotları açısından yeterli sayıda katılımcıyı ifade etse de, tüm Türkiye’deki sektör çalışanlarının toplam rakamı ile kıyaslandığında yine bu çalışmanın bir kısıtlılığı olarak değerlendirilebilir. Ayrıca bu çalışmada performans ölçümü yapılırken objektif olan rakamsal değerlendirme veya çıktı değerlendirmesi yerine, çalışanların kendi performansları ile ilgili yine kendi algıları ölçülmüştür. Bu da yine bir kısıtlılık olarak değerlendirilebilir.

Tüm bu kısıtlılıklarına rağmen, bu çalışmada kişilerarası çatışmanın performans üzerindeki etkisi analiz edilerek, performansı etkileyen sebeplerden olan ve üzerinde çok durulmamış olan bu değişken analiz edilerek literatüre katkı sağlanmıştır. Bu çalışma her ne kadar sadece Diyarbakır ili içerisinde yapılmış olsa da tüm Türkiye genelinde ki uygulamalara fikir verebilecek ve örnek olabilecek niteliktedir. Sadece bankacılık sektörü üzerinde yapılmış olması da sadece bu sektöre faydalı olabileceği anlamına gelmemektedir. Bu çalışma tüm kamu ve özel sektöre uygulanabilir niteliktedir. Bu çalışma ile güvenilirliği ve geçerliliği test edilmiş tüm bu veriler, karar vericilere, politika geliştiricilere, araştırmacılara ve bilim insanlarına alanda faydalı olacak bilgilerdir.

KAYNAKLAR

AKAL, Z. (2005), İşletmelerde Performans Ölçüm ve Denetimi: Çok Yönlü Performans Göstergeleri. Ankara: MPM Yayınları.

AKTAŞ, A. ve Aktaş, R. (1992), İş Stresi. Verimlilik Dergisi, 1, 153-167.

ASHFAQ, S., Mahmood, Z. ve Ahmad, M. (2013), Impact of Work-Life Conflict and Work over Load on Employee Performance in Banking Sector of Pakistan. Middle-East Journal of Scientific Research, 14(5), 688-695.

ALBAYRAK, Y. E., ve Erkut, H. (2005), Banka Performans Değerlendirmede Analitik Hiyerarşi Süreci Yaklaşımı. İTÜ Dergisi/d, 4(6).

- BALCI, A. (2000), Öğretim Elemanının İş Stresi Kuram ve Uygulama. Ankara: Nobel.
- BAPTISTE, S., Carswell, A., Mccoll, M. A., Polatajko, H. ve Pollock, N. (2014), Canadian Occupational Performance Measure (COPM). Canadian Association of Occupational Therapists (CAOT).
- BARKI, H., ve Hartwick, J. (2001), Interpersonal Conflict and Its Management in Information System Development. MIS Quarterly, 195-228.
- BAŞARAN, İ. E. (2008), Örgütsel Davranış: İnsanın Üretim Gücü. Ankara: Ekinoks Eğitim Danışmanlık.
- BİLEN, A. ve KARAKAŞ, A. (2012). Muhasebe Meslek Mensuplarının Tükenmişlik Düzeylerinin İşgören Performanslarına Etkisi. Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 4(8).
- BLAU, G. (1981), An Empirical Investigation of Job Stress, Social Support, Service Length, and Job Strain. Organizational Behavior and Human Performance, 27, 279-302.
- BOSMA, H., Van Boxtel, M. P. J., Ponds, R. W. H. M., Houx, P. J. H. Ve Jolles, J. (2003), Education and Age-Related Cognitive Decline: The Contribution of Mental Workload. Educational gerontology, 29(2), 165-173.
- CAMPBELL, J. P. (1990), An Overview of the Army Selection and Classification Project (Project A). Personnel Psychology, 43(2), 231–239.
- CANBAS, S., Cabuk, A. ve Kılıç, S. B. (2005), Prediction of Commercial Bank Failure Via Multivariate Statistical Analysis of Financial Structures: The Turkish Case. European Journal of Operational Research, 166(2), 528-546.
- CLARKE, J. (1988), Stress in Management. Business Credit, 46-48.
- COLQUITT, J., Lepine, J. A. ve Wesson, M. J. (2011), Organizational Behavior: Improving Performance and Commitment in the Workplace. McGraw-Hill Irwin.
- COX-FUENZALIDA, L.E., Beeler C. ve Sohl L. (2006), Workload History Effects: A Comparison of Sudden Increases and Decreases on Performance, Current Psychology, Vol. 25, No. 01.
- DAĞDEVİREN, M., Eraslan, E. ve Kurt, M. (2005), "Çalışanların Toplam İş Yükü Seviyelerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Model ve Uygulaması", Gazi Üniversitesi Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi Dergisi, S. 20, s. 517-525.

DEMİRELİ, E. (2010), TOPSIS çok Kriterli Karar Verme Sistemi: Türkiye'deki Kamu Bankaları Üzerine bir Uygulama. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 5(1).

DÖKMEN, Ü. (1994), İletişim Çatışmaları ve Empati, Sistem Yayıncılık, s.363.

EMHAN, A., Bakiev, E. ve Tasdoven H. (2014), "Analysis of Relationship among Social Capital, Organizational Justice and Performance with Structural Equation Model: The Case of Banking Sector", International Review of Social Sciences, Vol:2(7): 207-220.

EMHAN, A., Tongur, A., Turkoglu, I. (2016), An Analysis of the Social Capital, Organizational Commitment and Performance in the Public Sector of Southeastern Turkey Transylvanian Review of Administrative Sciences, no: 47(E): 69-62.

EREN, E. (2006), Örgütsel Davranış ve Yönetim psikolojisi. Beta Basım Yayım Dağıtım.

FISHER, C. D. ve Gitelson, R. (1983), A meta-analysis of the correlates of role conflict and ambiguity. Journal of applied psychology, 68(2), 320.

FOLGER, J. P., Poole, M. S., & Stutman, R. K. (2012), Working Through Conflict. Pearson Higher Ed.

GÖKÇE, S. G., Şimşek, M.Ş, Topuz, G., Emhan, A. (2015), "The Analysis of the Relationship between Job Stress, Interpersonal Conflict, Emotion Regulation Ability and Performance: A Research in the Automotive Sector", International Journal of Business and Social Science, Vol:6(8):1-8.

GREENHAUS, J. H., Parasuraman, S. ve Wormley, W. M. (1990), Effects of Race on Organizational Experiences, Job Performance Evaluations, and Career Outcomes. Academy of Management Journal, 33(1), 64-86.

GRIFFETH, R. W., Hom, P. W. ve Gaertner, S. (2000), A Meta-Analysis of Antecedents and Correlates of Employee Turnover: Update, Moderator Tests, and Research Implications for the next Millennium. Journal of management, 26(3), 463-488.

HART, S. G. ve Staveland, L. E. (1988), Development of NASA-TLX (Task Load Index): Results of Empirical and Theoretical Research. In P. A. Hancock and N. Meshkati (Eds.) Human Mental Workload. Amsterdam: North Holland Press.

HART, S. G. ve Wickens, C. D. (1990), Workload Assessment and Prediction, In: Harold R. Booher (Ed.), Manprint, an Approach to Systems Integration, Netherlands: Springer.

<https://www.e-icisleri.gov.tr/Anasayfa/MulkildariBolumleri.aspx>, erişim tarihi Şubat 2015

HUEY, B.M. ve Wickens, C. D. (Eds.). (1993), *Workload Transition. Implications for Individual and Team Performance*. Washington DC: National Academy Press.

JACKSON, S. E. ve Schuler, R. S. (1985), *A Meta-Analysis and Conceptual Critique of Research on Role Ambiguity and role Conflict in Work Settings. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 36(1), 16-78.

JEX, S. M. (1998), *Stress and Job Performance: Theory, Research, and Implications for Managerial Practice*. CA: Sage Publications Ltd.

KAHN, C. H. (1981), *The art and thought of Heraclitus: A new arrangement and translation of the fragments with literary and philosophical commentary*. Cambridge University Press.

KARA, H. B., Sunger, E. ve Kaptı, A. (2015), *Police Stress Factors among Law Enforcement Agencies: A Comparison Study of Us and Turkish Police*. *European Scientific Journal*, 11(4).

KARABAY, M. (2014), *İş Stresi İle Örgütsel Bağlılığın Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Bankacılık Sektörü Üzerine Bir Araştırma*. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 282-302.

KEENAN, A. ve Newton, T. J. (1985), *Stressful Events, Stressors, and Psychological Strains in Young Professional Engineers*. *Journal of Occupational Behavior*, 6, 151-156.

LEPINE, J. A., Lepine, M. A. ve Jackson, C. L. (2004), *Challenge and Hindrance Stress: Relationships with Exhaustion, Motivation to Learn, and Learning Performance*. *Journal of Applied Psychology*, 89(5), 883.

LEPINE, J. A., Podsakoff, N. P. ve Lepine, M. A. (2005), *A Meta-Analytic Test of the Challenge Stressor–Hindrancer Stressor Framework: An Explanation for Inconsistent Relationships among Stressors and Performance*. *Academy of Management Journal*, 48(5), 764-775.

LEUNG, A. S. ve Chang, L. M. (2002), *Organizational Downsizing: Psychological Impact on Surviving Managers in Hong Kong*. *Asia Pacific Business Review*, 8(3), 76-94.

LONDON, M. ve Klimoski, R. J. (1975), *A Study of Perceived Job Complexity*", *Personnel Psychology*, 28(1), 45-56.

LIU, D. ve Shi, K. (2010), Challenge and Hindrance Stressors: Relationships with Employees' Work Engagement. In Web Society (SWS), 2010 IEEE 2nd Symposium, ss. 490-493.

MOTOWIDLO, S. J. ve Borman, W. C. (1997), Task Performance and Contextual Performance: The Meaning for Personnel Selection research. *Human Performance*, 10(2), 99–109.

MOTOWIDLO, S. J. ve Van Scotter, J. R. (1994), Evidence that Task Performance Should be Distinguished from Contextual Performance. *Journal of Applied psychology*, 79(4), 475.

NACHREINER, F. (1995), Standards for Ergonomics Principles Relating to the Design of Work Systems and to Mental Workload. *Applied Ergonomics*, 26(4), 259-263.

PETERSON, M. F., Smith, P. B., Akande, A., Ayestaran, S., Bochner, S., Callan, V., ve Hofmann, K. (1995), Role conflict, ambiguity, and overload: A 21-nation study. *Academy of Management Journal*, 38(2), 429-452.

RAHIM, M. A. (1983), A measure of Styles of Handling Interpersonal Conflict. *Academy of Management journal*, 26(2), 368-376.

RAHIM, M. A. (2010), *Managing Conflict in Organizations*. Transaction Publishers.

RUMMLER, G. A. ve Brache, A. P. (1995), *Improving Performance: How To Manage the White Space on the Organization Chart*. The Jossey-Bass Management Series. CA: Jossey-Bass, Inc.

SATHYE, M. (2003), Efficiency of Banks in a Developing Economy: The Case of India. *European Journal of Operational Research*, 148(3), 662-671.

SAUTER, L. ve Murphy, S. (1999), *Occupational Stress Issues & Development in Research*. New York: McGraw-Hill

SMITH, C. A., Organ, D. W. ve Near, J. P. (1983), Organizational Citizenship Behavior: Its Nature and Antecedents. *Journal of applied psychology*, 68(4), 653.

SPECTOR, P. E. ve Jex, S. M. (1998), Development of Four Self-Report Measures of Job Stressors and Strain: Interpersonal Conflict at Work Scale, Organizational Constraints Scale, Quantitative Workload Inventory, and Physical Symptoms Inventory. *Journal of Occupational Health Psychology*, 3(4), 356.

- ŞAHİN, N. H., Basım, H. N., & Çetin, F. (2009), Kişilerarası Çatışma Çözme Yaklaşımlarında Kendilik Algısı ve Kontrol Odağı. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 20, 153-163.
- TONGUR, A. (2011), Organizational Support, Organizational Citizenship Behavior, and Perceived Performance: Analysis of Crime Scene Investigation Units of Turkish National Police (Doctoral dissertation, University of Central Florida Orlando, Florida).
- WANG, X. (2010), Performance Analysis for Public and Nonprofit Organizations. Sudbury, MA: Jones & Bartlett Learning.
- WARM, J. S., Dember, W. N., & Hancock, P. A. (1996), Vigilance and workload in automated systems. In: Parasuraman R, Mouloua M, (ed). *Automation and human performance*. NJ: Erlbaum. ss. 183–200.
- WICKENS, C.D. (1984), "Processing Resources in Attention", in R. Parasuraman ve D.R. Davies (Eds.), *Varieties of Attention*, (pp. 63–102). New York: Academic Press.
- WILLIAMS, L. J., & Anderson, S. E. (1991), Job Satisfaction and Organizational Commitment as Predictors of Organizational Citizenship and in-role Behaviors. *Journal of Management*, 17(3), 601–617.
- WILMOT, W. W., & Hocker, J. L. (2001), *Interpersonal Conflict*. New York: McGraw-Hill.
- WOOD, S. J., & Michaelides, G. (2015). Challenge and Hindrance Stressors and Wellbeing-Based Work–Nonwork Interference: A Diary Study of Portfolio Workers. *Human Relations*, 0018726715580866.
- YÜKSEL, Y., Murat, B., Tosun, H., ve Demirkol, İ., (2014), Trafik Birimlerinde Performans Yönetimi: Bir Model Önerisi. İçinde: Tuncay Durna, Hamza Tosun, Yusuf Yüksel ve İsmail Cenk Demirkol (Ed). 5. Karayolu Trafik Güvenliği Sempozyumu Seçilmiş Bildiriler, (ss. 73-90), Ankara: İklim Yayınları.

Sincan Uygur Özerk Bölgesi Turizm Gelişimine Yönelik Bir İnceleme

Aishan ZULIPIYAMU

Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Öğrencisi
zulpiye.hasan@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Şevki ULAMA

Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi
Turizm İşletmeciliği Bölümü
ulama@sakarya.edu.tr

Prof. Dr. Said KINGİR

Bartın Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
skingir@bartin.edu.tr

Özet: Turizm, kişilerin değişik yerleri ziyaret ederek, farklı amaçlarla yaptıkları faaliyetleri kapsayan bir etkinliktir. Ülkeler son yıllarda önemli adımlar attıkları turizm alanında büyük ilerlemeler kat etmektedir. Sincan Uygur Özerk Bölgesi de Çin Halk Cumhuriyeti'nin bir bölümü olması ve bu devletin atmış olduğu adımlar neticesinde, turizm gelişimi hususunda önemli bir mesafe kaydetmiştir. Son zamanlarda yapılan ve ileride yapılacak olan birçok kalkınma planları ve projeleri yardımıyla, hedeflere ulaşılarak bölgenin ilerlemesi amaçlanmaktadır. Bu çalışma Sincan Uygur Özerk Bölgesi turizm gelişimini inceleyerek, mevcut durumu ve gelecek hedeflerine yönelik planlamaları analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda, ikincil verilerin derlenmesi yoluyla turizm açısından henüz keşfedilmemiş olan bölgenin turizm gelişim dinamikleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Turizm kalkınma planları, Sincan Uygur Özerk Bölgesi, Çin.

Summary: Tourism is an activity of those different places for different purposes including the activities of people visit. Countries that really has taken important steps to cover progress in tourism in recent years. Xinjiang Uygur Autonomous Region also be a part of the People's Republic of China and regarding the development of tourism as a result of steps the government has taken has been a better way. Held recently and many development plans and projects which are intended to be held for future progress in reaching the goals. This study

aims to examine tourism development of Xinjiang Uyghur Autonomous Region and analyze the current situation and plans for future goals. In this context, through the compilation of secondary data, it is tried to reveal the dynamics of tourism development of the region which is still relatively unexplored.

Keywords: *Tourism development plans, Xinjiang Uyghur Autonomous Region, China.*

Giriş

Turizm; bireylerin dinlenmesi, eğlenmesi, meraklarını giderebilmesi, yeni yerler ve kültürleri tanınması için yapılan gezi etkinliklerini kapsamaktadır. Bu gezi etkinlikleri esnasında kişiler bir bölge ya da bir ülkeyi ziyaret ederken, o bölgenin ekonomik açıdan kalkınmasını sağlar. Turistler de bu etkinlik ile kültürel açıdan gelişir ve ufuklarını genişletir. Ülkeler bu kapsamda bireylerin turistik ihtiyaçlarını daha iyi karşılayabilmeye yönelik planlar ve projeler oluşturmaya çalışırlar ve bu sayede gelişim ve yenilenme sürekli hale gelir.

Çin Halk Cumhuriyeti (Çin), dev bir nüfusa ve çok geniş topraklara sahiptir. Sincan Uygur Özerk Bölgesi de Çin'in özerk bölgelerinden birisidir. Bölge tarihsel geçmişi ve kültürel zenginliğine ilave olarak gelişen teknolojiden yararlanmak ve çağın gelişmelerine ayak uydurmak suretiyle önemli bir turizm alanı haline gelme potansiyeline sahiptir.

Dünyanın en kalabalık nüfusa sahip ülkesi olan Çin, sahip olduğu kadim medeniyet mirası, bünyesinde barındırdığı 56 farklı milletin kendilerine özgü gelenekleri, çeşitli törenleri, bayramları, tarihi şehirleri, yüksek dağları, uçsuz bucaksız çölleri ve batıya nazaran ilginç kültürü ile turistleri kendine çekmektedir. Dünya turizm hareketlerinden daha yüksek oranda yararlanma amacıyla olan Çin bu alanda yatırımlar yapmaktadır. Çin ekonomisinin sürekli olarak gelişmesi neticesinde, turizme tahsis edilebilecek finansal kaynakların miktarı da aynı ölçüde artmaktadır. Böylece turistler için yeni imkânların sağlanması mümkün olabilmektedir. Teknolojinin sunduğu gelişmelerden en üst düzeyde yararlanarak turistlere yönelik yeni tesislerin inşa edilmesi ve mevcut tesislerin günün şartlarına uygun hale getirilmesi, Çin turizminin gelişmesi açısından önem taşımaktadır. Turizmin gelişmesiyle Çin ekonomisi çeşitlendirilebilecek ve uluslararası alanda tanınırlığı artacaktır.

Çin turizminin gelişmesi ülke içindeki çeşitli bölgeleri de etkileyecektir. Çin'in bir bölümü olan Sincan Uygur Özerk Bölgesi çok eski bir geçmişe sahip olan ve geçmişinin verdiği kültürel zenginliklerle beraber doğal güzellikleriyle insanları cezbeden bir özelliğe sahiptir. Tarih boyunca en büyük medeniyet merkezlerinden birini teşkil eden; Çin, Hint, İran, Yunan ve Türk medeniyetleri arasında köprü işlevi gören, ipek yolunun odak noktasında yer alan, doğal ve

kültürel zenginliklere sahip olan Sincan Uygur Özerk Bölgesi turizminin Çin turizminin gelişiminden nasıl pay alacağı bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır.

Sincan Uygur Özerk Bölgesi son yıllarda bir kültür ve turizm destinasyonu olarak gelişme göstermektedir. Bölge benzersiz özellikleri ve çevresiyle etkileşimi sayesinde hem kendine has bir yapıya sahiptir hem de değişen dünyaya ayak uydurmaktadır. Teknolojik gelişimin süreklilik gösterdiği günümüz dünyasında, hem eski mimarinin ve doğal yapının korunabildiği hem de hala eski kültürlere sadık kalabilen bu bölge, ayrıca teknolojik gelişmelerden de yararlanmaktadır. Yeni ve eskinin bir arada görülebildiği bölgenin ekonomik açıdan gelişmesi sayesinde, turizm zenginlikleri açısından gerekli adımlar atılabilmekte ve bu böylece birçok farklı turizm etkinliklerinin gerçekleştirilmesi mümkün olmaktadır.

1. Sincan Uygur Özerk Bölgesi Hakkında Genel Bilgiler

Sincan Uygur Özerk Bölgesindeki gelişmeleri anlayabilmek için Çin'de yaşanan gelişmeleri gözden geçirmek gerekmektedir. Çin yüzölçümü itibariyle dünyada üçüncü sırada gelmektedir ve nüfus itibariyle en kalabalık ülkedir. Kuzeyinde Moğolistan, kuzey doğusunda Rusya ve Kuzey Kore, doğusunda Sarı Deniz ve Doğu Çin Denizi, güney doğusunda Güney Çin Denizi, güneyde Vietnam, Laos, Birmanya, Hindistan, Bhutan ve Nepal, güney batıda Pakistan, Afganistan, Tacikistan, Kırgızistan ve Kazakistan ile çevrilidir.

Çok eski bir tarih geçmişine sahip olan ülkeyi M.Ö 1450 yıllarında yöneten ilk hanedan olarak Hya ve Şang sülaleleri bilinmektedir. Eski devirlere ait yapılan araştırmalar Çin hakkında devamlı yeni bilgiler vermektedir. Çok eski çağlardan beri birçok toplumla iç içe yaşamış olan Çin kültürü diğer kültürlerle sürekli etkileşim içinde bulunmuştur (Wilkinson, 2000, s.132). Bu etkileşim sadece kültürel bir iletişim olarak kalmamış ekonomik ve diğer alanlarda da etkisini göstermiştir. Tarihten günümüze uzanan süre içinde Çin, dev nüfusu ve etkilerini bugüne kadar taşıyan farklı uygarlık yapısıyla, ilgi çeken bir ülke olmuştur.

Özellikle 1600'lü yıllara kadar Çin'in dünyanın diğer kısımlarına nazaran oldukça ileri olduğu kabul edilmektedir. 1600'lü yıllardan sonra batıda sanayileşme hareketlerinin başlaması, teknolojik gelişmeler, deniz aşırı ticaretin batıların kontrolüne geçmesi ve bu kontrol çatışmasında ülkenin bazı topraklarını kaybetmesi, İngiltere, Japonya, SSCB ve son olarak A.B.D. gibi büyük güçlerin dünya ekonomisi ve siyasetinde etkin duruma geçmesi Çin'in önemini azaltmıştır. Diğer yandan 20. yy. sonu ve 21. yy. başlarında dünya ekonomisi ve siyasetinde yeni gelişmeler meydana gelmiştir. İşte bu gelişmelerle birlikte Çin sahip olduğu tarihi, kültürel ve sosyo-ekonomik

potansiyelini harekete geçirebilen bir ülke olarak yeniden yükselişe geçmiştir (Chen ve Cheng, 2007, s.184).

Ülkede 1979 yılına kadar benimsenen kapalı ekonomi anlayışı değişmiş, bu dönemle birlikte devlet tekelinde olan mülkiyet sisteminde yenilikler meydana gelmiştir. Devlet merkezli mülkiyet sistemi yerini, kolektif ve bireysel olmak üzere çeşitli mülkiyetlere bırakmıştır. 1979 yılı öncesinde kuruluşların ve fabrikaların karar alma yetkileri bulunmayıp, gerekli olan hammadde, sermaye, işgücü gibi tüm araçlar devlet tarafından tahsis edilirken; 1979 sonrasında kuruluşların yetkileri artarak daha çok söz sahibi olmuşlardır. 1980–1990 yılları arasındaki dönemde kolektif, özel ve yabancı sermayeli işletmelerin sayısı yaklaşık %10 büyüyerek toplam içinde %54,5 oranında bir paya ulaşmıştır. Önceki dönemde hükümet tahsis, planlama, bütçeleme ve pazarlama konularında merkeziyetçi bir yapı belirlemiştir. Devletin mal ve hizmet fiyatları üzerindeki kontrolünün kademeli olarak kaldırılması ise reformların bir diğer ayağını oluşturmuştur. 1993 yılında Yuan'ın devalüasyonu ile yabancı sermayenin GSYİH içindeki payı hızla büyümeye başlamıştır. 1980'li yılların başında 57 milyon A.B.D. doları olan doğrudan yabancı sermaye, 1994 yılında 34 milyar A.B.D. dolara kadar çıkmış, 2000'li yıllarda ise 84 milyar A.B.D. doları ile en yüksek seviyesine ulaşmıştır (Chen ve Cheng, 2007, s.184).

Bu ekonomik gelişmelerden turizm de olumlu yönde etkilenmiş ve ülke turizmi son yıllarda hızlı bir gelişim ivmesi göstermiştir. Çin'de turistik alanların sayısı gittikçe artarken, altyapı hizmetleri de iyileştirilmektedir. Bunun doğal bir sonucu olarak, Çin'e seyahat eden yabancıların sayısı da sürekli olarak artmaktadır. Çin'in bu gelişim evresi, eyaleti olan Sincan Uygur Özerk Bölgesini de olumlu etkilemiş ve bölgenin kalkınmasını sağlamıştır.

Sincan Uygur Özerk Bölgesi, Çin'in kuzey batısında bulunur. Çin topraklarının yaklaşık %17'sini oluşturan bölge, dağlık bir araziye sahiptir ve nüfusu 22 milyon civarındadır. Bölgenin doğusu ve güneyi Çin'in Gansu, Çinhay ve Tibet Özerk Bölgesi ile kuzeydoğudan güneybatıya sırası ile Moğolistan, Rusya, Kazakistan, Kırgızistan, Tacikistan, Afganistan, Pakistan ve Hindistan ile komşudur (Mughal, 2013, s.978-980).

Sincan Uygur Özerk Bölgesinin büyük bir bölümü dünyanın en yüksek dağları sayılan Karakurum, Tanrı Dağları, Tarbağıtay ve Altay sıra dağları ile 50.000 km²'lik Taklamakan Çölünden oluşmaktadır. Dağ eteklerinde uzanan yayla ve ormanlar yanında ırmak ve çay boylarında ekime elverişli yerler de bulunmaktadır. Sincan Uygur Özerk Bölgesi'nin kuzey ve doğu bölümünün suları Tarım ırmağına karışmaktadır. Bu bölüme Tarım havzası adı verilmektedir. 900.000 km²'lik yüz ölçümü ile Tarım havzası ülkenin yarısından fazla bir alanı kapsar. Tanrı Dağları ile Karanlık Dağları arasında uzanan dünyanın en geniş çöllerinden biri olan Taklamakan Çölü Tarım havzasının

içindedir. Havzanın denizden yüksekliği 280-1300 metredir ve su ihtiyacı Tarım nehri tarafından karşılanır (Chen, Liu, Tao, 2013, s.25).

Kuzeyde Cungarya havzası vardır. Tanrı Dağları ile Altay Dağları arasında kalan Cungarya havzası yaklaşık 600.000 km²'dir. Havzanın ortası kurak bir çöl olup yer yer engebeli bir arazi yapısına sahiptir. Havzanın güney kısımları sulanabilen arazilerden oluştuğu için oldukça verimlidir. Ayrıca havzada geniş otlaklar ve yaylalar da bulunmaktadır. Sincan Uygur Özerk Bölgesinde çöl alanlar fazla olmakla beraber akarsular ve göller de az değildir. Büyük nehirler kuzeyden güneye sırasıyla şöyledir: İrtiş, İli, Tarım, Kaşgar, Yarkent, Yürüngaş ve Zereşan. Göllerden en büyükleri; Kanas, Sayram, Tanrı, Buğda ve atom denemeleri sonucu kurumaya yüz tutan Lopnur gölleridir.

Sincan Uygur Özerk Bölgesinin nüfusu, 2011'deki nüfus sayımına göre 22,1 milyondur. 47 etnik gurubun 13'ü uzun yıllardan beri bu bölgede birlikte yaşamaktadırlar. Tüm nüfusun %45'ini oluşturan Uygur Türklerinin sayısı 12.345.000 dolayındadır. Uygur Türklerinden sonra en büyük etnik grup olarak 7,5 milyondan fazla Çinli bulunmaktadır. Kazak Türkleri 1,25 milyondan daha fazla nüfusuyla üçüncü sırada gelirler. Huiler 780.000'den fazla olup, yaklaşık olarak Kırgız Türkleri 170.000, Moğollar 160.000, Şibeler 40.000, Tacikler 40.000, Mançular 20.000, Özbekler 10.000, Ruslar 9.000, Daurlar 6.000, Tatarlar ise 5.000 kişi olarak belirlenmiştir. Geriye kalan 34 etnik grubun mensuplarından Dongxianlar, Salarlar, Huanglar, Tibetler, Mizoslar, Yisler, Koreliler ise dağınık şekilde yaşarlar. Bu denli farklı etnik grupların varlığı bölgeyi kültürel açıdan çekici kılmaktadır. Sincan Uygur Özerk Bölgesi'nin başkenti Urumçi, resmî dili Uygurca ve standart Çince'dir (Yixing ve Haibo, 2004, s.6).

1949 yılında Çin Ordusu'nun topraklarına girmesiyle birlikte sona eren Doğu Türkistan Cumhuriyeti Çin'in bir eyaleti haline gelmiştir. Çin Hükümeti tarafından 1 Ekim 1955'te eyalet statüsüne son verilip, bölgenin statüsü Sincan Uygur Özerk Bölgesi olarak belirlenmiştir. Bölgenin başkentinin "Dihua" olan eski adı da "Urumçi" olarak değiştirildi. Sincan Uygur Özerk Bölgesi hükümeti kuruluşundan itibaren Çin Komünist Partisi Merkez Komitesi'nin özerklik siyasetini uyguladı. Sincan Uygur Özerk Bölgesinde Turfan, Kumul, Aksu, Kâşgar, Hoten, İli, Çöçek ve Altay adı taşıyan sekiz "yönetim bölgesi" vardır (Au ve Henderson, 2006).

Çin tarafından açıklanan verilere göre, Sincan Uygur Özerk Bölgesi, 2012 yılının ilk yarısında %10,7 oranında ekonomik büyüme gerçekleştirmiştir. Bu kapsamda, 2012 yılının ilk yarısında bölgenin GSYİH'si 260,1 milyar RMB (Çin yuani-yaklaşık 40 milyar A.B.D. doları) olarak kaydedilmiştir. Bu rakamlar ile Sincan Uygur Özerk Bölgesi, ülke genelindeki 31 bölge arasında 18. Sırada yer almaktadır (Jingya, 2010, s.16).

Öte yandan, 2012 yılının ilk yarısında Sincan Uygur Özerk Bölgesi'nin dış ticaret hacminde azalış görülmüştür. Bu dönemde, ihracat 7,29 milyar A.B.D. doları (%17,4 artış) olarak kaydedilirken, ithalat ise 2,54 milyar A.B.D. doları (%8,9 azalış) olarak gerçekleşmiştir. Bu veriler çerçevesinde Sincan Uygur Özerk Bölgesi'nin toplam dış ticaret hacmi 9,83 milyar A.B.D. doları olmuştur. Küresel piyasalardaki krizin yanı sıra, Rusya, Kazakistan ve Belarus arasında oluşturulan ticaret birliğinin de, Sincan Uygur Özerk Bölgesi dış ticaretini etkilediği değerlendirilmektedir. 2011 yılında, Orta Asya ülkeleri Özbekistan, Kazakistan, Kırgızistan, Tacikistan ve Türkmenistan ile olan ticaret, toplam dış ticaretin %78'ini oluştururken, Kazakistan, Sincan Uygur Özerk Bölgesi'nin en önemli ticaret ortağı konumundadır (The China Perspective, 2015).

Bununla birlikte, Çin yönetiminin Sincan Uygur Özerk Bölgesi'nin kalkınması için yaptığı çalışmalar kapsamında, 2012 yılının ilk yarısında sabit sermaye yatırımları %33,7 artış ile 191,58 milyar RMB (yaklaşık 30 milyar A.B.D. doları) seviyesine ulaşmıştır. Bölgeye yönelik iç ve dış firmaların artan ilgisi dikkate alındığında (2012 yılının ilk yarısında 637 yabancı şirket kurulmuştur-%37 artış), Sincan Uygur Özerk Bölgesi'nin dış ticaretinin gelişiminin ve ekonomik kalkınma sürecinin devam edeceği değerlendirilmektedir. Sincan Uygur Özerk Bölgesi, yer altı zenginlikleri bol, 122 çeşit madeni olan bir bölgedir. Bölgedeki doğal gaz ve petrol rezervi de oldukça fazladır (Changrong, 2000).

2011 yılında Türkiye ile Sincan Uygur Özerk Bölgesi arasındaki ticaret hacmi resmi rakamlara göre (Çin Halk Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı ve Gümrükler Genel İdaresi) 24 milyon A.B.D. doları olarak gerçekleşirken; Sincan Uygur Özerk Bölgesi'nin Türkiye'ye ihracatı 11,6 milyon A.B.D. doları, Türkiye'den ithalatı ise 12,4 milyon A.B.D. doları olarak kaydedilmiştir. Bununla birlikte, Türkiye ile Sincan Uygur Özerk Bölgesi arasındaki ticaret hacminin (bavul ticareti vb. nedenlerden dolayı) çok daha fazla olduğu bilinmektedir. Urumçi ve Kaşgar başta olmak üzere; gıda, ev tekstili, hazır giyim, ayakkabı ve mücevherat vb. sektörlerde Türkiye menşeli ürünler piyasada bulunmaktadır (Pekin Ticaret Müşavirliği, 2012).

2. Sincan Uygur Özerk Bölgesi Turizmi

Sincan Uygur Özerk Bölgesi turizm kaynaklarının zenginliği ve çeşitliliği açısından Çin'in önde gelen bölgelerinden birisidir. Turizm kaynakları açısından Bölge, Çin'in genel kaynakları içinde önemli bir paya sahiptir. Sincan Uygur Özerk Bölgesi'nin belli başlı turizm kaynakları şunlardır (Little ve Shawn, 2000, s.148);

- 1) Özgün kültürel alanlar ve turizm merkezleri.

- 2) Suya dayalı turizm kaynakları: Su yolları ve su manzaralı turizm bölgeleri. Uygur Özerk Bölgesi'nde çok sayıda buzul, birçok göl ve nehir vardır.
- 3) Çeşitli canlı türlerine dayalı turizm kaynakları: Yemyeşil ormanlar ve bakımlı bahçeler. Bölgede 1. derece koruma altında tutulan hayvan türlerinden 20 çeşit, 2. derece koruma altında tutulan hayvan türlerinden 43 çeşit ve 3. derece koruma altında bulundurulmuş hayvan türlerinden 27 çeşit mevcut olup, bu 90 çeşit hayvan türünün tamamı Uygur Özerk Bölgesi tarafından korunur.
- 4) Tarihi Kültür kalıntıları ve tarihi yapılar: Jawei şehri, Kroran şehri, Niya şehir harabeleri, Miren şehir harabeleri gibi tarihi eserler önemli ziyaret yerleri haline gelmiştir.

Bunlardan başka Bin Evler ve Minareler, bölgenin güney kısmındaki doğal birer folklor müzesi durumunda olan çarşı ve pazarlar, muhteşem binalar, kuyular ve diğer tarihi yapıtlar bu bölgenin önemli tarihi turistik kaynakları arasındadır. Geleneksel turistik ticaret ürünleri; değerli taşlar, halılar, ipekli kumaşları, milli atlas elbiseler, başa giyilen Doppa adındaki takkeler ve çeşitli el sanatı ürünleri ile bölgeye ait tarımsal ürünler de turistleri bölgeye çekmektedir. Milli örf ve adetler ile yaşam tarzlarını izlemeyi amaçlayan turistler de bölgeyi tercih etmektedir. Özellikle Kaşgar, Hoten, Turfan ve Kuçar gibi şehirlerdeki Uygur Türklerinin yaşam tarzlarını merak eden turistler buraları sıklıkla ziyaret etmektedir (Eberhard, 1986, s.236).

Sincan Uygur Özerk Bölgesinin turizm çekim alanlarını 4'e ayırmak suretiyle incelemek mümkündür:

- 1) *Urumçi Turizm Bölgesi*: Bu bölge Turfan şehri ve Sancı Oblastını içine alır.
- 2) *Kuzey Turizm Bölgesi*: Bu bölge, İli, Altay, Çöçek, Küytün, Börtala, Şihenze, Kramay gibi şehirleri içine alır.
- 3) *Güney Turizm Bölgesi*: Bu bölge, Bayıngulin Moğul Otonom Bölgesi, Aksu İli, Kızılsu Kırgız Otonom Oblastı, Kaşgar İli, Hotan İli gibi yöreleri içine alır.
- 4) *Doğu Turizm Bölgesi*: Bu bölge Kumul İline bağlı iki ilçe ve bir şehri içine alır,

Uygur Bölgesindeki gerçekleştirilebilecek turizm etkinlikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- 1) İpek yolu gezileri,
- 2) Kumsal alan gezileri,
- 3) Tarihi şehir kalıntıları gezileri
- 4) Milli gelenek gezileri,
- 5) Yayla gezileri,
- 6) Tehlikeli tepe ve yükseltilere tırmanma gezileri, dağcılık,

- 7) Orman alanları gezileri,
- 8) Göl gezileri,
- 9) Yaban hayvanları görme amaçlı geziler,
- 10) Motosiklet gezileri,
- 11) Bisiklet gezileri,
- 12) Araba kullanarak yapılan yol kenarlarındaki bölgeleri görmeye yönelik geziler,
- 13) İpek Yolu üzerinde düzenlenen etkinlik turizmüne dayalı geziler:
 - Turfan Üzüm Festival arifesindeki gezi. Bu bayram, her sene 20-30 Ağustos günleri arasında Turfan'da kutlanır.
 - Börtala "Nadam Yayla Bayramı". Bu bayram, her sene 16-20 Temmuz tarihleri arasında Börtala'da düzenlenir. Başta Kazak Türkleri olmak üzere çeşitli halkların birlikte kutladıkları bir bayramdır.
- 14) Nehir gezileri. Bölgede 460 dolayında irili ufaklı nehir bulunmaktadır.
- 15) Avcılık,
- 16) Kayak turizmüne yönelik geziler. Bu gezi türü ile kış manzaralı dağlar ve çam ağaçlarını turistlerle buluşturmak hedeflenmektedir,
- 17) Ekolojik çevre koruma gezileri,
- 18) Bilimsel araştırma amaçlı geziler,
- 19) Müslümanların yaşam tarzlarını, örf adet ve geleneklerini görmeye, incelemeye yönelik geziler.

Günümüzde bölgede turistlerin ziyaretlerine açılan şehir ve ilçe sayısı 58 olup, bu yöreler, Urumçi şehri, Turfan şehri, Piçan ilçesi, Toksun ilçesi, Kumul şehri vs. gibi yerleşim birimleridir. Günümüzde bölgedeki 15 sınır kapısı turistlere açık bulunmaktadır. Bunlardan en önemlileri Urumçi Havaalanı, Çin-Pakistan sınır kapısı, Çin-Kırgızistan sınır kapısı, Çin-Kazakistan sınır kapısı, Alato sınır kapısı, Bakto sınır kapısı, Jiminey sınır kapısıdır (Raj, Razaq, Morphet, 2007, s.108).

3. Sincan Uygur Özerk Bölgesindeki Önemli Turizm Merkezleri

Sincan Uygur Özerk Bölgesinde hayata geçirilen "beş bölge-üç yol" projesi kapsamında turizm açısından önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Proje kapsamında; (i) Kanas Gölü, (ii) Buğda Gölü ve çevresi, (iii) çok sayıda tarihsel kalıntılara sahip olan Turfan ve çevresi, (iv) geleneksel yaşamın gözlemlenebildiği Kaşgar ve (v) İli vadisi olmak üzere *beş bölge* turizm merkezi olarak belirlenmiştir. Projede adı geçen *üç yol* ise (i) Turfan'dan Kaşgar'a kadar uzanan 1.500 km'lik otoyol, (ii) Urumçi'den başlayıp Küytün, Narat, Bayınbulak, Altun kumluk sahili güzergâhından tekrar Urumçi'ye ulaşılan otoyol ve (iii) Urumçi'den Kanas Gölüne uzanan 800 km'lik otoyoldan oluşmaktadır. Bu otoyollara bağlı küçük yollarla sözü edilen turistik merkezlerin çevresine

anılmaktadır. Bu bölgede ayrıca var olan üzüm sarmaşıklı yollar ve sulama kanalları bölgeye ayrı bir güzellik katmaktadır.

Hotan şehri, bin yıllık Buda Mağaralarını, ünlü Doğu Türkistan halılarını, Yeşim taşını ve ipek işlemeciliğini geçmişten günümüze kadar korumuş ve yaşatabilmiştir. Taklamakan Çölü'nün en batı ucunda, İpek Yolunun Kaşgar'a ulaştığı noktada bulunan Yarkent hem görsel açıdan hem de ulaşım açısından önem arz etmektedir. Dünya'da asfaltla kaplı en yüksek rakımlı karayolu olan Karakurum otoyoluna ev sahipliği yapan Karakurum şehri, Pamir Dağları'nı ve Karakuli Gölü'nü de içinde barındırır.

Kaşgar, Sincan Uygur Özerk Bölgesi'nin en önemli şehirlerinden birisidir. Kaşgarlı Mahmut ve Yusuf Has Hacib gibi önemli edebiyatçılar bu şehirde yaşamlarını sürdürmüş ve eserlerini vermişlerdir. Bilindiği üzere, Türk dili ve tarihi açısından önemli isimler olan Kaşgarlı Mahmut "Divan-ı Lügat-it Türk" ve Yusuf Has Hacib "Kutadgu Bilig" adlı eşsiz eserlerin sahipleridirler. Bu açıdan Kaşgar'ın Türk kültür tarihi açısından özel öneme sahip bir şehir olduğu söylenebilir. Kaşgar ayrıca yine İpek Yolu'nun önemli bir noktasında olması ve çekici doğasıyla turistlerin ilgisini çekebilecek özelliklere sahiptir.

Sincan Uygur Özerk Bölgesindeki turizm gelişiminin odak noktasının tarihi şehirlerden, Asya'dan Avrupa'ya uzanan ve uzunca bir süre önemli bir ticaret güzergâhı olan "İpek Yolu" ve bu yolun etrafında kurulan ticaret merkezlerinden oluştuğunu söylemek mümkündür. İpek yolu ve çevresinin tarihin çok eski dönemlerinden beri bir ticaret güzergâhı olarak kullanıldığı bilinmektedir. Tarihsel Çin devlet kayıtlarının yanısıra bu bölge devlet öncesi dönemlerde de Çinliler tarafından "Batı Yurt" olarak adlandırılmıştır. "Batı Yurt" üzerinden yürütülen devletlerarası ticaretin dışında, yerel halk arasında gerçekleşen ticaret hareketlerinin yoğun olduğu kaydedilmektedir (Han, 2010, s.251).

Sincan Uygur Özerk Bölgesinin turizmi geçmişte "İpek Yolu'nun" kavşağı konumunda olma özelliği sayesinde ilerleme kaydetmişken, 20. yüzyılın ikinci yarısından, özellikle 1980'li yıllardan itibaren modernizasyon projeleri ve batı bölgelerini geniş çaplı olarak kalkındırma projesi çerçevesinde ivme kazanmıştır. Çin 21. yüzyılda geniş ölçüde batıdaki bölgeleri kalkındırma projesini yürürlüğe koymuştur. Bu proje sayesinde başta Sincan olmak üzere bütün otonom bölge ve eyaletler, ekonomik açıdan kalkınma hamlelerine başlamışlardır. Sermaye, teknoloji, insan kaynakları, iş gücü, vb. konulardaki eksiklikler, merkezi hükümetin desteğiyle giderilmektedir. Bu durum Sincan Uygur Özerk Bölgesi turizmini de önemli derecede etkilemiştir (Han, 2010, s.251).

Sincan Uygur Özerk Bölgesi, deniz ve okyanuslardan uzak, dört tarafı yüksek dağlarla çevrili bir bölgedir. Sınırları içinde buzullar ve karlarla kapalı çok

sayıda muazzam yükseklikte doruk vardır. Uçsuz bucaksız kumluklar, geniş otlaklar ve derin vadiler bölgenin turizm açısından önemli coğrafi çekiciliklerini oluşturmaktadır. Trim ve Congar Vadilerine serpiştirilmiş bahçeler doğal güzellikler için verilebilecek kayda değer örneklerdir. Bölgede deniz seviyesinden 7.000 metreden daha yüksek 10 tepe bulunmaktadır. Örneğin; Çogir tepesinin yüksekliği 8.611 metredir. Bu bölgenin kuzeyinde Congar, güneyinde Tarım Vadisi yer alır. Doğusunda ise Turfan Vadisi bulunmaktadır.

Sincan Uygur Özerk Bölgesinde 570 adet nehir ve çay, 270 adet su kaynağı olup; İrtiş, İli, Tikes, Kaydu, Könci, Aksu, Zaraqşan, Karakaş, Yorungkaş, Çerçen ve Tarım bölgenin en ünlü nehirleridir. Sayram, Kanas, Bağraş gölleri de önemli turizm çekicilikleri arasındadır. Turfan Vadisinde bulunan Aydın Göl, deniz seviyesinden 154 metre alçaktadır ve bu özelliğiyle Çin'deki en alçak nokta olma özelliğine sahiptir. Sözü edilen doğal güzellikler önemli bir turizm potansiyeli oluşturmaktadır.

4. Sincan Uygur Özerk Bölgesi Turizminin Gelişim Süreci

1990 yılında Çin Halk Cumhuriyeti başkanı Deng Xiao Ping'in "Batıyı Geliştirme" siyaseti doğrultusunda Sincan Uygur Özerk Bölgesi turizme tamamen açılmıştır (Little ve Shawn, 2000, s.149). Böylelikle turizm alanındaki gelişim hızlanmıştır. 1990-2010 yılları arasında Sincan Uygur Özerk Bölgesi'ne yönelik turizm hareketleri, ağırlıklı olarak Çin'in iç bölgelerinden (Pekin, Şangay, Henan, Guangdong, vb. gibi) gelen yerli turistler ile sınırdaş ülkelerden (Pakistan, Tacikistan, Hindistan, Özbekistan, vb. gibi) gelen az sayıdaki yabancı turistlerden oluşmaktadır. Ayrıca Avrupa ülkelerinden kayda değer sayıda turist Sincan Uygur Özerk Bölgesi'ni ziyaret etmektedir. Turist sayılarındaki artış turizm işletmelerinin sayılarının artmasına, turizm gelirlerinin yükselmesine ve devletin turizm sektörüne yönelik yatırım tutarlarının büyümesine yol açmıştır. 2010 yılından itibaren Çin hükümeti Sincan Turizmi için her yıl 20 milyon RMB (yaklaşık 3 milyon A.B.D. doları) yatırım yapma kararı almıştır (China National Tourism Administration, 2015).

2010 yılı istatistik verilerine göre Sincan Uygur Özerk Bölgesinde 444 seyahat acentesi ve 30 tanesi beş yıldızlı olmak üzere toplam 433 adet yıldızlı otel bulunmaktadır. Ayrıca 200 adet A derecesinde turistik merkez oluşturulmuştur. Çin Ulusal Turizm Yönetimi sınıflandırma sistemi kapsamında turistik merkezler; güvenlik, temizlik ve ulaşım kriterlerinin niteliğine göre en düşük derece 1A ve en yüksek derece 5A olmak üzere beş sınıfa ayrılmaktadır (en.wikipedia.org). Sincan Uygur Özerk Bölgesindeki turistik merkezlerin 30 tanesi 4A ve 10 tanesi de 5A derecesindedir. 2010 yılında Çin'in Dünya Turizm Örgütü'ne üye olması Sincan Uygur Özerk Bölgesi turizmi açısından önemli bir gelişme fırsatı sağlamıştır. 2012 yılında özellikle kış turizmindeki artışa bağlı

olarak turist sayısında kayda değer bir artış yaşanmıştır. 2013 yılı istatistik verilerine göre ocak ve temmuz ayları arasında Sincan Uygur Özerk Bölgesindeki turist sayısı 21 milyon 626 bin kişi Çin'den ve 624 bin kişi yabancı ülkelerden olmak üzere toplam 22 milyon 250 bin kişiye ulaşmıştır. Bu dönemde turizmden elde edilen gelir 23 milyar 864 milyon RMB (yaklaşık 3,7 milyar A.B.D. doları) dolaylarında gerçekleşmiştir (China National Tourism Administration, 2015).

5. Sincan Uygur Özerk Bölgesi Turizm Kalkınma Planı

Turizm alanında yaşanan gelişmeler doğrultusunda Çin bölge turizm kalkınma planını gündeme almıştır (Phan, 2011,s.14). Çalışmada sunulan bilgiler geniş kapsamlı turizm kalkınma planının bir özeti niteliğindedir. Plan doğrultusunda öncelikle turizm tanıtım ağı oluşturmak ve kurulan bu ağın işlevliğini sağlayabilmek için kaliteli tesisler inşa etmek hedefi öne çıkmıştır. Bu hedef doğrultusunda öne çıkan unsurlar; turistik oteller inşa etmek, el sanatları ürünlerini geliştirmek, geleneksel ürünler üreten tesislerin sayısını artırmak, satışları artırabilmek ve seri üretime geçebilmek için Ar-Ge çalışmaları gerçekleştirmektir.

Turizm ürünlerini geliştirme hususunda yapılan çalışmaların uygulama alanı olarak Urumçi ve Hotan şehirleri seçilerek buralarda halk sanatları, el sanatları, özel ürünler, etnik ürünler gibi hediyelik eşyaların üretimini sağlamak üzere "Sincan hediyesi serisi" konsepti oluşturulmuştur. Bu konsept kapsamında üretimin ulusal alanda gelişimi ve bunların turizm ürünleri olarak tanıtılmasına odaklanılmıştır.

5A derecesinde turistik merkezlerde 3 ve 4 yıldızlı turistik otel ve tesisler inşa edilmesi hedeflenmektedir. Bu kapsamda yer alan uygulama alanları Urumçi, Kaşgar, Gulca, Tanrı Dağı, Buğda Gölü ve Üzüm Vadisi'dir. Ayrıca bu yerlerde turizmi ve kültürel ürünleri destekleyici sanayinin teşvik edilmesine önem verilmektedir. Pazar odaklı bir anlayışla ve devlet teşvikleriyle (devlet fonları, yer tahsisleri, vb. gibi) bütünleşik bir kalkınma planı yardımıyla turizmde hizmet kalitesinin sağlanabileceği ve sürdürülebileceği düşünülmektedir (Phan, 2011 s.16).

Turizm merkezlerinde sunulacak sanatsal etkinliklerin nasıl teşvik edileceği de göz önünde bulundurulmuş hususlardandır. Bu kapsamda önemli turizm şehirlerinde yaşayan yerel halkın sanatsal etkinliklere katılımı sağlanmaya çalışılmaktadır. Örneğin el sanatları konusunda yetenekli insanların çalışabilecekleri atölyelerin oluşturulması planlanmakta, yetenekli kişilerin kültürel etkinliklere ve folklor gruplarına yönlendirilmesine çalışılmaktadır. Böylece bölgenin sahip olduğu sanatsal etkinlikler ile bölgenin sosyal dokusunun doğal bir şekilde yansıtılmasının mümkün olacağı düşünülmektedir.

Turizm ve kültür etkinliklerinde sahne sanatlarının nasıl bir rol oynayacağı bölge için yürütülen kalkınma planlarında yer alan hususlardan bir diğeridir. Bu kapsamda görsel sanatlar ile bölgenin yöresel ve kültürel özelliklerinin ne denli etkileyici bir şekilde yansıtılabileceğine odaklanılmıştır. Ayrıca bu görsel sunumlar için nelere ihtiyaç vardır, ne gibi materyaller eksiktir, yeni fikirler nelerdir gibi soruların cevaplanmasına çalışılmaktadır. Bu hususta, turizm sektöründeki paydaşlarla ortak bir platformda beyin fırtınası yaparak, bölgenin kalkınması için bu tema çerçevesinde neler yapılabileceğine yönelik faaliyetler yürütülmektedir.

Turizmde mevsimsellik olgusuna yönelik olarak ise kış turizm sezonunu uzatabilmek amacıyla çağdaş yöntemlerden yararlanarak çeşitli etkinlikler düzenlenmesi planlanmaktadır. Bu plan "off-season" olarak kavramsallaştırılmakta ve "Sincan Aşk ve Sevgi Turu" adı altında turistik alanların düzenlenmesini içermektedir. Bu kapsamda markalaşma çalışmaları yürütülmektedir (Phan, 2011, s.18). Sincan Uygur Özerk Bölgesi'nin sahip olduğu turizm kaynakları bakımından planların hayata geçirilmesine uygun bir yer olduğu değerlendirilmektedir. Bu yüzden bölgede turizm gelişimi açısından gerçekçi hedeflerin belirlenmesi ve bu hedefleri gerçekleştirmek amacıyla modern tesislerin kurulmasının zorunlu olduğu düşünülmektedir.

İpek Yolu turizm etkinlikleri, turizm ürünlerini çeşitlendirmek ve bu yol üzerindeki tesisleri, şehirleri geliştirmek amacına odaklanmıştır. İpek yolu tarihsel geçmişi ile bölge, kıta ve dünya ticaretine damga vurmuş bir güzergâhtır. Bu bölgede birçok şehir ve tesis vardır. Bu tesisleri ve şehirleri yeniden yapılandırmak için gerekli teşviklerin yapılması makro turizm etkinliklerine imkân sağlayabilecektir. İpek Yolu üzerinde bulunan sanayi tesisleri, tarım faaliyetleri, ticaret işlemleri ve orman ürünleri gibi diğer etkinliklerle turizm etkinliklerinin bütünleştirilmesi bölgenin birçok alanda gelişmesi sağlamak bakımından önem taşımaktadır (Jingya, 2010 s.47).

Kırsal turizm geliştirmek amacıyla "Tarımsal Bütünleşme" eylem planı oluşturulmuştur. Eylem planının odak noktası 3.000 adet çiftlik evini bölgenin geleneksel dokusunu koruyarak turizme açmaktır. Bu projenin zamanla tarım yapılan köylere de yayılarak büyümesi amaçlanmaktadır. Bu sayede tarım alanları ve bahçeler geliştirilebilecek, yerleşim yerleri de çekici hale getirilebilecektir. Ormancılık ve orman ürünleri konusunda yapılacak olan teşvikler yoluyla ulusal orman parklarının oluşturulması sağlanabilecek ve doğal ortamda macera tutkunlarına uygun yerler tesis edilebilecektir. Plan ormanların ve doğal ortamın zarar görmemesine, korunmasına ve kalıcı olmasına yönelik hedefler içermektedir.

Sınırlarda bulunan gümrük denetimlerini alışveriş amaçlı turizm hareketlerine elverişli hale getirmeye yönelik düzenlemeler de Sincan Uygur

Özerk Bölgesi turizmi açısından önem taşımaktadır. Bu hususta ulaşılmak istenen hedef Urumçi ve Kaşgar'ı alışveriş ve iş turizm üssü yaparak Orta Asya'da önemli bir ticari merkezi konumuna taşımaktır.

Ulaştırma kapsamında sivil havacılığın geliştirilmesi ve turizm ulaştırmasında havayolunun payının artırılması planlanmaktadır. Havayolu ulaşımı ile birlikte demiryolu ve karayolu ulaşımı konularındaki gelişmelerin sürekli takip edilmesine ve daha modern ulaşım sistemlerinin teşvik edilmesine yönelik çabalar sürdürülmektedir. Bu kapsamda ulusal ve uluslararası tren seferlerinin, ülkeler arası uçuşların, turizm araç kiralama işletmelerinin ve uzun yol otobüs şirketlerinin sayılarının ve niteliklerinin artırılması planlanmaktadır.

Bölgenin sahip olduğu coğrafi koşullardan yararlanarak doğa sporları, doğa yürüyüşleri, paten, kayak, bisiklet, kampçılık, açık hava spor etkinlikleri, dağcılık, çöl turları, vb. gibi turistik faaliyetleri arttırmak ve böylece turizm gelirlerini yükseltmek amaçlanmaktadır. Alternatif turistik ürünler kapsamında kaplıca ve termal kaynakların modernize edilmesi ve yeni tesisler inşa edilmesi üzerinde çalışılan diğer alanlardır.

Çağın gereklerine uygun olarak daha fazla gelir elde edebilmek amacıyla, turizmde e-ticaret uygulamalarına yönelik düzenlemeler planlanmaktadır. Turistlerin kullandığı online seyahat hizmetlerinin altyapısını geliştirerek turizm gelirlerinin artırılması hedeflenmektedir.

Sincan Uygur Özerk Bölgesi turizm gelişim açısından sağlık turizmine önem verilmektedir. Urumçi'de bulunan sağlık tesislerinin geliştirilmesi, modernize edilmesi ve pazarlanması konusunda çalışmalar yürütülmektedir. Sağlık turizminden bölge genelinde 200 milyon RMB (yaklaşık 30 milyon A.B.D. doları) bir kazanç sağlanması hedeflenmektedir (Phan, 2011 s.16).

Bu aşamalar kısaca özetlendiğinde, bölge yatırımları ve bölgenin kalkınması için yapılması gereken birçok uygulama mevcuttur ve bazıları gerçekten hayati olarak görülmektedir. Her şehir için farklı ihtiyaçlar mevcuttur. Çünkü şehirlerin coğrafi, beşeri ve kültürel özellikleri farklılık göstermektedir. Bu kalkınma projesi kapsamındaki şehirler, köyler ve diğer alanlarda gerçekleştirilmek istenen hedefler açık bir plan haline getirilmiş ve uygulanmaya başlanmıştır. Doğal olarak bu tür büyük projelerin gerektirdiği finansal kaynakların sağlanması için özel sektör fonları ve devletin teşvikleri büyük önem arz etmektedir.

Turizm gelişimi için planların gerçekleştirilmesi yoluyla Sincan Uygur Özerk Bölgesi'ne gelecek yabancı turist sayısının artması sağlanabilecektir. Aynı zamanda Çin genelindeki bölge ve şehirlerden kaynaklanan iç turizm hareketleri Sincan Uygur Özerk Bölgesini turizmde daha ileri noktalara taşıyabilecektir. Turizme dayalı bir kalkınma hamlesi kaliteyi iyileştirmek yoluyla

rekabet edebilmeye bağlıdır. Bu nedenle hizmet kalitesini artırmaya yönelik faaliyetler, bölge turizmi için yeni bir aşama olacaktır.

Çin'deki bütün eyaletler, otonom bölgeler ve merkeze bağlı büyük şehirler 2020 yılına kadar olan turizm geliştirme hedeflerini belirlemiştir. Doğal güzellikleri ve zenginlikleri, tarihi İpek Yolu'nun kültür mirasıyla Sincan Uygur Özerk Bölgesi turizm gelişimi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Bu bölgede henüz ortaya çıkmamış birçok turizm zenginliği bulunmaktadır. Sincan Uygur Özerk Bölgesi Halk Hükümeti nezdinde yürütülen araştırmalar doğrultusunda, 2020 yılına kadar olan süreçte turizm gelişim planları ortaya konulmuştur. Sözü edilen planın hedefleri aşağıdaki tabloda özetlenmiştir (Wong, 2010, s.17).

Tablo 1. Sincan Uygur Özerk Bölgesinin 2020 Turizm Hedefleri

	2016 yılı	2018 yılı	2020 yılı
Yabancı turist sayısı	600.000	770.000	1.000.000
Dış turizm gelirleri	250 milyon \$	400 milyon \$	650 milyon \$
Yerli turist sayısı	21 milyon	29 milyon	37 milyon
İç turizm gelirleri	24 milyar RMB (yakl. 3,7 Milyar \$)	40 milyar RMB (yakl. 6,1 Milyar \$)	60 milyar RMB (yakl. 9,2 Milyar \$)

Kaynak: Wong, 2010, s.17.

Sonuç ve Değerlendirme

21. yüzyılın başat ekonomik güçlerinden biri haline gelen ve bu konumunu gelecek yıllarda da koruyacağı öngörülen Çin turizm açısından da önemli atılımlarda bulunmaktadır. Bu kapsamda Çin'in otonom bir bölümü olan Sincan Uygur Özerk Bölgesi de dünya turizm pazarından pay alma çabası içindedir. Sahip olduğu doğal, tarihsel ve kültürel kaynaklardan yararlanarak turizm alanında gelişme yolunda olan Sincan Uygur Özerk Bölgesi'nde bir dizi proje ve plan hayata geçirilmektedir. Çeşitli şehirlerin turizm çekicilikleri belirlenmesi suretiyle yöreye özgü turizm gelişimi sağlamak üzere hayata geçirilen projeler bulunmaktadır ve gelecek yıllar için planlamalar yapılmaktadır. Turizmin kalkınma açısından bölge ekonomisine olumlu katkılar sağlayacağı ve bölgeler arası dengesizliğin giderilmesinde önemli bir rol oynayabileceği düşünülmektedir.

Kalkınma çabalarında önemli olan hususların başında iyi bir planlama çalışması gelmektedir. Planlama ve raporlama sayesinde sürece başlamadan önce geçmiş deneyimlerden, deneyimli kişilerden, mevcut turizm etkinliklerini

sağlayan işletmelerden, turizm etkinliklerine katılanlardan önemli veriler elde edilebilir. Bu veriler kullanılarak, ekonomik imkanların ve eldeki kaynakların yardımıyla, uygulama aşamasına geçilmesi daha doğru bir yol olacaktır. Uygulamalar sonunda ise gerçekçi değerlendirmeler yaparak eksiklikleri belirlemek ve bunları gidermek mümkün olabilecektir.

Bu çalışmada Sincan Uygur Özerk Bölgesinin kalkınma planının özellikleri incelenmiştir ve getirileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Sincan Uygur Özerk Bölgesinin ekonomik olarak kalkınmasında tek etkili sektör olmasa da yatırım yapıldığı takdirde turizmin kalkınmanın öncü sektörlerinden birisi olabileceği sonucuna varılmıştır. Bu kalkınma çabasında bölgenin ana değerlerinin ve diğer özelliklerinin en nitelikli biçimde sunulmasının önemli olduğu ortaya konulmuştur.

Dünya örneklerinden yararlanarak hayata geçirilen uygulamaların her aşamasında uzman kadrolardan, bölgeye yurt dışından ya da yurt içinden gelen turistlerden ve bu süreçte görev yapan turizm işletmecilerinden anketler ya da görüşmeler yoluyla elde edilen veriler kullanılmak suretiyle saptanan eksiklikler giderilmelidir. Böylece bölge kalkınmasında turizmin yararı artırılabilir. Bu aşamada yapılacak olan ekonomik girişimlerde özel ve kamu fonlarının kullanımı yoluyla, uygulamaların daha kısa zamanda olumlu sonuçlar vereceği söylenebilir. Bölgede açılacak olan ya da hâlihazırda faaliyetini sürdüren turizm işletmelerine gerekli ekonomik katkıların yapılması, vergi muafiyeti ya da indirim gibi uygulamaların gerçekleştirilmesi, işletmelere yeni yerlerin tahsis edilmesi ya da var olan yerlerin daha kullanışlı hale gelebilmesi açısından gerekli yardımların yapılması turizm gelişimi açısından önem taşıyan hususlar olarak öne çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

AU, Chun-Chung, and J.V. Henderson (2006), "Are Chinese Cities Too Small?" Review of Economic Studies, 73(3), 549-576.

CHANGRONG, Ling (2000), "Holiday Tourism", China Tourism News (December 22).

CHEN, Jean ve Peng Cheng (2007), "Corporate Governance and the Harmonisation of Chinese Accounting Practises with IFRS Practises", Corporate Governance , 15(2), 284-293.

CHEN, Mingxing, Weidong Liu, Xiaoli Tao (2013), "Evolution and assessment on China's urbanization 1960–2010: Under-urbanization or over-urbanization", in Habitat International, 38, 25-33.

ÇAVDAROĞLU, A. (1984), "Uygur-Çin İktisadi Münasebetleri", İ.Ü.E.F Tarih Dergisi.

EBERHARD, Wolfram (1986), A Dictioanry od Chinese Symbols: Hidden Symbols in Chinese Life and Thought, Routledge, London.

HAN, Enze (2010), "Boundaries, Discrimination, and Interethnic Conflict in Xinjiang, China", International Journal of Conflict and Violence, 4(2), 244 – 256.

JINGYA, Zhang (2010), "China Unveils 12th Five-Year Plan", CNTV.

LITTLE, Stephen and Shawn, Eichman (2000), Taoism and the Arts of China, University of California Press. Berkeley.

MUGHAL, Muhammad Aurang Zeb. 2013. "Pamir Alpine Desert and Tundra" Robert Warren Howarth (ed.), Biomes & Ecosystems.

PHAN, Gang (2011), "China's Wen Delivers Key Targets of its Development", International Business Times.

RAJ, Razaq and Nigel D. Morpeth (2007), Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management: An International Perspective. CABI.

RICHARDS, G. (2007), Cultural Tourism: Global and Local Perspectives, The Haworth Press, Binghamton.

WILKINSON, Endymion (2000). Chinese History: A Manual. Harvard University Press, Cambridge.

WONG, Amy (2010), "China to Further Strengthen HK's role in 12th Five-Year Plan", International Business Times.

YIXING, Zhou ve Yu Haibo (2004), "Restructure of China's Urban Population", City Planning Review.

Elektronik Kaynaklar

<http://akademiye.org/tr/?p=156>

<http://akademiye.org/tr/?p=291>

<http://thechinaperspective.com/topics/province/xinjiang-province/>

<http://travel.china.com/cm>

<http://www.chinatourmap.com/maps/images/xinjiang.gif>

<http://www.travel.eastday.com>

http://www.gov.cn/test/2005-08/11/content_27116.htm

<http://www.heritage.org/Index/Country/China>,

https://en.wikipedia.org/wiki/Tourist_attraction_rating_categories_of_China

Pekin Ticaret Müşavirliği (2012), <http://destektakip.ekonomi.gov.tr/haber-goster.cfm?haberkodu=1200933>, 12.10.2015.

.

Havayolu Yolcu Haklarına İlişkin Yasal Düzenlemelerin Yolcular Tarafından Değerlendirilmesi: İstanbul Atatürk Havalimanında Bir Araştırma*****

Ali TUNCEL

Düzce Üniversitesi,
Sosyal Bilimler Enstitüsü
alituncel44@hotmail.com

Doç. Dr. Emrah ÖZKUL

Kocaeli Üniversitesi,
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
emrahozkul@hotmail.com

Yrd. Doç. Dr. Arif GÜNGÖR

Düzce Üniversitesi,
Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
arifgungor@hotmail.com

Özet: Bugün havayolu şirketleri teknolojik gelişmelere paralel olarak sunduğu konfor ve hız ile seyahatçiler açısından daha çok tercih edilmektedir. Bununla birlikte geçmişten bugüne kadar hava yollarında yaşanan çeşitli sıkıntılar yolcular için maddi ve manevi birçok kayıplara neden olmuştur. Son yıllarda ABD ve Batı Avrupa ülkeleri gibi gelişmiş toplumlarda tüketici hakları kapsamında getirilen düzenlemeler havayolu ile seyahat eden yolcuları da kapsayıcı boyutlara ulaşmıştır. Türkiye bu eksikliğini AB'nin söz konusu düzenlemesinin benzerini Türkçeye uyarlayarak Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü bünyesinde bir yönetmelikle giderme yoluna gitmiştir. Türkiye'de 3 Aralık 2011 tarihli 28131 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan ve 1 Ocak 2012'de yürürlüğe giren "Havayolu ile Seyahat Eden Yolcuların Haklarına Dair Yönetmelik" (Shy-Yolcu, 2012) çerçevesinde ele alınan söz konusu yönetmelik bu çalışma için de temel referans olarak kabul edilecektir. Bu çalışmada; getirilen yasal düzenlemelerle havayolu ile seyahat eden yolculara ne tür haklar sağlandığı ve havayolu şirketlerinin sorumluluklarının neler olduğu araştırılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Havayolu Yolcu Hakları, Yasal Düzenlemeler, Turizm, İstanbul Atatürk Havalimanı

***** Bu çalışma Düzce Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Destek Programı kapsamında desteklenmiştir. Proje Numarası: 2013.15.01.142

An Evaluation by Passengers About Legal Regulations and Applications of Airline Passengers Rights: A Study in İstanbul International Airport

Abstract: Today airline companies which carry both people and cargo with offering comfort and speed parallel to technological improvements, are more preferred by travellers. However, until today the inconveniences of airline cause losts of tangible and moral losses for passengers. Recently in developed countries like United States of America / USA and West European countries, settlements in coverage of user rights also involve passengers. Although there is a Turkish Civil Aviation Law number 2920 in Turkey, it is seen that there are still incompleteness about this subject. In order to overcome this, the Similar of the regulation in EU was adopted in Turkish and put in Civil Aviation General Management regulation. "The Regulation Rights of Air Line Passengers" (Shy-Passenger, 2012) that was published in an Official Gazette of the Republic of Turkey numbered 28131 dated 3 December 2011 and administered on 1 January 2012 is accepted as a main reference for this study.

Keywords: Airline Passenger Rights, Legal Arrangements, Tourism, İstanbul Ataturk Airport.

Giriş

Teknolojik gelişmelerin yaşandığı bugünlerde, yolcu ve yük taşımaya yönelik, birbirine bağımlı faaliyet ve birimlerden oluşan havayolu ulaşım sektörü sunduğu konfor ve ulaşım süresinin kısalığı gibi nedenlerle daha da tercih edilir bir hale gelmiştir. Bu tercih sırasında bazı sorunlarda yaşanmıştır. Özellikle tatil amaçlı uçuş yapan yolcuların yaşadıkları bu olumsuzluklar (beklemeler, rötarlar, muhatap bulamama, eşyaların kaybolması, bagajların zarar görmesi vb.) bu sorunların bazılarıdır. 2012 yılında yürürlüğe giren yönetmelik ile birlikte söz konusu sorunların azaltılması, hava yolu işletmelerinin hizmet kalitesini artırması, yolcu hakları konusunda daha ciddi olunması ve neticede havayolu işletmelerine olan güvenin artması planlanmıştır.

Bu araştırma ile ilgili yönetmeliğin daha geniş kitlelere duyurulması ve bu konuda farkındalık yaratılmasına ilişkin bir katkının da sağlanabileceği beklenmektedir. Ayrıca havayolu ile yapılacak seyahatlere olan talebin artacağına ilişkin beklentilerin ortaya çıkarılması bu araştırmanın önemli olabilecek bir başka yönünü oluşturmaktadır. Getirilen yasal düzenlemelerle

havayolu ile seyahat eden yolculara ne tür haklar sağlandığı ve havayolu şirketlerinin sorumluluklarının neler olduğu araştırma konusu olmuştur. Elde edilecek bulgulardan, yolcu hakları konusunda getirilen düzenlemeler konusunda yolcuların bilinirlik düzeylerinin düşük olacağı, ancak uçak şirketlerine olan güvenlerinin artacağı, şirketlerin yolcularına sundukları hizmet düzeyinin artacağı, hava yollarına olan talebin artacağına ilişkin görüş ve tutumlara sahip olacakları beklenmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1 Havayolu Taşımacılığı, Özellikleri ve Sınıflandırılması

Yolcu ve yük taşımaya yönelik birbirine bağımlı faaliyetlerden ve birimlerden oluşan bir sistem olan havayolu ulaştırması; havayolu işletmeciliği, hava seyrüsefer ve hava trafik kontrol hizmetleri, yer ve ikram hizmetleri, eğitim, bakım, ilgili alt ve üst yapılar ve diğer havacılık faaliyetleri ile bütün bu faaliyetlerin uluslararası kurallara göre koordinasyonu ve denetimi kapsamaktadır (DPT, 1995). Yolcu ve yük taşımacılığı hizmeti sunan havayolu taşımacılığı faaliyetleri, ekonomik gelişme ve büyümede çok önemli bir rol oynamaktadır (Grosche, 2009).

Hava taşımacılığı, kısa sürede çok hızlı teknolojik ve yapısal değişiklikler göstermiştir. Bir yandan geniş kapasiteli, yakıt tasarrufu sağlayan, düşük gürültü ve emisyon seviyelerine sahip uçakların geliştirilmesinin; havayolu şirketlerinin faaliyetleri, yönetimi, hizmet kalitesi ve kapsamı üzerinde büyük ölçüde etkisi olurken diğer yandan serbestleşme, özelleştirme, sektörün daha ticari bir yapıya dönüştürülmesi ve işbirliklerinin oluşması sektörün yapısını değiştirmiş ve sektörü tüketicilerin hakim olduğu bir pazara dönüştürmüştür (DPT, 2001).

Toplu gezi turizminin yapılmaya başlandığı 1950'li yıllardan itibaren turizm-havayolu ilişkisi önem kazanmaya başlayarak, tur operatörlerinin geniş halk kitleleri üzerinde turizme olan istemlerini artırmak için başta gelen uğraşlarından biri olmuştur. Seyahat hizmetlerinin bu denli örgütlenmiş ve bütünleştirilmiş şekli ise "PAKET TUR" olarak adlandırılmaktadır. Şüphesiz, toplu-gezi turizmini yaratan ve böylece uluslararası turizmin hızlandıran paket turlar genellikle en etkin bir biçimde "havayolu" (uçak) ile yapılmaktadır.

Havayolları ile yapılan seyahatlerin 1950 yılından beri sürekli bir şekilde büyümesi, "turizm-havayolu" ilişkisinin birbirine bağımlı olduğunu ve aralarında doğrusal bir fonksiyonun bulunduğunu göstermektedir. Günümüzdeki turizm hareketlerinin büyük bir bölümü için ulaştırma, havayollarını ifade etmektedir (Gürdal, 1995). Ulaştırma türü hakkında genel bir değerlendirme yapıldığında; 2014 yılı verilerine göre havayolunun %54, karayolunun %39, denizyolunun %5

ve demiryolunun %2'lik paya sahip olduğu anlaşılmaktadır. Yıllara göre değişim incelendiğinde havayolu ile ulaştırma %42'lik düzeyden %12'lik bir artış sağlamıştır (WTO, Tourism Highlights, 2015). Diğer ulaştırma araçlarındaki düşüş, geleceğe ilişkin beklentiler açısından havayolunun önemini artıracaklarını ortaya koymaktadır.

Havayolu taşımacılığı kendine has bir çok özelliği bünyesinde barındırmaktadır. Bu özelliklere havayolu işletmelerinin karlı bir şekilde ayakta kalabilmeleri için, sektörü etkileyen ekonomik, politik, teknolojik, hukuksal ve çevresel etkilerle birlikte seçilen işletme stratejileri açısından bakmak daha açıklayıcı olacaktır (Şengür, 2004).

Havayolu taşımacılığı sektörü diğer sektörler ile etkileşim içinde olmasıyla birlikte, kendi bünyesinde oluşturmuş olduğu bir takım temel özelliklere sahiptir. Bu temel özellikleri aşağıdaki biçimde sıralamak mümkündür (Dökmen 1998; Wells 2004; Aslan, 2007; Kuyucak ve Şengür, 2009);

- Havayolu taşımacılığı, oligopol pazar özelliği göstermektedir. İşletmeler, oligopol pazarın özelliği olarak, karşılıklı bağımlılık esasına göre rekabet etmenin yanı sıra diğer oligopol pazar özelliklerine de sahiptirler.
- Havayolu işletmeleri, sahip oldukları varlıklarının büyük çoğunluğunun teknolojik gelişmeye bağlı olması sebebiyle, teknolojik gelişmelerden oldukça fazla etkilenmektedir.
- Havayolu taşımacılığı sektörü, yakıt maliyetleri gibi kendi kontrolünün dışında gerçekleşen olaylara karşı hassastır. Dünya petrol fiyatlarındaki artışlardan ve hükümetlerin uyguladığı vergi politikalarından etkilenmektedir.
- Havayolu taşımacılığı sektöründe, uzmanlaşmış çalışanların eğitimleri ve bu kişilere verilecek ücretler, işletmeler için bir maliyet oluşturmaktadır. Ancak, müşterilere sunulacak hizmetlerin çalışanlar tarafından karşılanması, müşteride oluşturulacak her memnuniyetin işletmeye olumlu katkılar sağlayacağı düşünüldüğünde işletmeler açısından bu maliyet unsurunu katlanır kırmaktadır.
- Havayolu sektöründe oluşan talep, ekonomide meydana gelen olumsuz dalgalanmalardan doğrudan etkilenmektedir. Kişilerin gelir seviyeleri de ekonomik dalgalanmalardan olumsuz etkileneceği için tatil amaçlı seyahat eden yolcuların oluşturduğu talep, iş amaçlı

seyahat eden yolcuların oluşturduğu talebe göre daha fazla etkilenmektedir.

- Havayolu taşımacılığı hizmeti, güvene dayanan bir ürün özelliği taşımaktadır. Ancak, hizmetin tüketim öncesinde denenme imkânının olmayışı nedeniyle, müşterilerin tek bir havayolu işletmesine olan bağlılıkları çok düşük bir seviyede gerçekleşmektedir.
- Havayolu taşımacılığı ulusal ve uluslararası hukuki düzenleme ve kurallara tabidir. Ulusal anlamda, havayolu işletmeleri emniyet ve seyrüsefer konularında devlet gözetiminde bulunmaktadır. Uluslararası düzeyde ise, hava trafik haklarına göre diğer ülkelere yapılacak seyrüseferler için uluslararası anlaşmalara göre taşımacılık faaliyetlerini gerçekleştirmektedir.
- Havayolu işletmelerinde hizmet üretimi ile hizmetin müşteriye ulaştırılması eş zamanlı olarak gerçekleşmektedir ve ulaştırma başlı başına bir deneyim ürünü olup kalitesi çoğunlukla tüketim anında değerlendirilmektedir.
- Havayolu işletmelerin yapısı gereği bazı hizmetlerin işletme dışındaki bir kaynaktan satın alınması, işletmelerin temel yetkinliklerine odaklanmasını sağlamakta ve rekabet avantajını elde etmelerini sağlamaktadır.
- Havayolu işletmesinin ürünü ise, yolcuların ihtiyaçlarını karşılamak için sunulan uçuş-içi kabin hizmetleri, biletleme, bagaj transfer hizmetleri, kargo hizmetleri gibi tüm hizmetleri içerir.
- Havayolu taşımacılığı sektörü yapısal olarak üreticiler ve tüketiciler olmak üzere iki ayrı boyuttan oluşmaktadır. Bu doğrultuda, üreticiler; imalatçı işletmeler, hükümetler, havayolu taşımacılığı, havacılık destek hizmetleri ve havaalanı hizmetlerinden oluşmaktadır. Tüketiciler ise; yolcular ve kargo olmak üzere iki temel alt gruptan oluşmaktadır.

Havayolu taşımacılığının yapısı Şekil 1'de kapsamlı olarak gösterilmektedir.

Havayolu işletmelerinin çeşitli kriterlere göre sınıflandırıldığı görülmektedir. ICAO havayolu işletmelerini yaptıkları operasyonun türüne, trafik tipine, pazarda üstlendikleri rollere veya operasyonun büyüklüğüne, ekonomik

önem derecesine ve sahiplik yapısına göre sınıflandırılmaktadır (ICAO, 2004, Arıkan ve Ahipaşaoğlu, 2005:137). Bu sınıflandırma içerisinde yer alan işletmeler başlıca aşağıdaki gibidir;

Operasyonun tipine göre; Tarifeli havayolu işletmesi (Scheduled air carrier), Tarifesiz havayolu işletmesi (Non-scheduled air carrier), Charter havayolu işletmesi (Charter carrier),

Trafik tipine göre; Yolcu taşıyan havayolu işletmesi ve Kargo taşıyan havayolu işletmesi,

Pazarda üstlendikleri role veya operasyonlarının büyüklüğüne göre; Büyük havayolu işletmesi (Major air carrier), Bölgesel havayolu işletmesi (Regional carrier), Besleyici havayolu işletmesi (Feeder carrier), Banliyö havayolu işletmesi (Commuter carrier).

Pazardaki durumları ve ekonomik önem derecesine göre; Belli bir pazara hitap eden havayolu işletmesi (Niche carrier), Yeni kurulmuş havayolu işletmesi (Start-up carrier), Pazara yeni giren havayolu işletmesi (New entrant carrier), Düşük maliyetli havayolu işletmesi (Low-cost carrier).

Sahiplik yapısına göre; Devlet sahipliğindeki havayolu işletmeleri (State-owned carrier), Özel havayolu işletmesi (Private carrier), Ortak Havayolu İşletmesi (Joint venture carrier).

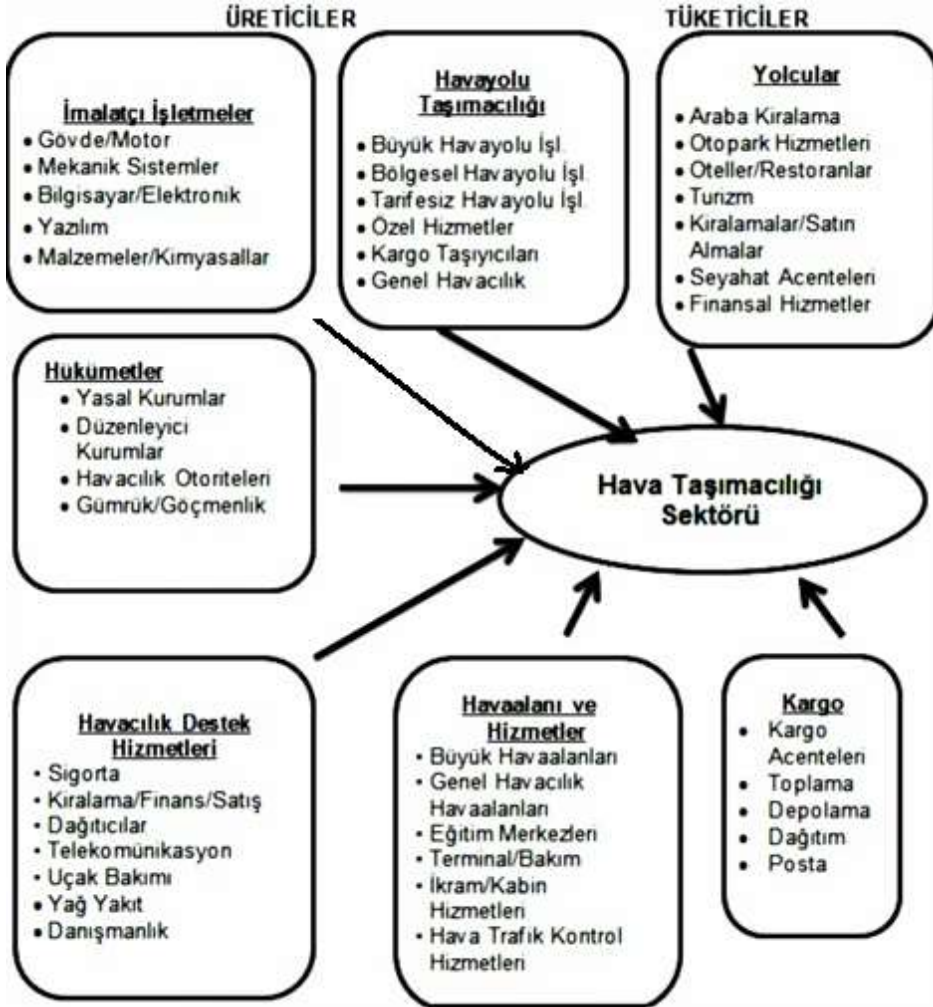
1.2. Havayolu İle Seyahat Eden Yolcuların Haklarına Dair Yönetmelik (Shy-Yolcu)

Yukarıda belirtildiği gibi havayolu ile ilgili problem yaşayan yolcuların durumlarına ilişkin oluşturulan yönetmelik seyahat eden yolcuların sahip olduğu haklar ve bu hakların geçerli olduğu durumları açıkça ortaya koymaktadır. Bu haklar aşağıdaki gibidir (Shy-Yolcu, 2012: 1-3);

Uçağa Kabul Edilmeme Durumunda Getirilen Haklar: Uçuşu icra eden hava taşıma işletmesi, bir uçuşta uçağa kabul edilmeme durumunun öngörülmesi halinde, öncelikle ilgili yolcu ile uçuşu icra eden hava taşıma işletmesi arasında mutabık kalınacak menfaatler karşılığında rezervasyonundan feragat edecek gönüllüler isteyecektir. Gönüllülere, Madde 9'a (Geri Ödeme veya Güzergâh Değişikliği Hakkı) uygun olunarak söz konusu yardım belirtilen kararlara ek olarak gerçekleştirilecektir. Eğer yolcular kendi iradeleri dışında uçağa kabul edilmezler ise, havayolu şirketi 1 Ocak 2012'de yürürlüğe giren "Havayolu ile Seyahat Eden Yolcuların Haklarına Dair Yönetmeliğin" "Tazminat

Hakkı (m.8) veya "Geri Ödeme ya da Güzergâh Değişikliği Hakkı (m.9) ya da Hizmet Hakkı (m.10) kurallarını yolcularına uygulayacaktır (Shy-Yolcu, 2012: 3-4).

Şekil 1: Havayolu Taşımacılığının Yapısı (Dökmen, 1998: 10)



Uçuşların İptali Durumunda Getirilen Haklar: Rezervasyonu yapılmış bileti olan en az bir yolcunun taşınmaması veya seferin gerçekleşmemesi

halinde iptalden bahsedilebilir. İptal durumunda seyahatin mesafesine göre belirli koşullarda yolcuya ödenecek tazminat miktarı ve ona sunulması gereken hizmetler tüzükle belirlenmiştir (Kaya, 2012: 140). Uçuşları iptal edildiği durumlarda, hava taşıyıcısı firmanın sorumlulukları aşağıdaki şekilde belirtilebilir:

- Bilet ücretinin tamamının en geç yedi gün içinde ödenerek, yolcunun seyahatinin ilk başlangıç noktasına ilk fırsatta dönmesini sağlayacak bir dönüş uçuşunun ücretsiz sağlanması,

- Benzer taşıma şartları altında, ilk fırsatta son varış yerine güzergah değişikliğinin sağlanması,

- Son varış yerine, boş koltuk durumuna bağlı olarak, yolcunun uygun göreceği daha sonraki bir tarihte, benzer taşıma şartları altında güzergâh değişikliğinin yapılması.

Bekleme süresine göre de havayolu işletmelerinin ayrıca;

- İki-üç saat arası gecikmelerde, makul ölçüde sıcak ve soğuk içecekler,
- Üç ila beş saat arası gecikmelerde sıcak ve soğuk içecekler ile günün zamanına göre kahvaltı veya yemek,

- Beş saat ve üzeri gecikmelerde sıcak ve soğuk içecekler ile günün zamanına göre kahvaltı veya yemek, ilave sıcak ve soğuk içecekler ile ilave hafif ara yemeği,

- Bir veya daha fazla gece konaklamanın gerekli hale geldiği durumlarda veya yolcu için ilave bir konaklamanın gerekli hale geldiği durumlarda, otelde veya uygun bir konaklama tesisinde konaklama,

- Havaalanı ve konaklama yeri (otel veya benzeri) arasındaki ulaşım bedelini ödeme zorunluluğu vardır.

Bunlara ek olarak süre kısıtlaması olmaksızın ise;

- İki telefon görüşmesi, faks mesajı veya e-posta hizmeti teklif etme zorunluluğu bulunmaktadır.

Yolcuya hangi durumlarda (örneğin siyasi istikrarsızlık, hava şartları, güvenlik riskleri, grevler vs.) tazminat ödenmeyeceği de ayrıca düzenlenmiştir. Ancak olağan üstü bir durumun gerçekleşmesi durumunda da yiyecek, konaklama, vs. hizmetlerin yolcuya sunulması gerekmektedir (Kaya, 2012: 140).

Uçuşların Tehiri Durumunda Getirilen Haklar: Uçuşların tehiri durumunda uçuşu gerçekleştiren havayolu işletmesi planlanan hareket saatinden itibaren,

- 1500 kilometreden (1500 km dâhil) daha kısa ve iç hatlardaki uçuşlar için iki saat veya daha fazla,
- 1500 ile 3500 (3500 km dâhil) kilometre arası uçuşlar için üç saat veya daha fazla,
- 3500 kilometreden daha uzun uçuşlar için dört saat veya daha fazla.

Havayolu işletmesi yukarıda belirtilen tehir durumlarında yolculara bekleme süresine uygun olarak yiyecek-içecek, haberleşme, duruma göre konaklama ve ulaşım hizmetleri sağlamak zorundadır. Ayrıca tehir en az 5 saat olduğunda ilgili havayolu işletmesi yolculara bilet ücretinin tamamını en geç yedi gün içinde ödeyerek, yolcunun seyahatinin ilk başlangıç noktasına ilk fırsatta dönmesini sağlayacak bir dönüş uçuşunu ücretsiz sağlamak zorundadır (Shy-Yolcu, 2012: 7).

Tazminat Hakkı: Türkiye’de 1.1.2012’de yürürlüğe giren ilgili yönetmeliğin tazminat hakkını düzenleyen 8.maddesine göre;

- 1500 km veya daha kısa süreli tüm uçuşlar için 250 Avro’nun TL cinsinden karşılığı,
- 1500-3500 km arası uçuşlar için 400 Avro’nun TL cinsinden karşılığı,
- 3500 km’den daha uzun uçuşlar için 600 Avro’nun TL cinsinden karşılığı, tutarında tazminat verilir.

Üst veya Alt Hizmet Sınıfına Yerleştirme: Havayolu şirketi, bir yolcuyu biletin satın alındığı hizmet sınıfından daha üst bir hizmet sınıfına yerleştirdiği takdirde herhangi bir ek ödeme talep edemez. Tersine yolcunun daha alt bir hizmet sınıfına yerleştirilmesi durumunda, bilet ücretleri arasındaki farkın iadesine ek olarak;

- 1500 km veya daha kısa süreli tüm uçuşlar için bilet ücretinin %30’u,
- 1500-3500 km arası uçuşlar için bilet ücretinin %50’si,
- 3500 km’den daha uzun uçuşlar için bilet ücretinin %75’i yedi gün içinde çeşitli ödeme araçları ile yolcuya ödenmesi zorunludur.

Hareket Kabiliyeti Kısıtlı veya Özel İhtiyaçları Olan Kişiler: Havayolu şirketi, Hareket kabiliyeti kısıtlı kişiler ve refakatçileri ile refakat etmek için sertifikalandırılmış rehber köpekler ve tek başına seyahat eden çocukların taşınmasına öncelik tanınır. Uçağa kabul edilmeme, iptal ve her türlü tehir söz konusu olduğunda, bu kişiler en kısa zamanda yiyecek-içecek, konaklama, haberleşme, ulaşım gibi hizmetleri alma haklarına sahiptirler.

Yolculara Haklarını Bildirme Yükümlülüğü: Havayolu taşıyıcısı şirket bir iptal durumu ya da en az iki saatlik bir tehir söz konusu ise her yolcuya haklarını sözlü, yazılı ve/veya elektronik formatta bildirmekle yükümlüdür. Yolcuyu uçağa kabul etmeyen veya bir uçuşu iptal eden hava taşıma işletmesi, etkilenen her yolcuya bu yönetmeliğe göre tazminat ve yardım kurallarını belirleyen yazılı bir bildirim sunmakla yükümlüdür.

Havayolu şirketi, check-in işlemi sırasında, “Uçağa kabul edilmediğiniz, uçuşunuz iptal edildiği veya en az iki saat tehir edildiği takdirde, alacağınız hizmetler ile ilgili haklarınızı belirten metni check-in kontuarından veya uçağa biniş kapısından isteyiniz.” ifadesini içeren Türkçe ve İngilizce bir bildirim okunaklı bir şekilde yolcular tarafından açıkça görülebilmesini sağlamak zorundadır.

2. Araştırmanın Yöntemi

2.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı “Havayolu İle Seyahat Eden Yolcuların Haklarına Dair Yönetmeliğe ilişkin bilinirlik düzeyleri ile bu yönetmelik hakkındaki görüş ve tutumlarını belirlemektir. Bu temel amacın yanında;

- Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özellikleri ile yönetmeliğin bilinirlik düzeyi,
- Araştırmaya katılan katılımcıların uçakla seyahat sıklıkları ile yönetmeliğin bilinirlik düzeyi,
- Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özellikleri ile bilinçli yolcu davranışı,
- Araştırmaya katılan katılımcıların uçakla seyahat sıklıkları ile bilinçli yolcu davranışı,
- Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özellikleri ile bilgilendirme faktörü,

- Araştırmaya katılan katılımcıların uçakla seyahat sıklıkları ile bilgilendirme faktörü arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespit etmek gibi alt amaçlar da bulunmaktadır.

Araştırmada tanımlayıcı araştırma modeli kullanılmıştır. Tanımlayıcı araştırma modeli, mevcut problemi ve bu problemle ilgili durumları, değişkenleri ve değişkenler arasındaki ilişkileri tanımlamaktadır (Kurtuluş, 2004: 252). Araştırma hipotezlerinin katılımcıların demografik özellikleri ve uçakla seyahat sıklıkları değişkenleri ile kurulmasının nedeni belirtilen değişkenlerin ilgili yönetmeliğin bilinirlik düzeyini etkileyeceğinin düşünülmesidir.

İstanbul Atatürk Havalimanından seyahat eden yerli yolcular araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Ancak havayolları ile seyahat eden yolcuların uçuş zamanları ve sayılarını net olarak belirlemek oldukça güç olmaktadır. Ayrıca yolculara ilişkin listeye gizlilik ve güvenlik nedeniyle ulaşılamama sorunu olduğundan araştırma evreni için bir çerçeve oluşturmak da zor olmaktadır. Bu çalışmada evrenin belli olmadığı bir durum söz konusudur. Sekaran'ın (1992: 253) belli evren için kabul edilebilir örneklem büyüklüklerine bakıldığında 1.000.000 ve üzeri evren büyüklükleri için 384 örneklem büyüklüğü temel alınmıştır.

Uygulama çalışmaları Atatürk Havalimanı Mülki İdare Amirliğinden alınan geçici giriş izli ile 2013 yılının Nisan, Mayıs ve Haziran aylarında karşılıklı görüşme yoluyla yapılan nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Katılımcılara toplam 520 anket formu dağıtılmıştır. Toplanan anketlerde 15 anketin hiç doldurulmadığı, 19 anketin ise tam olarak doldurulmadığı tespit edilmiştir. 486 anket değerlendirmeye alınmıştır. Katılımcıların tarafsız ve rahat cevap verebilmelerini sağlamak amacıyla anket çalışmaları isimsiz olarak yapılmıştır. Araştırma bu anketler üzerindeki cevaplar ışığında yapılmış ve değerlendirilmiştir. Örneklem hacmi kolayda örnekleme ile seçilen 486 yolcudan oluşmaktadır.

Nicel araştırma, bazı ürün ve hizmetlerden haberdar olan tüketicilerin sayıları ve yüzdeleri gibi, sayılar ve nicelikler hakkında bilgi vermektedir (Proctor, 2003). Anket tekniği, belli bir konuda saptanmış hipotezlere ya da sorulara bağlı olarak, bir evren yada örnekleme oluşturan kişilere sorular yönelmek suretiyle sistemli ve yazılı veri toplama tekniği olarak tanımlanabilir (Balcı, 2011). Anket formundaki soruların hazırlanmasında, havayolu ile seyahat eden yolcuların haklarına dair yönetmelik ile Mert (2004), Dickinson ve Shaver' in (1982) yapmış oldukları araştırmaların anket sorularından da yararlanılmıştır. Araştırmanın amaçlarına uygun olarak hazırlanan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 8 adet soruya ve yönetmelik ve uçak seyahati ile ilgi çoktan seçmeli, sıralama, sınıflama ölçeğinde geliştirilmiş 5 adet soruya yer verilmiştir.

İkinci bölümde 5'li likert ölçeği esas alınarak hazırlanmış 25 ifadeye yer verilmiştir.

2.2. Güvenirlik ve Geçerlilik

Güvenilirlik; bir ölçme aracında bütün soruların birbiriyle tutarlılığını, ele alan oluşumu ölçmede türdeşliğini ve yeterliliğini ortaya koyan bir kavramdır (Özdamar, 2004: 622). Güvenilirlik analizi yapılırken iki farklı yaklaşım bulunmaktadır. İlk yaklaşım birbirini takip eden ölçümlerde bireyin grup içerisindeki sırasının değişmemesidir. İkinci yaklaşım ise birbirini takip eden ölçümlerde ölçme hatalarının büyüklüğüdür. Ölçeğin tekrar edilen ölçümlerinde aynı denekten hemen hemen aynı ölçüm değerinin elde edilmesidir. Güvenilirlik hem ölçme aracına hem de aracın sonuçlarına ait bir özelliktir (Ercan ve Kan 2004: 212)

Güvenirlik Katsayısı: 0,00 – 0,40 Arası güvenilir değil, 0,42 – 0,60 Arası düşük güvenilirlikte, 0,61 – 0,80 Arası oldukça güvenilir, 0,81 – 1,00 Arası yüksek derecede güvenilir olarak değerlendirilmiştir (Özdamar, 2002: 18).

Tablo 1: Faktörlerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Faktörler	İfade sayısı	Cronbach Alfa değerleri
Genel	25	,858
Yönetmeliğin Bilinirlik Düzeyi	10	,927
Bilinçli Yolcu Davranışı	7	,892
Bilgilendirme	3	,619

Yapılan çalışmanın güvenilir olup olmadığının ölçmek için her bir ölçeğin ayrı ayrı Cronbach Alfa değerine bakılmıştır. Güvenilirlik analizi sonucunda ölçekteki maddelerin güvenilirliğini düşüren 2, 3, 7, 23 ve 25. ifadeler çıkarılarak eksiltme işlemi yapılmıştır.

Tüm ölçeklere ilişkin ve her bir ölçek için yapılan güvenilirlik analizi Cronbach Alfa Değeri tabloda gösterilmiştir. Bilgilendirme ölçeğine ilişkin değer 0, 619 bulunmuş ve ölçeğin güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Genel ifadeler, yönetmeliğin bilinirlik düzeyi ve bilinçli yolcu davranışı ölçeğine ilişkin değerler ise 0, 81in üzerinde bulunmuş ve ölçeklerin yüksek derecede güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

Ölçeğe ilişkin geçerlilik çalışmasında, ifadelerin ölçme amacına uygun olup olmadığını, ölçülmek istenen alanı temsil edip etmediğini ve farklı kavramları barındırıp barındırmadığını belirlemek amacı ile uzman görüşüne başvurulmuştur. Bu görüşmeler neticesinde bazı ifadeler uzman görüşleri doğrultusunda düzenlenmiştir.

2.3. Faktör Analizi

Sosyal bilimlerde kavramların birbirleri ile ilişkisi araştırılırken, kavramların doğrudan ölçümü yapılamadığı için bu kavramları gösteren davranış ve tutumlar ifadelere dönüştürülerek ölçekler geliştirilir. Sorulan soruların cevap verecek kişiler tarafından kaç boyutta algılandığını saptamak için faktör analizi uygulanır (Sipahi, Yurtkoru ve Çinko 2010, 73). Faktör analizi birimlerin çok sayıdaki birbirleri ile ilişkili özellikleri arasından, birlikte ele alınabilen, birbirleriyle ilişkisiz fakat bir oluşumu (olayı, fenomeni) açıklamakta yararlanabilecek olanlarını bir araya toplayarak (gruplayarak) yeni bir isimle, faktör olarak tanımlamayı sağlayan, bir yöntemdir. İki temel amacı vardır. Bunlar; değişken sayısını azaltmak ve değişkenler arasındaki ilişkiden yararlanarak bazı yeni yapılar ortaya çıkarmaktır (Özdamar, 2002: 234). Bu çalışmada da bütünsel olarak ifadelerin yer aldığı bölüm faktör analizine tabii tutulmuş ve aşağıdaki şekilde tablolaştırılmıştır.

Tablo 7: Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	İfade	Faktör yükleri		
		1	2	3
Bilinirlik Düzeyi	Tehir durumlarında yasal hakların neler olduğunun bilinmesi	,888		
	İptal durumlarında yasal hakların neler olduğunun bilinmesi	,882		
	Uçağa alınmayan durumlarda yasal hakların neler olduğunun bilinmesi	,863		
	Şirketin, hizmet sınıfı değişikliğinde yasal hakların neler olduğunun bilinmesi	,863		
	Hangi durumlarda tazminat hakkı talep edileceğinin bilinmesi	,825		
	Özel ihtiyaçları olan kişilere sunmakla yükümlü olunan hizmetlerin bilinmesi	,808		
	Uçuştan önce yolculara haklarını bildirme yükümlülüğünün bilinmesi	,748		
	Yönetmeliği okumadan öncede hakların neler olduğunu bilinmesi	,699		
	Bu yönetmeliğin uygulanmasında nereye başvuracağını bilinmesi	,627		
	Yasal hakların neler olduğunun bilinmesi	,583		
Bilinçli Yolcu Davranışı	Yönetmelik ile uçak şirketlerinin yolcularına daha iyi hizmet verileceğine inanılması		,849	
	Yönetmelik ile havayolu işletmelerinin sunduğu hizmet kalitesinin artacağını düşünülmesi		,814	
	Yönetmelik ile yolcuların haklarını aramaya yönelik bilinç düzeylerinin artacağını düşünülmesi		,803	
	Yönetmelik ile yolcuların havayollarına olan güvenlerinin artacağını düşünülmesi		,799	

	Yönetmelik ile havayolu işletmelerinin yasal sorumluluklarını yerine getirmesinde etkili olacağına düşünülmesi		,796	
	Yönetmelik ile havayollarına olan yolcu talebinin artacağına düşünülmesi		,687	
	Yönetmelik ile uçak şirketleri yolcu haklarına daha fazla önem vereceğinin düşünülmesi		,620	
Bilgilendirme	Yönetmelik hakkında kamuoyunda yeterince bilgilendirme yapılması			,821
	Son bir yıl içinde yolcu haklarına ilişkin daha ciddi bilgilendirme yapılması			,684
	Yürürlüğe giren bu yönetmelik ile yasal düzenlemelerin çok iyi uygulandığına inanılması			

Yapılan faktör analizi sonucunda ölçeklerin faktör yüklerinin alt kabul noktası olarak kabul görmüş olan 0.50'nin üzerinde olduğu görülmektedir. Maddelerin dağılımına bakıldığında ölçeğin tasarımında hedeflenen **üç boyuta** ulaştığı görülmektedir. Çalışmada bu üç boyutun diğer değişkenlere göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark gösterip göstermediği analiz edilmiştir.

2.3. Bulgular ve Verilerin Analizi

Katılımcıların demografik özellikleri frekans ve yüzde olarak özet tablo halinde verilmiştir. Araştırma kapsamında uçakla seyahat eden yolcuların; cinsiyet, yaş, aylık gelir, medeni durum, eğitim düzeyi ve uçakla seyahat sıklığı değişkenlerine göre elde edilen bulgular tablolar halinde yorumlanmıştır. Araştırmanın alt problemleri çözümlenirken öncelikle frekans (f), yüzde (%), aritmetik ortalama (\bar{X}) değerlerine yer verilmiştir. Araştırmada istatistiksel çözümlenmeler yapılmadan önce Levene F testi yapılmış, varyansların homojen olup olmadığı tespit edilerek parametrik testler uygulanmıştır. İki bağımsız grubun farklılık düzeylerinin tespitinde t-testi, İki'den fazla grubun ortalamaları karşılaştırılırken Varyans Analizi (ANOVA) ve Post Hoc testlerinden Tukey testi kullanılmıştır. Elde edilen veriler için anlamlılık düzeyi "0,05" olarak kabul edilmiştir.

Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Ankete katılan yolcuların demografik özellikleri ile ilgili analiz sonuçları aşağıdaki tablolarda ayrıntılı olarak verilmiştir.

Tablo 2: Örneklem Grubuna Ait Demografik Özellikler

Katılımcı Özellikleri	Sayı (n)		Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	322	66,3
	Kadın	164	33,7
Yaş	30 yaş ve altı	200	41,2
	31-40	188	38,7
	41-50	55	11,3
	51-60	43	8,8
Medeni Durum	Evli	264	54,3
	Bekar	222	45,7
Eğitim Durumu	İlköğretim	18	3,7
	Lise	87	17,9
	Ön lisans	65	13,4
	Lisans	270	55,6
	Y. Lisans / Doktora	46	9,5
Meslek Grubu	Özel	143	29,4
	Kamu	155	31,9
	Esnaf	80	16,4
	Çalışmıyor	106	22,2
Aylık Gelir	2000 TL ve altı	163	33,5
	2001-3000 TL	204	42,0
	3001-4000 TL	76	15,6
	4001 üzeri TL	43	8,8

Ankete katılan katılımcıların cinsiyete göre dağılımına bakıldığında % 66,3'ünün erkek, %33,7' sinin kadın katılımcıdan oluştuğu görülmektedir. Ankete katılan 486 katılımcının % 41,2'si 30 yaş altı , % 38,7'si 31-40 yaş, %11,3' ü 41-45 yaş, % 8,8'i 51-60 yaş arası olarak dağılım göstermektedir. Evreni temsil edecek 486 katılımcıdan oluşan örneklemin yaş dağılımı genel katılımcı dağılımına paralellik göstermektedir. Diğer yandan katılımcıların %54,3'ü evli, %45,7'si bekârdırlar.

Ankete katılan katılımcıların eğitim durumuna göre dağılımları göz önüne alındığında, % 55,6' sinin lisans, %17,9'nun lise, % 13,4'nün ön lisans, % 9,5'nin yüksek lisans/ doktora ve %3,7'sinin ilköğretim mezunu olduğu, yaş dağılımlarıyla eğitim seviyeleri kıyaslandığında iyi eğitilmiş ve genç bir kesimle çalışma yürütüldüğü ortaya çıkmaktadır. Ankete katılan katılımcılar meslek durumlarına göre sınıflandırıldığında % 31,9'nun kamu sektöründe, % 29,4'

ünün özel sektörde çalıştıkları, % 11,3' ünün öğrenci olduğu, %8,8'inin serbest meslekte çalıştıkları, % 7,6'sının esnaf olduğu, % 6,2' sinin çalışmadığı ve % 4,7' sinin ise emekli oldukları anlaşılmaktadır.

Uygulanan ankette katılımcıların aylık gelir durumlarının belirlenmesinde TL baz alınmıştır. Katılımcıların aylık gelir düzeylerine göre , % 42'sinin 2001-3000 TL, % 33,5'nin 2000 TL altı, % 15,6'sının 3001-4000 TL, % 4,9'unun 5001 TL üzeri ve % 3,9'nun 4001-5000 TL arasında olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2'de verilen bilgilerin dışında diğer bazı özelliklere göre katılımcılar hakkında daha fazla bilgi sağlanmaya çalışılmıştır. Ankette yer alan seçmeli sorulara ilişkin verilen cevaplar takip eden tablolarda yer almaktadır.

Tablo 3: Katılımcıların Seyahate Çıkış Nedenleri

Özellik		Sayı (n)	Yüzde (%)
Seyahate Çıkış Nedeni	İş	106	21,8
	Sağlık	20	4,1
	Sosyal	144	29,6
	Eğitim	24	4,9
	Dini	4	,8
	Tatil	166	34,2
	Diğer	22	4,5
	Toplam	486	100

Ankete katılan katılımcıların seyahate çıkış nedenlerine göre dağılımlarında % 34,2'sinin tatil, %29,6'sının sosyal, % 21,8'inin iş, % 8'inin dini, % 4,9'nun eğitim, % 4,5'inin diğer ve % 4,1'inin sağlık nedenleri ile seyahat ettikleri anlaşılmaktadır.

Uçakla seyahat sıklıklarına göre dağılımına göre yolcuların % 66,9'nun 1-10, % 24,7'sinin 11-20, % 4'ünün 21-30 ve % 3,5'inin 31-40 arasında olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4: Katılımcıların Uçakla Seyahat Etme Sıklıklarına Göre Dağılımı (Yıl)

Özellik		Sayı (n)	Yüzde (%)
Uçakla Seyahat Etme Sıklığı	1-10	325	66,9
	11-20	120	24,7
	21-30	24	4,9
	31-40	17	3,5
	Toplam	486	100

Tablo 5 : Katılımcıların Yönetmelik Hakkındaki Bilgi Düzeyleri

Değişkenler	Evet		Hayır	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Yönetmelik Hakkında Bilgi	39	8,0	447	92,0
Başvurulacak Kurum	266	54,7	220	45,3
Kitapçık Okuma	77	15,8	409	84,2

Yönetmelik hakkındaki bilgi düzeylerine yönelik verilen cevaplar incelendiğinde katılımcıların % 92'sinin yönetmelikten haberdar olmadığı, % 54.7'sinin seyahatlerinde memnun kalmadıkları ve şikayetçi oldukları bir konu olduğunda başvuracakları kurumu bildikleri ve %84.2'sinin seyahate çıkmadan önce hangi haklara sahip olduklarını belirten bir broşür ya da kitapçık okumadıkları belirlenmiştir. Alınan cevaplar ışığında ankete katılan katılımcıların genel anlamda yönetmelik ile ilgili bilgi seviyesinin düşük olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 6: Katılımcıların Seyahat Esnasında Olumsuzluklarla Karşılaşma Sıklığı

Olumsuzluklar	Hiç		Ara sıra		Sıklıkla	
	F	%	F	%	F	%
Rötarlar	107	22,0	269	55,3	110	22,6
Uçağa Alınmama	446	91,8	35	7,2	5	1,0
Uçuş İptali	405	83,3	69	14,2	12	2,5
Çifte Rezervasyon	428	88,1	51	10,5	7	1,4
Yeterli Bilgi Verilmemesi	224	46,1	208	42,8	54	11,1
Eşya Kaybolması	389	80,0	85	17,5	12	2,5
Eşyaların Zarar Görmesi	258	53,1	155	31,9	73	15,0
Şikayetlerin Yönetilememesi	275	56,6	158	32,5	53	10,9
Tazminatları Ödememe	458	94,2	21	4,3	7	1,4
Hak Aramanın Zor Olması	268	55,1	175	36,0	43	8,8

Araştırmaya katılan katılımcıların seyahatlerinde karşılaştıkları olumsuz durumlara verdikleri cevaplar incelendiğinde birinci sırada rötarlar (%22,6) , ikinci sırada eşyaların zarar görmesi (%15) ve üçüncü sırada (%11,1) yeterli

bilginin verilmemesinin geldiği görülmektedir. Katılımcılar yaşanan bu olumsuzlukların ilgili yönetmelik ile çözüme kavuşturulması gerektiğini belirtmişlerdir.

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde belirlenen hipotezlerle birlikte, faktörlerin ve yönetmeliğin bilinirlik düzeyinin ankete katılanların demografik özellikleri arasındaki farklılıkları belirlemeye yönelik analizlere yer verilmiştir.

Tablo 8: Faktörlerin Cinsiyet Değişkenine Göre Bağımsız Grup t Testi

	Gruplar	N	\bar{x}	ss	Sh x	t Testi		
						t	Sd	p
Bilinirlik Düzeyi	Kadın	322	3,03	7,17	,400	,594	484	,553
	Erkek	164	2,99	6,18	,482			
	Gruplar	N	\bar{x}	ss	Sh x	t Testi		
						t	Sd	p
Bilinçli Yolcu Davranışı	Kadın	322	3,29	5,13	,286	-1,355	484	,176
	Erkek	164	3,38	4,97	,388			
	Gruplar	N	\bar{x}	ss	Sh x	t Testi		
						t	Sd	p
Bilgilendirme	Kadın	322	2,05	2,24	,125	,084	484	,933
	Erkek	164	2,04	2,13	,166			

Tablo 8’de görüldüğü gibi, örnekleme oluşturan katılımcıların “Yönetmeliğin Bilinirlik Düzeyi Ölçeğine” verdikleri puanların cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t=-0,594$; $p>.05$). Buna göre; “araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyetleri ile yönetmeliğin bilinirlik düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır” hipotezi reddedilmiştir.

Katılımcıların “Bilinçli Yolcu Davranışı Faktörüne” verdikleri puanlar ışığında, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t=-1,355$; $p>.05$). Sonuç olarak “araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyetleri ile yönetmeliğin bilinçli yolcu davranışı arasında anlamlı bir farklılık vardır” hipotezi reddedilmiştir.

Cinsiyet faktörüne göre bir değerlendirme katılımcıların bilgilendirme faktörüne verdikleri puanların belirlenmesine yöneliktir. Test sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t=-0,084$; $p>.05$). Diğer bir ifadeyle, “Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyetleri ile bilgilendirme faktörü arasında anlamlı bir farklılık

vardır' hipotezi reddedilmiştir. Genel bir değerlendirme yapıldığında faktör boyutlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir fark oluşturup oluşturmadığını belirlemeye yönelik yapılan analizde hiçbir boyutta fark bulunmamıştır.

Tablo 9: Faktörlerin Medeni Duruma Göre Bağımsız Grup t Testi

		Gruplar	N	\bar{x}	ss	Sh x	t Testi		
							t	Sd	p
Bilinirlik Düzeyi	Evli	264	3,02	6,96	,428	-,162	484	,872	
	Bekar	222	3,03	6,74	,452				
		Gruplar	N	\bar{x}	ss	Sh x	t Testi		
		t	Sd	p					
Bilinçli Yolcu Davranışı	Evli	264	3,31	4,83	,297	,164	484	,870	
	Bekar	222	3,33	5,38	,361				
		Gruplar	N	\bar{x}	ss	Sh x	t Testi		
		t	Sd	p					
Bilgilendirme	Evli	264	1,95	2,06	,126	-3,15	484	,002	
	Bekar	222	2,16	2,33	,156				

Yapılan diğer bir değerlendirme medeni duruma ilişkindir. Medeni duruma göre hipotez oluşturulmasının en önemli gerekçesi evli ve bekar olma durumuna göre "bilinirlik düzeyi", "bilinçli yolcu davranışı" ve "bilgilendirme" faktörlerindeki ifadeler farklı tutum sergileme beklentisidir. Bu beklentinin altında özellikle daha sıkı seyahat eden ve boş zamanları daha fazla olan bekar kitlenin farklılık oluşturacağı düşüncesidir.

Örnekleme oluşturan katılımcıların Yönetmeliğin Bilinirlik Düzeyi Faktörüne verdikleri puanların medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t=-,162$; $p>.05$). Bilinçli Yolcu Davranışı Faktörüne verilen puanların medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız grup t testi sonucunda, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark yine istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t=-,164$; $p>.05$). Son olarak, bilgilendirme faktörüne yönelik yapılan analizlerde grupların aritmetik ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($t=-3,159$; $p<.05$). Buna göre; "Araştırmaya katılan katılımcıların medeni durumları ile yönetmeliğin bilgilendirme faktörü arasında anlamlı bir farklılık vardır" hipotezi kabul edilmiştir. Bu sonucun çıkmasında bekar katılımcıların sahip oldukları boş zamana paralel olarak seyahat sıklıklarının artması ve seyahatleri ile ilgili

gelişmeler hakkında araştırmalar yapıp bilgi sahibi olmaları etkili olabilir. Ancak ortalama olarak bu farkın çok belirgin olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 10: Faktörler ile Yaş Grupları Değişkeni İçin Varyans Analizi

Değişkenler	Yaş Grupları	n	Varyansın kaynağı	sd	Kare Ort.	f	p
Bilinirlik Düzeyi	21-30	200	Gruplararası	3	108,581	2,330	,074
	31-40	188	Gruplarıçığı	482	46,607		
	41-50	55	Toplam	485			
	51 +	43					
Bilinçli Yolcu Davranışı	21-30	200	Gruplararası	3	68,137	2,660	,048
	31-40	188	Gruplarıçığı	482	25,613		
	41-50	55	Toplam	485			
	51 +	43					
Bilgilendirme	21-30	200	Gruplararası	3	38,451	8,233	,000*
	31-40	188	Gruplarıçığı	482	4,670		
	41-50	55	Toplam	485			
	51 +	43					
Genel	21-30	200	Gruplararası	3	45,951	,379	,768
	31-40	188	Gruplarıçığı	482	121,294		
	41-50	55	Toplam	485			
	51 +	43					

Araştırmada yapılan diğer bir analiz Tablo 10'da görüldüğü gibi yönetmeliğin bilinirlik düzeylerinin alt boyutlarının yaş grupları açısından analiz edilmesidir. Burada bütünsel bir değerlendirme yapılması açısından genel havayolu da dahil edilmiştir. Örnekleme oluşturan katılımcıların genel ifadelerine ($p=,768$) ve "yönetmeliğin bilinirlik düzeyi" faktörüne ($p=,074$) verdikleri puanların yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Varyans Analizi (ANOVA) sonucunda istatistiksel olarak %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Buna göre; 'Araştırmaya katılan katılımcıların yaşları ile yönetmeliğin bilinirlik düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır' hipotezi reddedilmiştir.

Katılımcıların Bilinçli Yolcu Davranışı Faktörüne ($p=,048$) ve Bilgilendirme Faktörüne ($p=,000$) verdikleri puanlarla yaş değişkeni arasında istatistiksel olarak % 5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey testi) sonuçlarına göre bilinçli yolcu davranışı ve bilgilendirme faktörlerine verilen puanların 30 yaş altı ile 31-40 yaşları arasında anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre; 'Araştırmaya katılan katılımcıların yaşları ile bilinçli yolcu davranışı özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır' ve 'Araştırmaya katılan katılımcıların yaşları ile bilgilendirme faktörü arasında anlamlı bir farklılık vardır' hipotezleri kabul edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre 30 yaş altı

katılımcıların öğrenimlerini sürdürmeleri, araştırma ve merak duygularının daha fazla olmasının bilinçli yolcu davranışı ve bilgilendirme konularında diğer yaş grubundaki katılımcılar ile aralarında farkındalık oluşmasında etken görülebilir.

Tablo 11: Faktörler ile Eğitim Düzeyi Değişkeni İçin Varyans Analizi

Değişkenler	Gelir Düzeyleri	n	Varyansın kaynağı	sd	Kare Ort.	f	p
Bilinirlik Düzeyi	İlköğretim	18	Gruplararası	3	53,11	1,132	,341
	Lise	87	Gruplarıçığı	481	46,94		
	Ön lisans	65	Toplam	485			
	Lisans	270					
	Y.L./Doktora	46					
Bilinçli Yolcu Davranışı	İlköğretim	18	Gruplararası	3	90,73	3,581	,007*
	Lise	87	Gruplarıçığı	481	25,33		
	Ön lisans	65	Toplam	485			
	Lisans	270					
	Y.L./Doktora	46					
Bilgilendirme	İlköğretim	18	Gruplararası	3	14,71	3,066	,016*
	Lise	87	Gruplarıçığı	481	4,79		
	Ön lisans	65	Toplam	485			
	Lisans	270					
	Y.L./Doktora	46					
Genel	İlköğretim	18	Gruplararası	3	326,37	2,740	,028*
	Lise	87	Gruplarıçığı	481	119,11		
	Ön lisans	65	Toplam	485			
	Lisans	270					
	Y.L./Doktora	46					

Yapılan diğer bir analizde, Katılımcıların Genel İfadelere ($p=,028$) Bilinçli Yolcu Davranışı Faktörüne ($p=,007$) ve Bilgilendirme Faktörüne ($p=,016$) verdikleri puanlarla eğitim düzeyi değişkeni arasında istatistiksel olarak % 5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi (Tukey testi) sonuçlarına göre bilinçli yolcu davranışı ve bilgilendirme faktörlerine verilen puanların lise-yüksek lisans ve ön lisans-yüksek lisans grupları arasında anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre; 'Araştırmaya katılan katılımcıların eğitim düzeyleri ile bilinçli yolcu davranışı özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır' ve 'Araştırmaya katılan katılımcıların eğitim düzeyleri ile bilgilendirme faktörü arasında anlamlı bir farklılık vardır' hipotezleri kabul edilmiştir. Sonuçların bu şekilde çıkması eğitim düzeyi yüksek insanların internet, TV ve gazete gibi kitle iletişim araçlarını bilgi amaçlı daha yaygın kullanmaları, yürürlüğe giren yeni kanun ve yönetmeliklerle beraber gündemdeki diğer konular hakkındaki bilgilere daha hızlı ulaşabildiklerini gösterebilir.

Tablo 12: Faktörler ile Gelir Düzeyi Değişkeni İçin Varyans Analizi

Değişkenler	Gelir Düzeyleri	n	Varyansın kaynağı	sd	Kare Ort.	f	p
Bilinirlik Düzeyi	2000 ve -	163	Gruplararası	3	37,605	,799	,495
	2001-3000	204	Gruplarıçi	482	47,049		
	3001- 4000	76	Toplam	485			
	4001 ve +	43					
Bilinçli Yolcu Davranışı	2000 ve -	163	Gruplararası	3	66,828	2,608	,051
	2001-3000	204	Gruplarıçi	482	25,621		
	3001-4000	76	Toplam	485			
	4001 ve +	43					
Bilgilendirme	2000 ve -	163	Gruplararası	3	42,769	9,210	,000*
	2001-3000	204	Gruplarıçi	482	4,644		
	3001-4000	76	Toplam	485			
	4001 ve +	43					
Genel	2000 ve -	163	Gruplararası	3	138,274	1,145	,330
	2001-3000	204	Gruplarıçi	482	120,719		
	3001-4000	76	Toplam	485			
	4001 ve +	43					

Tablo 12’de yer aldığı gibi, örnekleme oluşturan katılımcıların genel ifadelerine ($p=,330$), Yönetmeliğin Bilinirlik Düzeyi Faktörüne ($p=,495$) ve Bilinçli Yolcu Davranışı Faktörüne ($p=,051$) verdikleri puanların aylık gelir değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Varyans Analizi (ANOVA) sonucunda %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Buna göre; ‘Araştırmaya katılan katılımcıların aylık gelirleri ile yönetmeliğin bilinirlik düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır’ ve ‘Araştırmaya katılan katılımcıların aylık gelirleri ile bilinçli yolcu davranışı özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır’ hipotezleri reddedilmiştir.

Katılımcıların Bilgilendirme Faktörüne ($p=,000$) verdikleri puanlarla aylık gelir değişkeni arasında istatistiksel olarak % 5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi sonuçlarına göre 2000 TL ve altı ile diğer aylık gelir grupları arasında anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre; ‘Araştırmaya katılan katılımcıların aylık gelirleri ile bilgilendirme faktörü arasında anlamlı bir farklılık vardır’ hipotezi kabul edilmiştir. Gelir seviyesi yüksek insanların uçakla seyahat etme sıklığının daha yüksek olması ve bu kişilerin seyahatleri ile ilgili güncel konuları, gelişmeleri yakından takip etmeleriyle bilgilendirme faktörü konusunda daha bilinçli olmalarını ortaya koyabilir.

Tablo 13: Faktörler ile Seyahat Sıklığı (Yıllık) Değişkeni İçin Varyans Analizi

Değişkenler	Seyahat Sıklığı	n	Varyansın kaynağı	sd	Kare Ort.	f	p
Bilinirlik Düzeyi	1-10	325	Gruplararası	3	80,35	1,718	,162
	11-20	120	Gruplarıçi	482	46,78		
	21-30	24	Toplam	485			
	31 +	17					
Yolcu Davranışı	1-10	325	Gruplararası	3	61,59	2,401	,067
	11-20	120	Gruplarıçi	482	25,65		
	21-30	24	Toplam	485			
	31 +	17					
Bilgilendirme	1-10	325	Gruplararası	3	22,48	4,714	,003*
	11-20	120	Gruplarıçi	482	4,77		
	21-30	24	Toplam	485			
	31 +	17					
Genel İfadeler	1-10	325	Gruplararası	3	236,37	1,968	,118
	11-20	120	Gruplarıçi	482	120,10		
	21-30	24	Toplam	485			
	31 +	17					

Yönetmeliğin Bilinirlik Düzeyi Faktörüne ($p=,162$) ve Bilinçli Yolcu Davranışı Faktörüne ($p=,067$) verdikleri puanların seyahat sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Varyans Analizi (ANOVA) sonucunda %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Diğer yandan, bilgilendirme faktörü ile seyahat sıklığı değişkeni arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Farklılıkların hangi ikili gruptan kaynaklandığını gösteren çoklu karşılaştırma testi sonuçlarına göre 1-10 ile 11-20 seyahat sıklığı grupları arasında anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre uçakla daha sık seyahat eden kişilerin havayolu sektörü ile ilgili gelişmeleri daha fazla takip ettikleri için yolcu haklarına ilişkin gelişmelerden daha fazla haberdar oldukları söylenebilir.

Tablo 14: Faktörler ile Meslek Grupları Değişkeni İçin Varyans Analizi

Değişkenler	Meslek Grupları	n	Varyansın Kaynağı	sd	Kare Ort.	f	p
Bilinirlik Düzeyi	Özel	143	Gruplararası	3	3,378	,071	,975
	Kamu	155	Gruplarıçi	482	47,262		
	Esnaf/Serbest Çalışmıyor	80	Toplam	485	108		
Yolcu Davranışı	Özel	143	Gruplararası	3	161,344	6,445	,000*
	Kamu	155	Gruplarıçi	482	25,032		
	Esnaf/Serbest Çalışmıyor	80	Toplam	485	108		
Bilgilendirme	Özel	143	Gruplararası	3	40,933	8,794	,000*
	Kamu	155	Gruplarıçi	482	4,655		
	Esnaf/Serbest Çalışmıyor	80	Toplam	485	108		
Genel İfadeler	Özel	143	Gruplararası	3	347,538	2,910	,034
	Kamu	155	Gruplarıçi	482	119,416		
	Esnaf/Serbest Çalışmıyor	80	Toplam	485	108		

Meslek gurupları düzeyinde yapılan son analize göre yolcuların meslekleri ile yönetmeliğin bilinirlik düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır' hipotezi reddedilmiştir. Katılımcıların Genel İfadelere (p=,034) Bilinçli Yolcu Davranışı Faktörüne (p=,000) ve Bilgilendirme Faktörüne (p=,000) verdikleri puanlarla meslek değişkeni düzeyinde ise anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Yapılan analizlerde, farklılıkların genel ifadelere bilinçli yolcu davranışı ve bilgilendirme faktörlerine verilen puanların özel-kamu, özel-esnaf ve kamu-esnaf grupları arasında anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucu oluştuğu tespit edilmiştir. Özetle; "Araştırmaya katılan katılımcıların meslekleri ile bilinçli yolcu davranışı özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır" ve "Araştırmaya katılan katılımcıların meslekleri ile bilgilendirme faktörü arasında anlamlı bir farklılık vardır" hipotezleri kabul edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre özel ve kamu sektöründe çalışan katılımcıların elde ettikleri gelirin, çalışma ortamlarında sahip oldukları araştırma ve bilgi edinme imkanlarının yüksek olması, bu durumun katılımcıların bilinçli yolcu davranışı ve bilgilendirme konularında daha bilgili olmalarını sağladığından kaynaklandığı düşünülebilir.

Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar, ülkemizde yürürlüğe giren bu yönetmeliğin yolculara sağlamış olduğu haklar konusunda yolcuların yeterli düzeyde bilgiye sahip olmadıklarını göstermektedir. Çalışmada, model doğrultusunda ortaya konan 21 hipotez çeşitli analizlerle test edilmiştir. Aşağıda Tablo 15'te bu hipotezlerin sonuçları yer almaktadır.

Tablo 15: Hipotezlerin Sonuçları

HİPOTEZLER	Kabul	Red
Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyetleri ile yönetmeliğin bilinirlik düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır		✓
Araştırmaya katılan katılımcıların yaşları ile yönetmeliğin bilinirlik düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır		✓
Araştırmaya katılan katılımcıların medeni durumları ile yönetmeliğin bilinirlik düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır		✓
Araştırmaya katılan katılımcıların eğitim düzeyleri yönetmeliğin bilinirlik düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır		✓
Araştırmaya katılan katılımcıların meslekleri yönetmeliğin bilinirlik düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır		✓
Araştırmaya katılan katılımcıların aylık gelirleri yönetmeliğin bilinirlik düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır		✓
Araştırmaya katılan katılımcıların uçakla seyahat sıklıkları ile yönetmeliğin bilinirlik düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır		✓
Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyetleri ile bilinçli yolcu davranışı arasında anlamlı bir farklılık vardır		✓
Araştırmaya katılan katılımcıların yaşları ile bilinçli yolcu davranışı özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır	✓	
Araştırmaya katılan katılımcıların medeni durumları ile bilinçli yolcu davranışı arasında anlamlı bir farklılık vardır		✓
Araştırmaya katılan katılımcıların eğitim düzeyleri ile bilinçli yolcu davranışı özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır	✓	
Araştırmaya katılan katılımcıların meslekleri ile bilinçli yolcu davranışı özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır	✓	
Araştırmaya katılan katılımcıların aylık gelirleri ile bilinçli yolcu davranışı özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır		✓
Araştırmaya katılan katılımcıların uçakla seyahat sıklıkları ile bilinçli yolcu davranışı özellikleri arasında anlamlı bir farklılık vardır		✓

Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyetleri ile bilgilendirme faktörü arasında anlamlı bir farklılık vardır		✓
Araştırmaya katılan katılımcıların yaşları ile bilgilendirme faktörü arasında anlamlı bir farklılık vardır	✓	
Araştırmaya katılan katılımcıların medeni durumları ile bilgilendirme faktörü arasında anlamlı bir farklılık vardır	✓	
Araştırmaya katılan katılımcıların eğitim düzeyleri ile bilgilendirme faktörü arasında anlamlı bir farklılık vardır	✓	
Araştırmaya katılan katılımcıların meslekleri ile bilgilendirme faktörü arasında anlamlı bir farklılık vardır	✓	
Araştırmaya katılan katılımcıların aylık gelirleri ile bilgilendirme faktörü arasında anlamlı bir farklılık vardır	✓	
Araştırmaya katılan katılımcıların uçakla seyahat sıklıkları ile bilgilendirme faktörü arasında anlamlı bir farklılık vardır	✓	

Sonuç ve Öneriler

Son yıllarda boş zaman ve harcanabilir gelirdeki artış, hava yolu sektörünün diğer taşıma türlerine göre çok daha fazla ilgi görmesine ve bu ilginin gün geçtikçe de artmasına neden olmaktadır. Yaşanan bu gelişmeler bu alanda yaşanan hukuki sorunların artmasına ve yolcuların yaşadıkları sorunlarda artışa neden olmaktadır.

Havayolu taşımacılığında yolcuların sıklıkla karşılaştığı sorunlar; fazla rezervasyon nedeniyle uçağa alınmama, tehirli uçuş, uçuşların iptali, bagaj kaybı ya da hasarı ve yanlış bilgi verilmesi şeklinde sıralanabilir. Havayolu ile seyahat eden yolcular seyahatleri esnasında sahip oldukları hakların neler olduğunu tam olarak bilmedikleri için yaşadıkları bu sorunları nasıl çözeceklerini tam anlamıyla bilmemekte, maddi ve manevi zararlara uğramaktadırlar.

Araştırmaya katılan yolcuların büyük bölümünün de (%54,7) ifadelere verdikleri yanıtlardan seyahatlerinde memnun kalmadıkları ve şikayetçi oldukları bir konu olduğunda başvuracakları kurumu bilmedikleri ve (%84,2) sinin de seyahate çıkmadan önce hangi haklara sahip olduklarını belirten bir broşür yada kitapçık okumadığı tespit edilmiştir.

1 Ocak 2012' de yürürlüğe giren bu yönetmelik havayolu ile seyahat eden yolcuların sahip olduğu haklar ve bu hakların geçerli olduğu durumlar ile yolcuların uçağa kabul edilmediği, uçuşlarının iptal edildiği ve uçuşlarının ertelendiği durumlardaki asgari haklarını belirlemek ve düzenlemek amacı ile hazırlanmıştır.

Havayolu Yolcu Haklarına İlişkin Yasal Düzenlemeler ve Uygulamaların Yolcular Tarafından Değerlendirilmesi amacıyla yapılmış olan bu çalışmada toplam 486 katılımcıya anket çalışması uygulanmıştır. Uçakla seyahat sıklıkları incelendiğinde ise; 300'ünün (%66,9) yılda ortalama 1-10, 120'sinin (%24,7) yılda ortalama 11-20, 24'ünün (%4,9) yılda ortalama 21-30 ve 17'sinin (%3,5) yılda ortalama 31-40 arasında uçakla seyahat ettiği tespit edilmiştir.

Yolcuların yaş, eğitim, aylık gelir, uçakla seyahat sıklığı ve meslekleri ile yönetmeliğin bilinirlik düzeyi, bilinçli yolcu davranışı ve bilgilendirme faktörleri arasındaki farklılıkları tespit etmek amacıyla varyans analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre; yolcuların yaş, eğitim seviyesi, aylık gelir, uçakla seyahat sıklığı ve meslekleri ile yönetmeliğin bilinirlik düzeyi faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Araştırmaya katılan yolcuların yaş, eğitim düzeyi ve meslekleri ile bilinçli yolcu davranışı faktörü arasında anlamlı farklılık bulunurken aylık gelirleri ile uçakla seyahat sıklıkları ile bilinçli yolcu davranışı faktörü arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır. Yine araştırmaya katılan yolcuların yaş, eğitim düzeyi, meslekleri, aylık gelirleri ve uçakla seyahat sıklığı değişkenleri ile bilgilendirme faktörü arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Bu araştırmanın gerek metodoloji kısmında belirtilen varsayımların yapılacak olan diğer çalışmalarda giderilerek, araştırmada elde edilen bulguların genişletilmesi ve daha geniş bir evrene yayılarak farklı sonuçlar elde edilebilmesi için yeni çalışmalar yapılarak sonuçlar karşılaştırılabilir. Bu araştırma, İstanbul Atatürk Havalimanından seyahat eden yolcularla gerçekleştirildiğinden, yalnızca araştırmaya katılan yolcuların görüşlerini yansıtmaktadır. Araştırmanın kapsamının genişletilmesi ve Türkiye'de ki tüm havalimanlarını kapsayacak biçimde yapılması, ülkemizde uygulanmakta olan bu yönetmeliğin yolcular tarafından bilinirliğinin artmasına katkıları sağlayacaktır.

Havayolu yolcu taşımacılığı yapan havayolu işletmelerinin yolcuların yaşadıkları sorunlar karşısında hangi haklara sahip olduklarını içeren bilgileri havalimanlarındaki panolara asmaları veya uçak içerisinde yolcuların rahatlıkla okuyabileceği broşürler halinde bulundurmaları yolcuların sorunlarına daha çabuk çözüm bulma ve havayolu işletmelerinin yaşanan mağduriyetleri daha hızlı telafi etme imkânı taniyacaktır.

İletişim ve enformasyon teknolojileri alanında yaşanan gelişmelerin iyi değerlendirilmesi, kitle iletişim araçları sayesinde yönetmelik hakkında bilgilerin verilmesi ve konuya ilgiyi arttıracak çalışmaların yapılması havayolu ile seyahat eden yolcuların bilinçlenmesine olumlu yönde etki edebilecektir.

Havayolu ile seyahat eden yolcuların haklarına dair yönetmeliğin ve yasal düzenlemelerin etkili ve caydırıcı olmasına rağmen, pek çok yolcu bu yönetmelikten haberdar olmamakta ve yaşadıkları mağduriyetlerin giderilmesinde nereye başvuracaklarını bilmemektedir. Ayrıca, ülkemizde açılan davaların uzun yıllar sürmesi ve hukuki sürecin yavaş işlemesi, yolcuların haklarını arama isteklerini azaltmaktadır. Bu nedenle yolculara yasal düzenlemelerin yanında sahip oldukları hakların ve bu hakları nasıl kullanacaklarına ilişkin gerekli bilgilendirmelerin yapılması yaşanan sorunları azaltabilecektir.

KAYNAKÇA

ALTUNIŞIK, R., R.Coşkun, S. Bayraktaroğlu ve E. Yıldırım (2007), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Sakarya Yayıncılık, Sakarya.

ARIKAN, İrfan ve Suavi Ahıpaşaoğlu (2005), Ulaştırma İşletmeleri, 2. Baskı, Gazi Kitabevi, Ankara.

ASLAN, Melike (2007), Havayolu İşletmelerinde Müşteri Değeri ve İç Hatlarda Hizmet Sunan Havayolu İşletmelerinde Müşteri Değerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

BALCI, Ali (2011), Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler, 9. Baskı, Pegem Akademi, Ankara.

DICKINSON, H. Virginia ve James P. Shaver (1982), A Test of Consumer Awareness for Adults, The Journal of Consumer Affairs, Vol.16, No:2, s.241-260.

DÖKMEN, Tuba (1998), Havayolu İşletmelerinde Yeni Hizmet Geliştirme Faaliyetleri ve Türkiye'deki Havayolu İşletmelerinin Yeni Hizmet Geliştirme Uygulamaları, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

DPT (Devlet Planlama Teşkilatı), (1995), Havayolu Ulaştırması Alt Komisyon Raporu, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, Yayın No: DPT: 2384-ÖİK: 447, Ankara.

DPT (Devlet Planlama Teşkilatı), (2001), 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı, Havayolu Ulaştırması Özel İhtisas Komisyonu Raporu.

ERCAN, İlker ve İsmet Kan (2004), Ölçeklerde Güvenirlik ve Geçerlik, Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi, Yıl 30, Sayı 3, s.211-216.

GROSCHE, Tobias (2009), Computational Intelligence Integrated Airline Scheduling, Springer, Poland.

ICAO (2004) Manual on Regulation of International Air Transport.

KANE, Robert. M. (2007), Air Transportation, 15. Baskı, Kendall/Hunt Publishing Company, USA.

GÜRDAL, Mehmet (1995), Turizm Ulaştırması, 3.Baskı, Karınca Matbaası, İzmir.

KAYA, Nebi (2012), AB Hukukunda Hava Taşıma Sözleşmesine İlişkin Son Gelişmeler, Hava Taşıma Hukuku Sempozyumu, İlyas Çelikleş (Editör) , Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul.

KURTULUŞ, Kemal (2004), Pazarlama Araştırmaları, 7. Baskı, Avcıol Basım Yayım, İstanbul.

KUYUCAK, Ferhan ve Yusuf Şengür (2009), Değer Zinciri Analizi: Havayolu İşletmeleri İçin Genel Bir Çerçeve, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Yıl 11, Cilt 16, s.132-147.

MERT, Kazım (2004), Bilinçli Alışveriş ve Tüketici Hakları, 9. Ulusal Pazarlama Kongresi, 6-8 Ekim, Ankara, s.315-324.

ÖZDAMAR, Kazım (2004), Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi-1, 7.Baskı, Kaan Kitapevi, Eskişehir.

ÖZDAMAR, Kazım (2002), Paket Programlarla İstatistiksel Veri Analizi-2, Kaan Kitabevi, Eskişehir.

PROCTOR, Tony (2003), Pazarlama Araştırmasının Temelleri, 1. Baskı, Bilim Teknik Yayınları, İstanbul.

SEKARAN, Uma (1992), *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, John Wiley, New York.

ŞENGÜR, Yusuf (2004), *Havayolu Taşımacılığında Düşük Maliyetli Taşıyıcılar ve Türkiye'deki Uygulamaların Araştırılması*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.

SHY-YOLCU (2012), "Havayolu ile Seyahat Eden Yolcuların Haklarına Dair Yönetmelik" Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, [URL: <http://web.shgm.gov.tr/doc4/shy-yolcu.pdf>] (Erişim 06.02.2015).

SİPAHİ, Beril, E.S. Yurtkoru ve M. Çinko (2010), *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

WELLS, Alexander ve John. G. Wensveen (2004), *Air Transportation A Management Perspective*, Brooks Cole, UK.

World Tourism Organization Highlights (2015), (Erişim 20.04. 2015).

