

ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

ACADEMIC REVIEW OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

Cilt:10 • Sayı:1 • ISSN: 2564-6931

Sahibi / Owner

Fakülte Adına Rektör Prof. Dr. Adnan GÖRÜR

Editör / Editor

Yrd. Doç. Dr. Ali Eren ALPER

Editör Yardımcısı / Section Editor

Yrd. Doç. Dr. Arzum BÜYÜKKEKLİK

Yayın Kurulu / Publication Board

Prof. Dr. Abitter ÖZULUCAN
Prof. Dr. Ali DERAN
Prof. Dr. Esen GÜRBÜZ
Prof. Dr. M. Başaran ÖZTÜRK
Prof. Dr. Zeki DOĞAN
Prof. Dr. Selen DOĞAN
Prof. Dr. Hasan BÜLBÜL
Prof. Dr. Selim KILIÇ
Prof. Dr. Fatih YÜCEL
Doç. Dr. Haluk BENGÜ
Doç. Dr. Murat AKIN
Doç. Dr. Okyay UÇAN
Yrd. Doç. Dr. Ali Eren ALPER

Yayın Kurulu Sekreterleri / Publication Secretary

Arş. Gör. Ali Gökhan GÖLÇEK

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Hüseyin AKAY (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Nalan AKDOĞAN (Başkent Üniversitesi)
Prof. Dr. Mehmet Ali BİLGİNOĞLU (Erciyes Üniversitesi)
Prof. Dr. Gönül BUDAK (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Serap ÇABUK (Çukurova Üniversitesi)
Prof. Dr. Mümin ERTÜRK (Arel Üniversitesi)
Prof. Dr. Recep KÖK (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Yıldırım Beyazıt ÖNAL (Çukurova Üniversitesi)
Prof. Dr. Kerim ÖZDEMİR (Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Maria PARLINSKA (Warsaw University of Life Sciences)
Prof. Dr. Janina SAWICKA (Warsaw University of Life Sciences)
Prof. Dr. Yusuf SÜRMEK (Karadeniz Teknik Üniversitesi)
Prof. Dr. Semih Hüseyin TOKAY (Gazi Üniversitesi)
Prof. Dr. Ahmet Burçin YERELİ (Hacettepe Üniversitesi)

Hakem Kurulu / Referee Board
Bu Sayının Hakemleri, Ocak 2017; 10(1)

Prof. Dr. Ali DERAN (Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Prof. Dr. Alper ASLAN (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Prof. Dr. Azmi YALÇIN (Çukurova Üniversitesi)
Prof. Dr. Esen GÜRBÜZ (Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Prof. Dr. Fatih YÜCEL (Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Prof. Dr. Hasan BÜLBÜL (Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Prof. Dr. Zeki DOĞAN (Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Doç. Dr. Aydın KAYABAŞI (Dumlupınar Üniversitesi)
Doç. Dr. Korcan KARACAOĞLU (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Doç. Dr. Murat AKIN (Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Doç. Dr. Ömer İSKENDER OĞLU (Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. Altuğ Murat KÖKTAŞ (Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. Ayberk Nuri BERKMAN (Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. Ayşe ERGİN (Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. Hatice Sevgi ZENGİN (Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. İbrahim YALÇIN (Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. Murat TOKSARI (Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. Orhan ŞİMŞEK (Artvin Çoruh Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. Ömür DEMİRER (Hitit Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. Özge DEMİRAL (Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. Özlem Fındık ALPER (Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. Selçuk BUYRUKOĞLU (Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. Taha Emre ÇİFTÇİ (Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Yrd. Doç. Dr. Yavuz YILDIRIM (Ömer Halisdemir Üniversitesi)

Adres: Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Bor Yolu Üzeri 51243 Kampus / NİĞDE

Tel: 0 388 225 20 12 **Faks:** 0 388 225 20 14 **E-posta:** iibfdergi@nigde.edu.tr

Web: <http://http://dergipark.gov.tr/ohuiibf>

Copyright@nüüibfdergi2015

Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

Tüm Hakları Mahfuzdur. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi yılda dört kez yayımlanan hakemli bir dergidir. Dergide yayımlanan makalelerdeki görüşler yazar(lar)ına aittir. Yayın Kurulu tarafından benimsendiği anlamına gelmez. Yayımlanması uygun bulunmayan makaleler geri verilmez. Yayın Kurulu, yazının önüne dokunulmaksızın gerekli yazım ve cümle değişiklikleri yapma (kısaltma dâhil) hakkını saklı tutar. Dergideki makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Akademi Sosyal Bilimler Endeksi (ASOS), IndexCopernicus, Sobiad, CAB Abstracts ve ProQuest tarafından taranmaktadır.



İÇİNDEKİLER

- Gelişen Ülkelerde Çevresel Bozulma, Gelir ve Enerji Tüketimi İlişkisi**..... 1-11
Cengiz AYTUN
Cemil Serhat AKIN
Neşe ALGAN
- Marka Kişiliği Boyutları, Tatmin, Güven ve Etnosentrik Eğilimlerin Marka Sadakati Üzerine Etkisi- Didi Örneği** 12-26
Hakan KIRACI
Fatih KOCABAY
- Postmodern Kamu Yönetiminin Kuramsal Temelleri Çerçevesinde Yönetişim Yaklaşımı: Literatür Taraması**..... 27-45
Kadir Caner DOĞAN
- Türkiye’de Vergi Mükellefleri Perspektifinden Vergi Denetiminde Sorunlar: İstanbul, Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli’nden Bulgular** 46-69
İbrahim ORGAN
Fatih ÇAVDAR
- Doğu Karadeniz Bölgesindeki Otel İşletmelerinde Kalite Maliyet Sistemleri** 70-86
Yener OĞAN
Abitter ÖZULUCAN
- Kapitalizmin Tarihinde Finansal Krizler: Tarih Tekerrür mü Ediyor?** 87-97
Ahmet Arif EREN
Metin SARAÇOĞLU
- Cep Telefonu Markalarına Yönelik Memnuniyetin Genç Tüketicilerin Marka Sadakatine Etkisi** 98-110
Murat AKIN
- Türkiye’nin Kazakistan İle Kurmuş Olduğu Enerji İlişkilerinin Türkiye’nin Yumuşak Gücüne Etkisi**..... 111-121
Nuri Gökhan TOPRAK
- Teknoloji İle Zenginleştirilmiş Öğrenme Ortamlarında Öğrencilerin Bilimsel Argümantasyonuna Rehberli Öğrenme Desteği Sağlanması** 122-152
Hale H. ÜSTÜNEL
S. Tuğba TOKEL

Esnaf ve Sanatkâr İşletmelerinin Sorunları ve Çözüm Önerileri: Çorum İlinde Bir Araştırma 153-170

Ömür DEMİNER

Gökben BAYRAMOĞLU

Yasin ŞEKER

Fatih KONAK

Menekşe ŞAHİN

Tüketicilerin İnternet Perakendeciliğinde Etik Konusundaki Değerlendirmeleri 171-183

Ramazan KURTOĞLU

Alperen Timuçin SÖNMEZ

İş Yükü Algısı ve Kariyer Bağlılığının Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Beş Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma 184-198

İbrahim İNAN

CONTENTS

| | |
|--|---------|
| The Nexus Between Environmental Degradation, Income And Energy Consumption In Emerging Countries | 1-11 |
| <i>Cengiz AYTUN</i> | |
| <i>Cemil Serhat AKIN</i> | |
| <i>Neşe ALGAN</i> | |
| Dimensions of Brand Personality, Satisfaction, Trust And Ethnocentric Tendency Effects on Brand Loyalty- An Example of “Didi” | 12-26 |
| <i>Hakan KIRACI</i> | |
| <i>Fatih KOCABAY</i> | |
| Approach Governance Under Basis of Theoretical of The PostModern Public Administration: Review of Literature | 27-45 |
| <i>Kadir Caner DOĞAN</i> | |
| Problems on Tax Audit in Turkey From Taxpayer Perspective: Evidence from Istanbul, Tekirdag, Edirne and Kırklareli | 46-69 |
| <i>İbrahim ORGAN</i> | |
| <i>Fatih ÇAVDAR</i> | |
| Quality Cost Systems in Eastern Black Sea Region Hotels | 70-86 |
| <i>Yener OĞAN</i> | |
| <i>Abitter ÖZULUCAN</i> | |
| Financial Crises in The History of The Capitalism: Does History Repeat Itself? | 87-97 |
| <i>Ahmet Arif EREN</i> | |
| <i>Metin SARAÇOĞLU</i> | |
| Satisfaction of Young Consumers in The Mobile Phone Sector: Brand Loyalty Effect | 98-110 |
| <i>Murat AKIN</i> | |
| The Effects of Turkey’s Energy Relations With Kazakhstan on Turkey’s Soft Power | 111-121 |
| <i>Nuri Gökhan TOPRAK</i> | |
| Scaffolding Students’ Scientific Argumentation in Technology – Enhanced Learning Environments | 122-152 |
| <i>Hale H. ÜSTÜNEL</i> | |
| <i>S. Tuğba TOKEL</i> | |
| Problems And Possible Solutions of Craftsman And Artisans: A Research on Corum Province | 153-170 |
| <i>Ömür DEMİRER</i> | |
| <i>Gökben BAYRAMOĞLU</i> | |
| <i>Yasin ŞEKER</i> | |
| <i>Fatih KONAK</i> | |
| <i>Menekşe ŞAHİN</i> | |

Consumers' Evaluations Of Ethics in Online Retailing 171-183

Ramazan KURTOĞLU

Alperen Timuçin SÖNMEZ

**The Perception of Wage Earner's Work Load And The Reationship Between Carrier
Commitment And Organizational Commitment: The Investigation on The Workers of Five Star
Hotels** 184-198

İbrahim İNAN

GELİŞEN ÜLKELERDE ÇEVRESEL BOZULMA, GELİR VE ENERJİ TÜKETİMİ İLİŞKİSİ*

Cengiz AYTUN¹
Cemil Serhat AKIN²
Neşe ALGAN³

Özet

Günümüzde özellikle gelişen ülkelerde çevre kirliliği insan yaşamını tehdit etmektedir. Çevresel kalite ise insan refahının en önemli kaynaklarından birisidir. Bu nedenle çevresel bozulma, gelir düzeyi ve enerji tüketimi arasındaki ilişkiyi anlamamızın önemi sürekli artmaktadır. Çalışmanın amacı gelişen ülkelerde karbondioksit emisyonu, ekonomik büyüme ve enerji tüketimi ilişkisinin doğasını araştırmaktır. Bu amaçla Çevresel Kuznets Eğrisi hipotezi, 10 gelişen ülke ve 1980-2010 dönemi için test edilmiştir. İstatistiksel göstergeler Dünya Bankasının, dünya kalkınma göstergeleri veri tabanından bir araya getirilmiştir. Çevresel Kuznets Eğrisi hipotezinin testinde IPS birim kök, Pedroni eşbütünleşme ve FMOLS tahmin metodları kullanılmıştır. Elde edilen bulgular ilk olarak enerji tüketiminin karbondioksit emisyonu üzerinde pozitif işaretli ve anlamlı etkisi olduğuna işaret etmektedir. İkinci olarak bulgular çevresel bozulmanın Çevresel Kuznets Eğrisi hipotezinde öne sürüldüğü üzere ters U şeklinde bir patika izlediğini göstermektedir. Bu durum gelişen ülkeler için gelir düzeyinin büyümesi ile çevre kirliliğinin azalacağını öne süren politikaları onaylamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Enerji tüketimi, gelir, çevresel bozulma, gelişen ülkeler, çevresel Kuznets eğrisi.

Jel Sınıflandırılması: C33, O13, Q43

THE NEXUS BETWEEN ENVIRONMENTAL DEGRADATION, INCOME AND ENERGY CONSUMPTION IN EMERGING COUNTRIES

Abstract

Today, especially in developing countries, environmental pollution threatens human life. Environmental quality is one of the most important sources of human welfare. Therefore, it is becoming increasingly important to understand the relationship between environmental degradation, income and energy consumption. The aim of this study is to investigate the nature of relationships among the carbon dioxide emissions, economic growth and energy consumption for emerging economies. For this purpose, Environmental Kuznets Curve hypothesis have been tested for 10 emerging economies for the years from 1980 to 2010. Data were brought together from the World Bank development indicators database. In order to test of Environmental Kuznets Curve hypothesis IPS panel unit root, Pedroni panel cointegration and FMOLS estimation methods are used. Results indicate that energy consumption has a positive and significant effect on carbon dioxide emissions. The findings also show that CO₂ emissions follow an inverted U-shape pattern associated with the Environmental Kuznets Curve hypothesis. This situation validates the policies which assert that environmental pollution decreases with income growth.

Key Words: Energy Consumption, Income, Environmental Degradation, Emerging Countries, Environmental Kuznets Curve

Jel Classification: C33, O13, Q43

* Bu çalışma Uluslararası Avrasya Ekonomileri Konferansında (Macaristan, Kaposvár, 29-31 Ağustos 2016) bildiri olarak sunulmuştur.

¹ Doç. Dr. Çukurova Üniversitesi, Kozan MYO, Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü / Adana (cengiza@cu.edu.tr)

² Doç. Dr. Mustafa Kemal Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü / Hatay (csakin@mku.edu.tr)

³ Doç. Dr. Çukurova Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü / Adana (nalgan@cu.edu.tr)

GİRİŞ

Gelişmiş ya da gelişmekte olan bütün ülkeler için enerji vazgeçilmez bir üretim girdisi olup bir taraftan üretime katkı sağlarken diğer taraftan da ekonomik gelişmeyi de desteklemektedir (Uçan-Arıcıoğlu vd, 2014). Ancak, enerji kullanımının bu katkıları ile birlikte çevresel bozulmaya neden olduğu göz ardı edilmemelidir. Ekonomik gelişme sürecinde enerji ve doğal kaynaklara olan talebin artması çevresel bozulmanın en büyük sebeplerinden biridir. Ekonomik gelişme ve çevre ilişkisi üzerine yapılan çalışmaların önemli bir bölümünde Çevresel Kuznets Eğrisi(ÇKE)nden yararlanıldığı, kullanılan yöntemlerin de benzerlikler gösterdiği görülmektedir.

S. Kuznets (1955) çalışmasında, ülkelerin kalkınma sürecinde başlangıçta kalkınma ile birlikte gelir eşitsizliğinin artacağını, ancak ileriki aşamalarda ekonomik gelişme devam ettikçe gelir eşitsizliğindeki artma eğiliminin duracağını ve sonrasında ise azalacağına vurgu yapmaktadır. Kişi başına gelirden hareketle kalkınma sürecinde büyüme ve gelir eşitsizliği arasında önce artan sonra azalan bir eğilim gösteren eğri ters U şeklinde olup “*Kuznets Eğrisi*” olarak literatürde yerini almıştır. Söz konusu ilişkinin geçerliliği çeşitli çalışmalarda ampirik olarak sorgulanmıştır. Genel olarak literatürde ters U şeklindeki ilişkinin varlığı yönünde bir uzlaşma sağlandığı görülmekle birlikte ilişkinin olmadığı yönünde de sonuçların bulunduğu görülmektedir (Morrison, 1999; Schultz, 1998; Fields-Jakupsen,1993; Williamson, 1997). Kuznets’in yapmış olduğu çalışma, gelir ile kalkınma bileşenlerinden gelir dağılımı hakkında çıkarımlar yapılmasına imkân sağlarken, kalkınma iktisadına yapmış olduğu katkı bununla sınırlı kalmamıştır. Özellikle çevresel kalitenin sürdürülebilmesi için Kuznets eğrisi sık sık çalışmalara ilham kaynağı olmuştur. Standart Kuznets Eğrisindeki gelir dağılımı eksenini, çevresel bozulma (kirlenme) ile yer değiştirdiğinde yeni eğri Çevresel Kuznets Eğrisi (ÇKE) olarak adlandırılmaktadır.

1980’li yıllarla birlikte ülkelerin ekonomik büyüme performanslarına bağlı olarak enerji tüketimleri de artmış, bu durum küresel ısınma sorununa dikkatleri çekmiştir. Ekonomik büyümenin çevre üzerine etkilerinin ilgi odağı haline gelmesi konuyla ilgili yapılan çalışmaların da hızla artmasına neden olmuştur. Yapılan çalışmalar yenilenebilir enerji kaynakları yerine özellikle petrol, doğalgaz gibi fosil yakıtların kullanılması, orman yangınları, ev ve tesislerden çıkan dumanlar vb. küresel ısınmaya neden olduğunu göstermektedir. Birincil enerji kaynağı olarak fosil yakıtların kullanımı özellikle CO₂ gazının salınımına neden olmaktadır. CO₂ gazı toplam sera gazı emisyonunun %60’ını oluşturmaktadır (IEA, 2013). CO₂ düzeyindeki artışının önde gelen nedeni, özellikle üretim sürecinde kullanılan enerji miktarındaki artışlardır.

Ekonomik büyüme ve CO₂ emisyonu arasındaki etkileşim daha çok ÇKE hipotezi aracılığı ile kurulmaktadır. Bu eğrinin oluşumunda üç ayrı etkileşim mekanizması işlemektedir. Bunlar ölçek etkisi, kompozisyon etkisi ve teknoloji etkisidir (Brock-Taylor, 2004). Ölçek etkisi ile artan üretim hacmi daha fazla enerji ihtiyacı doğurmaktadır. Özellikle az gelişmiş toplumlarda üretim miktarındaki artış birincil amaç olmaktadır. Bu amaçla artan enerji tüketimi fosil yakıt tüketimini artırmakta ve fosil yakıt tüketimi de CO₂ salınımını artırarak çevreyi olumsuz yönde etkilemektedir. Kompozisyon etkisinde; üretilen ürünlerin kompozisyonunda yapılan değişikliklere dikkat çekilmektedir. Ülkeler gelişmenin ilk aşamalarında çevreye daha çok zarar veren ürünleri üretmektedirler. Belirli bir gelir düzeyinden sonra toplumsal bilinç artmaktadır. Temiz bir çevre yaşam kalitesinin önemli unsurlarından biri olarak algılanmaya başlanmaktadır. Bu süreçte özellikle sivil toplum örgütleri tarafından yapılan baskılar sonucu ülkenin üretim kompozisyonu daha az çevre kirlenmeye kaymaktadır. Teknoloji etkisinin ise çevresel bozulma üzerine beklenen etkisi negatiftir (Kumbaroglu-Karali vd, 2008). Teknolojik gelişmelerle birlikte doğal kaynaklar yerine kullanılabilir yapay ürünler üretilmekte ve üretim sonrası oluşan çevresel atıklar doğaya daha az zararlı biçimde imha edilebilmektedir. Teknolojik ilerleme ve etkin kaynak kullanımı çevresel bozulmayı azaltabilmektedir (Ma-Stern, 2007).

Günümüzün ekonomik politikaları, büyüme odaklı oluşturulmakta ancak yaratılan gelirin bölüşümü konusunda önerilerde bulunmamaktadır. Artan gelirin uzantısı olarak refah düzeyi yükselen ülkelerde temiz teknoloji kullanımı yaygınlaşmakta, çevresel duyarlılık artmakta iken, çevresel tahribat yaratan sektörlerde üretimlerini ve ihracatlarını artırmaya yönelik gelişmekte olan

ülkelerin çevresel zararları artmaktadır. Aynı zamanda gelişmiş ülkelerde tüketicilerin çevre duyarlılıklarında, çevreye ilişkin yasal düzenlemelerin sayısında ve yaptırımlarda da artış gözlenmektedir. Bu gelişmeler çevresel tahribat yaratan sanayilerin maliyetlerinde artış yaratarak bu sanayilerin gelişmiş ülkelerde faaliyetlerini önemli ölçüde sınırlamaktadır. Ancak bu sanayiler için çevre konusunda yasal düzenlemelerin çok sıkı uygulanmadığı gelişmekte olan ülkeler cazip bir ortam yaratmakta ve gelişmiş ülkeler üretim tesislerini gelişmekte olan ülkelere taşımaktadır. Gelişen ülkelerde bu sanayi kolları için kirlilik sığmağı haline gelmesi literatürde “*kirlilik sığmağı (ya da kirlilik cenneti) hipotezi*” (Pollution Haven Hypothesis) olarak yer almaktadır. Gelişmiş ülkeler çevresel bozulmaya sebebiyet veren tesislerini doğrudan yabancı sermaye yatırımı şeklinde gelişmekte olan ülkelere taşıyarak kirlilik cennetleri yaratmaktadır (Chew, 2009). Gelişmekte olan ülkeler aleyhine oluşan bu gelişmelerin bu ülkelerin çevresel bozulma sürecine yoğun bir şekilde maruz kalmalarına neden olması, bu ülkelerde uygulanacak çevre politikalarının önemini daha da arttırmaktadır.

Çalışmanın uygulama bölümünde yatay kesit ve zaman serisine ilişkin enformasyonu birleştiren panel veri analizi yöntemi tercih edilmiştir. Panel veri analizi yöntemi sayesinde ortaya konulan bulgular zamana ve ülkelere özgü etkileri dikkate almaktadır (Kennedy, 2006). Analiz sürecinde LLC (Levin-Lin vd, 2002) ve IPS (Im-Pesaran vd, 2003) birim kök testleri uygulanmış, eşbütünleşme testinde Pedroni'nin (1999; 2004) yöntemi takip edilmiştir. Modelin tahmininde FMOLS tahmincisi (Pedroni, 2000) kullanılmıştır. Elde edilen bulgular çerçevesinde Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezinin incelenen gelişmekte olan ülkeler için geçerli olduğunu desteklemektedir. Aynı zamanda enerjiye olan talebindeki artışın çevresel bozulmayı artırdığı, üretim sürecinde ihtiyaç duyulan enerji ihtiyacının özellikle birincil enerji kaynağı olan fosil yakıtlarla karşılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgular yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelimin bu ülkeler açısından hayati bir önem taşıdığını da desteklemektedir. Çalışmanın sonraki bölümünde ilgili literatürde yapılmış çalışmalar, üçüncü bölümde analize dâhil edilen veriler ve model, dördüncü bölümde ise kullanılan metot hakkında bilgiler yer almaktadır. Çalışma bulguların yer aldığı bölümü takiben sonuç bölümü ise genel değerlendirme çerçevesinde politika önerileri ile sonlandırılacaktır.

I. LİTERATÜR

Literatürde Çevresel Kuznets eğrisi hipotezinin test edilmesinde Denklem 1'deki model yaygın olarak kullanılmaktadır. Söz konusu model formuna kirliliğe sebep olan çok çeşitli faktörler dâhil edilebilmektedir.

$$y_{it} = \alpha_i + \beta_1 x_{i,t} + \beta_2 x_{i,t}^2 + \beta_3 z_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

Denklem 1'deki i ve t sırası ile ülkeleri ve zaman indislerini ifade etmektedir. y çevresel bozulmayı temsil eden bir göstergiyi, x geliri, z ise çevresel bozulmaya sebep olan diğer değişkenleri temsil etmektedir (Aytun, 2014a). Dinda (2004). Çevre ile gelir arasındaki olası ilişki biçimlerini β katsayılarının anlamlılığına göre sınıflandırmaktadır. Buna göre $\beta_1 = \beta_2 = 0$ ise x ile y arasında ilişki yoktur. $\beta_1 > 0$ ve $\beta_2 = 0$ ise x ile y arasında monoton artan bir fonksiyonel ilişki vardır. $\beta_1 < 0$ ve $\beta_2 = 0$ ise x ile y arasında monoton azalan bir fonksiyonel ilişki vardır. $\beta_1 > 0$ ve $\beta_2 < 0$ ise x ile y arasında (ÇKE hipotezini destekler nitelikte) ters U şeklinde bir fonksiyonel ilişki vardır. $\beta_1 < 0$ ve $\beta_2 > 0$ ise x ile y arasında U şeklinde bir fonksiyonel ilişki vardır.

Fonksiyonel yapıya ilişkin ampirik literatür incelendiğinde uygulanan yöntem, zaman dilimi ve ülke gruplarına göre bulguların farklılaştığı göze çarpmaktadır. ÇKE hipotezinin Grossman ve Krueger (1991) tarafından ilk defa test edilmesinden bu güne bilim dünyasının çevreye duyarlılığı daha da artmıştır. Bu duyarlılığın bir sonucu olarak ÇKE hipotezi çeşitli faktörler de modele dâhil edilerek yaygın olarak test edilmektedir (Aytun, 2014a). Ampirik literatür incelendiğinde panel veri analizine ilişkin araç seti geliştikçe tek ülkeli çalışmalardan ziyade panel veri analizine bir yöneliş

olduğu görülmektedir. Tablo 1’de ÇKE hipotezinin testine ilişkin yapılmış çalışmalardan seçilmiş örnekler sunulmaktadır.

Tablo 1. Çevresel Kuznets Eğrisini Test Eden Seçilmiş Ampirik Çalışmalar

| Çalışma | Metot | Coğrafi-Zaman Boyutu | Sonuç |
|----------------------------|---|---|--|
| Holtz-Eakin-Selden (1995) | Panel sabit etkiler | 130 ülke 1951-1986 | Monoton artan eğri |
| Galeotti-Lanza (2005) | Lineer ve log-lineer modellerin karşılaştırılması | 108 ülke 1971-1995 | Ters U şeklinde eğri |
| Richmond-Kaufman (2006) | Panel birim kök, Pedroni eşbütünleşme, Panel sabit ve rassal etk. | 36 ülke 1973-1997 | ÇKE hipotezi geçersiz. |
| Ang (2007) | ARDL sınır testi, VECM | Fransa 1960-2000 | Ters U şeklinde eğri |
| Apergis- Payne (2010) | Panel birim kök, Pedroni eşbütünleşme, Panel FMOLS ve VECM | Bağımsız devletler topluluğu 1991-2005 | Örnekleme göre sonuçlar değişmektedir |
| Jalil-Mahmud (2009) | ARDL sınır testi ve VECM | Çin 1975-2005 | Ters U şeklinde eğri |
| Lean-Smyth (2010) | Johansen Fisher panel eşbütünleşme, VECM | ASEAN üyesi 5 ülke 1980-2006 | Ters U şeklinde eğri |
| Wang-Zhou vd. (2011) | Panel birim kök, Pedroni eşbütünleşme, Panel FMOLS ve VECM | Çin’de 28 il 1995-2007 | U şeklinde eğri |
| Özcan (2013) | Panel için yatay kesit bağımlılık ve heterojenliği göz önünde bulunduran birim kök, eşbütünleşme, FMOLS ve VECM | 12 orta doğu ülkesi 1990-2008 | Ülkelere göre sonuçlar değişmektedir |
| Aytun (2014a) | Panel birim kök, Pedroni eşbütünleşme, Panel FMOLS | 5 ayrı gelir gurubunda 83 ülke 1981-2010 | ÇKE hipotezi geçersiz. |
| Akın (2014) | Panel sabit etkiler, rassal etkiler tahmincileri ile model tahmini | BRICS ülkeleri 2001-2011 | Ters U şeklinde eğri |
| Aytun (2014b) | Panel birim kök, Pedroni eşbütünleşme, Panel FMOLS ve VECM | 10 Gelişen Ülke – 1971-2010 | Ters U şeklinde eğri |
| Erataş-Uysal (2014) | Panel, Westerlund ECM Panel Eşbütünleşme | BRIC 1992-2010 | ÇKE eğrisi N şeklinde |
| Narayan (2010) | Panel eşbütünleşme ve Panel Uzun dönem tahmin teknikleri | 43 gelişmekte olan ülke 1980-2004 | Ülkelerin %35’inde ÇKE geçerli. |
| Robalino-Lopez, vd. (2015) | Eşbütünleşme Teknikleri | Venezuela 1980-2025 | ÇKE hipotezi geçersiz. |
| Li-Yan vd. (2016) | PST Regresyon modeli | Çin -30 Eyalet 1997--2010 | CO ₂ için ÇKE geçersiz. SO ₂ için ÇKE geçerli. |

Kaynak: Wang-Zhou vd. (2011); Aytun (2014a)

Öncü çalışmalar ele alındığında bu çalışmaların çevresel bozulmaya sadece gelir düzeyinin etkilerini hesaba kattığı görülmektedir (Galeotti-Lanza, 2005; Holtz-Eakin-Selden, 1995; Richmond-Kaufmann, 2006). Sonraki dönem araştırmalarda gelir düzeyine ek olarak açıklayıcı değişken olarak enerji tüketiminin de kullanılmaya başlandığı görülmektedir (Narayan-Narayan, 2010; Omri, 2013). Son dönemlerdeki bazı çalışmalar ise çevresel bozulmaya kurumsal faktörleri de dahil etmeye başlamıştır. Akın (2014) BRICS ülkeleri için yapmış olduğu uygulamada özellikle kurumsal kalitenin çevresel bozulmaya etkilerini araştırmıştır. Elde ettiği bulgulara ters U biçimindeki Çevresel Kuznets Eğrisi hipotezini desteklerken, kurumsal kalite ile çevresel bozulma arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Finansal serbestleşme CO2 salınımını negatif yönde, kişi başına düşen gelirin, dış ticarete serbestliğinin ve enerji tüketiminin artması ise çevresel bozulmaya pozitif yönde etki etmektedir. Devletin üretim sürecinde müdahil olarak yaratılan negatif dışsallıkları firmalara yüklemesi firmaları çevreye duyarlı daha yüksek teknolojiler kullanmaya zorlamakta, bu sayede kaynakların daha etkin kullanımı çevresel bozulmanın daha az gerçekleşmesine katkı sağlamaktadır (Lee-Kim 2009).

Aytun (2014b) alandaki önceki araştırmalardan farklı olarak değişik eğitim düzeylerinin CO2 emisyonuna etkisini araştırmıştır. Çalışmada elde edilen bulgular ÇKE hipotezinin gelişen ülkeler grubu için geçerliliğine işaret etmektedir. Farklı seviyelerdeki eğitimin çevresel kaliteye etkisi de ÇKE hipotezini destekler niteliktedir. Bulgulara göre orta seviyedeki eğitimin artması CO2 salınımı ile pozitif ve anlamlı bir ilişki içerisinde iken, üniversite düzeyindeki eğitimin artması CO2 salınımı ile negatif ve anlamlı bir ilişki içerisinde dir. Bulgular ülkelerin gelişme süreçlerinin ileri aşamalarında yükseköğrenim düzeyinin artacağını, artan eğitim ve çevre bilincinin çevresel bozulmayı azaltabileceğini ima etmektedir.

Ekonometrik yöntemlerdeki gelişmeler ÇKE hipotezinin de tekrar bu yöntemlerle test edilmesine yol açmıştır. Ancak panel veri analizindeki gerek heterojenitenin gerekse yatay kesit bağımlılığının dikkate alındığı çalışmalar (Apergis-Payne, 2010; Ozcan, 2013; Wang-Zhou vd, 2011) konuya genel bir açıklama getirememiştir. Bu anlamda elde edilen bulguların uygulanan yöntemle, coğrafi ve zaman boyutuna göre farklılaştığı görülmektedir. Gerçekleştirilecek uygulama ile gelişen ülkeler için literatüre ampirik katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

II. VERİ VE MODEL

Bu çalışmada çevresel Kuznets eğrisi hipotezi test edilmek üzere World Development Indicators veri tabanından elde edilen seriler kullanılmıştır (World Bank, 2016). Seriler 1980-2010 dönemi için 10 gelişen ülkeyi içerecek şekilde bir araya getirilmiştir. Gelişen ülkeler olarak Brezilya, Çin, Macaristan, Meksika, Malezya, Türkiye, Güney Afrika, Mısır, Endonezya ve Hindistan'a ait veriler kullanılmıştır. Kullanılan seriler ve serilerin elde edildiği kaynak Tablo 2'de sunulmaktadır. Ek olarak serilere ilişkin tanımlayıcı istatistikler ise Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 2. Serilere İlişkin Açıklamalar ve Kaynaklar

| SERİ | SERİYE İLİŞKİN AÇIKLAMALAR | VERİTABANI |
|------|--|------------------|
| CO2 | Kişi başına CO2 emisyonu (metrik ton) | WDI ^a |
| GDP | Kişi başına GSYİH (2005 yılı sabit fiyat, ~ USD) | WDI ^a |
| ENR | Kişi başına enerji kullanımı (kg olarak petrole eşdeğer) | WDI ^a |

Kaynak: ^aThe World Bank World Development Indicators

Tablo 3. Tanımlayıcı İstatistikler

| | Gözlem | Ortalama | Standart Hata | Minimum | Maksimum |
|--|--------|----------|---------------|---------|----------|
|--|--------|----------|---------------|---------|----------|

| | | | | | |
|-----|-----|----------|----------|----------|----------|
| CO2 | 309 | 3.549957 | 2.645075 | 0.498710 | 10.35715 |
| GDP | 309 | 3866.384 | 2861.662 | 220.4417 | 11533.82 |
| ENR | 309 | 1311.877 | 796.4798 | 293.5117 | 2961.354 |

Çevresel Kuznets Eğrisi hipotezinin testinde zaman serisi analiz araçlarının yanı sıra panel veri analizi araçları da kullanılabilir. Bu çalışmada Denklem 2’de ifade edilmiş olan model panel veri araçları ile analiz edilecektir. Söz konusu model çevresel bozulma ile gelir arasındaki ilişkiyi test etmek üzere yaygın olarak kullanılmaktadır (Dinda, 2004).

$$CO2_{it} = \alpha_i + \beta_1 GDP_{i,t} + \beta_2 GDP^2_{i,t} + \beta_3 ENR_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

Çalışmada çevresel bozulma göstergesi olarak kullanılan karbondioksit emisyonu düzeyini açıklamak üzere Apergis ve Payne (2010) ve Aytun (2014a) tarafından kullanılan panel veri analizi yaklaşımı izlenecektir. Modelde karbondioksit salınımının uzun dönemdeki en önemli açıklayıcı değişkenleri olarak kişi başına gelir ve enerji tüketimi düzeyleri kullanılmıştır.

Buna göre Denklem 2’de i indisi ülkeleri, t indisi zamanı ifade etmektedir. Uygulamada çevresel bozulma (CO2), gelir düzeyi (GDP) ve enerji tüketimi (ENR) serilerinin seviye değerleri kullanılmıştır. Modeldeki β_1 ve β_2 katsayıları gelir düzeyinin karbondioksit salınımına etkisini temsil etmektedir. β_3 katsayısı ise enerji tüketiminin karbondioksit emisyonuna olan uzun dönemli etkisini göstermektedir. Denklem 2’de β_1 katsayısı pozitif ve β_2 katsayısı negatif işaretli ise GDP ile CO2 arasında (ÇKE hipotezini destekler nitelikte) ters U şeklinde bir fonksiyonel ilişki vardır. Ek olarak literatürde enerji tüketiminin karbondioksit salınımını arttırdığı genel olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle β_3 katsayısının işaretinin pozitif olması beklenmektedir (Apergis- Payne, 2010; Dinda, 2004; Wang-Zhou vd, 2011).

III. METOT

Panel veri analizinin arka planında farklı ülke ya da gruplara ait verilerin bir araya getirilip beraberce istatistiki analize tabi tutulabileceği görüşü yatmaktadır. Bu şekilde ampirik modele ilişkin ortak bir katsayı elde edilebilmektedir. Verilerin bir panelde bir araya getirilmesi, sadece yatay kesit analizi ya da sadece zaman serisi analizi ile elde edilemeyecek bulgulara ulaşabilmeye imkân tanımaktadır. (Asteriou-Hall, 2007). Panel veri analizine ilişkin avantajlar beş başlık altında özetlenebilir. İlk olarak panel veri analizi ile yatay kesit verilerde ortaya konulamayan birimlere özgü katsayı farklılıkları ortaya çıkarılabilmektedir. İkinci olarak ekonomik birimleri (ülkeler, firmalar, kişiler vb.) etkileyen açıklayıcı faktörler heterojen bir şekilde ayrıştırılabilmektedir. Üçüncü avantaj verilerle ilişkin yatay kesit ve zaman serisi bilginin beraberce kullanılabilmesidir. Bu sayede serbestlik derecesi yükselmektedir. Çoklu doğrusal bağlantı azaltılarak daha etkin tahminler yapılabilmektedir. Dördüncü faydalı özellik ise çok uzun zaman serilerine ihtiyaç duymadan dinamik hareketlerin ortaya konulabilmesidir. Nitekim yatay kesit verilerden zamana ilişkin dinamikler elde edilememektedir. Tek başına zaman serileri ise uzun zaman serilerine ihtiyaç duymaktadır. Son avantaj ise sadece zaman serisi ya da sadece yatay kesit istatistikleri ile kolaylıkla belirlenemeyen etkilerin hesaplanabilmesidir (Baltagi, 2005; Kennedy, 2006).

Uygulama aşaması üç kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda panel birim kök testleri yapılacaktır. İkinci kısımda eşbütünleşme testleri gerçekleştirilecektir. Üçüncü kısımda ise eşbütünleşik olduğu ortaya konulan serilerle model parametreleri tahmin edilecektir.

Zaman serisi analizlerinde olduğu gibi uzun bir zaman boyutu bulunan panel verilerle çalışırken de birim kök testlerinin yapılması gerekmektedir. Zira birim kök sorununun göz ardı edilmesi zaman serisi analizinde olduğu gibi sahte regresyon sorununa yol açabilmektedir. Bu sorundan kaçınmak için analize serilerin durağan olup olmadıklarının araştırılması ile başlanılacaktır. Bu amaçla Levin-Lin vd. (2012) ve Im-Pesaran vd. (2003) tarafından panele özgü

olarak geliştirilen birim kök testleri yapılmıştır. Söz konusu testler Denklem 3’te sunulan birinci mertebeden otoregresif eşitlikten yola çıkmaktadır.

$$Y_{it} = \rho\delta_i Y_{it-1} + \Psi_{it}\theta_{it} + \vartheta_{it} \quad (3)$$

Denklemdaki sabit ve eğilim Ψ_{it} ile, otoregresif etki δ_i ile hata terimi ise ϑ_{it} değişkenleri ile ifade edilmektedir. Otoregresif katsayının bire eşit olması, Y değişkeninin güncel değerinin bütünüyle önceki dönemde aldığı değerlerce belirlendiği anlamı taşımaktadır. Levin-Lin vd. (2012) testinde bütün birimlerin (ülke, birey vb.) birbirine eşit ve ortak otoregresif katsayısı bulunduğu ($H_0: \delta_i = \delta = 1$) varsayılmaktadır. Bu anlamda bütün ülkeler homojen kabul edilerek birimlere özgü farklılıklar göz ardı edilmektedir. Im-Pesaran vd. (2003) testi ise ADF testinin panele adapte edilmiş halidir. Öncelikle her bir birim için ADF test istatistiği hesaplanır. Sıfır hipotezinde göre her birim için farklı bir δ_i katsayısı olduğu varsayılmaktadır ($H_0: \delta_i = 1$). Birimler için hesaplanan test istatistiklerinin ortalaması alınarak panel test istatistiği elde edilir (Baltağı, 2005). Testlere ilişkin yapılan Monte Carlo deneyleri Im-Pesaran vd. (2003) testinin Levin-Lin vd. (2012) testinden güçlü olduğunu göstermektedir (Tatoğlu, 2012).

Uygulamalı makro iktisadi araştırmalarda seriler seviyede birim kök içerirken, lineer kombinasyonları birim köke sahip olmayabilir. Serilerin hepsinin birinci dereceden entegre olduğu uygulamalarda model değişkenlerinin eşbütünleşik olup olmadıkları da test edilmelidir. Çalışmanın bu safhasında Pedroni (1999; 2004) tarafından geliştirilen test metodu kullanılacaktır. Söz konusu metotta her bir ülkeye ait sabit ve eğilimler ayrıştırılarak dikkate alınmaktadır. Bu anlamda ülkeler arasındaki heterojen farklılıklar hesaba katılabilmektedir. Test istatistikleri dördü grup-içi, üçü gruplar arası olmak üzere toplamda yedi tanedir. İlk dört testte (Panel-v, Panel- ρ , Panel-PP ve Panel-ADF) ülkelerin homojen eşbütünleşme ilişkisi içinde olduğu varsayılırken, diğer üç testte (Group- ρ , Group-PP ve Group-ADF) eşbütünleşme heterojen kabul edilmektedir. Yedi test istatistiği için sıfır hipotezi “panelde eşbütünleşme ilişkisi bulunmamaktadır” şeklinde kurulmuştur. Alternatif hipotezler ise grup-içi ve gruplar-arası testler için farklılık göstermektedir. Buna göre ilk grup test istatistiği için alternatif hipotez homojenlik varsayımı altında “panelin bütününde eşbütünleşme bulunmaktadır” şeklindedir. Heterojenlik varsayımı altındaki ikinci grup test istatistiği için alternatif hipotez “bazı bireylerde eşbütünleşme yok iken diğerlerinde vardır” şeklindedir. Bütün test istatistikleri standart normal dağılıma uymaktadır.

Modele ilişkin serilerin eşbütünleşik olduğunun belirlenmesinin ardından katsayıların tahmini aşamasına gelinmektedir. Eşbütünleşik serilerin tahmininde sıradan EKK tahmincisi kullanılamamaktadır. Eşbütünleşik ve heterojen özellikler taşıyan modelin tahmininde bu nedenle Pedroni (2000) tarafından geliştirilen Fully Modified-OLS (FM-OLS) tahmincisi kullanılacaktır.

IV. BULGULAR

Tablo 4’te gelişmekte olan 10 ülke için yapılan Levin-Lin vd. (2002) ve Im-Pesaran vd. (2003) birim kök test sonuçları yer almaktadır. LLC testinde serilerin ortak bir otoregresif parametreye sahip olduğu hipotezi ($H_0: \delta_i = \delta = 1$) test edilmiştir. IPS testinde ise ülkelere özgü farklılıklar dikkate alınarak teker teker H_0 hipotezi ($H_0: \delta_i = 1$) test edilmiştir. LLC ve IPS test sonuçlarına göre CO₂, GDP ve ENR serilerinin seviyede durağan olmadıkları görülmektedir. Serilerin farkları alındığı takdirde her iki testte de sıfır hipotezi %1 anlamlılık seviyesinde reddedilmektedir. Elde edilen bulgulara dayanarak serilerin birinci dereceden durağan olduklarına karar verilmiştir.

Serilerin birinci dereceden durağan olduklarına karar verilmesinden sonra Pedroni (1999; 2004) panel eşbütünleşme testi gerçekleştirilmiştir. Tablo 5’te sunulan Pedroni (1999; 2004) eşbütünleşme test bulgularına göre Grup içi Panel- ρ , Panel-PP ve Panel-ADF testlerinde H_0 hipotezi reddedilmiştir. Gruplar-arası test istatistiklerine bakıldığında ise Group - PP ve Group - ADF testlerinde H_0 hipotezi reddedilmektedir. Genel bir bakış ile gerçekleştirilen testler seriler arasında eşbütünleşme ilişkisi olduğuna yönelik güçlü kanıt oluşturmaktadır. Sonuç olarak gelişen 10 ülke için bir araya getirilen serilerin eşbütünleşik olduğuna karar verilmiştir.

Tablo 4. LLC ve IPS Panel Birim Kök Testi Sonuçları

| Seriler | LLC | IPS |
|---------------------------|---|--|
| | (Levin, vd, 2002) ($H_0: \delta_i = \delta = 1$) | IPS (Im, vd, 2003) ($H_0: \delta_i = 1$). |
| CO2 | 0.14033 | 3.82541 ^a |
| GDP | 5.36783 | 4.78446 |
| GDP ² | 8.45227 | 6.10510 |
| ENR | 3.57874 | 1.12923 |
| Δ CO2 | -9.75965*** | -11.5037*** |
| Δ GDP | -7.78767*** | -7.24903*** |
| Δ GDP ² | -4.11700*** | -5.36945*** |
| Δ ENR | -5.43338*** | -8.69625*** |

Notlar: ***, **, * H_0 hipotezinin sırası ile 0.01, 0.05 ve 0.10 anlamlılık seviyesinde reddedildiği anlamına gelmektedir. Uygun gecikme sayısı Schwarz enformasyon kıstası kullanılarak seçilmiştir. Test istatistiğinin yanında a indisinin olması sabitli modeli, olmaması sabit ve trendli modeli ifade etmektedir. Spektral tahminde bant genişliği Newey-West aracılığı ile belirlenmiş ve Bartlett çekirdeği kullanılmıştır.

Tablo 5. Pedroni Eşbütünleşme Testi Sonuçları

| Testler | İstatistik |
|---------------|----------------------|
| | Pedroni (1999; 2004) |
| Panel-v | 0.650023 |
| Panel- ρ | -2.194270** |
| Panel-PP | -5.902733*** |
| Panel-ADF | -8.279394*** |
| Group- ρ | -0.504899 |
| Group-PP | -5.605131*** |
| Group-ADF | -6.481470*** |

Notlar: H_0 : Eşbütünleşme ilişkisi bulunmamaktadır. ***, **, * H_0 hipotezinin sırası ile 0.01, 0.05 ve 0.10 anlamlılık seviyesinde reddedildiği anlamına gelmektedir. Test istatistikleri sabit ve trend içeren modele aittir. Uygun gecikme sayısı Schwarz enformasyon kıstası kullanılarak seçilmiştir. Spektral tahminde bant genişliği Newey-West aracılığı ile belirlenmiş ve Bartlett çekirdeği kullanılmıştır.

Çevresel Kuznets Eğrisinin varlığına yönelik oluşturulan model (Denklem 2) Fully Modified-OLS (FM-OLS) tahmincisi (Pedroni, 2000) kullanılarak tahmin edilmiştir. Tablo 6'da raporlanan sonuçlara göre β_1 katsayısının pozitif ve anlamlı iken β_2 katsayısının negatif ve anlamlı olduğu görülmektedir. Özetle, karbondioksit emisyonu (CO2) ile gelir düzeyine (GDP) ilişkin bulguların Çevresel Kuznets Eğrisi hipotezini desteklediği görülmektedir. Bulgular söz konusu 10 gelişen ülke için gelişmenin ilk aşamalarında gelir artışının çevresel bozulmayı arttırdığını ancak belirli bir aşamadan sonra bu etkinin ortadan kalkarak tersine döndüğünü göstermektedir. ÇKE hipotezi çevre kirliliğine karşı hiçbir şey yapmanın en iyi politika olduğunu ima etmektedir. Bu anlamda gelir

artışı ile otomatik olarak çevre kirliliğinin azalacağını öne süren ÇKE hipotezi gelişen 10 ülke örneklemini için desteklenmektedir.

Uygulamada ek olarak elde ettiğimiz bir bulgu ise enerji tüketimi ile karbondioksit salınımına ilişkindir. Enerji tüketimine ilişkin β_3 katsayısının literatürle uyumlu bir şekilde pozitif ve anlamlı olduğu görülmektedir. Buna göre gelişen 10 ülkede kişi başına bir kilogram petrole eşdeğer tüketim yapılmasının karbondioksit emisyonunu 0.002455 metrik ton arttırdığı görülmektedir.

Tablo 6. FM-OLS Tahmin Sonuçları

| CO2 | FM-OLS |
|--|--|
| (β_1) GDP | 0.000426*** |
| (β_2) GDP ² | -1.36E-08* |
| (β_3) ENR | 0.002455*** |
| Sonuç | $\beta_1 > 0$ ve $\beta_2 < 0$ ÇKE hipotezi geçerli |
| <i>Notlar:</i> ***, **, * H ₀ hipotezinin sırası ile 0.01, 0.05 ve 0.10 anlamlılık seviyesinde reddedildiği anlamına gelmektedir. | |

SONUÇ

Kuznets 1955 yılındaki temel eserinde ülkelerin kalkınma sürecinde yaşadıkları gelir dağılımı değişimlerine dikkat çekmiştir. Kuznets'e göre ülkelerde gelişme sürecinin ilk aşamalarında gelir dağılımı bozulmakta, ancak belirli bir aşama sonrası gelir dağılımı düzelmeye başlamaktadır. Kuznets'in çalışması ile kalkınmanın bir boyutu olarak gelir dağılımı adaletine dikkat çekilmiştir. Bu durum araştırmacılara benzer süreçlerin kalkınmanın çevre boyutunda da geçerli olup olmadığını araştırma konusunda ilham vermiştir. Standart Kuznets Eğrisi bu bakış açısı ile Çevresel Kuznets Eğrisine dönüşmüştür. Gelişen ülkelerde sanayileşmenin getirdiği çevresel sorunlar bu sorunlara müdahale edip etmeme konusunda kararsızlığa yol açmaktadır. Kuznets'in hipotezinin çevre kirliliği boyutunda geçerli olması, aktif politikaları gereksiz kılmaktadır. Bu anlamda ülkeler milli gelirlerini adım adım yükselttikçe çevresel bozulma önce artacak bir aşamadan sonra azalmaya başlayacaktır. Günümüzde özellikle gelişen ülkelerin ciddi çevre sorunlarıyla karşı karşıya olduğu düşünülürse ÇKE hipotezinin bu ülkelerin uygulayacakları çevre politikaları açısından önemi daha iyi anlaşılmaktadır. Araştırmada bu nedenle gelişen 10 ülkenin 1980-2010 dönemi istatistikî verilerinden yararlanılmıştır. Model değişkenlerinin birinci dereceden durağan olduklarının tespit edilmesinin ardından serilerin eşbütünleşik olduğu görülmüştür. Eşbütünleşik serilere ilişkin model Panel Fully Modified OLS tahmincisi ile tahmin edilmiştir. Bulgular gelişmekte olan ülkeler örneklemini için Çevresel Kuznets Eğrisi hipotezinin geçerli olduğuna işaret etmektedir. Böylesi bir bulgu gelir düzeyinin artması ile çevresel bozulmanın giderek azalacağı görüşünü desteklemektedir. Gelişen ülkelerde uzun dönemde fosil kaynak kullanımı azaltılarak çevresel kirliliği ve fosil kaynaklara olan bağımlılığın azaltılması olasıdır. Çevresel kirliliği azaltacak sürdürülebilir bir büyüme performansı için yenilenebilir enerji politikaları oluşturularak, bu ülkelerin gelişmiş ülkelerin kirlilik sığınakları haline gelmemesi konusunda hassasiyet gösterilmesi gerekmektedir. Çalışmamızda ek olarak çevresel bozulmaya etkisi olabilecek kurumsal ve sosyo-ekonomik faktörlerin de araştırılması gelecek çalışmalara öneri olarak sunulmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akın, C. S. (2014). Kurumsal Kalitenin Çevre Üzerine Olan Etkileri: BRICS Ülkeleri Üzerine Bir Uygulama. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 6(2), 1-8.
- Ang, J. B. (2007). CO2 emissions, energy consumption, and output in France. *Energy Policy*, 35(10), 4772–4778.
- Apergis, N. & Payne, J. E. (2010). The emissions, energy consumption, and growth nexus: Evidence from the commonwealth of independent states. *Energy Policy*, 38(1), 650–655.
- Asteriou, D. & Hall, S. G. (2007). *Applied econometrics : A modern approach using eviws and microfit*. New York: Palgrave Macmillan.
- Aytun, C. (2014a). Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezi: Panel veri Analizi. *Akademik Bakış*, (44), p. 1-14.
- Aytun, C. (2014b). Gelişen Ekonomilerde Karbondioksit Emisyonu, Ekonomik Büyüme ve Eğitim Arasındaki İlişki: Panel Veri Analizi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, (27), 349-362.
- Baltagi, B. (2005). *Econometric Analysis of Panel Data (3rd ed.)*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Brock W. A. & Taylor, M. S. (2004). Economic Growth and the Environment: A Review of Theory and Empirics. *NBER Working Paper Series*, Working Paper no: 10854.
- Chew, G. L. (2009). Foreign Direct Investment, Pollution and Economic Growth: Evidence form Malaysia. *Applied Economics*, 41, 1709–1716
- Dinda, S. (2004). Environmental Kuznets Curve Hypothesis: A Survey. *Ecological Economics*, 49(4), 431–455.
- Erataş, F. & Uysal, D. (2014). Çevresel Kuznets Eğrisi yaklaşımının BRICT Ülkeleri kapsamında Değerlendirilmesi. *İktisat Fakültesi Mecmuası*, 64(1), 1-25.
- Fields, G. S. & Jakubson, G. H. (1994). *New Evidence on the Kuznets Curve*. Ithaca NY: Cornell University.
- Grossman M. G. & Krueger, A. B. (1991). Environmental Impacts of a North American Free Trade Agreement. (Working Paper No. 3914). *National Bureau of Economic Research*.
- Galeotti, M. & Lanza, A. (2005). Desperately seeking environmental Kuznets. *Environmental Modelling & Software*, 20(11), 1379–1388.
- Holtz-Eakin, D. & Selden, T. M. (1995). Stoking the fires? CO2 emissions and economic growth. *Journal of Public Economics*, 57(1), 85–101.
- IEA, (2013). *CO2 Emissions From Fuel Combustion Highlights*. Paris: IEA Publications.
- Im, K. S., Pesaran, M. & Shin, Y. (2003). Testing for unit roots in heterogeneous panels. *Journal of Econometrics*, 115(1), 53–74.
- Jalil, A. & Mahmud, F. S. (2009). Environment Kuznets curve for CO2 emissions: A cointegration analysis for China. *Energy Policy*, 37(12), 5167–5172.
- Kennedy, P. (2006). *Ekonometri Kılavuzu*. Çeviren: Ş. Açıkgöz & M. Sarımeşeli. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kumbaroglu, G., Karali, N. & Arikan, Y. (2008). CO2, GDP and RET: An Aggregate Economic Equilibrium Analysis for Turkey. *Energy Policy*, 36, 2694–2708.
- Kuznets, S. (1955). Economic Growth and Income Inequality. *The American Economic Review*, 45(1), 1–28.

- Lean, H. H. & Smyth, R. (2010). CO2 emissions, electricity consumption and output in ASEAN. *Applied Energy*, 87(6), 1858–1864.
- Lee, K. & Kim, B. Y. (2009). Both institutions and policies matter but differently for different income groups of countries: determinants of long-run economic growth revisited. *World Development*, 37(3), 533-49.
- Levin, A., Lin, C.-F. & Chu, C.-S. (2002). Unit root tests in panel data: asymptotic and finite-sample properties. *Journal of Econometrics*, 108(1), 1–24.
- Li, X., Yan, X., An, Q., Chen, K. & Shen, Z. (2016). The coordination between China's economic growth and environmental emission from the Environmental Kuznets Curve viewpoint. *Natural Hazards*, 1–20. <http://doi.org/10.1007/s11069-016-2314-0>
- Ma, C. & Stern, D. I. (2007). China's Carbon Emissions 1971-2003. *Rensselaer Working Papers in Economics*, Rensselaer Polytechnic Institute, Department of Economics Number 0706.
- Morrisson, C. (2000). Historical Perspectives on Income Distribution: The Case of Europe. in Atkinson and Bourguignon, eds., *Handbook of Income Distribution*. Amsterdam: Elsevier.
- Narayan, P. K. & Narayan, S. (2010). Carbon dioxide emissions and economic growth: Panel data evidence from developing countries. *Energy Policy*, 38(1), 661–666.
- Omri, A. (2013). CO2 emissions, energy consumption and economic growth nexus in MENA countries: Evidence from simultaneous equations models. *Energy Economics*, 40, 657–664.
- Ozcan, B. (2013). The nexus between carbon emissions, energy consumption and economic growth in Middle East countries: A panel data analysis. *Energy Policy*, 62, 1138–1147.
- Pedroni, P. (1999). Critical Values for Cointegration Tests in Heterogeneous Panels with Multiple Regressors. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 61(S1), 653–670.
- Pedroni, P. (2000). Fully modified OLS for heterogeneous cointegrated panels. B. H. Baltagi (Ed.), *Advances in Econometrics* (Vol. 15, s. 93–130). Emerald: Bingley.
- Pedroni, P. (2004). Panel Cointegration: Asymptotic and Finite Sample Properties of Pooled Time Series Tests With an Application to the PPP Hypothesis, *Econometric Theory*, 20(03), 597–625.
- Richmond, A. K. & Kaufmann, R. K. (2006). Is there a turning point in the relationship between income and energy use and/or carbon emissions?. *Ecological Economics*, 56(2), 176–189.
- Robalino-López, A., Mena-Nieto, Á., García-Ramos, J.-E., & Golpe, A. A. (2015). Studying the relationship between economic growth, CO2emissions, and the environmental Kuznets curve in Venezuela (1980–2025). *Renewable and Sustainable EnergyReviews*, 41, 602-614.
- Schultz, T. P. (1998). Inequality in the Distribution of Personal Income in the World: How it is Changing and Why. *Journal of Population Economics*, 11(3), 307-44.
- Tatoğlu, F. Y. (2012). *İleri Panel Veri Analizi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- O. Uçan, Arıcıoğlu. E. & Yücel, F. (2014). Energy Consumption and Economic Growth Nexus: Evidence from Developed Countries in Europe. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 4(3), 411-419.
- Wang, S. S., Zhou, D. Q., Zhou, P. & Wang, Q. W. (2011). CO2 emissions, energy consumption and economic growth in China: A panel data analysis. *Energy Policy*, 39(9), 4870–4875.
- Williamson, J. G. (1997). Globalization and inequality, past and present. *The World Bank Research Observer*, 12(2), 117-135.
- World Bank, (2016). World Development Indicators, <http://databank.worldbank.org/data/> (Erişim: 20.03.2016)

MARKA KİŞİLİĞİ BOYUTLARI, TATMİN, GÜVEN VE ETNOSENTRİK EĞİLİMLERİN MARKA SADAKATI ÜZERİNE ETKİSİ – DİDİ ÖRNEĞİ *

Hakan KİRACI¹
Fatih KOCABAY²

Özet

Ülkemizde satışı gerçekleştirilen ikisi uluslararası, biri ulusal ölçekte markaların olduğu soğuk çay pazarında yer alan ÇAYKUR işletmesinin ürettiği DİDİ marka soğuk çay içeceği markasının marka kişiliği boyutlarının öncelikle ortaya konulmasının amaçlandığı bu çalışmada; marka kişiliği boyutları, marka tatmini, marka güveni ve etnosentrik eğilimlerin marka sadakati üzerindeki olası etkileri araştırılmıştır. Yapılan alan araştırması sonucunda elde edilen bulgulara göre, marka tatmini, marka güveni ve marka kişiliği boyutlarından coşku boyutunun hem tutumsal hem de davranışsal marka sadakati üzerinde olumlu yönde etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla beraber, etnosentrik eğilimlerin Didi markasına yönelik tutumsal ve davranışsal marka sadakati üzerinde önemli bir ölçüde bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Araştırmadan çıkan sonuçlar, teorisyen ve uygulayıcılar yönünden irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Marka Kişiliği, etnosentrik eğilim, marka sadakati, Didi, soğuk çay

Jel Sınıflandırılması: M30, M31, E21, D12

DIMENSIONS OF BRAND PERSONALITY, SATISFACTION, TRUST AND ETHNOCENTRIC TENDENCY EFFECTS ON BRAND LOYALTY – AN EXAMPLE OF “DİDİ”

Abstract

First of all, in this study, it was aimed to determined the personality dimensions of Didi that was produced by Çaykur Firm and placed in ice tea market where two international (Lipton Ice Tea –Fuse Tea by Coca Cola) and one national brand (Didi by Çaykur). Second, it was analysed of effects of brand personality dimensions, brand satisfaction, brand trust and ethnocentric tendency on bahavioral and attitudinal loyalty of “Didi”. At the end of study, it was found that brand satisfaction, brand trust and excitement dimension have positive affect on behavioral and attitudinal loyalty level of “Didi”. In addition to this result, it was also found that ethnocentric tendency has not affect on loyalty level of “Didi”. Findings and results of this study semtinized in terms of theorists and practitioner.

Key Words: Brand Personality, ethnocentric tendency, brand loyalty, Didi, ice tea.

Jel Classification: M30, M31, E21, D12

* Bu çalışma “Marka Kişiliği, Markaya Duyulan Güven ve Etnosentrik Eğilimlerin Marka Sadakatine Etkisi, Soğuk Çay Markaları Üzerinden Bir Uygulama ve Didi Örneği” isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

¹ Yrd. Doç. Dr. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Fethiye İşletme Fakültesi, hakankiraci@mu.edu.tr

² Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Pazarlama ABD Bilim Uzmanı, ege018@gmail.com

GİRİŞ

“Bir satıcının veya satıcı grubunun mal ve hizmetlerini tanımlamak ve onları rakiplerinden farklılaştırmak amacını taşıyan bir isim, terim, işareti sembol veya tasarım” şeklinde Kotler (2003: 93) tarafından tanımlanan marka kavramı üzerine türetilen marka değeri, marka sadakati, marka kişiliği, marka çağrışımı vb. gibi kavramlar marka olgusunun önemini gözler önüne sermektedir.

Hızla gelişen ve değişen günümüz pazarlama dünyasında tüketicilerin beklentilerine karşılık vermek ve onları memnun etmek oldukça zor bir hale gelmiştir. Özellikle piyasaya giren çok sayıda alternatif ürünlerin varlığı işletmeler için pazar paylarını koruma ve arttırmada bir tehdit oluşturmaktadır. Şöyle ki, tüketicilerin beklentilerini karşılamada ağır kalan ya da bunu geç fark eden işletmeler zamanla rakiplerinin gerisinde kalacak ve mevcut müşterilerini rakiplere kaptıracaktır. Tüketiciler artık ürünün sadece işlevsel özelliklerine bakmamakta; o markanın kendisine ekstra ne gibi değerler kattığını önemsemektedir. Tüketiciler geçmişte bir ürünü sadece fiyata göre değerlendirirken artık değerlendirme kriterlerinin arasına sunum, memnuniyet, tatmin, güven gibi kavramlar girmiştir. Dolayısıyla tüketiciye sunulan ürünlerin kalitesinin artmasıyla markaların sadece fonksiyonel ihtiyaçları karşılayan kaliteli ürün olması yeterli gelmemektedir. Güven duyulan, tatmin duyulan bir marka olmak aynı zamanda sadık müşterileri de beraberinde getirebileceği için günümüzde oldukça önemlidir. Rekabetin gittikçe zorlaştığı zamanlarda kalıcı rekabet avantajı sağlamak için akademisyenler ve uygulayıcılara göre marka sadakati hiç kuşkusuz firmalar için stratejik öneme sahiptir. Bu noktadan hareketle bu çalışmada; marka kişiliği, marka tatmini, marka güveni, tüketici etnosentrizmi gibi faktörlerin marka sadakati üzerindeki olası etkilerinin belirlenmesine çalışılmıştır. Aynı zamanda, piyasada rakiplerine göre yeni bir ürün olan Çaykur firmasının üretmiş olduğu “*Didi*” adlı soğuk çay markasının marka kişiliği belirlenmiş ve bunların da diğer değişkenleri ne ölçüde etkilediği araştırılmıştır.

I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu başlık altında, araştırma modelinde yer alan marka sadakati, marka kişiliği, marka güveni, marka tatmini ve tüketici etnosentrizmi kavramları kısaca açıklanmaktadır.

I.I. Marka Sadakati

Aynı markayı tercih etme eğilimi olarak basitçe tanımlanabilecek marka sadakati kavramı, pazarlama alanında uzun yıllardan beri yoğun ilgi gören kavramlardan biridir. Bu kavramın bu denli ilgi görmesinin temel nedeni, ilişkisel pazarlamanın en temel hedefinin müşterilerle uzun süreli ilişkiler kurulması ve sonucunda müşteri sadakatinin sağlanması olarak düşünülebilir.

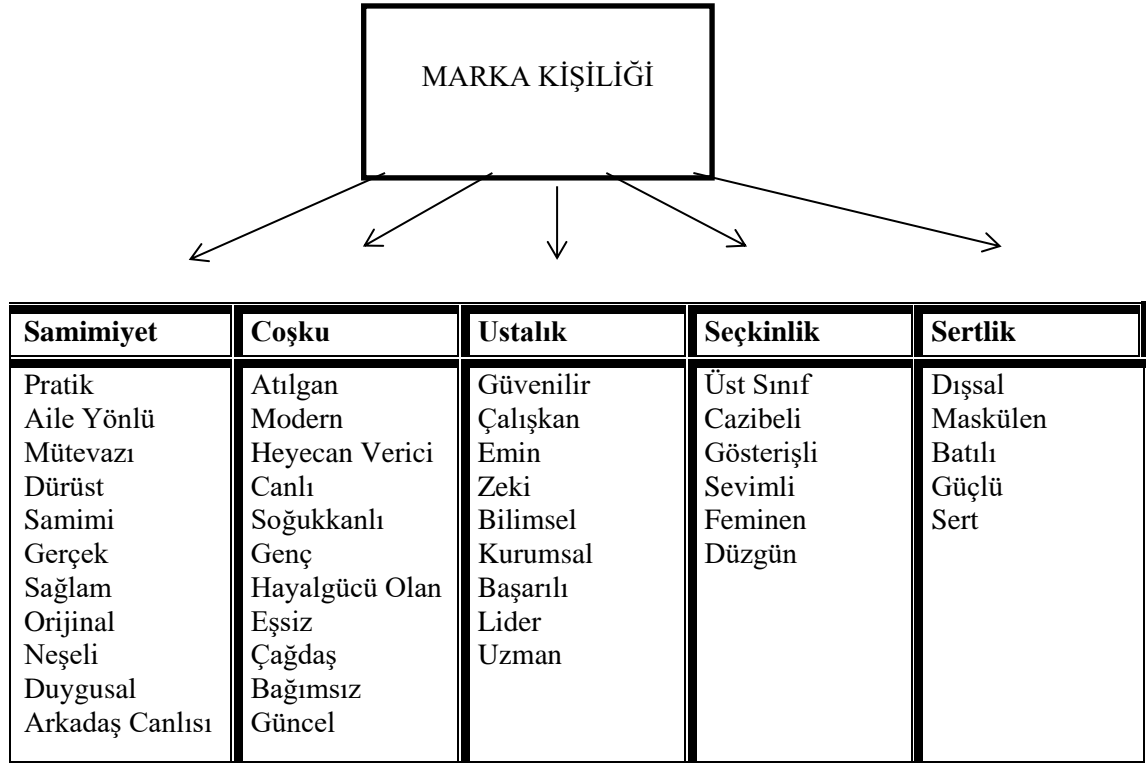
Aaker (1991), azalan pazarlama maliyeti, daha fazla yeni müşteri elde etme, büyük bir ticari kaldıraç görevi görme ve ağızdan ağza iletişim etkisi vb. gibi belirli pazarlama avantajlarını beraberinde getiren marka sadakatinin, marka değeri modelinde bulunan dört temel belirleyiciden biri olduğunu belirtmiştir. (Chaudhuri ve Holbrook, 2001; Dick ve Basu, 1994; Oliver, 1999).

Marka sadakati üzerinde duran çalışmalar incelendiğinde, konunun araştırılmaya başlanmasından bugüne kadar geçen süreçte, farklı bakış açılarının bir sonucu olarak değerlendirmede farklı boyutların ele alındığı görülmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmada marka sadakati konusu incelenirken, tutumsal ve davranışsal marka sadakati olarak ele alınmaktadır. Chaudhuri ve Halbrook (2001)’e göre davranışsal marka sadakati, marka değiştirmeyi sağlamak amaçlı tüm pazarlama faaliyetlerine rağmen bir malı veya hizmeti gelecekte tekrar alma taahhüdünde bulunarak, sürekli aynı markayı tekrar tekrar satın alma eğilimi olarak tanımlanırken; tutumsal marka sadakati ise, markaya karşı tüketicinin duygusal bağlılık düzeyini ifade etmektedir.

I.II. Marka Kişiliği

İlk kez Gardner ve Levy tarafından 1955 yılında ortaya atılan ve 1997’ de Jennifer Aaker (1997) tarafından listelenerek literatürde kabul gören “marka kişiliği” kavramı, Aaker tarafından; marka ile anılan tüm insani karakter özellikleri olarak tanımlanabilmektedir (Aaker, 1997: 347). Keller (1993) de, Aaker (1997)’a yakın olarak marka kişiliğini, insani karakter özelliklerinin markaya atfedilmesi şeklinde tanımlamıştır. Bu bağlamda, marka kişiliği kavramı, temelde markaların da insanlar gibi kişilik özelliklerine, belli duygular ya da izlenimlere sahip olduğu varsayımına dayanmaktadır.

Şekil 1. Marka Kişiliği Boyutları



Kaynak: Aaker, (1997), “Dimensions of Brand Personality”, Journal Of Marketing Vol: 34, No:3, s.352.

Jennifer Aaker’in 1997’de yaptığı çalışmaya göre, marka kişiliğinin beş temel boyutu vardır. Bu boyutlar ve boyutların altında yer alan değişkenler şekil 1’ de gösterilmiştir. Aaker’ın beş boyutlu marka kişiliği ölçeği ile ilgili belirli eleştirilerde bulunulsa da, pek çok çalışmada bu ölçeğin kullanıldığı gözlenmektedir.

Tablo 1. Türkiye’ de Marka Kişiliği Boyutları

| Yetkinlik | Heyecan | Geleneksellik | Androjenlik |
|---|---|--|--|
| Profesyonel Başarılı Prestijli İşini İyi Yapan Güvenilir Sağlam İyi Kendine Güvenen Global İstikrarlı Kaliteli Orijinal Bildik İddialı | Genç Genç ruhlu Dinç Sportif Tutkulu Baştan Çıkarıcı Çevik Özgürlükçü Neşeli Eğlenceli Eğlendirici Sempatik Hareketli Hayatı Seven | Geleneksel Mütevazı Hesaplı Tutumlu Aile Odaklı Muhafazakar Klasik | Şatafatlı Kadınsı Asi Erkeksi |

Kaynak: Lerzan Aksoy ve Ayşegül Özsoyer, Türkiye’de Marka Kişiliği Oluşturan Boyutlar, 12. Ulusal Pazarlama Kongresi, Sakarya Üniversitesi, 2007, s.3.

Marka kişiliği ölçeğinin oluşturulması açısından farklı kültürlerde yapılan çalışmalar arasında, Türkiye’de yapılan marka kişiliği ölçeğiyle ilgili Aksoy ve Özsoyer’in 2007 yılında yaptıkları çalışma örnek olarak gösterilebilmektedir. Aksoy ve Özsoyer tarafından Türkiye’de 1200 kişilik örneklem ile yapılan araştırma sonucunda, Türkiye’de marka kişiliğinin yetkinlik, heyecan, geleneksellik ve androjenlik olmak üzere dört boyut altında toplam 39 nitelik olarak tanımlanabileceği ortaya konmuştur(Aksoy ve Özsoyer, 2007: 3). Bu boyutlar tablo 1’de gösterilmiştir. Aksoy ve Özsoyer, Aaker’ın marka kişiliği ölçeğinden farklı olarak, geleneksellik ve androjenlik boyutlarını Türkiye’ye özgü boyutlar olarak tanımlamaktadırlar.

I.III. Marka Güveni

Marka sadakati üzerinde olumlu yönde etkisi olan marka güveni kavramı, tüketicilerin markanın belirli işlevlerini yürütmelerine ilişkin güvenlerini ifade etmektedir (Chaudhuri and Holbrook, 2001). Bu bağlamda, yüksek düzeyde marka güveninin davranışsal ve tutumsal marka sadakati üzerinde olumlu yönde etkisi olduğu dile getirilebilmektedir (Kabadayı ve Aygün, 2007). Bir başka deyişle, markaya yönelik güven düzeyi yükseldikçe beraberinde marka sadakatinin yükselişini getirdiği düşünülmektedir.

I.IV. Marka Tatmini

Engel vd. (1990)’e göre, tüketicilerin tercih ettikleri markadan elde edilen faydaların, satın alma öncesi beklentilerini karşılayıp karşılamadığı ve beklentilerini aşip aşmadığına ilişkin öznel değerlendirmelerinin sonucu olarak tanımlanan marka tatmini olgusuna, marka sadakati modellerinde genellikle yer verildiği görülmektedir (Yin Lam vd., 2002). Yapılan pek çok çalışma sonucunda (El-Adly ve Eid, 2016; Kim vd., 2015, Aydın ve Ozer, 2005; Yin Lam vd., 2002, Bloemer vd. 1995; Garfein, 1987), marka tatmini ile marka sadakati arasında ilişki bulunduğu ortaya çıkarılmıştır.

I.V. Tüketici Etnosentrizmi

Kelime anlamı “biz-merkezcilik” olan ve TDK’ya göre halk-bencilik olarak ifade edilen etnosentrizm kavramı ilk kez 1906 yılında William Graham Sumner tarafından sosyolojik bir çalışmada kullanılmıştır (Cutura, 2006: 54). Etnosentrizm olgusunun pazarlama alanına yansımaları olan tüketici etnosentrizmi ise, satın alma kararlarında Shimp and Sharma (1987) tarafından Amerikan tüketicisinin yabancı ürün satın almalarının ahlaki değerlerine uygunluğunu belirtmede kullanılmıştır. Etnosentrik tüketici eğilimi, yabancı (marka) ürünleri satın alma davranışını sorgulayarak, bireyi yerli ürünleri tercih etmeye yönlendirmektedir. Söz gelimi, etnosentrik eğilimi güçlü olan tüketicilerin yerli ürünleri tercih etme olasılığının da yüksek olması beklenmektedir.

II. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

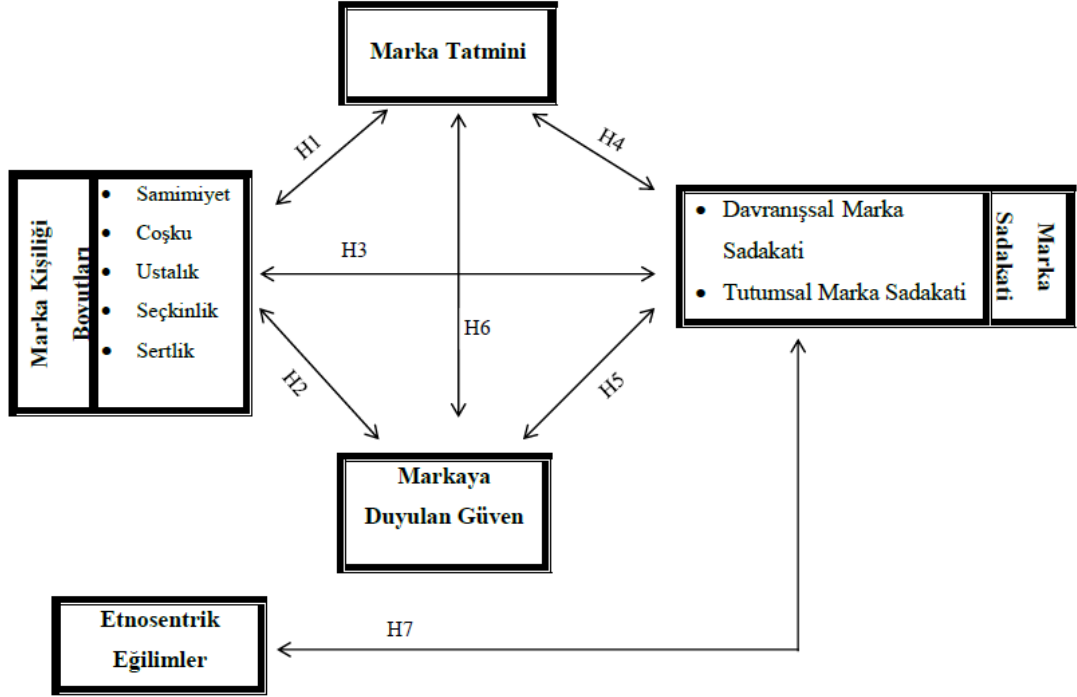
Pazara rakiplerin girmesiyle artan rekabet ortamı ve çok sayıda benzer ürünün piyasada yer alması, işletmeler için markalarına duyulan sadakat kavramını daha önemli hale getirmiştir. Bu çalışmada, özellikle marka sadakatini (davranışsal / tutumsal) etkileyen belirli değişkenler incelenmiş ve bu değişkenlerin arasındaki ilişkiler araştırılmıştır. Araştırmanın yapılmasına karar verme sürecinde ortaya atılan şu araştırma sorusuna cevap aranması düşünülmüştür: Didi markasına sadakat gösteren tüketicilerin bu sadakatleri üzerinde;

- Etnosentrik eğilimleri mi?
- Tüketiciler üzerinde markanın oluşturduğu kişilik özellikleri mi?
- Markanın tüketiciye sağladığı güven düzeyi mi?
- Didi markasından tatmin düzeyi mi daha etkili olmaktadır?

Araştırma sorusundan hareketle bu çalışmada, tüketicilerin Didi markalı soğuk çay tercihlerinde ve sadakatlerinde etkili olabilecek Didi markasının tüketiciye verdiği güven düzeyi, Didi markasından duyulan tatmin düzeyi, Didi markasının kişilik boyutları ve tüketicilerin etnosentrik eğilimlerin marka sadakatini ne düzeyde etkilediğini ortaya koyma amaçlanmaktadır. Bu temel amaçtan hareketle, öncelikle çalışmada yer alan değişkenler arasındaki iki yönlü ilişkiler ortaya konulacaktır. Bu çalışmanın diğer bir amacı da, Türkiye’de piyasaya sürülen ÇAYKUR firmasının ürettiği DİDİ marka soğuk çayı bir canlı olarak düşünüldüğünde; sahip olacağı kişilik özelliklerinin Aaker’in 5 boyutlu 42 değişkenli marka kişiliği ölçeği kullanılarak belirlenmesidir.

Araştırma konusundaki literatürün incelenmesi ile elde edilen bilgiler ışığında ve araştırmanın amaçları doğrultusunda geliştirilen araştırma modeli şekil 2’de yer almaktadır. Bu modelde, çalışmada yer alan değişkenler ve araştırmanın hipotezleri görülmektedir.

Şekil 2. Araştırmanın Modeli



Araştırmanın ana kütesini 18 yaş üzeri tüketiciler oluşturmakta ve bu tüketicilerden “anket” tekniği yardımıyla veriler toplanmaktadır. Sosyal paylaşım sitesi olan Facebook kullanıcılarına sanal ortamda oluşturulan anket formu, 532 kişi tarafından sorunsuz bir biçimde doldurulmuştur. Söz konusu anket formu 4 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde katılımcıların Çaykur firmasının ürettiği DİDİ marka soğuk çay markasını değerlendirmeleri istenmiştir. Bu bağlamda markaya duyulan güven, marka tatmini, davranışsal marka sadakati ve tutumsal marka sadakati ile ilgili sorular bu bölümde yer almıştır. Üçüncü bölümde etnosentrik eğilimleri belirlemeye yönelik etnosentrizm soruları ve son bölümde Didi soğuk çay markasının marka kişiliğini belirlemeye yönelik 42 sorudan oluşan marka kişiliği ölçeği soruları yer almaktadır. Anket sorularının dağılımı ise şöyledir. Demografik değişkenlerin belirlenmesinden sonraki ilk 4 soru Kabadayı ve Aygün’ün (2007) markaya duyulan güven ile ilgili soruları, sonrasındaki 4 soru Lau ve Lee’ nin (1999) marka tatmini soruları, 4 soru Kabadayı ve Aygün’ün (2007) davranışsal marka sadakati soruları ve 3 soru yine Kabadayı ve Aygün’ün (2007) tutumsal marka sadakati soruları ve Shrimp ve Sharma (1987) tarafından tüketicilerin etnosentrik eğilimlerini ölçmek amacıyla geliştirilen CETSCALE isimli ölçeğin soruları oluşturmaktadır. Marka kişiliğini belirlemeye yönelik Aaker’in 5 boyutlu 42 değişkenli kişilik modeli kullanılmıştır. Etnosentrizm soruları, orijinali baz alınarak uygulamaya yönelik olarak Türkçeleştirilmiştir. Anket sorularının katılımcıların anlayabileceği kolaylıkta ve anlaşılabilirlikte hazırlanmasına özen gösterilmiş; soruların yanıtlanması ve yapılacak analizlerde kolaylık sağlanması amacıyla, kapalı uçlu ve 5’li likert ölçeğiyle (1:Hiç katılmıyorum.....5:tamamen katılıyorum) ölçülerek yanıtlar toplanmıştır.

Belirlenen ana küteden kolayda örneklem yöntemiyle elde edilen veriler SPSS 21.0 istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırma verilerinin analizi için ilk olarak güvenilirlik analizleri katılımcıların demografik özellikleriyle ilgili tanımlayıcı istatistiksel bulgulara yer verilmiştir. Sonrasında modelde yer alan değişkenlerin Pearson korelasyon katsayı değerleri analiz edilmiştir. Son olarak yapılan regresyon analizi ile marka sadakati üzerinde anlamlı etkisi bulunan değişkenler ortaya çıkarılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin yapılan güvenilirlik analizi bulguları tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Değerleri

| Ölçekler | | Cronbach Alpha Katsayısı |
|----------------------------|-----------|--------------------------|
| Marka Kişiliği Boyutları | Samimiyet | 0,937 |
| | Coşku | 0,953 |
| | Uсталık | 0,954 |
| | Seçkinlik | 0,921 |
| | Sertlik | 0,883 |
| Marka Tatmini | | 0,829 |
| Markaya Duyulan Güven | | 0,913 |
| Davranışsal Marka Sadakati | | 0,665 |
| Tutumsal Marka Sadakati | | 0,732 |

Güvenilirlik analizi sonucu ortaya çıkan Cronbach Alpha katsayısı yorumları, anket formunda yer alan marka kişiliği boyutlarının(Samimiyet, Coşku, Uсталık, Seçkinlik, Sertlik) ve markaya duyulan güven değişkeninin oldukça güvenilir, marka tatmini değişkeninin de yüksek derecede güvenilir olduğu saptanmıştır. Davranışsal marka sadakati ve tutumsal marka sadakati değişkenlerinin ise güvenilirlik alt sınırında yer aldığı belirlenmiştir.

III. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Tablo 3'te araştırmaya katılan öğretmenlerin demografik özelliklerine ilişkin dağılımları gösterilmektedir. Tablo 1'den de anlaşılacağı üzere; araştırmaya katılanların cinsiyetlerine göre neredeyse eşit bir şekilde dağılım gösterdiği görülmektedir. Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunun 0-3000 TL gelir sahibi ve 18-35 yaş arasında olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

| Gelir Durumu | n | % | Yaş | n | % | Eğitim Durumu | n | % |
|------------------|------------|--------------|-----------------|------------|--------------|---------------|------------|--------------|
| 0 - 1.000 TL | 243 | 45,7 | 18-25 | 282 | 53,0 | İlköğretim | 15 | 2,9 |
| 1.001 - 2.000 TL | 128 | 24,1 | 26-35 | 216 | 40,6 | Lise | 58 | 10,9 |
| 2.001- 3.000 TL | 105 | 19,7 | 36-45 | 22 | 4,1 | Önlisans | 40 | 7,5 |
| 3.001- 4.000TL | 33 | 6,2 | 46-55 | 10 | 1,9 | Lisans | 342 | 64,3 |
| 4.000+ | 23 | 4,3 | 55+ | 2 | ,4 | Y.Lisans/Dok. | 77 | 14,5 |
| Toplam | 532 | 100,0 | Toplam | 532 | 100,0 | Toplam | 532 | 100,0 |
| | | | Cinsiyet | n | % | | | |
| | | | Kadın | 265 | 49,8 | | | |
| | | | Erkek | 267 | 50,2 | | | |
| | | | Toplam | 532 | 100,0 | | | |

Araştırmanın amaçları doğrultusunda oluşturulan araştırma modelinde yer alan değişkenlere ilişkin betimsel istatistiki bulgulara geçmeden önce, yapılan araştırmada katılımcılara yöneltilen “en çok satın aldığınız (tercih ettiğiniz) soğuk çay markası hangisidir?” sorusuna verdikleri yanıtlar tablo 4'te yer almaktadır. Tablo 4 incelendiğinde, pazara ilk giriş yapan Lipton Ice Tea markasının en çok

tercih edilen buzlu çay markası olduğu ve ardından ulusal marka Didi'nin geldiği görülmektedir. Ayrıca, araştırmada kullanılan ölçeklerin (değişkenlerin) aldıkları aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri de tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Tercih Edilen Soğuk Çay Markası ve Araştırmanın Ölçeklerinin Ortalama Değerleri

| Soğuk Çay Markası | n | % |
|-------------------------------|------------|------------|
| Didi | 142 | 26,7 |
| Lipton Ice Tea | 301 | 56,6 |
| Fuse Tea | 76 | 14,3 |
| Diğer Markalar | 13 | 2,4 |
| Toplam | 532 | 100 |
| Araştırmanın Ölçekleri | | |
| Markaya Duyulan Güven (Didi) | 3,30 | 1,00 |
| Marka Tatmini (Didi) | 3,51 | 1,01 |
| D.Marka Sadakati (Didi) | 2,61 | 0,92 |
| T.Marka Sadakati (Didi) | 2,84 | 1,03 |
| Etnosentrik Eğilim Düzeyi | 3,07 | 0,90 |

Tablo 4'te yer alan değişkenlere ilişkin aritmetik ortalama değerleri incelendiğinde; araştırmaya katılanların yanıtlarına göre en yüksek aritmetik ortalamanın, Didi markasından duyulan tatmin olduğu; en düşük aritmetik ortalama değerinin ise, Didi markasına yönelik gösterilen davranışsal marka sadakati olduğu belirlenmiştir.

Tablo 5. Marka Kişiliği Ölçeği Betimleyici İstatistikler

| FAKTÖRÜN ADI | SORU İFADESİ | n | ORT. | S.S |
|--------------|-----------------------|------------|-------------|--------------|
| SAMİMİYET | Pratik | 494 | 3,46 | 1,051 |
| | Aile Yönlü | 502 | 3,69 | 1,099 |
| | Mütevazı | 503 | 3,62 | 1,041 |
| | Dürüst | 494 | 3,45 | 1,050 |
| | Samimi | 500 | 3,60 | 1,088 |
| | Gerçek | 497 | 3,50 | 1,101 |
| | Sağlam | 493 | 3,44 | 1,083 |
| | Orijinal | 501 | 3,06 | 1,317 |
| | Neşeli | 498 | 3,53 | 1,169 |
| | Duygusal | 496 | 2,97 | 1,219 |
| | Arkadaş Canlısı | 497 | 3,31 | 1,148 |
| | Genel Ortalama | 460 | 3,39 | 0,879 |
| COŞKU | Atılgan | 493 | 3,15 | 1,191 |
| | Modern | 495 | 3,17 | 1,252 |
| | Heyecan Verici | 494 | 2,94 | 1,212 |
| | Canlı | 497 | 3,17 | 1,240 |
| | Soğukkanlı | 498 | 2,91 | 1,201 |
| | Genç | 497 | 3,37 | 1,254 |
| | Hayalgücü Olan | 493 | 3,10 | 1,245 |
| | Eşsiz | 495 | 2,50 | 1,280 |
| | Çağdaş | 494 | 3,05 | 1,250 |
| | Bağımsız | 499 | 3,02 | 1,259 |
| | Güncel | 498 | 3,31 | 1,229 |

| | | | | | |
|------------------|-----------------------|-----------------------|-------------|--------------|--------------|
| | Genel Ortalama | 451 | 3,05 | 1,018 | |
| USTALIK | Güvenilir | 495 | 3,47 | 1,108 | |
| | Çalışkan | 496 | 3,34 | 1,119 | |
| | Emin | 498 | 3,32 | 1,152 | |
| | Zeki | 494 | 3,21 | 1,185 | |
| | Bilimsel | 493 | 2,97 | 1,209 | |
| | Kurumsal | 494 | 3,41 | 1,172 | |
| | Başarılı | 498 | 3,47 | 1,176 | |
| | Lider | 489 | 2,89 | 1,238 | |
| | Uzman | 491 | 2,98 | 1,228 | |
| | | Genel Ortalama | 463 | 3,21 | 1,011 |
| SEÇKİNLİK | Üst Sınıf | 488 | 2,82 | 1,237 | |
| | Cazibeli | 490 | 2,95 | 1,242 | |
| | Gösterişli | 493 | 2,98 | 1,245 | |
| | Sevimli | 488 | 3,45 | 1,186 | |
| | Feminen | 494 | 2,75 | 1,205 | |
| | Düzgün | 492 | 3,32 | 1,142 | |
| | | Genel Ortalama | 467 | 3,04 | 1,022 |
| | | | | | |
| SERTLİK | Dışsal | 486 | 2,98 | 1,169 | |
| | Maskülen | 487 | 2,79 | 1,129 | |
| | Batılı | 492 | 2,75 | 1,262 | |
| | Güçlü | 495 | 3,14 | 1,187 | |
| | Sert | 493 | 2,69 | 1,186 | |
| | | Genel Ortalama | 469 | 2,85 | 0,984 |

Didi markasının marka kişiliğini belirlemeye yönelik sorulan sorulara ilişkin katılımcılardan elde edilen veriler doğrultusunda oluşturulan tablo 5’te, 5 farklı boyuta ait 42 değişkenin aritmetik ortalamaları ve standart sapma değerleri gösterilmektedir.

Tablo 5’e bakıldığında, Didi markasının kişilik boyutları arasında en yüksek aritmetik ortalamaya sahip boyutun “samimiyet”, en düşük aritmetik ortalamaya sahip boyutun ise “sertlik” olduğu görülmektedir. Bu bulgu, araştırmaya katılanların Didi markasını tanımlarken, en fazla “samimi” bir marka olarak nitelediklerini yansıtmaktadır.

Tablo 5’te yer alan marka kişiliği boyutlarının kendi içlerindeki dağılımı incelenecek olursa; “samimiyet” boyutunun en yüksek ortalamalı kişilik özelliği 3,69 değeri ile “aile yönlü” değişkenidir. Bu bulgu, katılımcılar tarafından Didi markasının daha çok aile yönlü olarak görüldüğünü yansıtmaktadır.

“Coşku” boyutunun değişkenlerinden aritmetik ortalaması en fazla olan değişkenin 3,37 değeri ile “genç” niteliğindedir. Bu bulgu, katılımcıların Didi markasını genç bir marka gördüğünü ortaya koymaktadır.

“Ustalık” boyutunda yer alan değişkenlerden “güvenilir” ve “başarılı” değişkenlerinin aritmetik ortalamaları 3,47’dir. Bu bulgudan, katılımcıların Didi markasını güvenilir ve başarılı bir marka olarak gördükleri ifade edilebilmektedir.

“Seçkinlik” boyutunda yer alan değişkenlerden aritmetik ortalaması en yüksek olan değişkeni “sevimli” niteliğindedir. Bu bulgu, katılımcıların Didi markasını sevimli bir marka olarak gördüklerini yansıtmaktadır.

Son olarak marka kişiliği boyutlarından “sertlik” boyutunun en yüksek aritmetik ortalamasına sahip değişkenin “güçlü” niteliği olduğu görülmektedir. Bu boyutun genel aritmetik ortalaması 2,85’tir. “Sertlik” boyutu, kişilik boyutları içerisinde en düşük aritmetik ortalamaya sahip olarak; Didi markasını tanımlarken “Didi’nin sert bir marka olması” ifadesinin Didi markasını en az ifade edilebilecek boyut olduğunu yansıtmaktadır. Bunun yanında, “sert” bir marka olarak görülmemesine

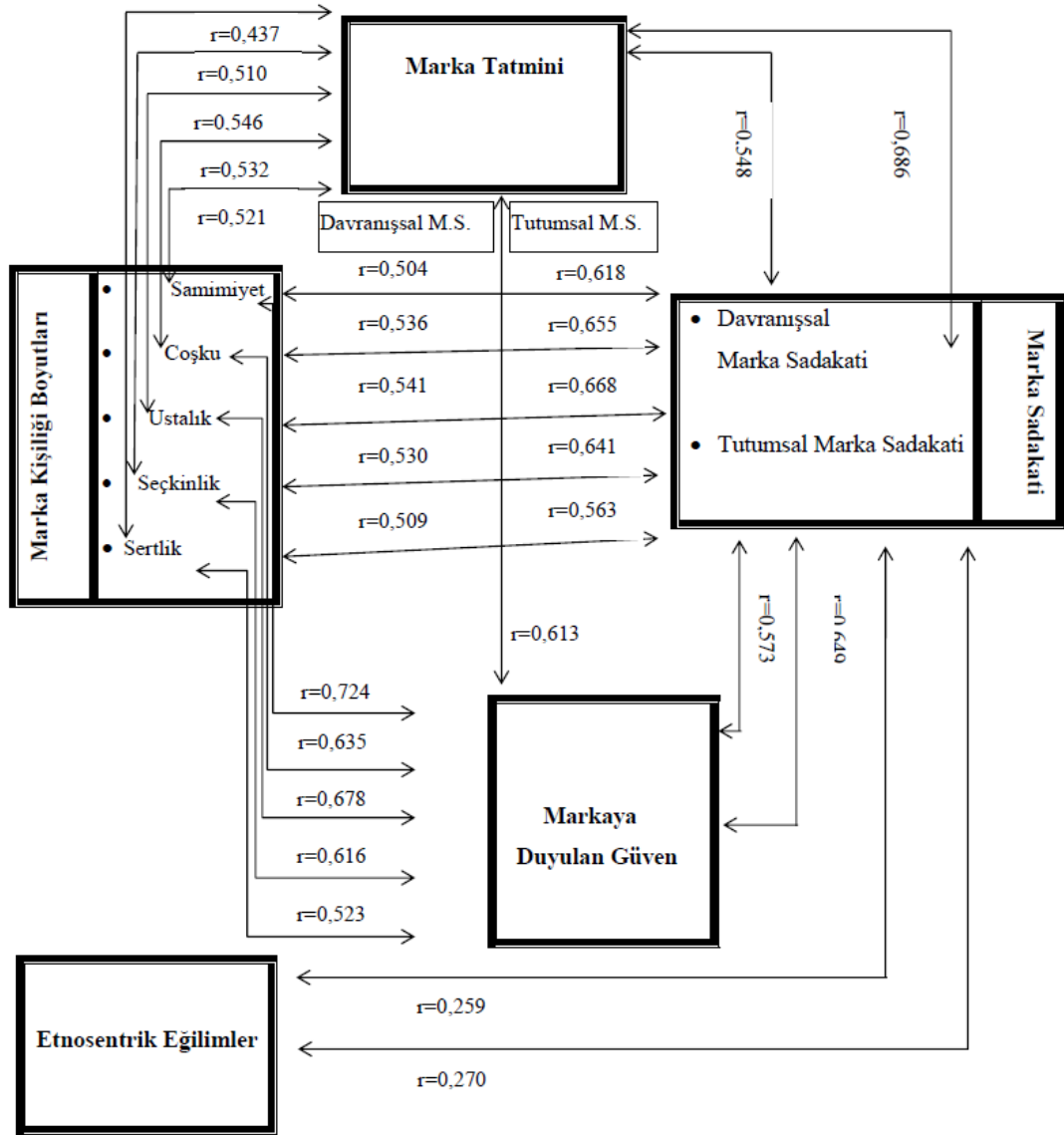
karşın, katılımcıların Didi markasını “güçlü” bir marka olarak gördükleri sonucuna varılması olasıdır.

Araştırmanın modeli ve hipotezlerinin test edilmesi için yapılan korelasyon analizi bulguları şekil 3’te yer almaktadır. Bu şekil incelendiğinde; araştırmanın tüm hipotezlerinin kabul edildiği görülmektedir. Bir başka deyişle, araştırmada yer alan marka tatmini, marka kişilik boyutları, markaya duyulan güven, etnosentrik tüketici eğilimi, tutumsal marka sadakati ve davranışsal marka sadakati değişkenleri arasında anlamlı ilişkiler vardır.

Araştırmada yer alan 5 temel değişken ve marka kişiliği değişkeninin 5 alt boyutu olması, değişkenler arası yapılan korelasyon analizi bulgularının (r değerleri) şekil üzerinde çok sayıda (27 adet çift yönlü ok) yer almasını beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, şekil üzerinde yer alan değerlerin değişken temelinde özetlenmesi yararlı olacaktır:

- Markaya duyulan güven düzeyi ile marka kişiliği boyutlarından samimiyet ve ustalık boyutları arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki vardır ($p<0,05$).
- Didi markasından duyulan tatmin düzeyi ile Didi markasına yönelik tutumsal marka sadakati, davranışsal marka sadakati, marka kişiliği boyutlarından ustalık ve seçkinlik boyutları arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki vardır ($p<0,05$).
- Didi markasına yönelik davranışsal sadakat düzeyi ile Didi markasına yönelik tatmin düzeyi, marka kişiliği boyutlarından coşku ve ustalık boyutları arasında pozitif yönde orta düzeyde bir ilişki vardır ($p<0,05$).
- Didi markasına yönelik tutumsal marka sadakati ile Didi markasına duyulan güven düzeyi, marka kişiliği boyutlarından ustalık ve coşku boyutu arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki vardır ($p<0,05$).
- Didi markasına yönelik tutumsal ve davranışsal marka sadakati ile en az düzeyde ilişkili olan değişken “etnosentrik tüketici eğilimleri” değişkenidir. Ayrıca, etnosentrik tüketici eğilimlerinin sadakat düzeyleri ile korelasyon ilişkisini gösteren Pearson korelasyon katsayılarının (r) şekil üzerinde görülen en düşük değerleri yansıttığı gözden kaçırılmamalıdır.
- Davranışsal marka sadakati ile tutumsal marka sadakati arasında ($r=0,683$) pozitif yönde güçlü bir ilişki vardır.

Şekil 3. Korelasyon Analizi Bulguları



Araştırma modelinde yer alan değişkenler arasındaki ilişkinin incelendiği korelasyon analizinden sonra, bir adım öteye gidilerek; marka kişiliği boyutları, markaya duyulan güven düzeyi, marka tatmin düzeyi ve etnosentrik eğilimlerin Didi markasına yönelik tutumsal/davranışsal sadakat düzeyi üzerindeki olası etkileri “çoklu regresyon analizi” yardımıyla analiz edilmiştir.

Tablo 6. Araştırma Modelinde Yer Alan Değişkenler Arası İlişkileri Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi Bulguları

| Bağımsız Değişken(ler) | Bağımlı Değişken | Model F Değeri | Model Anlamlılık Değeri(p) | r ² |
|--|-----------------------|----------------|----------------------------|----------------|
| Marka Tatmini | Davranışsal Sadakat | 82,920 | 0,000 | 0,434 |
| Marka Kişiliği Boyutlarından “Coşku” | | | | |
| Markaya Duyulan Güven | | | | |
| Marka Tatmini | Tutumsal Sadakat | 180,873 | 0,000 | 0,627 |
| Marka Kişiliği Boyutlarından “Coşku” | | | | |
| Markaya Duyulan Güven | | | | |
| Markaya Duyulan Güven | Marka Tatmini | 128,341 | 0,000 | 0,438 |
| Marka Kişiliği Boyutlarından “Seçkinlik” | | | | |
| Marka Kişiliği Boyutlarından “Samimiyet” | Markaya Duyulan Güven | 161,371 | 0,000 | 0,490 |
| Marka Kişiliği Boyutlarından “Ustalık” | | | | |

Çoklu regresyon analizine bağımsız değişkenlerden hangilerinin katılacağına saptanmasında “Forward Selection” yöntemi tercih edilmiş, regresyon modelinde yer alacak değişkenlerin arasında otokorelasyon olup olmadığı “Durbin-Watson” katsayısı yardımıyla belirlenmiş ve yapılan çoklu regresyon analizine ilişkin bulgular tablo 6’da gösterilmiştir. Tablo 6’nın ilk iki satırında gösterilen bulgulara göre, Didi markasından duyulan tatmin düzeyi, marka kişiliği boyutlarından coşku boyutu ve Didi markasına duyulan güven düzeyinin davranışsal marka sadakati üzerinde olumlu yönde etkisinin olduğu saptanmıştır. Marka tatmini, coşku boyutu ve markaya duyulan güvenden oluşan değişkenler, Didi markasına yönelik marka sadakati üzerindeki değişimin % 43,4’ünü açıklayabildiği ortaya çıkmıştır (p<0,01). Söz konusu üç değişken, tutumsal marka sadakati üzerindeki değişimin ise % 62,7’sini açıklayabilmektedir (p<0,01).

Didi markasına yönelik tutumsal ve davranışsal marka sadakati değişkenlerinin bağımlı değişken olarak yer aldığı çoklu regresyon analizinden sonra, Didi markasına yönelik güven düzeyi ve Didi markasından duyulan tatmin düzeyi değişkenlerinin bağımlı değişken olarak yer aldığı çoklu regresyon analizi bulguları tablo 6’nın son iki satırında yer almaktadır. Etnosentrik tüketici eğilimi, markaya duyulan güven düzeyi, Didi markasının kişilik boyutlarından (5 boyut) oluşan yedi bağımsız değişkenin “Didi markasına yönelik tatmin düzeyi” üzerindeki etkilerini analiz eden çoklu regresyon analizi bulgularına göre; söz konusu yedi değişkenden yalnızca ikisinin (markaya duyulan güven düzeyi ve “seçkinlik boyutu) tatmin düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu saptanmıştır (p<0,01). Benzer biçimde yedi değişkenin Didi markasına yönelik duyduğu güven düzeyi üzerindeki

etkisini analiz eden çoklu regresyon analizi bulgularına göre; marka kişiliği boyutlarından “samimiyet” ve “ustalık” boyutlarının, güven düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir ($p<0,01$).

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Yerli ve yabancı oyuncuların her geçen gün giriş yaptıkları pazarlarda yer alan işletme ve markaların sayısının ciddi oranda artış göstermesi, marka sadakati olgusunun yeniden tartışılmasını beraberinde getirmektedir. Marka sadakati konusunda daha önce doğru kabul edilen pek çok bilginin, yapılan araştırmalar sonucunda sorgulanarak kısmen çürütülebilmesi, bu bilgilerin “mitler” durağına taşınmasını sağlamıştır. Bu nedenle, marka sadakatine nelerin etkisinin bulunduğunu ortaya çıkaran çalışmalara gereksinim duyulduğu aşikardır. Bu çalışmada, marka kişiliği boyutları, marka tatmini, marka güveni ve tüketici etnosentrizmi değişkenlerinin iki boyutlu olarak ele alınan marka sadakati olgusu üzerinde olası etkileri araştırılmaktadır. Bu bağlamda, pazar payları açısından seçilen üç büyük soğuk çay markasından (Lipron Ice Tea – Coca Cola Fuse Tea – Çaykur Didi) ulusal olan “Didi” markasına yönelik davranışsal ve tutumsal marka sadakati üzerinde; tüketicilerin etnosentrik eğilimleri, Didi markasından duyulan tatmin, Didi markasına yönelik tüketicilerin güven düzeyi ve Didi markasına atfedilen kişilik özelliklerinden hangilerinin etkisinin bulunduğunu ortaya çıkarmak, bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu amaçla, 532 tüketici üzerinde yapılan çalışmada, katılımcılardan öncelikle hangi buzlu çay markasını en sık tercih ettikleri sorulmuştur. Katılımcıların verdiği bilgilere göre, en sık tercih edilen soğuk çay markası, pazar payı açısından da ilk sırada yer alan Lipton Ice Tea’dır. İkinci sırada en sık tercih edilen soğuk çay markasının “Didi”, üçüncü sırada ise Fuse Tea markasının yer aldığı belirlenmiştir. Diğer iki büyük rakibinden sonra pazara giriş yapmasına karşın, pazarda ikinci sıraya yerleşen Didi markasının başarısı, yapılan araştırmamızda çıkan bu bulguyla tutarlılık göstermektedir.

Likert tipi beşli ölçek yardımıyla toplanan veriler doğrultusunda, araştırmada kullanılan “markaya duyulan güven”, “markadan duyulan tatmin”, “davranışsal marka sadakati”, “tutumsal marka sadakati” ve “tüketici etnosentrizmi” ölçeklerine verilen yanıtlar incelendiğinde; en yüksek aritmetik ortalama değerinin “Didi markasından duyulan tatmin düzeyi” olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bulgu, Didi markasından tatmin düzeyinin, araştırmanın diğer değişkenlerine görece yüksek olduğunu yansıtmaktadır.

Aaker’ın (1997) Marka Kişiliği Boyutları esas alınarak Didi markasının kişiliğini belirlemeye yönelik sorulan sorulara ilişkin katılımcılardan elde edilen veriler doğrultusunda, en yüksek aritmetik ortalama değerine sahip boyutun “samimiyet”, en düşük aritmetik ortalama değerine sahip boyutun da “sertlik” olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bulgu, katılımcıların Didi markası kişiliğini öncelikle samimi ve “sertlikten” uzak bulduklarını yansıtmaktadır. Beş kişilik boyutu yanında, 42 kişilik alt boyutları da ayrı ayrı incelendiğinde ve en yüksek aritmetik ortalama değerine sahip alt boyutlar seçildiğinde, Didi markasının “aile yönlü”, “mütevazı”, “samimi”, “neşeli”, “gerçek” ve “güvenilir” bulunduğu görülmektedir. 42 kişilik alt boyutunda en düşük aritmetik ortalama değerini alarak, Didi markasının kişiliğinde en az etkisi olduğu katılımcılardan tarafından algılanan alt boyutların ise “eşsiz”, “sert”, “batılı” ve “feminen” olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların etnosentrik eğilimleri incelendiğinde, düşük denebilecek bir aritmetik ortalamaya sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Didi markasına yönelik davranışsal ve tutumsal sadakat düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisinin ortaya çıkmaması, Didi markasının ulusal kimliği nedeniyle tercih edildiği savına ters düşen bir bulgu olarak karşımıza çıkmıştır.

Araştırmanın modelinin test edilmesi için yapılan çoklu regresyon analizi bulgularına göre, Didi markasına yönelik davranışsal sadakat düzeyi üzerinde “marka tatmini düzeyi”, marka kişiliği boyutlarından “coşku” ve “markaya duyulan güven düzeyinin” anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, markanın cesur, heyecanlı ve kışkırtıcı yönünü açıklayan “coşku” boyutunun, Didi markasından duyulan tatmin düzeyi ve Didi markasına duyulan güven düzeyinin

Didi markasını tekrar satın alma eğilimini olumlu yönde etkilediğini ifade etmektedir. Benzer biçimde, tutumsal marka sadakati üzerinde etkisi olan değişkenler incelendiğinde; aynı değişkenlerin hem tutumsal hem de davranışsal marka sadakati üzerinde olumlu yönde etkisinin bulunduğu görülmektedir. Bir başka deyişle, Didi markası kişiliğinin “coşku” boyutu, Didi markasına duyulan güven düzeyi ve Didi markasından duyulan tatmin düzeyinin Didi markasına karşı tüketicilerin duygusal bağlılık düzeyini ifade eden tutumsal marka sadakati üzerinde de etkisinin bulunduğu saptanmıştır. Aaker (1997)’ın marka kişiliği boyutları esas alınarak yapılan bu çalışmada, beş boyuttan yalnızca birinin Didi markasına yönelik sadakat düzeyi üzerinde etkisinin bulunduğu, diğer dört boyutun doğrudan anlamlı bir etkisinin olmadığını belirlemek şaşırtıcı bulunabilmektedir. Ancak, Didi markasının kişilik boyutlarından “seçkinlik” boyutunun Didi markasından duyulan tatmin düzeyi üzerinde; “samimiyet” ve “ustalık” boyutlarının da Didi markasına duyulan güven düzeyi üzerinde etkisinin saptandığı gözden kaçırılmamalıdır.

Araştırma bulgularının değerlendirilmesinden sonra, araştırmanın kısıtlarına değinilecek olursa; “Didi markası” özelinde analizler yapıldığı için, analiz ve sonuçların, ürün grubunda yer alan tüm markalara genelleştirilebilmesi söz konusu değildir. Ayrıca, Didi markasına yönelik değerlendirmelerin, “kolayda “örnekleme” yöntemiyle seçilen 532 bireyin öznel değerlendirmeleri olduğu, dolayısıyla bu değerlendirmelerin tüm Didi markası tüketicilerine genelleştirilemeyeceğini hatırlatmakta yarar vardır. Son olarak; araştırmada yer alan marka kişiliği boyutları, marka güveni, marka tatmini ve tüketici etnosentrik eğilimi değişkenlerinin yanı sıra yeni değişkenlerin araştırma modeline eklenmesiyle farklı sonuçlar ortaya çıkabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

KAYNAKÇA

- Aaker, D. (1991). *Managing Brand Equity*, The Free Press, New York.
- Aaker, J. (1997). Dimensions of Brand Personality, *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347-356.
- Aksoy, L. ve Özsoyer, A. (2007). Türkiye’de Marka Kişiliği Oluşturan Boyutlar, 12. Ulusal Pazarlama Kongresi, Sakarya Üniversitesi, 2007, 1-11.
- Aydın S. ve Özer G. (2005), The Analysis of Antecedents of Customer Loyalty in the Turkish Mobile Telecommunication Market, *European Journal of Marketing*, 39(7/8), 910-925.
- Bloemer, J. M.M., Hans D.P. ve Kasper B. (1995). The Complex Relationship Between Consumer Satisfaction and Brand Loyalty, *Journal of Economic Psychology*, 16(2), 311-329.
- Chaudhuri, A. ve Holbrook, M.B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty, *Journal of Marketing*, 65(2), 81-93.
- Cutura, M. (2006). The Impact of Ethnocentrism on Consumers’ Evaluation Processes and Willingness to Buy Domestic vs. Imported Goods in the Case of Bosnia and Herzegovina, *SEE Journal*, Eylül, 54-63.
- Dick, A.S. ve Basu, K. (1994). Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99-113.
- El-Adly, M.I. ve Eid, R. (2016). An Empirical Study of the Relationship Between Shopping Environment, Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty in the UAE Malls Context, *Journal of Retailing and Consumer Services*, (31), 217-227.

- Engel, J.F., Blackwell, R.D. ve Miniard, P.W. (1990). *Consumer Behavior* (6th ed.), Chicago, IL: The Dryden Press.
- Gardner, B.G. and Levy, S.J. (1955). The Product and the Brand, *Harvard Business Review*, (33), 33-39.
- Garfein, R.T. (1987). A Company Study: Evaluating the Impact of Customer Service Delivery Systems, *Journal of Services Marketing*, 1(2), 19-25.
- Kabadayı, E.T. ve Aygün, İ. (2007). Determinants of Brand Loyalty and The Link Between Brand Loyalty and Price Tolerance, *Boğaziçi Journal*, 21(1-2), 21-35.
- Keller, K.L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Consumer-Based Brand Equity, *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.
- Kim, J.W., Lee, F. ve Suh, Y.G. (2015). Satisfaction and Loyalty From Shopping Mall Experience and Brand Personality, *Services Marketing Quarterly*, 36(1), 62-76.
- Kotler, P. (2003). *Pazarlama Yönetimi*, (Çeviren: Nejat Muallimoğlu), Beta Basım Yayın, İstanbul.
- Lou, G.T. and Lee, S.H. (1999). Consumers' Trust in a Brand and Link to Brand Loyalty, *Journal of Market Focused Management*, (4), 341-370.
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty?, *Journal of Marketing*, (63), 33-44.
- Shimp, T.A. ve Sharma, S. (1987). Consumer Ethnocentrism: Construction and Validation of the CETSCALE, *Journal of Marketing Research*, 24(3), 280-289.
- Yin Lam S., Shankar V., Erramilli M.K. ve Murthy B. (2002). Investigating the Interrelationships among Customer Value Customer Satisfaction, Switching Costs and Customer Loyalty, *JAMS Loyalty Paper*, November, 27.

POSTMODERN KAMU YÖNETİMİNİN KURAMSAL TEMELLERİ ÇERÇEVESİNDE YÖNETİŞİM YAKLAŞIMI: LİTERATÜR TARAMASI*

Kadir Caner DOĞAN¹

Özet

Modernizm, tarihsel olarak Ortaçağ'dan sonra, Aydınlanma, Rönesans ve Reform hareketleri, sanayi devrimi, kapitalizm, modern-ulus devletler, parlamentarizmin belirmesi sonrasında önem kazanan ve II. Dünya Savaşı'na kadar gelen bir dönemi karşılamaktadır. Postmodernizm ise, hem modern dönem açısından tarihsel bir kırılma aşamasını hem de epistemolojik açıdan farklı bir bilgi-kuramsal alana vurgu yapmaktadır. Postmodernizm, özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra öncelikle kültürel alanda sanatta ortaya çıktıktan sonra 1970'li yıllarla birlikte özellikle Avrupalı kuramcılar tarafından sosyal bilimler alanında tartışılmaya başlanmıştır. Postmodernizm, kendinden önceki dönemi ifade eden modernizmden bir kopuşu simgelemekte ve eskiye ait kavram ve düşüncelerin mutlak reddine dayanmaktadır. Postmodernizmin etkisi altına aldığı sosyal bilim alanlarından biri de kamu yönetimi disiplini ve pratiğidir. Kamu yönetimi, postmodernizmle birlikte modern nitelikli ortodoks kamu yönetimi anlayışından bazı farklılıklar göstermekte ve postmodernizmle kamu yönetimi arasındaki bağlantı veya etkileşim çeşitli düşünür ve kuramcılar tarafından geliştirilmektedir. Postmodernizm, kamu yönetiminde 1970'li yıllardan sonra örgütsel ve söylemsel bağlamda iki farklı kuramsal bakış açısı sunmuştur. Bunlardan örgütsel bağlam yeni kamu işletmeciliği ile ortaya çıkarken, söylemsel bağlam Amerikan radikal söylem kuramları ile meydana gelmektedir. Bu çalışma da özellikle 1980'li yıllardan sonra kamu yönetiminde ortaya çıkan postmodernizm etkisinin kuramsal temellerini çeşitli akım ve yaklaşımlara bağlı olarak ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bununla beraber, literatür taraması yöntemiyle çalışma postmodern kamu yönetimi ve yönetişim kuramı arasında bağlantı da kurmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Postmodernizm, Postmodern Kamu Yönetimi, Yönetişim, Kuram, Literatür.

Jel Sınıflandırılması: D-73, H-83, J-18, I-18, L-33

APPROACH GOVERNANCE UNDER BASIS OF THEORETICAL OF THE POSTMODERN PUBLIC ADMINISTRATION: REVIEW OF LITERATURE

Abstract

Modernism corresponds to the period which gains importance historically after the Middle Age when Enlightenment, Renaissance and Reform movements, industrial revolution, capitalism, modern-nation states, parliamentarism were determined and lasted until The II. World War. Postmodernism emphasizes both to a historical breaking point in the sense of historical period and to a different epistemological field. Postmodernism began to be discussed in the field of social sciences especially by the European theorists in 1970's after it first of all emerged in the art in cultural sense especially after the II. World War. Postmodernism symbolizes a disengagement from modernism which expresses the period before itself and it is based on the absolute rejection of old concepts and thoughts. One of the fields of social science which is under the influence of postmodernism is the discipline and practice of public administration. Public administration differs in some

* Bu makale, 15-17 Ekim 2015 tarihlerinde Selçuk Üniversitesi'nde Konya'da gerçekleştirilen Kamu Yönetimi Forumu (KAYFOR)-13'de sözlü sunulmuş olan bildirinin gözden geçirilmiş ve geliştirilmiş biçimidir.

¹ Yrd. Doç. Dr. Gümüşhane Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, kadircanerdogan@gumushane.edu.tr

points from modern orthodox public administration together with postmodernism and the relation or interaction between postmodernism and public administration are developed by various philosophers and theorists. Postmodernism presented two difference theoretical perspectives in organization and discursive sense after 1970's. While organizational context emerged together with the new public enterprise, discursive context emerged with American radical discourse theories. In this study, it was aimed to put forward theoretical basis of the effect of postmodernism which emerged in public administration after 1980's depending on various movements and approaches. In addition to this, the study also makes relation with method review of literature between postmodern public administration and governance theory.

Key Words: Postmodernism, Postmodern Public Administration, Governance, Theory, Literature

Jel Classification: D-73, H-83, J-18, I-18, L-33

GİRİŞ

Modernizm, Ortaçağ'ın son bulması sonrasında gelişen Aydınlanma, Rönesans ve Reform hareketleri, sanayi devriminin kurumsallaşarak etkisini artırması, kapitalizmin gelişimi, parlamentarizme bağlı olarak egemenliğin ulusa dayandığı modern devletlerin ortaya çıktığı siyasal, kültürel ve sosyo-ekonomik büyük gelişmelerin işaret ettiği bir tarihsel döneme denk gelmektedir. Nitekim bu tarihsel dönemin II. Dünya Savaşı'ndan sonra sona erdiğine dair bilimsel alanda bir uzlaşma bulunmaktadır. Dolayısıyla II. Dünya Savaşı'ndan sonra postmodernizm akımı veya düşüncesi etkili olmaya başlamıştır ve bu akım, modern akımdan mutlak bir kopuşu da beraberinde getirmiştir. Ancak bazı bilimsel kaynaklarsa modernizm ve postmodernizm arasındaki kopuşu kabul etmemektedir. Aralarında bağlantı olduğunu ileri sürmektedirler. Postmodernizm, ilk ortaya çıktığında özellikle sanatta ve mimaride tartışılmaya başlanmış, ancak daha sonrasında artan önemine ve gelişimine bağlı olarak toplumsal, siyasal ve ekonomik alanları da kapsamına almıştır.

Postmodernizmin toplum bilimsel alanda etkilediği alanlardan biri de kamu yönetimi disiplini ve pratiğidir. Nitekim postmodernizm, kamu yönetiminin modern (ortodoks) dönemde kazandığı ilke, özellik ve politikaları sorgulayarak, modern kamu yönetimi değerlerini postmodern ilke, özellik ve politikalar ile doldurmaktadır. Postmodernizm ve kamu yönetimi döneminde veya postmodern kamu yönetimi çağında kamu yönetimi, daha “vatandaş odaklı, piyasa ekseni, esnek, yerinden yönetimi, demokratik ve etik ilkeler” çerçevesinde paradigma düzeyinde değişim ve dönüşümlerle karşılaşmaktadır. Dolayısıyla modern kamu yönetimine özgü, “kapalılık, gizlilik, gayri şahsilik ve bürokratiklik” gibi hususlar, postmodern kamu yönetiminde “açıklık, şeffaflık, hesap verebilirlik ve esneklik” yönlerinden değişmektedir.

Postmodernizm kamu yönetimini, esas olarak iki yönden etkilemektedir. Bunlardan birincisi 1970'li yıllardan sonra etkisini hissettiren ve 1980'li yıllardan sonra “yeni kamu işletmeciliği” olarak cisimleşen örgütsel-kuram analizi, ikincisi ise 1990'lı yıllardan sonra Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde etkili olan, içerisinde pragmatizm gibi çeşitli felsefi akımların canlandığı ve bazı filozofların ilham kaynağı olduğu söylemsel-kuram analizidir. Bunlardan birinci yaklaşım, daha teknik olarak kamu yönetiminin değişimini pratiğe bağlı olarak tartışırken, ikinci yaklaşım, bilgi-kuramsal açıdan epistemolojiden yararlanarak eleştirel bir söylem geliştirmektedir.

Bu çalışma, aynı zamanda postmodern kamu yönetimi ve yönetişim yaklaşımı arasında bir bağlantı kurmaya da çalışmaktadır. Nitekim postmodern kamu yönetiminin tarihsel bakımdan ortaya çıkışı ve taşıdığı değerler ile yönetişim arasında büyük bir ilişki vardır. Bu çalışmada, postmodernizm döneminde kamu yönetiminin yaşamış olduğu bu paradigmatik değişim ve dönüşümlerin kuramsal temellerinin ortaya konulması amaç edinilmektedir. Dolayısıyla çalışmada kamu yönetiminin postmodern öncüllere bürünmesindeki kuramsal çatının analizinin yapılması hedeflenmektedir. Daha sonrasında da bu kuramsal temel ile yönetişim arasında bağ kurulmaya çalışılmaktadır. Bunun için çalışmada öncelikle postmodernizmin kavram, tarihsellik ve özellikler açısından bir tahlili yapılmış, daha sonrasında ise postmodern kamu yönetiminin kuramsal temellerini açığa çıkaran farklı yaklaşımlar ve bu yaklaşımları öne süren kuramcılarının görüşlerine yer verilmiştir. Çalışmanın son bölümünde ise postmodern kamu yönetimi ve yönetişimi birbirine eklemlen değerlendirmelere yer verilmiştir. Çalışmada literatür taraması yönteminden yararlanılmıştır. Bu şekilde de çalışma, ele

alınan konuda teoride ortaya konulan literatürün derlenmesi ve aralarında bir ilişki kurulmasına dayanmaktadır.

I. POSTMODERNİZM: KAVRAM, TARİHSELLİK VE ÖZELLİKLER

Postmodernizm kavramı, “sonra” anlamına gelen İngilizce post ön ekiyle “çağdaş, asrî” anlamına gelen yine İngilizce modern kelimesinin kaynaşmasıyla oluşmuştur. Türkçe karşılığına bakıldığında ise, “modernizm sonrası” veya daha yaygın kullanımıyla “modernizm ötesi” gibi bir anlam ortaya çıkmaktadır (Bayram, 2015). Postmodernizmden önceki dönemi ifade eden ve modernizmin etkisinde olan modern dönem, tarihsel olarak Orta Çağ’ın bitişinden II. Dünya Savaşı yıllarına kadar gelen bir zaman aralığını içerisinde bulundurmaktadır. Bu zaman aralığından sonra ise modern kavram ve düşüncelere eleştirel bir biçimde yaklaşan ve bu kavram ve düşünceleri reddeden postmodernizm kavramı ortaya çıkmıştır. Postmodernizm kavramı, ilkin 1960’lı yıllarda New York’taki sanatçılar ve eleştirmenler arasında kullanılmış, buradan da 1970’li yıllar ve sonrasında Avrupalı kuramcılar tarafından daha da geliştirilerek (Özdemir vd., 2008: 326; Doğan, 2014: 78; Ateş, 2013: 393; Çevik, 2012: 29; Yalçın, 2010: 302), sosyal bilimler alanına kaydırılmıştır (Kellner, 2000: 368). Nitekim bu kuramcılar arasında Feyerabend, Lyotard ve Derrida en önemlileri arasındadır (Tekeli, 2011: 19). Toplum bilimsel alanda postmodernizmin diğer önemli düşünürleri arasında ise; Nietzsche, Foucault, Baudrillard, Harvey ve Jameson gibi isimler yer almaktadır (Şaylan, 2006: 255; Sarup, 1997: 13-14; Giddens, 2014: 51; Harvey, 2010: 58; Anderson, 2002: 71).

Postmodernizme önemli katkı sağlayan düşünürlerden Feyerabend’e göre; “bilimin tanımında kesin tartışma ve düşünce özgürlüğü olmasına karşın yaşamda bunun tam tersinin ortaya çıktığı, bilimin baskıcı bir otorite işlevine sahip olduğu görülmektedir. Çünkü ona göre bilim de bir ideolojidir ve diğer ideolojilere göre bir üstünlüğü yoktur. Feyerabend, bilimin 17. ve 18. yüzyıllarda önemli hizmetler sağladığını ve insanın özgürleşimine katkılar yaptığını kabul etmektedir. Ama bu durum artık geçerli değildir; aksine, bilim anlayış ve uygulaması özgürleşmenin önünde bir engel konumuna gelmiştir. Bilimin temeli, önermelerin dış gerçekliği temsil eden doğrular olduğudur. Halbuki Feyerabend’e göre dış gerçeklik ile kuram arasında bir temsil yoktur ve bilimin değinilen temel çıkış noktası bir dogmatizmden başka bir şey değildir” (Aslan ve Yılmaz, 2001: 103). Bu bakımdan Feyerabend (2014: 41), esas olarak bilimle ilgili tarihsel bulgularla yüzleştirilebilen tek bir yöntemin bulunmadığını söylemektedir. Lyotard ise bilimin sadece gerçeği (truth) aramadığını ve aynı zamanda da kendini meşrulaştıran söylemi oluşturduğunu söylemektedir. Bu işlevi felsefe görmektedir. Her modern bilim bir üst söylemle (metadiscourse) kendini meşrulaştırır. Tinin diyalektiği, anlamın hermeneutiği, öznenin özgürleşimi ya da zenginliğin yaratımı gibi üst anlatılar (grandnarrative) bu işlevi yerine getirmektedir. Lyotard’a göre postmodernizm, bu üst anlatılara kuşku ile bakmaktadır (Tekeli, 2011: 21; Rorty, 2000: 262; Beriş, 2008: 501). Yine Lyotard (2010; 2013: 16)’a göre postmodern dönemde de bilgiye olan önem daha da artmaktadır ve ulus-devletler kısa dönemli pratik çıkarları için bilgiyi metalaştırmaktadırlar. Ancak akıl ve mantığa dayalı olan bilgi, üst itkilerle (libidinal ekonomi) dışlanmaktadır. Derrida da, epistemolojiye karşı çıkarak yorum bilim alanını benimsemektedir ve epistemolojide asıl sorguladığı nokta da insan zihninin dış gerçeği temsil edip edemeyeceği üzerinde yoğunlaşmaktadır (Tekeli, 1999: 42-44). Nitekim Derrida (2010: 9-12)’ya göre dil, sanılanın aksine sabit bir yapıya sahip değildir ve bunun üzerine inşa edilecek tarih ve yazı anlayışı da bu açıdan sorgulanmalıdır.

Yukarıda çeşitli düşünürlerin görüş ve söylemlerine de dayanarak postmodernizmin, “iç-dış, kamu-özel, küresel-yerel, üst-alt” gibi kavramların karşılıklı olarak birbirini desteklediğini ve bunlardan birinin dışarıda bırakılamayacağını savunduğunu (Hatch ve Cunliffe, 2013: 221) ve dışsal gerçekliğin nesnel ve kararlı bir şekilde temsil edilebileceğine karşı çıkarken, epistemolojiyi de kabul etmeyerek bunun yerine yorumbilimi (hermeneutic) koyduğunu söyleyebilmek mümkündür (Tekeli, 2011: 18). Ayrıca postmodernizm çerçevesinde postmodern söylem, eski aşamaya (moderniteye bağlı olarak Aydınlanma ve ilerlemeci akıl vd.) özgü her şeyin bittiğini, kuram, ideoloji, insancılık ya da avangard gibi kültürel değer ve eğilimlerin sona erdiğini ileri sürmektedir (Şaylan, 2006: 41-114; Best ve Kellner, 2011: 15). Bu bağlamda postmodernizm, “kültürel söylemin yeniden

tanımlanmasında heterojenliği ve farklılığı özgürleştirici güçler olarak öne çıkarırken, genellikle pozitivist, teknoloji merkezli ve rasyonalist eğilimli olarak algılanan evrensel modernizme karşı çıkmaktadır” (Harvey, 2010: 21).

Modernizm, 18. yüzyılda Aydınlanma felsefesi üzerine kurulmuştur. Modernlik, Ortaçağ ve Feodalizmin çöküşünü izleyen tarihsel bir dönemece denk gelmektedir. Nitekim modernliğin tarihsel bir izdüşümü ya da taşıyıcısı, ideolojisi olarak modernizm, 17. yüzyılda Batı Avrupa’da ortaya çıkmış, temelinde Aydınlanma Projesi, Rönesans ve Reform hareketleri gibi önemli entelektüel ve toplumsal gelişmelerin bulunduğu, ekonomik yönden kapitalizmle bütünleşen ve siyasal olarak da parlamentarizme dayalı ulus tabanlı modern devletlerin ortaya çıktığı siyasal ve sosyo-ekonomik değişimler çerçevesinde önemli bir kavşağın merkezinde bulunmaktadır. Bu çerçevede modernizm, Batı Avrupa’da orta çağdan sonra hakim olmaya başlamış, siyasal, ekonomik, hukuki ve kültürel bir kırılma dönemine işaret etmektedir (Parlak ve Doğan, 2016: 85). Aydınlanma ise temel olarak “objektif bilim, evrensel ahlak, hukuk ve kendi içmantiğınca düzenlenmiş özerk, yetkin sanata ulaşmak” amacını gütmektedir. Aydınlanma düşünürleri, aklın öncülüğünde günlük ve pratik bilginin rasyonel örgütlenmesini kurmayı denediler. 20. yüzyıla birlikte akla olan bu sonsuz güven sarsıldı. Nitekim postmodernist düşünürlere göre, Aydınlanma’da temel esas olarak görülen aklın sınırlarının ortaya çıkması neticesinde, aklın ve ona dayanan meta anlatıların sonu gelmiş ve onların toplumsal pratiklerinin açıklanmasında bir karışıklık meydana gelmiştir. Dolayısıyla postmodernistler, akla ve meta anlatılara karşı büyük eleştiriler getirmektedirler (Sallan ve Boybeyi, 2016: 314). Postmodernizm, katı toplumsal kuramlar icat etmeye çalışmamaktadır. Tam aksine, her türlü türdeş ve bütünleştirici bağlamlara karşıdır (Yıldırım, 2010: 388; Akça, 242). Bu durumda postmodern sosyal teori, tek doğrudan çok doğrulara ve sistemin tüm parçalarına değer vermeyi içermektedir. Sonuçta ise Aydınlanma üzerine bina edilen rasyonel akıl temelli modern pozitivist epistemolojiyi dışlamaktadır (Delanty, 2000: 141-142).

Modernizm, özellikle 20. yüzyıldan sonra büyük bir kriz dönemine girmiş ve bundan sonra sanat ve diğer kültürel alandaki akımlarla bilimsel alana da geçmiş, bunun sonrasında ise toplumsal alanın dönüşümüne bağlı olarak modern sonrası toplum olarak adlandırılan postmodern toplum dönemine geçilmiştir. Postmodernizmin toplumsal-kültürel yansıması olan bu toplum modelinde bireyselleşme artmakta, modernliğe karşıt olarak tahakkümcü meta yapısal siyasal ve ekonomik odaklar parçalanarak temsil ve değer kapasitelerini artırmaktadırlar. Ancak bu kez de postmodernizmle dışsal gerçekliğin mutlak bilgisinin olduğu ve bunun üzerine bina edilen sosyal ve kültürel saikler reddedilince, modern toplumda yapısalcı çabalarla insan biliminin evrensel değişmez özününün bulunulabileceği düşüncesi de terkedilmektedir. Postmodern toplumda insan ve oluşturduğu toplum, parçalanarak mekan ve zaman önemini kaybetmektedir (Tekeli, 2011: 18). Bu bakımdan postmodernizm, anlaşıldığı üzere modern bilgi kuramını (epistemoloji) kökünden eleştirmekte, mekanik (kapalı, gayri şahsi) yapı anlayışına karşı çıkmakta ve mekanik-somut yönlerin yanı sıra manevi-soyut yönlere de vurgu yaparak, bireyi, toplumsal yaşamı ve bilimi etkileyen neredeyse tüm alanlarda yeni düşünceleri öne çıkarmaktadır. Bu bağlamda modern döneme özgü mevcut toplumsal ilişkiler, yaşam biçimleri, üretim biçimi, tüketim anlayışı, siyaset ve yönetim anlayışı, sanat ve estetik anlayışı, postmodern dönemde yerini farklı anlayışlara bırakmaktadır (Doğan, 2015a: 280; Işık ve Öztürk, 2009: 432-435).

Postmodernizm, modernizm sonrasına ait bir kavramdır, ondan bir kopuşu simgelemektedir ve bu kavram, etkili olmaya başladığı yirminci yüzyılın ikinci yarısından sonra sanat, kültür, siyaset, toplum, hukuk ve yönetim alanlarını ayrı ayrı etkilemiş ve her alada paradigma düzeyinde dönüşümlere yol açmıştır. Nitekim postmodernizmin etki alanına aldığı ve dönüştürdüğü yapılardan veya alanlardan biri de kamu yönetimi disiplini ve pratiğidir. Ancak bunun tam aksi yönde postmodernizmin modernizmden mutlak anlamda bir kopma değil, bunun devam eden bir süreç olduğu, birbirlerini tamamladıkları yönünde fikir ve görüşler de bulunmaktadır (Aslan ve Yılmaz, 2001: 94; Yıldırım, 2010: 388).

II. POSTMODERNİZM VE KAMU YÖNETİMİNDE KURAM

II.I. Postmodernizm ve Kamu Yönetimi: Postmodern Kamu Yönetimi

Postmodernizm, modernliğin temel belirleyicileri olan “akılcılığın, rasyonel kapitalist değerlerin, bürokrasinin, uzmanlaşmanın, merkeziyetçiliğin, hiyerarşinin, kimlik belirlemelerinin ve dolayısıyla modern devlet yapısının” reddiyesine dayanmaktadır. Bu bağlamda postmodern devlet anlayışı da “devleti arka plana itip bireyi öne çıkararak belirsizliği, parçalılığı, kültürel çoğulculuğu” savunmaktadır (Şeyhanlıoğlu, 2007: 88; Frederickson vd., 2012: 142; Clegg, 1997: 181; Doğan, 2008: 399; Cooper, 2015: 31). Postmodernizmin; “benzerliklerden çok farklılıkları, evrensellikler yerine aşırı çoğulculuğu, bütüncül yaklaşımlar yerine bölünmeyi, nedensel kuram yerine önceden tahmin edilemez analizleri” öne sürmesi, toplumun diğer alanlarının yanı sıra kamu yönetimi alanında da bir dönüşümü, değişim istemini veya bakış açısı değişikliğini ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamda postmodernizm ile kamu yönetiminde “merkeziyetçilikten uzaklaşan, yerelliği, yerinden yönetimi, yatay örgütlenmeyi ve esnek uzmanlaşmayı ön plana çıkaran görev örgütlenmeleri, genel birimler yerine ayrık yapılar, geçici ya da kendiliğinden oluşan (ad hoc) yapılanmalar” meydana gelmiştir (Yıldırım, 2009: 390; Ergun, 1997: 13; Bogason, 2005: 241; Basu, 2004: 151-152; Hassard, 1994: 317).

Postmodernizme bağlı kamu yönetimi ya da postmodern kamu yönetimi, modern kamu yönetimine dair sabitlenen, şeyleştirilen ve doğru olarak kabul edilen kavram ve anlayışlara karşı duruş sergilemektedir (Şener, 2007: 41). Postmodern kamu yönetimi “demokratik, insan haklarına saygılı, temel işlevlerini yerine getirirken meşru hareket eden, aşırı merkeziyetçilikten uzaklaşmış, mümkün olduğunca yerleşmiş, bazı işlerini özel sektöre bırakmış, büyük ölçüde özelleşmiş, sivilleşmiş, halkın istek ve beklentileri doğrultusunda politika belirler” bir yapıya sahiptir (Genç, 2010: 152). Bunlara ek olarak postmodern kamu yönetiminin 1990’lı yıllardan sonra söylem ve uygulama anlamında cisimleşmiş en önemli yansıması “yönetişim”dir (Yalçın, 2010: 328). 1980’li yıllarda ise bu görevi “yeni kamu işletmeciliği” yerine getirmiştir (Şener, 2005: 12; Özcan ve Ağca, 2010: 8-10). Nitekim postmodern kamu yönetiminde bürokrasi kırılarak, yurttaşlık bilincinin gelişmesine koşut olarak gönüllü ve kar amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşlarının önemi de artmıştır (Işık ve Öztürk, 2009: 436). Bunun sonucu olarak da postmodern kamu yönetiminde parçalanmışlık, meşruiyet, demokrasi, diyalog, müzakere, yerellik, esneklik, katılım ve çoğulculuk gibi kavramlar ve özellikler amaçsal nitelik kazanarak ön plana çıkmaktadırlar.

II.II. Postmodern Kamu Yönetimi İçin Farklı Yaklaşımlar ve Kuram Analizi

Kamu yönetimi disiplininin 19. yy.’dan sonra gelişim sürecinde, başlangıç evresini meydana getiren geleneksel kamu yönetimi anlayışı ya da dönemi, moderniteyle uyuşmaktadır (Doğan, 2016: 1796). Dolayısıyla kamu yönetimi bilimi, 20. yy.’ın ikinci yarısına kadar, belirgin bir biçimde klasik nitelikler göstermiştir. Bu dönemde kamu yönetimi disiplini, ABD ve Kıta Avrupası kaynaklı olarak daha çok örgüt, hukuk ve kısmen siyaset bilimi kuramlarıyla açıklanmış ve geliştirilmeye çalışılmıştır. Yine bu dönemde modern esaslı kamu yönetimi disiplin ve pratiği, daha çok kapalı, mekanik ve bürokratik olarak düşünülmüştür. Ancak, özellikle İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra, öncelikle araçsal boyutta olmak üzere, kamu yönetimi disiplininde katılım, çoğulculuk ve demokratikleşmeye dayalı yaklaşım ve kuramlar ortaya atılmıştır. Bundan sonra kamu yönetimi disiplini, siyaset, toplum, psikoloji ve felsefe gibi farklı akademik disiplinlerle ilişkilendirilerek açıklanmaya çalışılmakta ve farklı siyasal ideolojilere dair yaklaşım ve kuramlarla da desteklenmektedir. Ayrıca bu dönemde postmodernizm tartışmaları da kamu yönetiminin bilimsel manada seyri açısından büyük önem taşımaktadır (Doğan, 2015a: 286; Parlak ve Doğan, 2016: 113). Dahası bu süreçten sonra kamu yönetimi disiplini, çok farklı bilimsel çalışmalara konu olarak,

metodolojik zenginlik içerisinde boğulmakta, belirli bir tarihsellik (ontoloji) üzerindeki (modernite) zemininden kayarak kimlik krizleriyle de karşılaşmaktadır. Nitekim kamu yönetiminin yaşamış olduğu bu kimlik krizini ya da bunalımını ortadan kaldırmak için zenginleşen metodolojiyi ve epistemolojiyi bir çatı altında toplamak elzem gibi görünmektedir (Parlak ve Doğan, 2016: 80).

Postmodernizm, kamu yönetiminde asıl olarak 1970’li ve 1980’li yıllardan sonra etkili olmaya başlamıştır (Ergun, 1997: 4). Modern döneme özgü ortodoks kamu yönetimi² karşısında postmodern anlayışın iki farklı alanda geliştiği söylenebilmektedir (Özcan ve Ağca, 2010: 7; Şener, 2007: 38; Gruening, 2001: 9):

- Birincisi, 1970’li yılların post-fordist, esnek üretim dalgasını takip eden post-bürokratik anlayıştır ki bu yaklaşımın kamu yönetimindeki postmodern yansıması “yeni kamu işletmeciliği” şeklinde olmuştur (Örgüt-kuramsal yaklaşım).
- İkincisi ise 1990’lı yılların doğrudan “postmodern” niteliğiyle anılan Amerika merkezli radikal “söylem kuramıdır” (Söylem-kuramsal yaklaşım).

Bu dönemlerde kamu yönetiminde kuramsal olarak tartışılan konuların başında da katılımcılık, çoğulculuk ve demokrasi gelmiştir. Bu farklı yaklaşım ve kuramlardan önem arz edenleri aşağıda Tablo 1’de gösterilmiştir. Bu farklı yaklaşımlardan, 1990’lı yıllardan sonra postmodern felsefe kamu yönetimi kuramlarında daha fazla etki yaratmıştır ve söylemsel olarak da kavramsallaştırılmıştır (Şener, 2005: 12; Üstüner, 2003: 366; Ergun, 2003: 607; Güler, 2003a: 539; Bogason, 2015). Postmodern kamu yönetimi kuramcılarının göre, Fox, Miller ve Farmer vd. gibi, günümüzde batı demokrasisinin bazı sorunlar nedeniyle etkin bir biçimde işlemediği görülmektedir. Postmodern kamu yönetimi kuramcıları, halk katılımı konusunda geleneksel yaklaşıma şüpheci ve eleştirel bir çizgide durmakta, kamu yönetiminin meşruiyeti açısından halkla diyalogunun geliştirilmesinin gerekli olduğunu düşünmektedirler (Genç, 2010: 152). Dolayısıyla bu kuramcılar ve öncülleri, kapitalizme ve onun siyasal-ekonomik tezahürü olan temsili liberal demokrasiye temelden karşı çıkmamakta, ancak aksayan yönlerinin toplumsal bağlamda katılım, çoğulculuk, eşitlik ve müzakere ile çözülebileceğini vurgulamaktadırlar (Yalçın, 2010: 338).

Tablo 1. 1970 Sonrası Kamu Yönetimi Kuramları

| 1970-1990 | 1990 Sonrası (*) |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Yeni Kamu Yönetimi | Söylem Kuramı |
| Demokratik Yönetim ya da Kamu Seçimi | Karşı-Yönetim (anti-administration) |
| Radikal Kamu Yönetimi | Çoğulcu Kamu Yönetimi |

* Postmodern felsefenin baskın olduğu kuramlar

Kaynak: Şener, 2005: 12.

Klasik ya da geleneksel (ortodoks) kamu yönetimi kuramlarının çeşitli yönlerden sorgulanması ve 1930’lu yıllardan sonra kamu yönetimi kuramlarının gelişimi açısından

² Modern döneme ait ortodoks kamu yönetimi, Woodrow Wilson (siyaset-yönetim dikotomisi), F. Winslow Taylor (bilimsel-işletimsel yapı) ve Max Weber (bürokrasi teorisi)’in etkisiyle ortaya çıkmıştır. Buna göre modern kamu yönetimi, “yönetimde rasyonelliği, etkinliği, hiyerarşik kontrolü, politika ve yönetim ayrımını” destekleyen bir anlayışı ifade etmektedir. Dolayısıyla ortodoks (old) kamu yönetiminin karakteristikleri şu şekilde sıralanabilmektedir: (Fox ve Miller; Denhardt ve Denhardt’dan aktaran Özcan ve Ağca, 2010: 7):

- Kamu yönetimi politik olarak nötrdür,
- Devletin görevi hizmetlerin dağıtımıdır ve bunun için de ideal örgüt yapısı merkezi bürokrasidir,
- Programlar yukardan-aşağı kontrol mekanizmalarıyla uygulanır ve sapmalar oldukça sınırlıdır,
- Bürokrasi kapalı bir sistem gibi işlev görür ve bu yüzden vatandaşın katılımı sınırlıdır,
- Kamu yönetiminde verimlilik ve rasyonalite en önemli iki değerdir,
- Kamu idarecileri politika yapmada merkezi bir rol oynamaz, bunun yerine kamu amaçlarını gerçekleştirmekle görevlidir.

(Rosenbloom vd., 2009: 148-150; Shafritz vd., 2013: 228-230), burada üç önemli kuramcının ve eserinin belirtilmesi önem arz etmektedir. Bunlar; 1933 tarihinde yayınlanan Elton Mayo'nun "Endüstriyel Uygarlığın İnsani Sorunları (The Human Problems of an Industiral Civilization)" adlı eseri, 1948 tarihinde yayınlanan Herbert A. Simon'un "İdari Davranış (Administrative Behavior)" adlı eseri ve 1948 yılında yayınlanan Dwight Waldo'nun "İdari Devlet (The Administrative State)" adlı eseridir. Bu eserler, 19. yüzyılın sonunda 1887 yılında yayınlanan ABD'li Woodrow Wilson'un "İdarenin İncelenmesi (The Study of Administration)" adlı makalesi ile (Güler, 2003a: 533; Ergun, 2004: 341; Eryılmaz, 2010: 12) bir akademik disiplin hüviyeti kazanan kamu yönetiminin gelişim göstermiş olduğu klasik yönetim kuramlarını farklı yönlerden sorgulayarak, kamu yönetiminde verimliliğin, çoğulculuğun ve katılımın örgüt için araçsal yönüne vurgu yapmışlardır. Ayrıca bu kuramcılar, Amerikan pragmatizminin gelişiminde de etkili olmuş ve bu etki, 1980'li yıllardan sonra kamu yönetimi disiplininde söylem, tartışma ve uygulama düzeyinde tekrar ortaya çıkmıştır (Şener, 2005: 2; Yalçın, 2010: 282-284). Dolayısıyla kamu yönetiminin gelişimi açısından bu kuramlar, örgütlerde insani (sosyo-psikolojik)-davranışçı yöne vurgu yaparak verimliliğin gelişiminde örgüt içi katılımcılık nosyonunu öne çıkarmışlardır (Simon vd., 1985: 17). Bu nosyon, daha sonrasında kamu yönetimi kuramlarının farklı yönleri (verimlilik, katılım, demokrasi) ele alıp gelişmesinde büyük düzeyde etki yaratmıştır.

Daha sonrasında kamu yönetimi kuramlarının toplumsal genişlikte katılım ve çoğulculuk (Şener, 2005: 2), dolayısıyla postmodern felsefe açısından temellerinin ise, 1968 tarihli "Yeni Kamu Yönetimi Okulu"³ (Thompson, 1972: 620; Lamidi, 2015: 21) ve 1970'li tarihlerde Vincent Ostrom tarafından kuramsal analizi yapılan "Demokratik Yönetim" gibi farklı yaklaşımlara dayandığı söylenebilmektedir. Bunlara ek olarak 1983 yılında Amerikalı akademisyenler, James Perry ve Kenneth Kraemer, "Kamu İşletmeciliği: Kamu ve Özel Yönetim Perspektifleri (Public Management: Public and Private Perspective)" başlıklı kitapları ile kamu işletmeciliği biliminin doğuşunu ilan etmişlerdir. Bu yeni bilimin temel amaç ve özellikleri dört madde altında şu şekilde belirlenmiştir (Üstüner, 2003: 366):

- Kamu örgütlerinin üstlendikleri görevleri yerine getirmelerinin yol ve biçimlerini anlamak ve geliştirmek,
- Bunu yaparken özellikle "yürütme erki" ve bunun kapsadıklarını temel analiz birimi olarak ele almak,
- Kamu yöneticilerinin daha yetkin bir biçimde donanımlı duruma getirilebilmelerini sağlayacak etkili araç ve teknikleri geliştirmek,
- Yöntemsel olarak kesimler ve örgütler arası karşılaştırma teknikleri üzerinde yoğunlaşmak.

1970'li yıllar sonrasında ortaya çıkan kamu yönetimine ilişkin yeni kuramlar, yönetim biliminin üç klasik savını reddetmektedir (Şener, 2005: 12). Bunlar; "en iyi tek yol", "yönetim-siyaset ayrımı" ve "bürokrasi"dir. Kamu yönetiminde 1970'li ve 1980'li yıllarda etkili olan en önemli kamu yönetimi kuramı, kamu işletmeciliğine dayalı olan yeni kamu yönetimidir. Christopher Hood (1991: 4-5; 2001: 12553-12556), yeni kamu yönetiminin ilkelerini ve özelliklerini şu şekilde ifade etmektedir:

- Kamu harcamaları ve personeli üzerinde hükümet tasarrufunun azaltılması,
- Yerindelik ilkesi ve performans çerçevesinde hükümet kurumlarının özelleştirilmesi,
- Kamu hizmetlerinin üretimi ve dağıtımında, özellikle bilgi teknolojileri ile özerkliğin sağlanması,
- Politika yapımı, karar verilmesi, hükümet içi organizasyonlar ve kamu yönetiminde geleneksel uzmanlaşmanın gözden geçirilmesi.

Vincent Ostrom, 1974 tarihinde yayınlanan "Amerikan Kamu Yönetiminde Entelektüel Kriz (The Intellectual Crisis in American Public Administration)" adlı eserinde kamu yönetimi

³ Yeni Kamu Yönetimi Okulu veya Hareketi, 1968 yılında Dwight Waldo'nun öncülüğünde, H. George Frederickson, Henry Lambright ve Frank Marini organizatörlüğünde düzenlenen bir konferans sonucunda doğmuştur (Frederickson'dan aktaran Yalçın, 2010: 233). Bu hareket, aynı zamanda, merkezi ABD'nde bulunan bir yerleşim yeri olan Minnowbrook'ta doğması nedeniyle "Minnowbrook Yaklaşımı (The Minnowbrook Perspective)" olarak da anılmaktadır.

disiplininin kurucusu olarak Woodrow Wilson'un geliştirmiş olduğu ilkeleri, Amerikan siyasi sisteminin anayasal düzenlemeleri çerçevesinde tartışmaktadır (Kirlin, 1996: 417). Ostrom, katılımı bir değer olarak ele alıp "kamu seçişi" bağlamında kurgulayarak Weberyen bürokratik yönetim yerine "demokratik yönetimi" savunmaktadır (Şener, 2005: 14; Harmon ve Mayer, 1986: 251-256; Hughes, 2014: 159). Ostrom'a göre demokratik yönetim tek merkezli değil, çok merkezlidir (Wagner, 2005: 184). Ostrom, geliştirmiş olduğu demokratik yönetim yaklaşımı ile kaynakların kullanılmasında verimliliğin en yüksek düzeye çıkarıldığı, rekabetçi, tüketici tercihlerinin en iyi şekilde gerçekleştirildiği bir kamu yönetimi dizayn etmektedir (Ostrom'dan aktaran Aksoy, 2003: 556).

Patrick Dunleavy, geliştirmiş olduğu "radikal kamu yönetimi" anlayışı ile şu iddiaları öne sürmüştür: Kapitalizmin döngüsel krizlerinden kaçınmak mümkün olmadığına göre kamu yönetiminde de ister istemez krizler olacaktır. Bu gibi durumlarda kamu yönetiminin yapması gereken toplumsal bir pozisyon almasıdır. Kamu yönetimi bu noktada "eşitlikçi katılıma" önem vermelidir ve bunun temelleri de Jürgen Habermas'ın görüşlerine dayanmaktadır (Şener, 2005: 13). Dunleavy'nin görüşleri, yeni kamu yönetiminin (işletmeciliğinin) "katılım, performans ve bürokratik davranış" ilkelerinin veya kavramlarının önem kazanmasında büyük bir etki yaratmıştır (Dunleavy ve Hood, 1994: 9; Dunleavy vd., 2005).

H. George Frederickson ve arkadaşları (2012: 99-100) "Kamu Yönetimi Kuramı El Kitabı (The Public Administration Theory Primer)" adlı eserlerinde ve Frederickson (1997: 8-15; 2012: 251) da 1970'li yıllarda yazdığı makalelerinde, yeni kamu yönetimi işletmeciliğinin güçlenmeye başladığını söyleyerek, "demokratik yönetim, sosyal eşitlik, vatandaşlık, etik ve yerelleşme" kavramlarına dikkat çekmiştir.

1990'lı yıllarda ise geliştirilen kuramlar, daha önce sorunlaştırılan alanların reddine dayanmaktadır ve "postmodern" olarak adlandırılan kuramlar sayesinde bürokrasi dışında yeni mekanizmalar aranmakta, hakikatler yerini geçici doğrulara veya "söylemsel olarak oluşturulmuş geçici iletişimsel doğrulara" bırakmaktadır (Şener, 2005: 15). Böylece de pozitif kamu yönetimi anlayışına somut ve söylemsel düzeyde karşı çıkmıştır (Lalor, 2014: 197). Çünkü modern kamu yönetimi, bir ortak olarak vatandaşların katılım etkinliği ve bir müşteri olarak vatandaşların sorumluluğu arasında bir tansiyona neden olmaktadır (Vigoda, 2002: 527).

Charles J. Fox ve Hugh T. Miller, 1990'lı yıllardan sonra postmodernizme bağlı bir biçimde, Habermas gibi düşünürleri de işe katarak bir kamu yönetimi kuramı temeli kurmayı amaç edinmişlerdir (Şener, 2005: 15). Nitekim Fox ve Miller, 1995 yılında yayınladıkları "Postmodern Kamu Yönetimi: Diyaloga Doğru (Postmodern Public Administration: Towards Discourse)" adlı kitaplarında kamusal sorunların çözümünde ve kamu politikalarının alınmasında demokrasinin daha işlevsel hale gelmesi için halk katılımını konuşma veya diyalog olarak bir gereklilik olarak görmektedirler (Gruening, 2001: 9; Fox ve Miller, 2007: ix; Fox ve Miller, 1993: 14). Bu süreçte Fox ve Miller'a göre iki çeşit kategori vardır: "Bu iki kategori de onların savundukları görüşe uymamaktadır. Bunlardan ilki, seçkinlerin baskın olduğu, başka kimsenin konuşulmadığı few-talk'tur. İkincisi ise, herkesin konuşabildiği hiçbir sınırlamanın olmadığı many-talk'tur. Ancak bunlara göre her ikisi de yanlıştır. Önerdikleri yöntem ise, ne sadece uzmanların, ne de herkesin katıldığı some-talk'tır" (İnanç ve Erdoğan, 2006: 14). Esas olarak Fox ve Miller, kamu yönetiminde demokratik müzakere kanallarının açık tutulmasını savunarak politik bir "söylem kuramı"ni desteklemektedirler (Yalçın, 2010: 332). Nitekim Fox ve Miller, ontolojik temellerini radikal bir dönüşe dayandırarak, "şeyleştirmelerden" kaçınmak için varsayımlarında "Giddens'in yapılaşma kuramından, Berger ve Luckman'ın "gerçekliğin sosyal inşasını"ndan, Merleau-Ponty'nin fenomenolojisinden ve kuantum fiziğinin esaslarından yararlanarak "kamu enerji alanı" kavramına ulaşmaktadırlar. Bundan sonra da hiyerarşik kontrolün geçerli olduğu bürokrasinin yerine "alan" geçmiş olmaktadır. Sonuçta ise kamu enerji alanı, sosyal-politik söylemin şekillendiği, kamu politikalarının belirlendiği alan olmaktadır (Özcan ve Ağca, 2010: 12).

O. C. McSwite da 1996 yılında yazdığı "Postmodernizm, Kamu Yönetimi ve Kamu Yararı (Postmodernism, Public Administration and the Public Interest)" adlı makalesinde Fox ve Miller gibi söylem kuramından hareket ederek kamu yönetiminin demokratik meşruluk amacıyla kamu yararını gözeterek toplumda diyaloga dikkat çekmektedir (McSwite, 1996: 198-199; Yalçın, 2010: 321).

Robert B. Denhardt ve Thomas J. Catlaw ise “Kamu Organizasyon Kuramları (Theories of Public Organization)” adlı eserlerinde postmodern kamu yönetimi alanında diyaloga vurgu yaparak kamu yönetimi kuramlarının (özellikle yeni kamu işletmeciliği yaklaşımını vatandaşlık, eşitlik ve toplumsallık açısından eleştirerek) geldiği aşamayı “yeni kamu hizmeti” dönemi olarak adlandırmaktadırlar (Denhardt ve Catlaw, 2015: 198-199; Denhard ve Denhardt, 2007: 42). Nitekim yeni kamu hizmeti yaklaşımı, kamu yararının tek üstün/yüce değer ve farklı çıkarların bir araya gelmesi ile oluştuğunu savunarak; kamu, özel ve sivil toplum örgütleri arasındaki ortak ihtiyaçları karşılayan bir koalisyonu ifade ettiğini belirtmektedir. Hesap verebilirlik çerçevesinde kamu görevlilerinin sadece yasal ve siyasal sorumluk sahibi olması değil bunun yanında topluma, siyasi kurallara, profesyonel kurallara, vatandaşın talep ve çıkarlarına da duyarlı olması gerektiğini anlatmaktadır. Nitekim yeni kamu işletmeciliği, “özelleştirme, performans ölçümü, müşteri hizmetleri üzerinde odaklanırken”; yeni kamu hizmeti, demokratik idealler ve haklar temeline dayanmaktadır (Genç, 2010: 149). Sonuç olarak yeni kamu hizmeti esas olarak, “*demokratik vatandaşlık, sivil toplum, örgütsel hümanizm ve söylem kuramına*” dayalı yeni bir kamu yönetimi hareketinden bahsetmektedir ve bunu “yeni kamu hizmeti (new public service)” olarak adlandırmaktadır (Özcan ve Ağca, 2010: 16).

David John Farmer da, kamu yönetimi kuramı çerçevesinde “anti-yönetim (anti-administration)” yaklaşımını geliştirmiştir (Şener, 2005: 15; Farmer, 2007: 1212). Farmer, “Kamu Yönetiminin Dili (Language of Public Administration)” adlı eserinde postmodernizmi çeşitli boyutları ile inceleyerek, kamu yönetimini esaslı bir biçimde değiştirmeyi ve dönüştürmeyi amaçlamıştır. Farmer, kamu yönetimini değiştirmek için kamu yöneticilerinden oynadıkları dil oyunlarını değiştirmesini istemiştir. Genel olarak öne sürdüğü kamu yönetiminde bilginin düzenlenmesidir. Farmer’a göre postmodern bir inceleme, “imgelem, yapıbozum, yersiz-yurtsuzlaştırma ve farklılık” olmak üzere dört analitik öğeye dayanmalıdır. Modern düşündeki rasyonalizasyonun yerini postmodern düşüncede imgelem oluşturmaktadır. Buradan anti-yönetim yaklaşımına ulaşan düşünür, kamu yöneticilerinin tek boyutlu rasyonel düşünceden kurtularak, paradokslarla çelişkilerle boğuşmaya hazır olmalarını ifade etmektedir (Okçu, 2003: 110-111). Yine Farmer, “Perspektif İçerisinde Kamu Yönetimi: Çoklu Lensler Aracılığıyla Teori ve Pratik (Public Administration in Perspective: Theory and Practice Through Multiple Lenses)” adlı eserinde 11 perspektif sunarak (Marshall, 2011), yönetimin ussal ve rasyonel yönlerinin aşılması için postmodern öneriler getirmiştir.

Michael Spicer, değer çoğulculuğunu ifade eden “çoğulcu kamu yönetimi” yaklaşımını geliştirmiştir. Ona göre monist tekçi kamu yönetimi yerine plüralist (çoğulcu) kamu yönetimi işlemelidir (Şener, 2005: 16; Spicer, 2005: 672). Spicer, tekçi kamu yönetimini benimsemenin siyasal bir boyutundan da bahsederek tekçi kamu yönetiminin ussal, araçsal ve apolitik olacağını söylemektedir (Şener, 2005: 17). Bunun için de tekçi kamu yönetiminin aşılp çoğulcu kamu yönetimine geçilmesinin bir siyasal sorun olarak toplumdaki değer çatışmalarının demokratik yollardan uzlaşmaya varması gerektiğini belirtmektedir. Bunun için de Spicer, postmodernizme dayalı olarak kamu yönetimi alanında davranışsal boyutu ön plana taşımaktadır (Bogason, 2008: 359; Spicer, 2001: 98).

III. POSTMODERN KAMU YÖNETİMİ EKSENİNDE YÖNETİŞİM YAKLAŞIMI

III.I. Yönetişim Kavramı

Yönetişim, 1989 yılında Dünya Bankası⁴ (DB) tarafından hazırlanan bir raporda (Sahara Altı Afrika: Krizden Sürdürülebilir Gelişmeye, uzun dönem perspektifli bir çalışma-Sub-Saharan Africa:

⁴ Yönetişim kavramının ortaya çıkmasında asıl olarak DB’nin 1989 yılında Afrika ülkeleri için hazırladığı bir rapor öne çıkmıştır. DB’nin bu raporuna göre yönetişim, “bir ülkenin ekonomik ve sosyal kaynaklarını, kalkınma amaçlı bir bakış açısıyla yönetmede iktidarın kullanılma biçimi” olarak tanımlanmaktadır. Neo-liberalizmin ikinci kuşak yapısal reformlarının uzantısının da bir ürünü ya da yansıması olan yönetişim, kamu

From Crisis to Sustainable Growth: a long-term perspective study), Sahara Altı Afrika ülkelerindeki kalkınmacı yönetimi geliştirmek ve yolsuzluğu azaltarak iyi yönetimi tesis etmek amacıyla ortaya atılmış bir kavramdır (Alence, 2004: 163-164). Bu dönemden sonra yönetim kavramı, akademide ve güncel siyasette temel tartışma konularından biri haline gelmiş ve popüleritesini artırmıştır. Yine 1990'lı yıllardan sonra yönetim, diğer ABD orjinli uluslararası örgütler ve Avrupa Birliği-AB tarafından da benimsenerek geliştirilmiştir (Sobacı, 2007: 220; Trnski, 2016).

Yönetişim yaklaşımı, ABD'de David Osborne ve Ted Gaebler'in 1993 tarihinde yazdıkları ünlü çalışmaları olan "Girişimci Devlet: Girişimci Ruh Kamu Sektörünü Nasıl Dönüştürüyor (Reinventing Government: How the Entrepreneurial Spirit is Transforming the Public Sector)"da ortaya atıkları "*kürek çeken değil dümen tutan devlet*" sloganıyla gündeme gelmiştir. Bu yeni devlet anlayışında, pasif tüketicilikten ziyade katılımcı demokratik vatandaşlık anlayışı güçlenmektedir (Beyhan, 2008: 58; Goodin vd., 2006: 15). Bu bağlamda devlette, hizmet sunum yöntemlerinde ya da politik karar alma sürecinde değişime gidilerek sivil toplum ve özel sektör de ortak olarak görülmektedir (Güzelsarı, 2003: 23). Bu anlayış sonrasında devlete etkin ya da düzenleyici bir rol biçilmektedir. Ayrıca, yönetişimin kuramsal dayanakları arasında; "kurumsal ekonomi, uluslararası ilişkiler, örgütsel çalışmalar, iktisadi gelişmeye dönük çalışmalar, politika bilimi, kamu yönetimi" gelmektedir (Stoker'dan aktaran Özer, 2006: 64). Diğer yandan yönetim kavramının literatürdeki altı farklı kullanım biçimi; "minimal devlet olarak yönetim, kurumsal ya da şirket yönetişimi, Yeni Kamu İşletmeciliği olarak yönetim, iyi yönetim, sosyo-sibernetik bir sistem olarak yönetim ve kendi kendini organize eden networkler olarak yönetim" şeklinde sıralanmaktadır (Rhodes'dan aktaran Bayraktar, 2015: 75). Bu çerçevede yönetişimin, son derece kapsamlı bir kavram, olgu ve yaklaşımlar setinden meydana geldiği söylenebilmektedir. Çünkü yönetim farklı disiplinlerin kavram, yaklaşım ve kuramlarıyla ilişkilendirilerek açıklanmaktadır.

Yönetişim olgusu, sivil toplum kuruluşlarının siyasal karar verme süreçlerindeki oynadıkları rolleri artırmakta ve katılımcı demokrasinin temeli bağlamında birey kavramı yeniden tasarlanmaktadır (Göymen, 1999: 75). Bununla beraber yönetim kavramı, açık olarak kamu yönetimi, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında cereyan eden karışık bir sistem ve bunların birbirleriyle olan ilişkiler ağı ve de karşılıklı etkileşimine vurgu yapmaktadır (Clark, 2000: 3; Kooiman, 2003: 5). Yönetişim, merkezi ve yerel yönetimlerde "*temsil, katılım ve denetimin, etkin bir sivil toplumun, hukukun üstünlüğünün, açıklık ve hesap verme sorumluluğunun, kalite ve ahlakın, kurallar ve sınırlamaların, rekabet ve piyasa ekonomisi ile uyumlu alternatif hizmet sunum yöntemlerinin*" bulunduğu bir siyasal ve ekonomik düzeni ifade etmektedir (Başaran, 2008: 43). Nitekim Tekeli'ye göre de, yeni devlet ve toplum düzeninde "*çoğu toplumda, önceden belirlenen bir ortak amacı gerçekleştirmek için, tek öznel, merkezi, hiyerarşik bir işbölümü içinde üretim yapan, kaynak ve yetkileri kendinde toplayan yönetimden, önceden belirlenen bir iyiye (amaca) doğru değil, insan haklarına dayalı performans ölçütlerini gerçekleştirerek, çok aktörlü, yerinden yönetimci, ağsal ilişkiler içinde, kendi yapmaktan çok toplumdaki aktörleri yapılabilir kılan, yönlendiren ve kaynakların yönlendirilmesini kolaylaştıran yönetim anlayışına*" geçilmektedir (Göymen, 2010: 88). Tüm bunlardan sonra yönetim kavramı, öz olarak, farklı toplumsal aktörler arasında politik karar alma süreci ya da hükümet etme siyasetinde katılımcılığa, demokrasiye ve işbirliğine dayanan (Kaufmann vd., 2009: 5), içerisinde birçok farklı yaklaşım ve kuramların yer aldığı, kapsamlı ve bütünleşik bir olgu, devlet anlayışı ya da politik hükmetme süreci olarak değerlendirilebilmektedir.

III.II. Postmodern Kamu Yönetimi ve Yönetişim

Postmodern kamu yönetimi, daha önce de belirtildiği gibi saf olarak 1990'lı yıllardan sonra kamu yönetimi kuramlarını etkilemiştir. Bu dönemde, kamu yönetimi ile ilgili geliştirilen düşünce, yaklaşım ve kuramların temelinde postmodern esintiler yer almıştır (Şenel, 2005: 12). Nitekim yönetim de 1990'lı yıllardan sonra ABD kaynaklı örgütler ve bilim insanları tarafından ortaya atılan

yönetiminde iktisadi kökenli etkinlik ve verimliliğin (birinci kuşak yapısal reformlar) yanı sıra siyasal içerikli olarak demokratikleşmeye vurgu yapmaktadır (Doğan, 2016: 1800).

ve geliştirilen bir yaklaşımdır. Yönetişim, esas manada liberal demokrasiye dayalı politik-yönetimsel bir kuram olarak düşünülebilmektedir. Çünkü yönetişim, yeni kamu yönetiminin ileri bir aşaması olarak, örgütsel-verimlilikten çok demokrasiye dayanmaktadır (Doğan vd., 2012: 88). Yukarıda belirtildiği gibi postmodern kamu yönetiminin kuramsal olarak inşa edilmesinde eser veren ve görüş bildiren bilim insanları da daha çok, kamu yönetiminde demokratiklik, katılımcılık, müzakere ve çoğulculuğa vurgu yapmaktadırlar. Postmodern kamu yönetimi, “yerinden yönetimci, esnek, ağ yapılı, açık, demokratik ve etik” esaslıdır. Bu bağlamda postmodern dönemde, kuruluş aşamasında kamu yönetiminde ihmal edildiği sanılan siyasal, toplumsal, psikolojik ve felsefi kavramlardan destek alınarak postmodernizme dayalı yeni bir zemin kurulmak istenmektedir. Yönetişim de bu zemin üzerinde yükselen somut bir model, anlayış veya kuram olarak görülebilmektedir.

Yönetişim yaklaşımı, çok aktörlü ve yatay ilişkilere dayalı olarak, yöneten-yönetilen ilişkilerinin yeniden yorumlanması olarak görülmektedir ve yerelleşme, sivil toplum, demokrasi ve katılım boyutlarının kesişme noktasında yer almaktadır. Bu bağlamda neo-liberalizm⁵’in yeni siyaset teorisi “katılımcı demokrasi” iken, yeni kamu yönetimi teorisi de “yönetişim” dir. Yönetişim, gerçek manada “Yeni Sağ (New Right)” ideoloji ile bütünleşen yeni çağın yönetime dair esas söylemidir (Parlak ve Doğan, 2016: 97-98). Bu çerçevede yönetişim, küresel neo-liberalizmin 1990’lı yıllarda biçim değiştirerek desteklemiş olduğu (Güzelsarı, 2004: 11), kamu yönetimindeki demokratikleşme ve düzenleyici-etkin devlet söylemlerinin merkezinde yer almaktadır (Doğan, 2016: 1800). Nitekim postmodern kamu yönetimine dair devletin rolünü azaltan ve sınırlandıran özelleştirme ve serbestleştirme gibi uygulamalar ve politikalar daha çok neo-liberal reformların hâkim olduğu ülkelerde görülmektedir (Özer ve Önen, 2016: 200). Tüm bu bilgiler sonrasında yönetişim, katılımcı demokrasi, sivil toplum, çok aktörlü yönetim gibi kavramlara canlılık kazandıran postmodern bir kamu yönetimi kuramı olarak adlandırılabilir (Parlak ve Doğan, 2016: 97-98; Özer vd., 2016: 699). Nitekim postmodern bir devlette kamu yönetimi, yönetişim ile dönüşen yönetimin en iyi ifadesidir (Frederickson, 2004). Kamu yönetimi, esas amaç olarak yönetişime dayalı toplumun açığa çıkarılması için vardır (Raadschelders, 1999: 288). Bu bakımdan değerlendirildiğinde de kamu yönetimi, yönetsel bir süreç olduğu kadar, aynı zamanda toplumsaldır (Dong, 2015: 20). Kamu yönetiminde önde gelen postmodern kuramcılar (Fox, Miller, Farmer vd.), yönetişim modelinden de

⁵ Bazı bilim düşünürleri ve düşünce ekolleri tarafından neo-liberalizmin ve onun tezahürü olan yönetişimin katılımcı demokrasiyi güçlendirdiği ve yeni sağ ideolojinin buna destek sağladığı konusunda yoğun şüpheleri ve eleştirileri de vardır. Bu görüşler, esas olarak az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde teoride belirtilen durumların aksi yönde ya da yanıtıcı bir süreç şeklinde geliştiği noktasında toplanmaktadır. Nitekim az gelişmiş ülkelerde neo-liberalizm, derin ekonomik krizler ve tahakkümcü bir kamusal politika durumunu ve sürecini beraberinde getirmiştir. Bunlara göre neo-liberalizm yoğun teknokrazi meydana getirmektedir ve yeni sağ da katılımcı demokrasi ile özdeşleşmemektedir. “Neo-liberal kuramda gerçekleştirilen ideolojik manevrayla, ekonomik liberalizmle siyasal liberalizm özdeşleştirilerek, devletin ekonomiye müdahalelerinin azaltılmasının, demokratikleşmenin ve sivil toplumun güçlendirilmesinin ön koşulu olarak sunulması sağlanıyordu. Böylece, neo-liberalizmin zayıflayan toplumsal desteği/meşruiyeti güçlendirilmeye çalışılıyordu. Bu doğrultuda, neo-liberalizme uygun yeni bir çoğulculuk anlayışı geliştiriliyor, bu çoğulculuk anlayışında sivil toplum kuruluşlarına özel bir rol veriliyordu. Ancak, neo-liberalizmin bu yeni çoğulculuk anlayışı, kamu politikalarının oluşturulma sürecini, çıkar gruplarının istemlerinin müzakere edildiği bir uzlaşma süreci olarak tasarlayan klasik çoğulculuk anlayışından kesin olarak ayrılıyordu” (Güler, 2003: 100; Ataay, 2007: 166). Yine neo-liberalizm, yönetişim ve teknokrazi boyutundaki en önemli eleştirel alanlardan biri de bağımsız idari otoriteler örneği üzerinden getirilmektedir. “Yönetişim ve siyasal iktidarın dönüşümü bağlamında üst kurullar (bağımsız idari otoriteler), kamusal otoritenin yerele devri ve otoritenin özerk, bağımsız ve yaptırım gücüne sahip yapılara terk edilmesi noktasında tartışma konusu yaratmaktadırlar. Bu çerçevede küreselleşme, neo-liberalizm ve post-fordist tarihsel birikim dönüşüm sürecinde devletin tüm toplumu kapsayıcı ve koruyucu rolünün aşınmış olduğu bir dönemde piyasaların rolünün artması, devletin düzenleme görevlerinin önem kazanması ve istidam olanaklarının esnekleştirildiği bir aşamada devletin birtakım alanlardaki siyasal iktidar gücünden dışlanması ve bu gücün üst kurullar bürokrasisi tarafından üstlenilmesi bazı çekinceleri de beraberinde getirmektedir. Nitekim neo-liberal politikalar, yasal bir çerçeve değişikliği yerine çoğunlukla fiili durum yaratılarak uygulanırken; yönetişim modeli, kanunlarla güvence altına alınarak kurumlaşmış bir dönüşüm sürecini örgütlemektedir. Yönetişim modeli için özelleştirme vb. diğer piyasa odaklı politikaların, devletin ve toplumun piyasalaştırılmasında sadece bir araç olarak görülmesi gerekmektedir. Yönetişim modelinin küresel sermayenin çıkarlarını gözetken bir yapı kurduğunu göz önünde bulundurmak zorunludur” (Bayramoğlu’ndan aktaran Doğan, 2015b: 161).

yararlanarak postmodern şartları-durumları kamu yönetiminin içerisine sokarak, katılım ve müzakereye dayalı tartışma ortamı yaratmaktadır (De Zwart, 2002: 486-488).

Diğer yandan, yönetim, çok aktörlü katılımcı (müzakereci) demokrasinin merkezinde de bulunmaktadır. Yönetim, çok boyutlu olarak katmanlar itibariyle tasarlandığında yeni bir olguya yol vererek gönderme yapmaktadır; “çok-katmanlı yönetim (multi-level governance)”. Çok-katmanlı yönetim, gücün, ulusal merkezi hükümetten, yerel yönetimlere ve hükümet dışı resmi olmayan yapılara (sivil toplum kuruluşları=non-governmental organizations) yayılmasıdır. Kısaca MLG olarak adlandırılabilir bu yönetim formunda, karar alma otoritesi ve dayanak, resmi ve resmi olmayan aktörlerle birlikte paylaşılmakta ve parçalı (particular) bir politik sistemi içermektedir (Cairney’den akıran Parlak ve Doğan, 2016: 110). Çok-katmanlı yönetim, postmodern dönemde politik sistemin sorunları karşısında bir ülkede merkez ve diğer toplumsal aktörler arasındaki sorunlara odaklanması ve müzakere kanallarını açması nedeniyle geniş bir biçimde yararlar sunabilmektedir (Gamble, 2004: v). Buna ek olarak müzakereci demokrasi bağlamında Habermas⁶’ın büyük katkı sağladığı “kamusal alan” yaklaşımının önemli köşe taşlarından biri olarak da değerlendirilebilen yönetim, politik sisteme bütün toplumsal aktörlerin açık olduğu müzakereye dayalı bir model de ortaya koymaktadır. Dolayısıyla yönetim, temelinde demokratik katılımcılık, sivil toplum, iletişim ve müzakerecilik olan kavramsal ve kuramsal bir zemin üzerine kurulmaktadır (Parlak ve Doğan, 2016: 109). Anlaşıldığı üzere yönetim yaklaşımı, siyaset bilimi, sosyoloji, iktisat, felsefe, işletme ve uluslararası ilişkiler gibi farklı akademik disiplinlerin ortak konusu olan çok boyutlu bir kurama dayanmaktadır. Bu kuramın temel yaklaşımları ise, katılım, sivil toplum, demokrasi, söylem, etik, egemenlik, otorite, piyasa, örgüt, eleştiri vb. kavramlardan gelmektedir. Sözü edilen bu kavramlar, kamu yönetimi disiplini açısından yeni kuramsal çalışmalarda bütünleştirilmektedir. Bu kuramsal çalışmaların cisimleştiği alanlardan biri de yönetimdir.

Yukarıdaki literatür çerçevesinde, postmodernizm, kamu yönetimi disiplini üzerinde 1970’li yıllardan sonra etkisini göstermeye başlamıştır. Nitekim bu dönemsellik iki aşamada incelenerek ele alınabilmektedir. Bunlardan ilk dönemde, 1970’li yılların sonunda siyasal, kültürel ve ekonomik alandaki olayların neticesi olarak kamu yönetimi yeni kamu yönetimi reformları ile dönüştürülmüştür. Bu dönüşümün arkasında, esas olarak postmodernizmin ekonomik alandaki yansıması olan post-fordizm ve siyaset-yönetim alanındaki yansıması olan post-bürokrasi gibi olgular bulunmaktadır. Yine bu dönemde örgüt bilimi ve pratiğindeki katılım ve çoğulculuk hareketlerinin teknik boyutlardan sıyrılarak amaç haline gelmesi de bu süreci desteklemiştir. Sonuçta 1970’lerden 1990’lı yılların başına kadar kamu yönetimi disiplinindeki postmodern yansıma yeni kamu yönetimi odaklı bir nitelik göstermiştir. Ancak kamu yönetimi disiplini üzerindeki asıl postmodern dönüşüm, yani katılım ve çoğulculuğun örgütsel teknik düzeydeki verimlilik sınırlarını aşarak toplumsal amaç haline gelmesi, 1990’lı yıllarda ABD merkezli söylem kuramlarına dayanmaktadır. Söylem kuramı altında toplanabilecek bilimsel çalışmalar, çeşitli felsefi akımlar, filozofların düşünceleri ve disiplinler arası bir perspektif getirerek, postmodernizm bağlamında kamu yönetimi disiplin ve pratiğinde klasik kamu yönetimi döneminde ihmal edildiği düşünülen yönlerine katılımcılık, demokrasi ve müzakere gibi kavramları sokmayı amaç edinmektedir. Örneğin pragmatizm, eleştirel teori gibi felsefi akademik alanlar; Nietzsche, Habermas ve Foucault gibi

⁶ Habermas’ın postmodernizm ile ilgili olarak modernliği bitmemiş bir proje olarak gören görüşleri de vardır. Hatta Habermas, Aydınlanma tarihinin kimi kesintilerle birlikte sürdüğünü belirtmektedir. Habermas’ın eleştirisini yoğunlaştırdığı konular, “postmodernistlerin argümantasyona rağbet etmemeleri, öznelciliği savunmaları, bilim, din, felsefe, sanat ayrımlarını hiçe saymaları, mantığın ve sözün hiyerarşik üstünlüğünü yıkarak, retoriği ve yazıyı öne çıkarmalarıdır. Habermas’a göre modernliğe muhalefet, bir yerde Batı demokrasilerinin elde ettiği başarıları, reformları meşru kılmaya yarayan kavramları hiçe saymak demektir. Postmodernistler sosyoloji bilimi ile ilgili olan, modern dünya, laikleştirme, rasyonalizasyon, merkantilizm, optimizasyon, batılılaşma, kapitalizm, endüstrileşme, post-endüstrileşme, teknikleştirme, entellektüelleştirme, nesnelleştirme, bilimselleştirme, ilerleme, aydınlanma, demokrasi ve pozitivizm kavramlarını genellikle birbirleriyle eş tutarak bunların hepsine karşı çıkmaktadırlar” (Aslan ve Yılmaz, 2001: 105). Bu çerçevede Habermas “öznelcilik, Nietzsche’nin us eleştirisi, güç kuramı gibi kavramların modernizmin içinde olduğunu ve bunları onaylayan kendine mal eden postmodernizmin modernizmin bir devamı olduğunu belirtmektedir” (Yıldız, 2016). Bu görüşlerine rağmen Habermas, modernizm üzerinden postmodern tartışmaya katkı sağlamaktadır. Bu ise Habermas’ı postmodern felsefe ile anılan bir duruma getirmektedir.

filozofların düşünceleri ve farklı disiplinlerden teorik destek sağlanarak postmodern kamu yönetimine dair tabandan bir kuram inşa edilmeye çalışılmaktadır.

Postmodern kamu yönetiminde bilimsel kuram inşa edilmesinde yukarıda adı geçen kuramcılar ve diğerleri, kamu yönetiminin kuruluşundan günümüze kadar geçen dönemde süreci analiz ederek, kamu yönetimindeki merkeziyetçiliği, kapalılığı, bürokrasiyi ve denetimi parçalayarak yerelliği, açıklığı, esnekliği ve serbestliği içeren demokratik bir kamu yönetimi kurma hedefindedirler. Bu hedef, kimi kuramcılar açısından kamu yönetiminin salt katılım olanaklarının artırılmasıyla mümkünken; kimileri içinse hem katılım hem de tüm toplumsal aktörlerin müzakere sürecine açık olmasıyla mümkün olabilecektir.

Çalışmada kavramsal çerçevesi çizilen yönetim kuramı da neo-liberal ekonomik ve siyasal dönüşümün önemli bir görünümü olarak postmodern kamu yönetimi akım ve kuramlarıyla bütünleşmekte ve onları somutlaştıran nesnel-düşünsel bir kalıba girmektedir. Bu doğrultuda, yönetim anlayışının postmodern kamu yönetimi ile ilişkilendirilmesi, kamu yönetimi disiplininin 20. yüzyılda yaşamış olduğu kimlik krizi ya da bunalımına bir çare olabilme potansiyeli de taşımaktadır. Kapitalizmin dönemselsel ve ideolojik karakterli krizleri sonrasında yeniden yapılanan ve her defasında kabuk değiştirmek (paradigma değişimi) zorunda kalan kamu yönetimi disiplin ve pratiği, farklı siyasal ideolojilerin ve akademik disiplinlerin de temel niteliklerine cevap veren 21. yüzyılın kamu yönetimi kuramı olarak da değerlendirilebilmektedir. Bu bağlamda yönetim, içerisinde taşınmış olduğu çok aktörlülük, sivil toplum, müzakere ve demokrasi gibi kavramlarla hem tarihsel hem de kuramsal boyutta postmodernizmle bütünleşerek, kamu yönetimini salt örgütsel bir yapı olmaktan çıkarmakta ve kamu yönetimini siyasal, toplumsal, felsefi ve geniş bir akademik alan haline de getirmektedir. Bu şekilde de kamu yönetiminin doğası gereği taşımak zorunda olduğu siyasallık ve toplumsallık gibi olgular da karşılanmış olmaktadır. Çünkü kamu yönetimi sadece işletme kökenli örgüt kuramları ile açıklanamaz, aksine kamu yönetimi bir örgütsel yapı ve işlevsel aşama olmasına binaen, sosyolojik bir olgu, siyasal bir süreç, bir kamu politikası aktörü ve kamu yararı endeksli bir disiplin ve pratiktir. Bütüncül ve sıkıştırılmış bir kamu yönetimi kuram veya kuramlarından söz edebilmek için de yönetim önemli bir kavramsal/kuramsal çatı sağlamaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Postmodern kamu yönetimi, postmodernizmin genelde sosyal bilim alanında ve özelde kamu yönetimi alanında etkili olmaya başladığı 1970'li yıllarda ve sonrasında akademik bir inceleme alanı olarak belirmeye başlamıştır. Ancak bu tarihlerden önce de postmodernizmin dayanmış olduğu ilke ve yaklaşımların kamu yönetiminde etkili olmadığını söylemek mümkün değildir. Farklı olan 1970'li yıllarda kamu yönetimi içerisinde postmodern öncüller, daha belirginleşmeye başlamış ve akademik alanın (camianın) ilgisini çekmiştir.

Postmodernizm ve meydana getirmiş olduğu kamu yönetimi anlayışı, modernite kaynaklı ortodoks kamu yönetimi ilke, özellik ve politikalarını derinden sarmış, kamu yönetiminde bir paradigma dönüşümüne neden olmuştur. Çünkü postmodern dönemde kamu yönetimi anlayışı ve yapısı, yeni kamu işletmeciliğine de bağlı olarak “işletmevari, piyasacı ve esnektir”. Bu durum ise kamu yönetiminde derin bir değişim ve dönüşümün göstergesidir. Bu dönüşme dair önemli eleştiriler de vardır. Yeni kamu işletmeciliğinin devleti şirketleştirdiği, yönetişimin de katılım görünümüyle siyaseti teknikleştirip uzmanların kontrolüne terk ettiğine dair düşünceler ve bilimsel eserler bulunmaktadır.

Çalışmada postmodernizmin kamu yönetimi üzerindeki kuramsal temelleri analiz edilmiş ve bu analiz sonrasında postmodernizmin kamu yönetimi disiplin ve pratiğini iki farklı dönemde ve aşamada etkilediği görülmüştür. Bunlardan birinci aşama, 1970'li yıllardan sonra ortaya çıkan, önde gelen kuramcıları arasında Hood, Perry, Kraemer, Ostrom, Dunleavy ve Frederickson'un “Yeni Kamu Yönetimi”, “Demokratik Yönetim ya da Kamu Seçimi” ve “Radikal Kamu Yönetimi” yaklaşımları ve modelleri ile öne sürdükleri örgüt-kuramsal dönemdir. Bu dönemde postmodernizm ve kamu yönetimi arasındaki ilişki, kamu yönetiminin yaşadığı dönüşüme bağlı olarak, pratik

üzerinden post-fordist ve post-bürokratik öncüllere bağlı bir biçimde teknik ve ekonomik değişkenlerle açıklanmıştır. İkinci aşama ise 1990'lı yıllardan sonra öne çıkmış, önde gelen kuramcılar arasında Fox, Miller, McSwite, Robert B. Denhardt, Janet V. Denhardt, Catlaw, Farmer, Bogason ve Spicer'in "Söylem Kuramı", "Karşı-Yönetim (anti-administration)" ve "Çoğulcu Kamu Yönetimi" yaklaşımları ve modelleri ile öne sürdükleri söylem-kuramsal dönemdir. Bunlardan 1990'lı yıllardan sonra etkili olan söylem-kuramsal dönem, diğer dönemden farklı olarak politik bir söylem geliştirmeye çalışarak epistemolojinin bilgi-kuramsal yönünden yararlanmaktadır. Bu dönemdeki yaklaşımlar, Foucault, Habermas ve Derrida gibi filozofların düşüncelerini arka planda tutarak ve pragmatizm ve eleştirel teori gibi felsefi akımların öncüllerini kabul ederek, kamu yönetiminin teknik boyutundan sıyrılarak "*demokrasi, meşruluk, diyalog, kamu yararı, vatandaşlık*" gibi kavramları bir potada eriterek katılımcı, çoğulcu, eleştirel bir söylem kuramı inşasına girişmişlerdir.

Diğer yandan çalışmada postmodern kamu yönetimi ve yönetişim arasında da bağlantı kurulmuş, bunun sonrasında da yönetişim ve postmodern kamu yönetiminin örtüştüğü ya da yönetişimin postmodern kamu yönetimi üzerine inşa edildiği savı desteklenmiştir. Nitekim yönetişim, 1990'lı yıllardan sonra kamu yönetiminde çoğulculuğa, demokratik katılıma, sivil topluma ve müzakereciliğe amaçsal yönde vurgu yapmaktadır. Bu şekilde de kamu yönetiminde temsili liberal demokrasinin yaratmış olduğu krizleri çözmekte, disiplinin içerisinde bulunduğu kimlik bunalımına da öneriler getirmektedir. Postmodern kamu yönetiminde yönetişim yaklaşım ve kuramı, farklı disiplin ve ideolojilerden gelen kavramları ve yaklaşımları kamu yönetimi disiplini içerisine sokarak, kamu yönetimi disiplininin alanını genişletmekte ve kuruluş yıllarında ihmal edilen parçaları bir araya toplamaktadır. Bu durum ise günümüzde kamu yönetimi disiplininin "belirli ya da sıkıştırılmış" bir kuramsal eksene oturtulması için oldukça fazla önem taşımaktadır. Nitekim kamu yönetimi bilimi, makul, bütüncül ya da kapsamlı olarak kamu yönetimi kuramları çatısı altında toplanabilir.

Sonuç olarak kamu yönetiminde postmodernizm ya da postmodern kamu yönetimi anlayışından öne çıkan kavramlar "katılım, çoğulculuk ve verimlilik" değerleri iken toplumsal bağlamda ve geniş ölçüde kamu yönetiminde katılımı, çoğulculuğu ve müzakereyi güçlendiren kuramlar, 1990 yılı sonrasında söylem kuramlarıdır denilebilmektedir. Bu bağlamda 1970 ve 1990 yılları arasında geliştirilen kuramlar, daha dar çerçevede örgüt bazlı kalırken, postmodernizmin kamu yönetiminde asıl etkili olduğu ve onu tüm yönlerden sardığı alan epistemolojik politik-kültürel söylem bazlı kuramlarda gözlenmektedir. Ayrıca, postmodern kamu yönetimi, 1980'li yıllarda "yeni kamu işletmeciliği" ile anılırken, 1990'lı yıllardan sonra "yönetişim" ile vurgulanır olmuştur. Yönetişim ile kamu yönetimi disiplini, postmodern esintiler ile liberal politik-yönetimsel düzlemde katılımcı demokrasi esaslı olarak yeni bir kuramsal kimliğe bürünmüş ve bu alandaki yeni düşüncelere ve çalışmalara da kapı aralamıştır.

KAYNAKÇA

- Akça, G. (2005). Postmodernite ve Ulus Devlet, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, VII(2), 232-257.
- Aksoy, Ş. (2003). Yeni Sağ ve Devletin Değişimi. Burhan Aykaç, Şenol Durgun, Hüseyin Yayman (Eds.), *Türkiye'de Kamu Yönetimi*, Ankara: Yargı Yayınevi, 545-559.
- Alence, R. (2004). Political institutions and developmental governance in sub-Saharan Africa. *Modern African Studies*, 42(2), 163-187.
- Anderson, P. (2002). *Postmodernitenin Kökenleri*. çev. Elçin Gen, İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Aslan, S. & Yılmaz, A. (2001). Modernizme Bir Başkaldırı Projesi Olarak Postmodernizm. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(2), 93-108.
- Ataay, F. (2007). Neoliberalizm, Kamu Reformu ve Demokrasi. Şinasi Aksoy, Yılmaz Üstüner (Eds.), *Kamu Yönetimi: Yöntem ve Sorunlar*, Ankara: Nobel Yayıncılık, 163-172.

- Ateş, H. (2013). Postmodern Toplum, Devlet ve Kamu Yönetimi. Asım Balcı, Ahmet Nohutçu, Namık Kemal Öztürk, Bayram Coşkun (Eds.), *Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar*, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 389-417.
- Basu, R. (2004). *Public Administration: Concepts and Theories*. India: Sterling Publishers.
- Başaran, İ. (2008). *Kent ve Yerel Yönetim*. İstanbul: Okutan Yayınları.
- Bayraktar, F. (2015). “Yönetişim” Paradigması ve Neoliberalizm: Çelişki ve Kopuş mu Uyum ve Süreklilik mi?. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2, Ekim, 71-94.
- Bayram, Y. (2015). Postmodernizm (Modernizm Ötesi). Retrieved 05 July 2015 (de indirildi), from the World Wide Web: http://turkoloji.cu.edu.tr/YENI%20TURK%20EDEBIYATI/yavuz_bayram_postmodernizm.pdf.
- Beriş, H. E. (2008). Moderniteden Postmoderinteye. Mümtazer Türköne (Ed.), *Siyaset*, Ankara: Lotus Yayınevi, 483-521.
- Best, S. & Kellner, D. (2011), *Postmodern Teori: Eleştirel Soruşturmlar*, çev. Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Beyhan, E. (2008). Yönetişim Ve Yerel Yönetimler. *Yerel Siyaset Dergisi*, 14, 56-60.
- Bogason, P. (2005). Postmodern Public Administration. E. Ferlie, L. E. Lynn, Jr., C. Pollitt (Eds.), *The Oxford Handbook Of Public Management*, New York: Oxford University Press, 234-256.
- Bogason, P. (2008). Public Administration under Postmodern Conditions. *Administrative Theory & Praxis*, 30(3) (Sep.), 359-362.
- Bogason, P. (2015). Public Administration and the Unspeakable: American Postmodernism as an Academic Trail of the 1990s. Research Paper No. 5/99, Retrieved 10 August 2015 (de indirildi), from the World Wide Web: http://diggy.ruc.dk/bitstream/1800/1199/1/Public_administration_and.pdf.
- Clark, I. (2000). *Governance, the State, Regulation and Industrial Relations*. USA: Routledge.
- Clegg, S. R. (1997). *Modern Organizations: Organization Studies in The Postmodern World*. London: SAGE Publications Ltd.
- Cooper, R. (2015). The Post-Modern State and the World Order. Demos, Retrieved 16 February 2015 (de indirildi), from the World Wide Web: <http://www.demos.co.uk/files/postmodernstate.pdf>.
- Çevik, H. H. (2012). *Kamu Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Delanty, G. (2000). *Modernity and Postmodernity: Knowledge, Power and the Self*, London: SAGE Publications.
- Denhardt, J. V. & Denhardt R. B. (2007). *The New Public Service: Serving, Not Steering*. The United States of America: M.E. Sharpe Inc.
- Denhardt, R. B. & Catlaw, T. J. (2015). *Theories of Public Organization*. The United States of America: Cengage Learning.
- Derrida, J. (2010). *Gramatoloji*, çev. İsmet Birkan, Ankara: Bilgesu Yayınları.
- De Zwart, F. (2002). Administrative Practice and Rational Inquiry in Postmodern Public Administration Theory. *Administration & Society*, 34, 482-498.
- Doğan, İ. (2008). *Devlet ve Toplum Kuramlarına Yeni Yaklaşımlar*. İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Doğan, K. C. (2014). Postmodern Kamu Yönetimi Anlayışı Çerçevesinde Bir Denetim Paradigması: Ombudsman. *Sayıştay Dergisi*, 94, 73-96.
- Doğan, K. C. (2015a). Postmodernizmin Kamu Yönetimine Yansımaları: Ombudsman ve Toplam Kalite Yönetimi Yaklaşımları. *Turkish Studies International Periodical for the Languages*,

Literature and History of Turkish or Turkic Volume 10/14 Fall, 273-290 DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.8791> ISSN: 1308-2140, Ankara-Turkey.

- Doğan, K. C. (2015b). Küreselleşme Sürecinde Bürokrasinin Artan İktidar Gücü ve Yönetişim Sorunsalı: Üst-Kurullar Bürokrasisi Örneği, Fuat Ustakara (Ed.), *Küreselleşme Ekseninde İktidar ve İletişim*, Konya: Literatürk Yayınları, 127-179.
- Doğan, K. C. (2016). Küreselleşme ve Neo-Liberal Kuşaklar Çerçevesinde Devleti Konumlandırma Sorunsalı: “Minimal Devlet’ten Düzenleyici Devlet’e”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(43), 1795-1803.
- Doğan, K. C., Kalkışım, H. M. & Karaaslan, İ. (2012). Neo-Liberal Dönüşüm Sürecinde Post-Bürokratik Yapılanma: Yönetişim Modeli. Yüksel Koçak, Atıl Cem Çiçek (Eds.), *Kamu Yönetimi: Yönetim-Siyaset Ekseninde Yeniden Yapılanma*, Ankara: Gazi Kitabevi, 79-96.
- Dong, L. (2015). *Public Administration Theories: Instrumental and Value Rationalities*. New York: Palgrave Macmillan.
- Dunleavy, P. & Hood, C. (1994). From Old Public Administration to New Public Management. *Public Money & Management*, 14(3), 9-16.
- Dunleavy, P., Margetts, H., Bastow, S. & Tinkler, J. (2005). New Public Management is Dead: Long Live Digital Era Governance. EDS Innovation Research Programme, London: London School of Economics and Political Science.
- Ergun, T. (1997). Postmodernizm ve Kamu Yönetimi. *Amme İdaresi Dergisi*, 30(4), 3-15.
- Ergun, T. (2003). Postmodernizm ve Kamu Yönetimi. Burhan Aykaç, Şenol Durgun, Hüseyin Yayman (Eds.), *Türkiye’de Kamu Yönetimi*, Ankara: Yargı Yayınevi, 607-620.
- Ergun, T. (2004). *Kamu Yönetimi: Kuram/Siyasa/Uygulama*. Ankara: TODAİE.
- Eryılmaz, B. (2010). *Kamu Yönetimi*. Ankara: Okutman Yayıncılık.
- Farmer, D. J. (2007). Five Great Issues in the Profession of Public Administration. Jack Rabin, W. Bartley Hildreth, Gerald J. Miller (Eds.), *Handbook of Public Administration*, USA: CRC Press, 1205-1217.
- Feyerabend, P. (2014). *Yönteme Karşı*. çev. Ertuğrul Başer, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Fox, C. J. & Miller, H. T. (1993). Postmodern Public Administration: A Short Treatise on Self-Referential Epiphenomena. *Administrative Theory & Praxis*, 15(1), 1-17.
- Fox, C. J. & Miller, H. T. (2007). *Postmodern Public Administration*. The United States of America: M.E. Sharpe Inc.
- Frederickson, H. G. (1997). *The Spirit of Public Administration*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Frederickson, H. G. (2004). Whatever Happened to Public Administration? Governance, Governance Everywhere. Institute of Governance Public Policy and Social Research, Queen’s University, Belfast, Working Paper QU/GOV/3/2004, 2004, Retrieved 12 August 2015 (de indirildi), from the World Wide Web: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.537.8624&rep=rep1&type=pdf>.
- Frederickson, H. G. (2012). Toward a New Public Administration. Jay M. Shafritz, Albert C. Hyde (Eds.), *Public Administration: Classic Readings*, Canada: Wadsworth Cengage Learning, 251-262.
- Frederickson, H. G., Smith, K. B., Larimer, C. W. & Licari, M. J. (2012). *The Public Administration Theory Primer*. USA: Westview Press.
- Gamble, A. (2004). Foreword. Ian Bache, Matthew Flinders (Eds.), *Multi-level Governance*, Great Britain: Oxford University Press, v-vii.

- Genç, F. N. (2010). Yeni Kamu Hizmeti Yaklaşımı. *Türk İdare Dergisi*, 466, Mart, 145-159.
- Giddens, A. (2014). *Modernliğin Sonuçları*. çev. Ersin Kuşdil, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Goodin, R. E., Rein, M. & Moran, M. (2006). The Public and its Policies. Michael Moran, Martin Rein, Robert E. Goodin (Eds.), *The Oxford Handbook of Public Policy*, The United States of America: Oxford University Press, 3-38.
- Göymen, K. (1999). Türk Yerel Yönetiminde Katılımcılığın Evrimi: Merkeziyetçi Bir Devlette Yönetişim Dinamikleri. *Amme İdaresi Dergisi*, 32(4), 67-83.
- Göymen, K. (2010). *Türkiye’de Yerel Yönetişim ve Yerel Kalkınma*. İstanbul: Boyut Yayın Grubu.
- Gruening, G. (2001). Origin and Theoretical Basis of New Public Management. *International Public Management Journal*, 4, 1-25.
- Güler, B. A. (2003a). Nesnesini Arayan Disiplin: Kamu Yönetimi. Burhan Aykaç, Şenol Durgun, Hüseyin Yayman (Eds.), *Türkiye’de Kamu Yönetimi*, Ankara: Yargı Yayınevi, 527-544.
- Güler, B. A. (2003b). Yönetişim: Tüm İktidar Sermayeye. *Praksis* 9, 93-116.
- Güzelsarı, S. (2003). Neo-Liberal Politikalar ve Yönetişim Modeli. *Amme İdaresi Dergisi*, 36(2), 17-34.
- Güzelsarı, S. (2004). Kamu Yönetimi Disiplininde Yeni Kamu İşletmeciliği ve Yönetişim Yaklaşımları, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Gelişme ve Toplum Araştırmaları Merkezi No: 66.
- Harmon, M. M. & Mayer, R. T. (1986). *Organization Theory for Public Administration*. The United States of America: Brown&Company Limited.
- Harvey, D. (2010). *Postmodernliğin Durumu*. çev. Sungur Savran, İstanbul: Metis Yayınları.
- Hassard, J. (1994). Postmodern Organizational Analysis: Toward A Conceptual Framework. *Journal of Management Studies*, 31(3), May, 303-324.
- Hatch, M. J. & Cunliffe, A. L. (2013). *Organization Theory: Modern, Symbolic, and Postmodern Perspectives*. UK: Oxford University Press.
- Hood, C. (1991). A Public Management For All Seasons?. *Public Administration*, 69, (Spring), 3-19.
- Hood, C. (2001). Public Management, New, Neil J. Smelser, Paul B. Baltes (Eds.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, UK: Elsevier Science Ltd., 12553-12556.
- Hughes, O. E. (2014). *Kamu İşletmeciliği & Yönetimi*. çev. Buğra Kalkan, Bahadır Akın, Şeyma Akın, Ankara: BigBang Yayınları.
- Işık, M. & Öztürk, Y. E. (2009). Postmodern Açından Kamu Yönetiminde Küçülme (Downsizing) Olgusu. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi*, 12(1-2), 431-454.
- İnanç, H. & Erdoğan, S. (2006). Postmodern Dönemde Kamu Yönetimi Algısı ve Kamusal Alan Tartışmaları. *Akademik Bakış*, 9, Mayıs, 1-16.
- Kaufmann, D., Kraay, A. & Mastruzzi, M. (2009). Governance Matters VIII: Aggregate and Individual Governance Indicators 1996–2008. Policy Research Working Paper 4978, The World Bank Development Research Group Macroeconomics and Growth Team June 2009 WPS4978.
- Kellner, D. (2000). Toplumsal Teori Olarak Postmodernizm: Bazı Meydan Okumalar ve Sorunlar. Mehmet Küçük (Der.), çev. Mehmet Küçük, *Modernite Versus Postmodernite*, Ankara: Vadi Yayınları, 367-404.
- Kirlin, J. J. (1996). Big Questions of Public Administration in a Democracy. *Public Administration Review*, September/October, 56(5), 416-423.
- Kooiman, J. (2003). *Governing as Governance*. London: SAGE Publications.

- Lalor, S. (2014). *A General Theory of Public Administration*. Dublin: ALUE GGMC.
- Lamidi, K. O. (2015). Theories of Public Administration: An Anthology of Essays, *International Journal of Politics and Good Governance*, VI(6.3), Quarter III, 1-35.
- Lyotard, J.-F. (2010). *Libidinal Ekonomi*, çev. Emre Sünter, İstanbul: Hil Yayınları.
- Lyotard, J.-F. (2013). *Postmodern Durum*, çev. İsmet Birkan, Ankara: Bilgesu Yayınları.
- Marshall, G. S. (2011). Review of Public Administration in Perspective: Theory and Practice Through Multiple Lenses by David John Farmer, Public Administration Faculty Publications, Paper 68, Retrieved 12 July 2015 (de indirildi), from the World Wide Web://digitalcommons.unomaha.edu/pubadfacpub/68.
- McSwite, O. C. (1996). Postmodernism, Public Administration and the Public Interest. Gary L. Wamsley, James F. Wolf (Eds.), *Refounding Democratic Public Administration: Modern Paradoxes, Postmodern Challenges*, The United States of America: SAGE Publications, 198-224.
- Okçu, M. (2003). Postmodernizm ve Kamu Yönetimi. Muhittin Acar, Hüseyin Özgür (Eds.), *Çağdaş Kamu Yönetimi-I*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 96-123.
- Özcan, K. & Ağca, V. (2010). Yeni Kamu Yönetimi Anlayışında Postmodernizmin İzleri. *Amme İdaresi Dergisi*, 43(3), Eylül, 1-32.
- Özdemir, Y., Özdemir, E. & Aktaş, U. (2008). Postmodernite ve Etnisite. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 325-336.
- Özer, M. A. (2006). Yönetişim Üzerine Notlar. *Sayıştay Dergisi*, 63, 59-89.
- Özer, M. A., Akçakaya, A., Yaylı, H. & Batmaz, N. Y. (2016). *Kamu Yönetimi: Modern (Yapı ve Süreçler)*, Ankara: Adalet Yayınevi.
- Özer, M. A. & Önen, S. M. (2016). *200 Soruda Yönetim Kamu Yönetimi*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Parlak, B. & Doğan, K. C. (2016). *Kamu Yönetimi: Kamu Yönetimi Disiplininin Gelişmesinde Rol Oynayan Kuramsal Yönler Üzerine Bir Giriş*, İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Raadschhelders, J. C. N. (1999). A Coherent Framework for the Study of Public Administration. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 9(2), 281-303.
- Rorty, R. (2000). Habermas, Lyotard ve Postmodernite. Mehmet Küçük (Der.), çev. Mehmet Küçük, *Modernite Versus Postmodernite*, Ankara: Vadi Yayınları, 262-281.
- Rosenbloom, D. H., Kravhchuk, R. S. & Clerkin, R. M. (2009). *Public Administration: Understanding Management, Politics, and Law in the Public Sector*. New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Sallan, S. & Boybeyi, S. (2016). Postmodernizm-Modernizm İkilemi, Retrieved 12 October 2016 (de indirildi), from the World Wide Web: <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/34/1131/13295.pdf>.
- Sarup, M. (1997). *Post-Yapısalcılık ve Postmodernizm*. çev. A. Baki Güçlü, Ankara: Bilim ve Sanat /Ark Yayınları.
- Shafritz, J. M., Russell, E. W. & Borick, C. P. (2013). *Introducing Public Administration*. USA: Pearson Education, Inc.
- Simon, H. A., Smithburg, D. W. & Thompson, V. A. (1985). *Kamu Yönetimi*. çev. Cemal Mihçioğlu, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları: 547.
- Sobacı, M. Z. (2007). Yönetişim Kavramı ve Türkiye’de Uygulanabilirliği Üzerine Değerlendirmeler. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 219-235.
- Spicer, M. W. (2001). *Public Administration and the State: A Postmodern Perspective*. Alabama: The University of Alabama Press.

- Spicer, M. W. (2005). Public Administration Enquiry and Social Science in the Postmodern Condition: Some Implications of Value Pluralism. *Administrative Theory & Praxis*, 27(4) (Dec.), 669-688.
- Şaylan, G. (2006). Postmodernizm. Ankara: İmge Kitabevi.
- Şener, H. E. (2005). Kamu Yönetiminde Katılım ve Çoğulculuk. *Amme İdaresi Dergisi*, 38(4), 1-22.
- Şener, H. E. (2007). Kamu Yönetiminde Postmodernizm. Şinasi Aksoy, Yılmaz Üstüner (Eds.), *Kamu Yönetimi: Yöntem ve Sorunlar*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 31-47.
- Şeyhanlıoğlu, H. (2007). Postmodern Kamu Yönetiminde E-Devlet. *Türk İdare Dergisi*, 456, 81-106.
- Tekeli, İ. (1999). Modernite Aşılırken Siyaset. Ankara: İmge Kitabevi.
- Tekeli, İ. (2011). *Modernizm, Modernite ve Türkiye'nin Kent Planlama Tarihi*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Thompson, V. A. (1972). Reviewed Work: Toward a New Public Administration: The Minnowbrook Perspective by Frank Marini. *The American Political Science Review*, 66(2) (Jun.), 620-622.
- Trnski, M. (2016). Multi-Level Governance in the EU. Retrieved 04 March 2016 (de indirildi), from the World Wide Web: <http://www.sustainableislands.eu/BlockImages/InLibraryData/GalleryData/MULTILEVEL%20GOVERNANCE%20IN%20THE%20EU%20by%20Marko%20Trnski.pdf>.
- Üstüner, Y. (2003). Kamu Yönetimi Kuramı ve Kamu İşletmeciliği Okulu. Burhan Aykaç, Şenol Durgun, Hüseyin Yayman (Eds.), *Türkiye'de Kamu Yönetimi*, Ankara: Yargı Yayınevi, 365-382.
- Vigoda, E. (2002). From Responsiveness to Collaboration: Governance, Citizens, and the Next Generation of Public Administration. *Public Administration Review*, September-October, 62(5), 527-540.
- Wagner, R. E. (2005). Self-Governance, Polycentrism, And Federalism: Recurring Themes in Vincent Ostrom's Scholarly Oeuvre. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 57, 173-188.
- Yalçın, L. (2010). *Kamu Yönetimi Kuramları: Yöntembilimsel Bir Değerlendirme*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Yıldırım, M. (2009). Modernizm, Postmodernizm ve Kamu Yönetimi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 380-397.
- Yıldız, H. (2016). Postmodernizm Nedir?. Retrieved 06 July 2016 (de indirildi), from the World Wide Web: https://birimler.dpu.edu.tr/app/views/panel/ckfinder/userfiles/17/files/DERG_/13/153-166.pdf.

TÜRKİYE'DE VERGİ MÜKELLEFLERİ PERSPEKTİFİNDEN VERGİ DENETİMİNDE SORUNLAR: İSTANBUL, TEKİRDAĞ, EDİRNE VE KIRKLARELİ'NDEN BULGULAR

İbrahim ORGAN¹
Fatih ÇAVDAR²

Özet

Ülkemizde vergi denetiminin etkin ve verimli bir şekilde yapılmasını engelleyen birçok faktör bulunmaktadır. Vergi denetiminin yapısından kaynaklanan nedenlerden dolayı tahsil edilen vergi gelirleri ile toplanması tahmin edilen vergi gelirleri arasında büyük farklar oluşmaktadır. Bu durum ise, vergi denetiminde yaşanan sorunların bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çalışmamızın amacı, ülkemizde vergi denetimi alanında yaşanan sorunları, vergi mükelleflerine yönelik Ocak 2016 - Mart 2016 tarihlerinde gerçekleştirilen anket çalışması yardımıyla tespit etmektir. Diğer bir ifadeyle, vergi mükelleflerinin vergi denetimi hakkındaki düşünce ve tutumlarının tespiti ve vergi denetimlerinden nasıl etkilendiklerinin belirlenmesidir.

Anahtar Kelimeler: Vergi, Vergi Mükellefleri, Vergi Denetimi

Jel Sınıflandırılması: H2, H29

PROBLEMS ON TAX AUDIT IN TURKEY FROM TAXPAYER PERSPECTIVE: EVIDENCE FROM ISTANBUL, TEKİRDAĞ, EDİRNE AND KIRKLARELİ

Abstract

There is multiplicity factors in our country that prevent the tax audit in effective and productive way. There are big differences between the collected tax revenues and the estimated tax revenues due to the reasons arising from the structure of the tax audit. The situation is also an indicator of the problems experienced in tax auditing.

The purpose of our study is to determine the problems experienced in the field of tax audit in our country with the help of questionnaire study conducted for the taxpayers between January 2016 – March 2016. In other words, it is the designation of taxpayer's thoughts and attitudes about tax audit and how they affected by tax audit.

Key Words: Tax, Taxpayers, Tax Audit

Jel Classification: H2, H29

¹ Prof. Dr. Pamukkale Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, iorgan@pau.edu.tr

² Arş. Gör. Dr. Trakya Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, fatihcavdar@trakya.edu.tr

GİRİŞ

Sosyal devlet olmanın gereği olarak gün geçtikçe devletlere ekonomik anlamda çeşitli fonksiyonlar yüklenmektedir. Devletlerin yüklendikleri bu fonksiyonları yerine getirilebilmesi ise, harcamaların finansmanı konusunu gündeme getirmektedir. Bu harcamaların finansmanı için çeşitli gelirler bulunsa da en temel kaynak vergilerdir. Vergiyi, devletlerin kamu hizmetlerini karşılamak amacıyla ödeme gücü olanlardan, ödeme güçlerine bağlı olarak, karşılıksız, cebri ve kanunlara dayalı olarak alınan nihai ödemeler şeklinde tanımlayabiliriz. Verginin alacaklısı ve borçlusu olmak üzere iki tarafı bulunmaktadır. Vergi borçlusu olarak nitelendirilen gerçek ve tüzel kişiler, vergi kanunları çerçevesinde vergisel yükümlülüklerini yerine getirmek zorundadırlar. Vergi alacaklısı olarak nitelendirilen devlet ise, vergi mükelleflerinin vergisel yükümlülüklerini doğru ve zamanında yerine getirip getirmediğini kontrolünden ve vergilerin toplanmasından sorumludur.

Çağdaş vergi sistemlerinde kamu harcamalarının finansmanı açısından temel kaynak olan vergiler beyan esasına göre tahsil edilmektedir. Ülkemizde de uygulanan vergilerin büyük kısmında beyan esaslı geçerlidir. Beyan esasında mükellefler vergiye tabi gelirlerini kendileri beyan ettiklerinden, vergi idaresi ile mükellef ilişkilerinin son derece uyumlu olması gerekmektedir. Çünkü vergi mükelleflerinin bazıları vergisel yükümlülüklerini tam olarak ve zamanında yerine getirirken, bazıları ise bu yükümlülükleri bir yük olarak algılamaktadırlar. Bu sebeple, vergi mükellefleri çoğu zaman vergi bilinci ve ahlakının yeteri kadar gelişmemesi, vergi mevzuatının karmaşıklığı gibi nedenlerle elde ettikleri gelirlerin tamamını veya bir kısmını beyan etmektan kaçınma eğilimindedirler. İşte bu noktada, vergi denetimi müessesesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Türkiye’de vergi denetiminde etkinliğin sağlanamamasının altında birçok sorun olmakla birlikte, vergi denetimi alanında yaşanan sorunlar; idari (yönetmel) sorunlar, personel sorunları ve diğer sorunlar olarak üç grupta değerlendirilebilir. Bu bağlamda, idari ve personel sorunlar ile daha çok denetim elemanları karşı karşıya gelmektedir. Diğer sorunlar olarak nitelendirdiğimiz; vergi mevzuatından kaynaklanan sorunlar, vergi bilincinin düşük düzeyde olması, belge düzeninin tam olarak yerleşmemesi, uzlaşma müessesesinin varlığı, vergi sisteminde beyan esasının tam uygulanamayışı, vergi cezalarının uygulanmaması, vergi afları, vergi güvenlik müesseselerinin yokluğu ve vergi incelemeleri sürecinde mükellef haklarının yeterince gözetilmemesi gibi sorunlarla ise vergi mükellefleri karşılaşmaktadır.

Bu çalışmanın ikinci bölümünde, gerçekleştirilen anket çalışmasına yönelik genel bilgilere yer verilmiş, üçüncü bölümünde demografik bilgiler, dördüncü bölümde güvenilirlik ve geçerlilik analizleri, beşinci bölümde vergi mükelleflerinin tutum ve davranışlara ait bulgular, altıncı bölümde T testi analizi, yedinci bölümde ANOVA testi analizine ait bilgilere değinilmiştir. Sekizinci bölümde, anket değerlendirilmesine ve son bölümde ise, sonuca yer verilmiştir.

I.VERGİ MÜKELLEFLERİNİN VERGİ DENETİMİNE BAKIŞI ÜZERİNE BİR ANKET ÇALIŞMASI

Türkiye’de vergi mükelleflerinin vergi denetimine yönelik tutumlarının incelenebilmesi için, 39 sorudan oluşan ve İstanbul, Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illerinde 500 vergi mükellefine yöneltilen anket soruları ile gerçekleştirilen bu araştırmanın amacı, vergi mükelleflerinin vergi denetimi hakkındaki düşünce ve tutumlarının tespiti ve vergi denetimlerinden nasıl etkilendiklerinin belirlenmesidir. Ayrıca, vergi mükelleflerinin denetim elemanları hakkındaki düşünceleri de tespit edilmeye çalışılacaktır.

Anket kapsamında, araştırmanın ana kütlesini İstanbul, Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli il merkezlerinde yaşayan vergi mükellefleri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise, İstanbul, Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illerinde faaliyet gösteren gelir ve kurumlar vergisi yükümlüleri oluşturmaktadır. Yapılması planlanan 500 anketin 428 tanesinden cevap

alınabilmiştir. Geri dönüşüm oranı % 85,6'dır. Bu oranın ana kütleyi temsil edebileceği varsayılmıştır.

Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, ankete katılan kişilerin cinsiyet, medeni durumu, yaş, eğitim ve aylık gelir düzeyi ile elde ettikleri kazanç türleri gibi demografik bilgiler yer almaktadır. İkinci bölümünde ise, vergi mükelleflerinin vergi denetimi alanında yaşadıkları sorunlar ve bu sorunlar karşısında vergi mükelleflerinin tutum ve davranışları araştırılmıştır. İkinci bölümlerinde yer alan değişkenler katılımcıların tutumlarına yönelik oldukları için "Katılmıyorum, Kararsızım ve Katılıyorum" şeklinde olan 3'lü Likert Ölçeği kullanılarak hazırlanmıştır.

II. DEMOGRAFİK BULGULAR

Ülkemizde vergi mükelleflerinin vergi denetimi hakkındaki düşünce ve tutumlarının tespit edilmesi amacıyla hazırlanan "Vergi Mükelleflerinin Vergi Denetimine Bakışı Üzerine Bir Anket" çalışması kapsamında ilk olarak vergi mükelleflerinin vergi denetimine yönelik tutumları incelenmiştir. Bu bağlamda, ankete katılan mükellefler hakkında birkaç önemli istatistik ele alındığında, ankete katılanların % 74,3'ü erkek, % 25,7'si bayanlardan oluşmaktadır. Diğer bir ifadeyle, katılımcıların beşte birinin kadın, beşte dördünün ise erkek olduğu söylenebilir. Katılımcıların medeni duruma göre dağılımı incelendiğinde ise; % 58,9'unun evli, % 41,1'inin ise bekâr olduğu görülmektedir.

Katılımcıların % 8,7'si ilköğretim, % 13,9'u lise, % 14,9'u ön lisans, % 53,1'i lisans ve % 9,4'ü lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir. Bu bağlamda, ankete katılan vergi mükelleflerinin büyük çoğunluğunu lisans mezunlarının oluşturduğu söylenebilir. bu durum ise, genel olarak katılımcıların belli bir eğitim düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Mükelleflerin % 12,5'i 18-25 yaş grubunda, % 40,4'ü 26-38 yaş grubunda, % 32,5'i 39-51 yaş grubunda, % 13,2'si 52-64 yaş grubunda ve % 1,4'ü 65 ve üzeri yaş grubunda yer almaktadır. Katılımcıların çoğunluğunu 26-38 ve 39-51 yaş grubunda bulunan vergi mükellefleri oluşturmaktadır.

Katılımcıların; % 43,3'ü ticari kazanç, % 2,2'si zirai kazanç, % 20,9'u serbest meslek kazancı, % 12'si ücret geliri, % 6,7'si gayrimenkul sermaye iradı, % 0,5'i menkul sermaye iradı ve % 14,4'ü kurum kazancı elde etmektedir. Ayrıca, diğer kazanç ve iratlar üzerinden gelir elde eden bir mükellefe ulaşamamıştır. Bununla birlikte, ankete katılan vergi mükellefleri, aylık elde ettikleri gelir miktarına göre; % 1,2'inin 501-1000 TL arasında gelir elde ettiği, % 2,2'sinin 1001-1500 TL arasında gelir elde ettiği, % 2,6'sının 1501-2000 TL arasında gelir elde ettiği, % 3,4'ünün 2001-2500 TL arasında gelir elde ettiği, % 13,5'inin 2051-3000 TL arasında gelir elde ettiği ve % 77,2'sinin 3000 TL ve üzeri gelir elde ettiği görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunu, 3000 TL ve üzeri aylık gelir düzeyine sahip olduğunu belirtmişlerdir.

III. GÜVENİLİRLİK VE GEÇERLİLİK ANALİZLERİ

Uygulamada çok sayıdaki değişken arasında var olan ilişkilerden yararlanarak ortak boyutların belirlenmesi ile daha az sayıda değişken elde etmek için faktör analizi kullanılmaktadır. Faktör analizinde birbirleri ile ilişkili yapılar, ortak boyutlarda toplanmakta ve bu yeni oluşan kavramlara faktör adı verilmektedir. Faktör analizi ile çok fazla olan değişken sayısı azaltılmakta ve yorumlanması açısından basitleştirilmesi amaçlanmaktadır. Birbirleri ile ilişki yapıları arasındaki ilişkinin belirlenmesi için korelasyon matrisi hesaplanır. Hesaplanan korelasyon matrisi yardımıyla

arasında kuvvetli ilişki olan değişkenler aynı faktörde toplanır. Veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığının incelenmesi için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ile Barlett Küresellik testi uygulanır (Güriş ve Astar, 2014: 367-368). Ayrıca, veri setinin güvenilirlik ve geçerliliğinin ölçülmesi amacıyla Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanır. Cronbach's Alpha katsayısı 0-1 arasında değer alırken negatif sonuçta verebilir (Güriş ve Astar, 2014: 246).

KMO testi, örnek birim sayısının büyüklüğünün uygunluğunu test etmektedir. Faktör analizi uygunluğu için KMO testi sonucu elde edilen değer 0,50'den büyük olması gerekmektedir. Barlett testi ise, kısmi korelasyona dayanarak değişkenler arasında ilişki olup olmadığını incelemektedir. Test istatistiğinin dağılımı X^2 dağılımına uymaktadır. Elde edilen X^2 test istatistiğine ait p değeri 0,05'ten küçük ise veriler analiz için uygundur (Güriş ve Astar, 2014: 368).

KMO testine ilişkin değerler göz önünde bulundurulduğunda, KMO ölçütünün ,709 olarak hesaplandığı ve bu değer çalışmaya ait veri setinin faktör analizi için uygun olduğu belirlenmiştir. Faktör analizi yapabilmek için uygunluğu test eden bir diğer yöntem ise, Barlett testidir. Yapılan analiz sonucunda Barlett test sonuçlarının ($x^2=3403,636$; $df:351$; $p=0,000$; $p<0,05$) anlamlı olduğu ve faktör analizi için uygun olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, veri setinin güvenilirliğini ölçmek için Cronbach's Alpha testi yapılmıştır. Bu bağlamda, oluşturulan ölçeğin genel Cronbach's Alpha değeri ,783 bulunmuştur. Bu nedenle ölçek iyi derecede güvenilir olduğu ve sorulara verilen cevapların tüm veri seti için % 78,3 oranından anlamlı olduğu söylenebilmektedir.

Çalışmada kullanılan ölçeğin faktör analizi sonuçları Tablo 1'de gösterilmiştir. Tablo 1'e göre çalışmada kullanılan ölçeğin altı faktörlü bir yapıya sahip olduğu ve bu altı faktöre ait faktör yükü değerleri, özdeğerleri, varyans açıklama oranı ile faktörleri oluşturan her bir ifadenin ortalama ve standart sapma oranları yer almaktadır.

Tablo 1. Faktör Analizi Sonuçları

| Madde | Faktör Yükü Değerleri | | | | | | Ortalama | Standart Sapma | Özdeğer | Varyans Açıklama Oranı (%) |
|---|---|--|-----------------------------|----------------------------|-------------------------|----------------------------------|----------|----------------|---------|----------------------------|
| | Faktör 1 Vergi Mükelleflerinin Denetimine Karşı Tutum ve Davranışları | Faktör 2 Vergi Mükelleflerinin Denetim Eylemlerine Karşı Tutum ve Davranışları | Faktör 3 Denetimin Etkileri | Faktör 4 Denetim Sonuçları | Faktör 5 Denetimin Rolü | Faktör 6 Vergi Ahlakı ve Bilinci | | | | |
| Sık aralıklarla çıkartılan vergi aflarının vergi kaçırınları daha da cesaretlendirdiğini düşünüyorum. | ,760 | | | | | | 2,82 | ,51994 | 3,395 | 12,574 |
| Vergi denetimleri sonucunda vergi kaçırdığı belirlenen mükelleflere daha etkin hapis cezalarının uygulanması gerektiğini düşünüyorum. | ,647 | | | | | | 2,57 | ,60487 | | |
| Vergi kaçırıldığına tanık olmam halinde yetkili makamlara durumu bildiririm. | ,634 | | | | | | 2,50 | ,61702 | | |
| Vergi denetimlerinin gereğinden az yapılmasının vergi kaçırılmayı teşvik ettiğini düşünüyorum. | ,580 | | | | | | 2,77 | ,53410 | | |
| Vergi suçu işleyenlerin açıklanması durumunda vergi kaçığının azalacağını düşünüyorum. | ,554 | | | | | | 2,73 | ,54966 | | |
| Denetlenmeyeceğimi kesin olarak bilsem dahi gerçekleştirdiğim her türlü faaliyeti kayda geçiririm. | ,529 | | | | | | 2,81 | ,48780 | | |

| | | | | | | | | | | |
|--|------|------|------|------|------|------|--------|--------|--------|-------|
| Evrakta sahteciliğin yapılmasının vergi denetiminin yetersizliğinden kaynaklandığını düşünüyorum | ,461 | | | | | 2,80 | ,46989 | | | |
| Yakalanma ihtimalinin yüksek olduğunu düşünen mükelleflerin daha az vergi kaçıracağını düşünüyorum. | ,416 | | | | | 2,65 | ,58300 | | | |
| Denetim elemanlarının bilgi düzeyinin yeterli olduğunu düşünüyorum. | | ,759 | | | | 2,29 | ,67703 | 2,813 | 10,419 | |
| Denetim elemanları, denetim esnasında hiçbir suretle işimi aksatmamaktadır. | | ,722 | | | | 2,37 | ,72930 | | | |
| Denetim elemanlarının, denetimin ciddiyetine uygun olarak tarafsız davrandıklarını düşünüyorum. | | ,640 | | | | 2,15 | ,73707 | | | |
| Denetim elemanlarının vergi denetimleri esnasında hatalarımızı gösterip, gerekli uyarılarda bulunarak ceza almamızı önlediğini düşünüyorum. | | ,618 | | | | 2,13 | ,61751 | | | |
| Vergi kaçırdığı için cezalandırılan mükelleflerin tekrar denetlenmesinin daha caydırıcı olacağını düşünüyorum. | | | ,759 | | | 2,87 | ,41205 | | | 2,208 |
| Vergi denetiminin amacının kayıt dışı ekonomiyi önlemek olduğunu düşünüyorum. | | | ,624 | | | 2,76 | ,50175 | | | |
| Vergi denetimlerinin daha sık yapılmasıyla daha fazla vergi toplanacağını düşünüyorum. | | | ,514 | | | 2,80 | ,53423 | | | |
| Vergi beyannamesi düzenlerken denetleneceğimi düşünerek hazırlarım. | | | ,511 | | | 2,89 | ,39175 | | | |
| Mevcut işimiz veya işyerimizde vergilendirme ile ilgili değişikliklerin (işe başlama ve bırakma, adres değişikliği gibi) olması durumunda bu değişikliklerin vergi dairesine bildirilmesinde vergi denetiminin etkili olduğunu düşünüyorum | | | | ,733 | | 2,37 | ,57817 | 2,187 | 8,099 | |
| Vergisel işlemlerin elektronik ortamda gerçekleştirilmesinin (örneğin ödemelerin banka üzerinden yapılabilmesi, elektronik beyanname gibi) kayıt dışılığı azalttığını düşünüyorum. | | | | ,649 | | 2,39 | ,61923 | | | |
| Vergi beyanlarının tam ve doğru olarak yapılmasında vergi denetiminin büyük etkisi olduğunu düşünüyorum. | | | | ,438 | | 2,34 | ,53971 | | | |
| Vergi denetimlerinin vergi yükümlülüklerini yerine getirenler ile getirmeyenler arasındaki farkın ortaya konulmasında etkili bir araç olduğunu düşünüyorum. | | | | ,391 | | 2,34 | ,53596 | | | |
| Vergi yükümlülüklerimizi zamanında yerine getirmemizde vergi denetimlerinin etkili olduğunu düşünüyorum. | | | | ,389 | | 2,34 | ,60426 | | | |
| Ülkemizde vergi yükünün vergi ödeyenler arasında adaletli dağılımında vergi denetiminin önemli bir paya sahip olduğunu düşünüyorum. | | | | | ,709 | 2,19 | ,62744 | 1,993 | 7,38 | |
| Ülkemizde vergi kaçırıcıların yakalanma ihtimalinin düşük olduğunu düşünüyorum. | | | | | ,473 | 2,80 | ,49342 | | | |
| Kullanılan vergi denetim yöntemlerinin beyan dışı kalan kazançların ortaya çıkarılmasında etkili olduğunu düşünüyorum. | | | | | ,364 | 1,98 | ,72292 | | | |
| Çevremdeki kişiler vergi kaçırır ve yakalanmazsa, bu durum benimde zaman | | | | | | ,841 | 1,87 | ,81324 | 1,665 | 6,168 |

| | | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|------|------|--------|--|--|
| zaman vergi kaçırabileceğim fikrini doğurur. | | | | | | | | | | |
| Ülkemizde vergi bilinci ve ahlakının yeterli düzeyde olduğunu düşünüyorum. | | | | | | ,633 | 1,64 | ,68659 | | |
| Denetim elemanları tarafından gerçekleştirilen vergi denetimleri sayesinde vergi yükümlülüklerimiz hakkındaki bilgilerimiz artmaktadır. | | | | | | ,517 | 2,1 | ,65767 | | |

Tablo 1’den de görüleceği üzere araştırmaya katılan vergi mükelleflerinin “Vergi Mükelleflerinin Denetime Karşı Tutum ve Davranışları”, “Vergi Mükelleflerinin Denetim Elemanlarına Karşı Tutum ve Davranışları”, “Denetimin Etkileri”, “Denetim Sonuçları”, “Denetimin Rolü” ve “Vergi Ahlakı ve Bilinci” ile ilgili oluşturulan altı faktör toplam varyansın % 52,818’ini açıklamaktadır. Nitekim, toplam varyans değeri de minimum varyans açıklama değeri olan % 50’nin üzerindedir. Bu durum ise, ölçeklerin yukarıdaki koşulları sağladığını göstermektedir.

Tablodaki veriler göz önünde bulundurulduğunda faktör analizi sonucu oluşan ilk faktör “Vergi Mükelleflerinin Denetime Karşı Tutum ve Davranışları” olarak adlandırılmıştır. Bu faktörün özdeğeri 3,395’tir ve toplam varyansın % 12,574’ünü açıklamaktadır. Bu faktörün parça güvenilirliği ,754’tür ve $p=0,005$ düzeyinde anlamlıdır. Faktör analizi sonucu oluşan ikinci faktör “Vergi Mükelleflerinin Denetim Elemanlarına Karşı Tutum ve Davranışları” olarak adlandırılmıştır. Bu faktörün özdeğeri 2,813’tür ve toplam varyansın % 10,419’ünü açıklamaktadır. Bu faktörün parça güvenilirliği ,723’tür ve $p=0,005$ düzeyinde anlamlıdır.

Faktör analizi sonucu oluşan üçüncü faktör ise “Denetimin Etkileri” olarak adlandırılmıştır. Bu faktörün özdeğeri 2,208’dir ve toplam varyansın % 8,178’ini açıklamaktadır. Bu faktörün parça güvenilirliği ,642’dir ve $p=0,005$ düzeyinde anlamlıdır. Faktör analizi sonucunda “Denetim Sonuçları” dördüncü faktör olarak belirlenmiştir. Bu faktörün özdeğeri 2,187’dir ve toplam varyansın % 8,099’ünü açıklamaktadır. Bu faktörün parça güvenilirliği ,669’dur ve $p=0,005$ düzeyinde anlamlıdır.

“Denetimin Rolü” faktör analizi sonucunda beşinci faktör olarak bulunmuştur. Bu faktörün özdeğeri 1,993’tür ve toplam varyansın % 7,38’ini açıklamaktadır. Bu faktörün parça güvenilirliği ,069’dur $p=0,005$ düzeyinde anlamlıdır. Ancak bu faktörün güvenilirliği oldukça düşük çıkmıştır. Faktör analizi sonucu oluşan son faktör ise “Vergi Ahlakı ve Bilinci” olarak adlandırılmıştır. Bu faktörün özdeğeri 1,665’tir ve toplam varyansın % 6,168’ini açıklamaktadır. Bu faktörün parça güvenilirliği ,549’dur ve $p=0,005$ düzeyinde anlamlıdır. Ancak bu faktörün güvenilirliği düşük derecede güvenilir çıkmıştır.

IV. TUTUM VE DAVRANIŞLARA AİT BULGULAR

Bu bölümde, katılımcıların vergi denetimi hakkında sahip oldukları düşünceleri tespit etmek amacıyla katılımcılara sorular yöneltilmiş ve verdikleri cevapların sıklıkları ve yüzde dağılımları ankette yer alan soru sırasıyla istatistiki olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 2. Vergi ödemenin bir vatandaşlık görevi olduğunu düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|--------------|--------|-----------|
| Katılmıyorum | 12 | 5,0 |
| Kararsızım | 30 | 13,9 |
| Katılıyorum | 374 | 81,0 |
| Toplam | 416 | 100 |

Ankete katılan vergi mükelleflerinin % 81'i vergi ödemenin bir vatandaşlık görevi olduğu düşünürken % 13,9'u bu konuda kararsız kalmaktadır. Katılımcıların çok düşük kısmı ise, vergi ödemenin bir vatandaşlık görevi olmadığını düşünmektedirler. Bu bağlamda anketin yapıldığı illerde vergi ödemenin bir vatandaşlık görevi olduğu ve katılımcıların büyük çoğunluğunun vergilerini doğru ve zamanında ödediklerini söyleyebiliriz.

Tablo 3. Vergi ödemenin bir ahlak göstergesi olduğunu düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 21 | 4,7 |
| Kararsızım | 58 | 14,2 |
| Katılıyorum | 337 | 81,1 |
| Toplam | 416 | 100 |

Tablo 3'ten de anlaşılacağı üzere katılımcıların büyük çoğunluğu vergi ödemenin bir ahlak göstergesi olduğunu düşünmektedir. Ankete katılan vergi mükelleflerinin % 81,1'i vergi ödemenin bir ahlak göstergesi olduğu ifade etmektedirler. Katılımcıların % 14,2'si bu konuda kararsız kalırken, % 4,7'si de vergi ödemeyi bir ahlak göstergesi olarak görmemektedirler.

Tablo 4. Ülkemizde vergi bilinci ve ahlakının yeterli düzeyde olduğunu düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 199 | 47,8 |
| Kararsızım | 167 | 40,1 |
| Katılıyorum | 50 | 12,1 |
| Toplam | 416 | 100 |

Ülkemizde vergi bilinci ve ahlakının hangi düzeyde olduğunu öğrenmek üzere vergi mükelleflerine bu soru sorulmuştur. Ankete katılan vergi mükelleflerinin % 12,1'i ülkemizdeki vergi bilinci ve ahlakının yeterli düzeyde olduğunu düşünürken, % 47,8'i ülkemizdeki vergi bilinci ve ahlakının yeterli düzeyde olmadığını ifade etmektedirler. Katılımcıların % 40,1'i ise kararsız kalmışlardır. Tablo 4'teki veriler göz önüne alındığında, ülkemizde vergi bilinci ve ahlakının yeterli düzeyde olmadığı sonucuna ulaşılabilir.

Tablo 5. Vergi beyannamesi düzenlerken denetleneceğimi düşünerek hazırlarım.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 11 | 2,6 |
| Kararsızım | 25 | 6,1 |
| Katılıyorum | 380 | 91,3 |
| Toplam | 416 | 100 |

Katılımcıların "Vergi beyannamesi düzenlerken denetleneceğimi düşünerek hazırlarım." sorusuna verdikleri cevapların dağılımı Tablo 5'te görülmektedir. Ankete katılan vergi mükelleflerinin büyük çoğunluğu "Katılıyorum" yanıtını vermişlerdir. Diğer bir ifadeyle katılımcıların % 91,3'lük kısmı denetlenme ihtimali olmaması durumunda dahi vergi beyannamelerini vergi kanunlarına uygun olarak hazırladıklarını ifade etmektedirler. Katılımcıların % 2,6'lık kısmı ise, vergi beyannamelerini düzenlerken vergi kanunlarını dikkate almadıklarını, nasıl daha az vergi öderim düşüncesiyle hareket ettiklerini ve beyannamelerini bu şekilde düzenlediklerini

belirtmektedirler. Ankete katılan vergi mükelleflerinin % 6,1'lik kısmı da bu konuda kararsız olduklarını ifade etmektedirler.

Tablo 6. Yakalanma ihtimalinin yüksek olduğunu düşünen mükelleflerin daha az vergi kaçıracağını düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 23 | 5,5 |
| Kararsızım | 101 | 24,3 |
| Katılıyorum | 292 | 70,2 |
| Toplam | 416 | 100 |

Tablo 6'da vergi mükelleflerinin "Yakalanma ihtimalinin yüksek olduğunu düşünen mükelleflerin daha az vergi kaçıracağını düşünüyorum." sorusuna verdikleri cevaplar görülmektedir. Ankete katılan vergi mükelleflerinin % 70,2'si bu soruya "Katılıyorum" yanıtı, % 24,3'ü "Kararsızım" yanıtını verirken, % 5,5'i ise "Katılmıyorum" yanıtı vermişlerdir. Bu bağlamda, ankete katılan vergi mükelleflerinin büyük çoğunluğunun yakalanma ihtimalinin yüksek olması durumunda vergi mükelleflerinin daha az vergi kaçıracağını düşündüğü görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, vergi mükelleflerinin daha sık denetlenmesi ile vergi kaçakçılığının azalacağı söylenebilir.

Tablo 7. Çevremdeki kişiler vergi kaçırır ve yakalanmazsa, bu durum benimde zaman zaman vergi kaçırabileceğim fikrini doğurur.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 169 | 40,6 |
| Kararsızım | 134 | 32,2 |
| Katılıyorum | 113 | 27,2 |
| Toplam | 416 | 100 |

Ankete katılan vergi mükelleflerinin "Çevremdeki kişiler vergi kaçırır ve yakalanmazsa, bu durum benimde zaman zaman vergi kaçırabileceğim fikrini doğurur." sorusuna verdikleri cevapların dağılımı Tablo 7'de görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu "Katılmıyorum" ve "Kararsızım" yanıtını vermişlerdir. Ancak katılımcıların dörtte birinden biraz fazlası da bu ifadeye katıldıklarını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda mükelleflerin birbirlerinden olumsuz etkilendikleri, diğer mükellefler yapıyorsa bende yapabilirim mantığıyla hareket edebildikleri görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, bazı mükelleflerin vergi kaçırması ve yakalanmaması durumunda, diğer mükelleflerinde vergi kaçırma eğilimlerinin artacağı sonucuna varılabilir.

Tablo 8. Denetlenmeyeceğimi kesin olarak bilsem dahi gerçekleştirdiğim her türlü faaliyeti kayda geçiririm.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 18 | 4,3 |
| Kararsızım | 41 | 9,9 |
| Katılıyorum | 357 | 85,8 |
| Toplam | 416 | 100 |

Tablo 8'de ankete katılan vergi mükelleflerinin "Denetlenmeyeceğimi kesin olarak bilsem dahi gerçekleştirdiğim her türlü faaliyeti kayda geçiririm." sorusuna verdikleri cevaplar görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu denetlenme ihtimalinin olmadığı durumda dahi

gerçekleştirdikleri her türlü faaliyeti kayda geçireceğini beyan etmişlerdir. Diğer bir ifadeyle, ankete katılan vergi mükelleflerinin vergi ödemenin bir vatandaşlık görevi olduğunu düşünmesi ve bir ahlak göstergesi olarak görmesi vergiye gönüllü uyumun sağlanmasında önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna karşılık az da olsa katılımcıların bir kısmı denetlenmeyeceklerini kesin olarak bilmeleri durumunda vergi kaçırabileceklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 9. Vergi kaçırıldığına tanık olmam halinde yetkili makamlara durumu bildiririm.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 27 | 6,5 |
| Kararsızım | 155 | 37,3 |
| Katılıyorum | 234 | 56,3 |
| Toplam | 416 | 100 |

Tablo 9’da ankete katılan vergi mükelleflerinin “Vergi kaçırıldığına tanık olmam halinde yetkili makamlara durumu bildiririm.” sorusuna verdikleri cevaplar yer almaktadır. Katılımcıların yarısından biraz fazlası vergi kaçırıldığına tanık olmaları halinde durumu yetkili makamlara bildireceğini ifade etmişlerdir. Katılımcıların % 56,3’lük kısmı vergi kaçırıldığına tanık olmaları halinde durumu yetkili makamlara bildirirken, % 37,3’lü kısmı ise bu durum karşısında kararsız kaldıklarını ifade etmişlerdir. Bu oran azımsanmayacak kadar yüksektir. Katılımcılara neden “Kararsızsınız ?” sorusu yöneltildiğinde ise kararsız olan katılımcıların büyük çoğunluğunun durumu vakit kaybı olarak görmesi ve uğraşmak istememelerinden kaynaklandığı belirlenmiştir. Katılımcıların % 6,5’lik kısmı ise, vergi kaçırılmasına tanık olmaları halinde durumu kayıtsız kalarak durumla ilgili olarak hiçbir şey yapmayacaklarını belirtmişlerdir.

Tablo 10. Sık aralıklarla çıkartılan vergi aflarının vergi kaçırıcıları daha da cesaretlendirdiğini düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 26 | 6,3 |
| Kararsızım | 21 | 5,0 |
| Katılıyorum | 369 | 88,7 |
| Toplam | 416 | 100 |

Ankete katılan vergi mükelleflerinin “Sık aralıklarla çıkartılan vergi aflarının vergi kaçırıcıları daha da cesaretlendirdiğini düşünüyorum.” sorusuna verdikleri cevaplar görülmektedir. Katılımcıların % 88,7’lik kısmı, sık aralıklarla çıkartılan vergi aflarının mükellefleri vergi kaçırmaya teşvik ettiğini ifade etmişlerdir. Katılımcıların % 6,3’lük kısmı, sık sık çıkartılan vergi afları ile vergi kaçırma arasında bir ilişki olmadığını ifade ederken, % 5’lik kısmı ise, kararsız olduklarını beyan etmişlerdir. Dolayısıyla ülkemizde sık aralıklarla vergi aflarının çıkartılmasının ve bunların önceden tahmin edilebilir olmasının, vergi mükelleflerini vergi kaçırmaya teşvik ettiği ve bu bağlamda, mükellef davranışlarını olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılabilir.

Tablo 11. Vergi cezalarının caydırıcı nitelikte olmadığını düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 29 | 7,0 |
| Kararsızım | 175 | 42,1 |
| Katılıyorum | 212 | 51,0 |
| Toplam | 416 | 100 |

Ankete katılan vergi mükelleflerinin vergi cezalarını yeterli düzeyde bulup bulmadıklarını ölçmek amacıyla bu soru sorulmuştur. Katılımcıların % 51’lik kısmı uygulanan vergi cezalarının caydırıcı nitelikte olmadığını ifade etmişlerdir. Katılımcıların % 42,1’i ise vergi cezalarının caydırıcılığı hakkında kararsız kaldıklarını, % 7’lik kısmı da vergi cezalarını yeterli bulduklarını belirtmişlerdir. Tablodaki veriler incelendiğinde, ankete katılan vergi mükelleflerinin vergi cezalarını az buldukları, daha doğru bir ifadeyle yetersiz buldukları ve işlenen vergi suçlarına karşı daha ağır vergi cezalarının uygulanması gerektiğini düşündükleri sonucuna ulaşılabilir.

Tablo 12. Vergi kaçırmanın cezalandırılması gereken ağır bir suç olduğunu düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|---------------|------------------|
| Katılmıyorum | 25 | 6,0 |
| Kararsızım | 186 | 44,7 |
| Katılıyorum | 205 | 49,3 |
| Toplam | 416 | 100 |

Tablo 12’de katılımcıların “Vergi kaçırmanın cezalandırılması gereken ağır bir suç olduğunu düşünüyorum.” sorusuna verdikleri cevaplar yer almaktadır. Ankete katılan vergi mükelleflerinin % 49,3’ü vergi kaçırmanın mevcut düzenlemelere göre daha ağır bir şekilde cezalandırılması gerektiğini düşündüklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların % 44,7’si kararsız olduklarını belirtirken, % 6’sı mevcut düzenlemelerin yeterli olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 13. Vergi mevzuatına yönelik değişiklikleri kolaylıkla takip edebiliyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|---------------|------------------|
| Katılmıyorum | 137 | 32,9 |
| Kararsızım | 160 | 38,5 |
| Katılıyorum | 119 | 28,6 |
| Toplam | 416 | 100 |

Ankete katılan vergi mükelleflerine vergi mevzuatına yönelik değişiklikleri kolaylıkla takip edemedikleri sorulmuş, mükelleflerin % 38,5’lik kısmı bu konuda kararsız olduklarını, % 32,9’luk kısmı kolaylıkla takip edemediğini ve % 28,6’lık kısmı ise kolaylıkla takip edebildiğini ifade etmişlerdir. Katılımcıların yanıtları göz önünde bulundurulduğunda, vergi mevzuatına yönelik değişikliklerin kolaylıkla takip edilebilir hale getirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılabilir.

Tablo14. Vergi mevzuatının karışık ve anlaşılmaz bir yapıya sahip olduğunu düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|---------------|------------------|
| Katılmıyorum | 97 | 23,3 |
| Kararsızım | 176 | 42,3 |
| Katılıyorum | 143 | 34,4 |
| Toplam | 416 | 100 |

Katılımcıların % 34,4’lük kısmı vergi mevzuatını karışık ve anlamsız bir yapıya sahip olduğunu düşündüklerini ifade ederken, % 42,3’lük kısmı kararsız olduklarını, % 23,3’lük kısmı ise vergi mevzuatının karışık ve anlaşılmaz bir yapıda olmadığını belirtmişlerdir. Bu bağlamda “Katılıyorum” ve “Kararsızım” şeklinde cevap veren katılımcıların toplamına baktığımızda, bu oran % 76,7’ye denk gelmektedir ki, bu da vergi mevzuatının karışık ve anlaşılmaz bir yapıda olduğu sonucunu ortaya koymaktadır.

Tablo 15. Vergisel işlemlerin elektronik ortamda gerçekleştirilmesinin (örneğin ödemelerin banka üzerinden yapılabilmesi, elektronik beyanname gibi) kayıtdışılığı azalttığını düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 30 | 7,2 |
| Kararsızım | 193 | 46,4 |
| Katılıyorum | 193 | 46,4 |
| Toplam | 416 | 100 |

Ankete katılan vergi mükelleflerine vergisel işlemlerin elektronik ortamda gerçekleştirilmesinin kayıtdışılığı azaltıp azaltmadığı sorusu sorulmuş, vergi mükelleflerinin % 46,4'ü vergisel işlemlerinin elektronik ortamda gerçekleştirilmesinin kayıtdışılığı azalttığını düşündüklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların % 46,4'lük kısmı bu konuda kararsız kalırken, % 7,2'lik kısmı vergisel işlemlerin elektronik ortamda gerçekleştirilmesinin kayıtdışılığı azaltmadığını belirtmişlerdir. Yanıtların dağılımı dikkate alındığında, vergisel işlemlerin elektronik ortamda gerçekleştirilmesinin kayıtdışılığı azalttığını düşünen ve bu konuda kararsız kalan katılımcıların aynı yüzdeye sahip olduğu görülmektedir. Bu durum ise e-beyanname veya ödemelerin bankalar üzerinden yapılmasının yaygınlaşmasına rağmen, hala büyük bir kesimin vergisel işlemlerini vergi dairelerine giderek elden yaptıkları sonucunu çıkarmaktadır.

Tablo 16. Vergisel işlemlerin ilgililer tarafından yeterli ölçüde incelenmediğini düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 125 | 30,1 |
| Kararsızım | 149 | 35,8 |
| Katılıyorum | 142 | 34,1 |
| Toplam | 416 | 100 |

Ankete katılan vergi mükelleflerinin “Vergisel işlemlerin ilgililer tarafından yeterli ölçüde incelenmediğini düşünüyorum.” sorusuna verdikleri cevapların dağılımı Tablo 16’da verilmiştir. Katılımcıların % 34,1’i diğer bir deyişle yaklaşık üçte biri vergisel işlemlerin yetkililer tarafından yeterli ölçüde incelenmediğini belirtmişlerdir. Katılımcıların % 35,8’i kararsız kalırken, % 30,1’i vergisel işlemlerin yetkililer tarafından yeterli ölçüde incelendiğini ifade etmişlerdir.

Tablo 17. Denetim elemanları tarafından gerçekleştirilen vergi denetimleri sayesinde vergi yükümlülüklerimiz hakkındaki bilgilerimiz artmaktadır.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 67 | 16,1 |
| Kararsızım | 230 | 55,3 |
| Katılıyorum | 119 | 28,6 |
| Toplam | 416 | 100 |

Katılımcıların Tablo 17’de “Denetim elemanları tarafından gerçekleştirilen vergi denetimleri sayesinde vergi yükümlülüklerimiz hakkındaki bilgilerimiz artmaktadır.” sorusuna verdikleri cevaplar görülmektedir. Ankete katılan vergi mükelleflerinin yarısından fazlası “Kararsızım” yanıtını vermişlerdir. Diğer bir ifadeyle katılımcıların % 55,3’ü denetimler esnasında vergi yükümlülüklerimiz konusundaki bilgilerimizin artıp artmadığı konusunda kararsız olduklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların % 28,6’sı denetimler sayesinde vergi yükümlülüklerimiz hakkındaki bilgilerimiz artmaktadır derken, % 16,1’i denetimlerin yükümlülüklerimiz hakkında herhangi bir eğitici yönünün bulunmadığını belirtmişlerdir. Bu bağlamda “Katılmıyorum” ve “Kararsızım” şeklinde cevap veren katılımcıların toplamına baktığımızda % 71,4’lük bir yüzde karşımıza

çıkılmaktadır ki, bu da vergi denetiminin eğitim fonksiyonunun etkin bir şekilde işlemediği sonucunu çıkartmaktadır.

Tablo 18. Denetim elemanlarının, denetimin ciddiyetine uygun olarak tarafsız davrandıklarını düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 86 | 20,7 |
| Kararsızım | 181 | 43,5 |
| Katılıyorum | 149 | 35,8 |
| Toplam | 416 | 100 |

Denetimler esnasında, denetim elemanlarının işin ciddiyetine uygun olarak tarafsız davranmadıklarını ölçmek üzere vergi mükelleflerine bu soru yöneltilmiştir. Ankete katılan vergi mükelleflerinin % 43,5'i gibi önemli bir kısmı denetim elemanlarının denetimler esnasında tarafsız kaldıkları konusunda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların % 20,7 kısmının yanıtı "Katılmıyorum" şeklinde olurken, % 35,8'i de denetim elemanlarının denetimler esnasında tarafsız davrandıklarını düşündüklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 19. Vergi denetimlerinin gereğinden az yapılmasının vergi kaçırmaı teşvik ettiğini düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 22 | 5,3 |
| Kararsızım | 53 | 12,7 |
| Katılıyorum | 341 | 82,0 |
| Toplam | 416 | 100 |

Ankete katılan vergi mükelleflerinin "Vergi denetimlerinin gereğinden az yapılmasının vergi kaçırmaı teşvik ettiğini düşünüyorum." sorusuna verdikleri cevaplar Tablo 19'da görülmektedir. Katılımcıların % 82'si gibi büyük çoğunluğu gerçekleştirilen vergi denetimlerinin yetersiz olduğunu ve bunun vergi kaçırmaı teşvik ettiğini ifade etmişlerdir. Diğer bir ifadeyle katılımcılar, ülkemizde vergi denetimlerinin gereğinden az yapıldığını ve bu durumun bilinmesinin vergi kaçırmaı arttırdığını düşünmektedirler. Ankete katılan vergi mükelleflerinin % 12,7'si vergi denetimlerinin gereğinden az yapıp yapılmadığı konusunda kararsız kalırken, % 5,3'lük az bir kısmı ise yeteri kadar vergi denetimi yapıldığını belirtmişlerdir.

Tablo 20. Vergi denetimlerinin daha sık yapılmasıyla daha fazla vergi toplanacağını düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 26 | 6,2 |
| Kararsızım | 31 | 7,5 |
| Katılıyorum | 359 | 86,3 |
| Toplam | 416 | 100 |

Katılımcıların Tablo 20'de "Vergi denetimlerinin daha sık yapılmasıyla daha fazla vergi toplanacağını düşünüyorum." sorusuna verdikleri cevaplar görülmektedir. Ankete katılan vergi mükelleflerinin büyük çoğunluğu "Katılıyorum" yanıtını vermişlerdir. Diğer bir deyişle katılımcıların % 86,3'ü vergi denetimlerinin sıklaştırılmasıyla daha fazla vergi toplanacağını düşünmektedirler. Katılımcıların % 7,5'i vergi denetimlerinin artmasıyla daha fazla vergi

toplanaacağı konusunda kararsızken, % 6,2'si ise daha fazla vergi toplamının vergi denetimlerinin sıklaştırılmasıyla alakalı olmadığını ifade etmişlerdir.

Tablo 21. Ülkemizde vergi kaçırانların yakalanma ihtimalinin düşük olduğunu düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 17 | 4,1 |
| Kararsızım | 50 | 12,0 |
| Katılıyorum | 349 | 83,9 |
| Toplam | 416 | 100 |

Vergi mükelleflerine ülkemizde vergi kaçırانların yakalanma ihtimallerinin yüksek olup olmadıkları konusundaki düşüncelerini ölçmek için bu soru sorulmuştur. Tablo 21'deki verilerden de anlaşılacağı üzere, katılımcıların % 83,9'u gibi çok büyük çoğunluğu, ülkemizde vergi kaçırانların yakalanma ihtimalinin % 16,1 gibi düşük bir oranda olduğunu düşünmektedirler. Bu oranın % 12'sinin "Kararsız" olduğunu düşündüğümüzde, vergi kaçırانların yakalanma ihtimalinin çok düşük olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 22. Kullanılan vergi denetim yöntemlerinin beyan dışı kalan kazançların ortaya çıkarılmasında etkili olduğunu düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 112 | 26,9 |
| Kararsızım | 199 | 47,8 |
| Katılıyorum | 105 | 25,2 |
| Toplam | 416 | 100 |

Ankete katılan vergi mükelleflerinin "Kullanılan vergi denetim yöntemlerinin beyan dışı kalan kazançların ortaya çıkarılmasında etkili olduğunu düşünüyorum." sorusuna verdikleri cevapların dağılımı Tablo 22'de verilmiştir. Tablo 22'den de görüldüğü üzere, ankete katılan vergi mükelleflerinin yarıya yakınının cevabı "Kararsızım" yönündedir. Katılımcıların % 25,2'si uygulanan vergi denetim yöntemlerinin beyan dışı kalan kazançların ortaya çıkarılmasında etkili olduğunu düşünürken, % 26,9'u vergi denetim yöntemlerinin etkisiz ve yetersiz olduğunu düşündüklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 23. Evrakta sahteciliğin yapılmasının vergi denetiminin yetersizliğinden kaynaklandığını düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 12 | 2,9 |
| Kararsızım | 61 | 14,7 |
| Katılıyorum | 343 | 82,4 |
| Toplam | 416 | 100 |

Katılımcıların Tablo 23'te "Evrakta sahteciliğin yapılmasının vergi denetiminin yetersizliğinden kaynaklandığını düşünüyorum." sorusuna verdikleri cevapların dağılımı görülmektedir. Tablodan da görüleceği üzere, katılımcıların % 82,4 gibi büyük çoğunluğunun yanıtı "Katılıyorum" yönünde olmuştur. Ankete katılan vergi mükelleflerinin % 14,7'si "Kararsızım" yanıtı verirken, % 2,9'u sahte belge kullanımının vergi denetimlerinin yetersizliğinden kaynaklandığını

düşünmektedir. Tablodaki veriler göz önünde bulundurulduğunda, vergi denetiminin sahte belge kullanımının önlenmesinde önemli bir faktör olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 24. Ülkemizde vergi yükünün vergi ödeyenler arasında adaletli dağılımında vergi denetiminin önemli bir paya sahip olduğunu düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|---------------|------------------|
| Katılmıyorum | 50 | 12,0 |
| Kararsızım | 238 | 57,2 |
| Katılıyorum | 128 | 30,8 |
| Toplam | 416 | 100 |

Ankete katılan vergi mükelleflerinin “Ülkemizde vergi yükünün vergi ödeyenler arasında adaletli dağılımında vergi denetiminin önemli bir paya sahip olduğunu düşünüyorum.” sorusuna verdikleri cevapların dağılımı Tablo 24’te gösterilmektedir. Katılımcıların % 57,2 gibi bir çoğunluğunun yanıtı “Kararsızım” yönünde olmuştur. Bu oran göz önünde bulundurulduğunda, katılımcıların yarısından fazlasının vergi denetimi hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığı söylenebilir. Katılımcıların % 30,8’i vergi yükünün adaletli dağılımında vergi denetiminin önemli bir rol üstlendiğini düşünürken, % 12’si vergi yükünün dağılımında vergi denetiminin etkisi olmadığını ifade etmişlerdir.

Tablo 25. Vergi denetimleri sonucunda vergi kaçırdığı belirlenen mükelleflere daha etkin hapis cezalarının uygulanması gerektiğini düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|---------------|------------------|
| Katılmıyorum | 25 | 6,0 |
| Kararsızım | 128 | 30,8 |
| Katılıyorum | 263 | 63,2 |
| Toplam | 416 | 100 |

Vergi mükelleflerine ülkemizde uygulanan vergi cezalarının yeterli olup olmadığı konusundaki düşüncelerini ölçmek amacıyla bu soru sorulmuştur. Katılımcılara “Vergi denetimleri sonucunda vergi kaçırdığı belirlenen mükelleflere daha etkin hapis cezalarının uygulanması gerektiğini düşünüyorum.” sorusu sorulmuş, katılımcıların % 63,2’si vergi kaçırdığı belirlenen mükelleflere daha etkin hapis cezalarının verilmesi gerektiğini düşündüklerini ifade etmişlerdir. Vergi kaçırdığı belirlenen mükelleflere daha etkin hapis cezaları verilmesi gerektiğini düşünen mükelleflere, bu konuda “Kararsız” olduklarını belirten mükelleflerde eklendiğinde, % 94 gibi çok büyük bir oran karşımıza çıkmaktadır ki, bu da, ülkemizde vergi kaçakçılığına yönelik olarak uygulanan cezaların vergi mükellefleri tarafından yetersiz bulunduğu sonucunu çıkartmaktadır.

Tablo 26. Vergi suçu işleyenlerin açıklanması durumunda vergi kaçığının azalacağını düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|---------------|------------------|
| Katılmıyorum | 22 | 5,3 |
| Kararsızım | 67 | 16,1 |
| Katılıyorum | 327 | 78,6 |
| Toplam | 416 | 100 |

Katılımcıların Tablo 26’da “Vergi suçu işleyenlerin açıklanması durumunda vergi kaçığının azalacağını düşünüyorum.” sorusuna verdikleri cevapların dağılımı görülmektedir. Ankete katılan vergi mükelleflerinin % 78,6 gibi büyük çoğunluğu vergi suçu işleyenlerin açıklanmaları halinde vergi kaçığının azalacağını düşündüklerini ifade etmişlerdir. Bu konuda katılımcıların % 16,1’i kararsız kalırken, % 5,3’ü vergi suçu işleyenlerin açıklanması durumunda dahi vergi kaçığının azalmayacağını belirtmişlerdir.

Tablo 27. Vergi kaçırdığı için cezalandırılan mükelleflerin tekrar denetlenmesinin daha caydırıcı olacağını düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 11 | 2,6 |
| Kararsızım | 34 | 8,2 |
| Katılıyorum | 371 | 89,2 |
| Toplam | 416 | 100 |

Ankete katılan vergi mükelleflerine “Vergi kaçırdığı için cezalandırılan mükelleflerin tekrar denetlenmesinin daha caydırıcı” olup olmayacağı sorusu yöneltilmiş, katılımcıların % 89,2’si vergi kaçırdığı için cezalandırılan bir mükellefin tekrar denetlenmesinin daha caydırıcı olacağını ifade etmişlerdir. Tablodaki veriler değerlendirildiğinde, vergi kaçırdığı için ceza alan mükelleflerin tekrar denetlenmesi durumunda, bu mükelleflerin tekrardan vergi kaçırmaya yönelmeyecekleri sonucuna ulaşılabilir.

Tablo 28. Vergi yükümlülüklerimizi zamanında yerine getirmemizde vergi denetimlerinin etkili olduğunu düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 29 | 6,9 |
| Kararsızım | 216 | 51,9 |
| Katılıyorum | 171 | 41,2 |
| Toplam | 416 | 100 |

Tablo 28’de katılımcılara “Vergi yükümlülüklerimizi zamanında yerine getirmemizde vergi denetimlerinin etkili olduğunu düşünüyorum.” sorusu yöneltilmiş, katılımcıların % 51,9’luk kısmı bu konuda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların % 41,2’lik kısmı ise vergi yükümlülüklerinin yerine getirilmesinde vergi denetimlerinin önemli bir payı olduğunu düşünmektedirler. Buna karşılık, ankete katılan vergi mükelleflerinin % 6,9 gibi az bir kısmı da vergi denetimleri yapılmasa dahi vergi yükümlülüklerini yerine getireceklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 29. Vergi denetiminin amacının kayıtdışı ekonomiyi önlemek olduğunu düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 14 | 3,4 |
| Kararsızım | 73 | 17,6 |
| Katılıyorum | 329 | 79,0 |
| Toplam | 416 | 100 |

Katılımcıların Tablo 29’da “Vergi denetiminin amacının kayıtdışı ekonomiyi önlemek olduğunu düşünüyorum.” sorusuna verdikleri cevaplar yer almaktadır. Ankete katılan vergi

mükelleflerinin % 79'u vergi denetimleri yoluyla kayıtdışı ekonominin önlenebileceğini düşündüklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 30. Vergi denetiminin mükellefler üzerinde büyük bir baskı oluşturduğunu düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 122 | 29,3 |
| Kararsızım | 129 | 31,0 |
| Katılıyorum | 165 | 39,7 |
| Toplam | 416 | 100 |

Ankete katılan vergi mükelleflerinin “Vergi denetiminin mükellefler üzerinde büyük bir baskı oluşturduğunu düşünüyorum.” sorusuna verdikleri cevapların dağılımı Tablo 30’da gösterilmektedir. Tablodaki verilerden de anlaşılacağı üzere, katılımcıların verdikleri cevapların orantılı bir şekilde dağıldığı görülmektedir. Bu bağlamda “Katılmıyorum” ve “Kararsızım” şeklinde cevap veren katılımcıların toplamına baktığımızda, bu oran % 60,3’e denk gelmektedir ki, bu da vergi denetimlerinin mükellefler üzerinde pek baskı oluşturmadığı anlamına gelir.

Tablo 31. Mevcut işimiz veya işyerimizde vergilendirme ile ilgili değişikliklerin (işe başlama ve bırakma, adres değişikliği gibi) olması durumunda bu değişikliklerin vergi dairesine bildirilmesinde vergi denetiminin etkili olduğunu düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 21 | 5,1 |
| Kararsızım | 221 | 53,1 |
| Katılıyorum | 174 | 41,8 |
| Toplam | 416 | 100 |

Katılımcılara vergisel işlemlerine yönelik şekli yükümlülüklerini yerine getirirken vergi denetimlerinin etkili olup olmadığı sorulmuş, vergi mükelleflerinin % 53,1’i vergisel işlemlerine yönelik şekli yükümlülüklerini yerine getirirken vergi denetimlerinin etkili olup olmadığı konusunda “Kararsızım” yönünde cevap vermişlerdir. Ankete katılan vergi mükelleflerinin % 41,8’i şekli yükümlülüklerini yerine getirirken vergi denetimlerinin etkili olduğunu düşünürken, % 5,1’i gibi az bir kısmı da vergi denetimlerinin şekli yükümlülüklerin yerine getirilmesinde herhangi bir etkisi olmadığını ifade etmişlerdir.

Tablo 32. Hakkımda vergi denetimi yapılacağını öğrendiğimde kendimi tedirgin hissederim.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 122 | 29,3 |
| Kararsızım | 141 | 33,9 |
| Katılıyorum | 153 | 36,8 |
| Toplam | 416 | 100 |

Ankete katılan vergi mükelleflerine “Hakkımda vergi denetimi yapılacağını öğrendiğimde kendimi tedirgin hissederim.” ifadesi yöneltilmiş ve vergi mükelleflerinin denetleneceklerini öğrendiklerindeki davranış eğilimlerinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Tablo 32’de yer alan verilerden de anlaşılacağı üzere, katılımcıların verdikleri cevaplar arasında orantılı bir dağılım olduğu görülmektedir. Buna rağmen, katılımcı cevapları arasında orantılı bir dağılım olsa bile, vergi

mükelleflerinin denetime tabi tutulacaklarını öğrendiklerinde kendilerini tedirgin hissettikleri söylenebilir.

Tablo 33. Vergi denetim yöntemleri ve sonuçları hakkında yeterli bilgiye sahip olduğumu düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 55 | 13,2 |
| Kararsızım | 261 | 62,7 |
| Katılıyorum | 100 | 24,1 |
| Toplam | 416 | 100 |

Ankete katılan vergi mükelleflerinin vergi denetim yöntemleri ve sonuçları hakkında yeterli bilgiye sahip olup olmadıklarını ölçmek üzere bu soru sorulmuştur. Katılımcıların % 62,7'lik kısmının bu soruya cevabı “Kararsızım” yönündedir. Katılımcıların % 24,1'lik kısmı vergi denetim yöntemleri ve sonuçları hakkında yeterli bilgiye sahip olduğunu ifade ederken, % 13,2'lik kısmı yeterli bilgiye sahip olmadığını belirtmiştir. Bu bağlamda “Katılmıyorum” ve “Kararsızım” yanıtını veren katılımcıların toplamına baktığımızda % 75,9'luk bir yüzde karşımıza çıkmaktadır ki, bu da vergi mükelleflerinin vergi denetim yöntemleri ve sonuçları hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıklarını göstermektedir.

Tablo 34. Denetim elemanlarının vergi denetimleri esnasında hatalarımızı gösterip, gerekli uyarılarda bulunarak ceza almamızı önlediğini düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 56 | 13,5 |
| Kararsızım | 251 | 60,3 |
| Katılıyorum | 109 | 26,2 |
| Toplam | 416 | 100 |

Tablo 34'teki verilerden de anlaşılacağı üzere, katılımcıların % 60,3 gibi büyük çoğunluğu denetim elemanlarının denetimler esnasında hataları gösterip, mükellefleri uyararak ceza almalarını önledikleri konusunda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Ankete katılan vergi mükelleflerinin % 26,2'si denetim elemanlarının denetimler esnasında eğitici bir rol üstlenerek, mükelleflerin hatalarını düzelterek ceza almalarını öndeliklerini ifade etmişlerdir. Buna karşılık katılımcıların % 13,5 gibi azımsanamayacak bir kısmının cevabı ise “Katılmıyorum” yönünde olmuştur.

Tablo 35. Denetim elemanları, denetim esnasında hiçbir suretle işimi aksatmamaktadır.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 62 | 14,9 |
| Kararsızım | 139 | 33,4 |
| Katılıyorum | 215 | 51,7 |
| Toplam | 416 | 100 |

Katılımcıların Tablo 35'te “Denetim elemanları, denetim esnasında hiçbir suretle işimi aksatmamaktadır.” sorusuna verdikleri cevapların dağılımı yer almaktadır. Ankete katılan vergi mükelleflerinin yarısından fazlası bu soruya “Katılıyorum” cevabı vermişlerdir. Katılımcıların % 33,4'lük kısmı bu konuda kararsız kalırken, % 14,9'luk kısmı denetim elemanlarının denetim sırasında işlerini aksattıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 36. Denetim elemanlarının bilgi düzeyinin yeterli olduğunu düşünüyorum

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 52 | 12,5 |
| Kararsızım | 190 | 45,7 |
| Katılıyorum | 174 | 41,8 |
| Toplam | 416 | 100 |

Ankete katılan vergi mükelleflerine denetim elemanlarının bilgi düzeyinin yeterli olduğunu düşünüp düşünmedikleri sorulmuş, vergi mükelleflerinin % 41,8'i denetim elemanlarının yeterli bilgi düzeyine sahip olduğunu düşündüklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların % 45,7'si denetim elemanlarının yeterli bilgi düzeyine sahip olduğu konusunda kararsız olduklarını düşünürken, % 12,5'i de denetim elemanlarının yeterli bilgi düzeyine sahip olmadığı kanaatindedir.

Tablo 37. Vergi denetimlerinin vergi yükümlülüklerini yerine getirenler ile getirmeyenler arasındaki farkın ortaya konulmasında etkili bir araç olduğunu düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 13 | 3,1 |
| Kararsızım | 249 | 59,7 |
| Katılıyorum | 154 | 37,2 |
| Toplam | 416 | 100 |

Ankete katılan vergi mükelleflerinin “Vergi denetimlerinin vergi yükümlülüklerini yerine getirenler ile getirmeyenler arasındaki farkın ortaya konulmasında etkili bir araç olduğunu düşünüyorum.” sorusuna verdikleri cevapların dağılımı Tablo 37’de gösterilmektedir. Katılımcıların % 59,7’sinin vergi denetimlerinin, vergi yükümlülüklerini yerine getirenler ile getirmeyenler arasındaki farkın ortaya konulmasında etkili bir araç olduğu konusundaki cevapları “Kararsızım” yönündedir. Katılımcıların % 37,2’si vergi yükümlülüklerini yerine getirenler ile getirmeyenler arasındaki farkın ortaya konulmasında vergi denetimlerinin etkili bir araç olduğunu düşünürken, % 3,1 gibi az bir kısmı da vergi denetimlerinin bu farkın ortaya konulmasında etkili bir araç olmadığını ifade etmişlerdir.

Tablo 38. Vergi beyanlarının tam ve doğru olarak yapılmasında vergi denetiminin büyük etkisi olduğunu düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|------------|------------|
| Katılmıyorum | 14 | 3,4 |
| Kararsızım | 248 | 59,6 |
| Katılıyorum | 154 | 37,0 |
| Toplam | 416 | 100 |

“Vergi beyanlarının tam ve doğru olarak yapılmasında vergi denetiminin büyük etkisi olduğunu düşünüyorum.” sorusuna Tablo 38’den de görüleceği üzere, ankete katılan vergi mükelleflerinin verdikleri cevaplar “Kararsızım” ve “Katılıyorum” şeklinde olmuştur. Katılımcıların % 59,6’sı gibi yarısından fazlası, vergi beyanlarının tam ve doğru olarak yapılmasında vergi denetimlerinin etkili olup olmadığı konusunda kararsızdır. Katılımcıların % 37’si vergi denetimleri sayesinde mükelleflerin beyanlarını tam ve doğru şekilde yapıldığını belirtirken, % 3,4’ü gibi az bir kısmı da vergi denetimlerinin vergi beyanlarının doğruluğu konusunda herhangi bir etkisinin olmadığını düşünmektedir.

Tablo 39. Denetim elemanlarının, denetim esnasında beni çalışanlarımın karşısında küçük düşürdüğünü düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|---------------|------------------|
| Katılmıyorum | 247 | 59,4 |
| Kararsızım | 127 | 30,5 |
| Katılıyorum | 42 | 10,1 |
| Toplam | 416 | 100 |

Vergi mükelleflerine “Denetim elemanlarının, denetim esnasında beni çalışanlarımın karşısında küçük düşürdüğünü düşünüyorum.” sorusu sorulmuş, mükelleflerin % 59,4’ü bu ifadeye katılmadıklarını belirtmişlerdir. Buna karşılık katılımcıların % 30,5’lik kısmı bu konuda kararsız olduklarının belirtirken, % 10,1 gibi azımsanamayacak bir kısmı da denetim elemanlarının, denetimler esnasında kendilerini çalışanların karşısında küçük düşürdüklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 40. Denetim elemanlarının yetersiz sayıda olduğunu düşünüyorum.

| | Sıklık | Yüzde (%) |
|---------------------|---------------|------------------|
| Katılmıyorum | 27 | 6,5 |
| Kararsızım | 233 | 56 |
| Katılıyorum | 156 | 37,5 |
| Toplam | 416 | 100 |

Katılımcılara “Denetim elemanlarının yetersiz sayıda olduğunu düşünüyorum.” sorusu yöneltilmiş ve onlardan bu soru hakkındaki görüşlerini belirtmeleri istenmiştir. Tablodaki verilerden de anlaşılacağı üzere, vergi mükelleflerinin çoğunluğu bu konuda kararsızdır. Katılımcıların % 37,5’i denetim elemanlarının sayısını yetersiz bulurken, % 6,5’i yeterli sayıda denetim elemanı olduğunu ifade etmişlerdir.

V. T TESTİ

T testi, iki örneklem arasında ortalamalar açısından fark olup olmadığını araştırmak için kullanılır. T testinde kritik nokta iki’dir. T testi her zaman **iki** farklı ortalamayı ya da değeri karşılaştırır (Kalaycı, 2014: 74). Çalışmamızda, faktör analizi sonucunda elde edilen faktör gruplarının demografik verilere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla t testi yapılmıştır. T testinde iki grup arasında anlamlı bir fark olup olmadığını anlamlılık değeri (P)’den anlayabiliriz. Anlamlılık değeri olan P değeri, 0,05’ten küçük olduğu zaman iki grup arasında anlamlı bir fark vardır denir. Buna karşılık P değerinin 0,05’ten büyük olması ise, iki grup arasında anlamlı bir farklılık olmadığını gösterir.

Çalışmada, ankete katılan vergi mükelleflerinin cinsiyet ve medeni durum değişkenlerine göre herhangi bir farklılığın olup olmadığını tespit etmek amacıyla t testi yapılmıştır.

Mükelleflerin vergi denetimine yönelik tutumlarının incelenmesi amacıyla hazırlanan anket çalışmasına ait t testi sonuçları Tablo 41’de görülmektedir (t testinde $\alpha=0,05$ olarak alınmıştır.).

Tablo 41. Cinsiyet ve Medeni Durum Değişkenleri İle İlgili Faktörler

| Faktörler | t Değeri | p Değeri | Sonuç |
|--|----------|----------|-------|
| Cinsiyet Değişkeni | | | |
| Vergi Mükelleflerinin Denetime Karşı Tutum ve Davranışları | 1,509 | ,072 | Red |
| Vergi Mükelleflerinin Denetim Elemanlarına Karşı Tutum ve Davranışları | ,524 | ,339 | Red |
| Denetimin Etkileri | ,712 | ,625 | Red |
| Denetim Sonuçları | ,597 | ,728 | Red |
| Denetimin Rolü | -,441 | ,63 | Red |
| Vergi Ahlakı ve Bilinci | 1,261 | ,356 | Red |
| Medeni Durum Değişkeni | | | |
| Vergi Mükelleflerinin Denetime Karşı Tutum ve Davranışları | -2,245 | ,014 | Red |
| Vergi Mükelleflerinin Denetim Elemanlarına Karşı Tutum ve Davranışları | -,208 | ,507 | Red |
| Denetimin Etkileri | -1,236 | ,036 | Red |
| Denetim Sonuçları | -1,066 | ,952 | Red |
| Denetimin Rolü | -,844 | ,648 | Red |
| Vergi Ahlakı ve Bilinci | -,183 | ,242 | Red |

Tablo 41 incelendiğinde, bütün faktörlerin reddedildiği görülmektedir. Cinsiyet değişkenine göre, p değerleri göz önünde bulundurulduğunda, gruplar arasındaki farkın anlamlı olmadığı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, erkek katılımcıların verdikleri cevapların ortalamaları ile kadın katılımcıların verdikleri cevapların ortalamaları arasında anlamlı bir fark yoktur. Medeni durum değişkeni ele alındığında ise, aynı sonuç ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların verdikleri cevaplar medeni durum değişkenine göre bir farklılık göstermemektedir.

VI. ANOVA TESTİ

ANOVA testi, iki ya da daha fazla ortalama arasında fark olup olmadığını araştırmak için kullanılır. ANOVA testinde temel hedef, ortalamalar arasında fark olup olmadığını anlamaktır (Kalaycı, 2014: 131).

ANOVA testi, t testi gibi gruplar arasında bir fark olup olmadığını anlamak için yapılmaktadır. T testinden farklı olarak ikiden fazla ortalamanın karşılaştırılması gereken durumlarda ANOVA testi uygulanmaktadır. Gruplar arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını P değerine bakarak anlayabiliriz. P değerinin 0,05'ten küçük olması durumunda gruplar arasında anlamlı bir fark vardır. Ancak, P değerinin 0,05'ten büyük olması durumunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Çalışma kapsamında eğitim ve gelir düzeyi, kazanç türü ile yaş grubuna ilişkin ANOVA testi yapılmıştır. İlk olarak, katılımcılara eğitim düzeylerine göre herhangi bir farklılığın olup olmadığını tespit etmek üzere ANOVA testi yapılmıştır (ANOVA testinde $\alpha=0,05$ olarak alınmıştır.). Hazırlanan anket çalışmasına ait ANOVA testi sonuçları Tablo 42'de görülmektedir.

Tablo 42. Eğitim Düzeyi, Gelir Düzeyi, Kazanç Türü ve Yaş Grubu Değişkenleri İle İlgili Faktörler

| Faktörler | F Değeri | p Değeri | Sonuç |
|--|----------|----------|-------|
| Eğitim Düzeyi Değişkeni | | | |
| Vergi Mükelleflerinin Denetime Karşı Tutum ve Davranışları | 3,7401 | ,005 | Red |
| Vergi Mükelleflerinin Denetim Elemanlarına Karşı Tutum ve Davranışları | 1,427 | ,224 | Red |
| Denetimin Etkileri | 5,512 | ,000 | Kabul |
| Denetim Sonuçları | 0,381 | ,822 | Red |
| Denetimin Rolü | 0,851 | ,493 | Red |
| Vergi Ahlakı ve Bilinci | 2,586 | ,037 | Red |
| Gelir Düzeyi Değişkeni | | | |
| Vergi Mükelleflerinin Denetime Karşı Tutum ve Davranışları | 7,933 | ,000 | Kabul |
| Vergi Mükelleflerinin Denetim Elemanlarına Karşı Tutum ve Davranışları | 1,693 | ,135 | Red |
| Denetimin Etkileri | 3,546 | ,004 | Kabul |
| Denetim Sonuçları | 3,379 | ,005 | Red |
| Denetimin Rolü | 2,025 | ,074 | Red |
| Vergi Ahlakı ve Bilinci | 3,263 | ,007 | Red |
| Kazanç Türü Değişkeni | | | |
| Vergi Mükelleflerinin Denetime Karşı Tutum ve Davranışları | 3,181 | ,005 | Red |
| Vergi Mükelleflerinin Denetim Elemanlarına Karşı Tutum ve Davranışları | 3,937 | ,001 | Kabul |
| Denetimin Etkileri | 3,501 | ,002 | Kabul |
| Denetim Sonuçları | 3,551 | ,002 | Kabul |
| Denetimin Rolü | 1,931 | ,075 | Red |
| Vergi Ahlakı ve Bilinci | 1,518 | ,171 | Red |
| Yaş Grubu Değişkeni | | | |
| Vergi Mükelleflerinin Denetime Karşı Tutum ve Davranışları | 2,048 | ,087 | Red |
| Vergi Mükelleflerinin Denetim Elemanlarına Karşı Tutum ve Davranışları | 1,962 | ,099 | Red |
| Denetimin Etkileri | 2,097 | ,08 | Red |
| Denetim Sonuçları | 2,627 | ,034 | Red |
| Denetimin Rolü | 2,797 | ,026 | Red |
| Vergi Ahlakı ve Bilinci | 1,651 | ,161 | Red |

Tablo 42’de yapılan ANOVA testi sonucunda faktörlerin büyük çoğunluğunun red, bir kısmının ise kabul edildiği görülmektedir. Red edilen faktörler göz önünde bulundurulduğunda, vergi mükelleflerinin görüşleri anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Diğer bir ifadeyle, red edilen faktörler açısından değişkenlerin vergi mükelleflerinin görüşlerine etkisi olmadığı görülmüştür. Buna karşılık, kabul edilen faktörler ele alındığında, vergi mükelleflerinin görüşleri eğitim düzeyi, gelir düzeyi, kazanç türü ve yaş grubu gibi değişkenler açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bir başka deyişle, söz konusu değişkenlerin vergi mükelleflerinin görüşlerine etkisi olduğu söylenebilir.

VII. ANKET DEĞERLENDİRMESİ

Vergi mükelleflerinin vergi denetimi hakkındaki düşünce ve tutumlarının tespiti ve vergi denetimlerinden nasıl etkilendiklerinin belirlenmesi ile vergi denetiminin sorunları ve bu sorunlara bir çözüm önerisi getirilmesi amacıyla İstanbul, Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illerindeki vergi mükelleflerine uygulanmıştır. Araştırma, ülkemizdeki vergi denetim yapısı, vergi mükellefleri açısından karşılaşılan sorunlar ile vergi mükelleflerinin vergi denetimine bakış açısını

değerlendirmek açısından oldukça faydalı olmuştur. Ayrıca, vergi mükelleflerinin denetim elemanları hakkındaki düşünceleri de tespit edilmeye çalışılmıştır.

Vergi mükelleflerinin tutum ve davranışlarına ait bulguların değerlendirilmesinde sıklık analizinden yararlanılmıştır. Yapılan anket çalışması sonucunda vergi mükelleflerinin denetime karşı tutum ve davranışlarına yönelik olarak katılımcılara çeşitli ifadeler yöneltilmiştir. Bu bağlamda, yakalanma ihtimalinin yüksek olduğunu düşünen mükelleflerin daha az vergi kaçıracağı ve denetimlerin daha sık yapılmasıyla vergi kaçakçılığının azalacağı sonucuna ulaşılabilir. Katılımcılara yöneltilen bir diğer soruya göre ise, vergi mükelleflerinin % 85,8'i gibi büyük çoğunluğu denetlenme ihtimali olmasa dahi her türlü faaliyetlerini kayıt altına aldıklarını ifade etmişlerdir. Bir başka soruda ise, mükelleflerin vergi kaçırıldığına tanık olmaları halinde durumu yetkili makamlara bildiren bildirmeyeceği sorulmuş ve katılımcıların yarısından fazlası vergi kaçırıldığına tanık olmaları halinde durumu yetkili makamlara bildireceklerini ve vergi kaçakçılığına karşı duyarlı olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların önemli bir kısmı sık aralıklarla vergi aflarının çıkarılması ve bunların önceden tahmin edilebilir olmasının mükellefleri vergi kaçırma teşvik ettiğini ifade etmişlerdir. Diğer bir soruda ise mükellefler vergi denetimlerinin gereğinden az yapıldığını, hatta ülkemizdeki inceleme oranının çok düşük düzeylerde olduğunu belirtmişlerdir. Yapılan anket çalışmasında evrakta sahtecilik yapılmasının vergi denetiminin yetersizliğinden kaynaklandığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda evrakta sahteciliğin önlenmesinde vergi denetiminin önemli bir faktör olduğunu söyleyebiliriz. Vergi mükelleflerinin denetime karşı tutum ve davranışlarına yönelik olarak katılımcılara yöneltilen bir diğer soruda ise, gerek para cezalarının gerekse hapis cezalarının gereğinden az olduğunu, bu durumun ise mükellefleri vergi kaçırma teşvik ettiğini ifade etmişlerdir. Katılımcıların büyük çoğunluğu vergi suçu işleyenlerin açıklanmasının vergi kaçakçılığını azaltacağını düşündüklerini belirtmişlerdir.

Katılımcılar, vergi mükelleflerinin denetim elemanlarına karşı tutum ve davranışlarına yönelik olarak yöneltilen ifadelerle genellikle “Kararsızım” şeklinde cevap vermişlerdir. Ankete katılan vergi mükelleflerinin yarısına yakını denetim elemanlarının tarafsız davranmadıklarını düşündüklerini belirtmişlerdir. Bu ise, vergi mükelleflerinin denetim elemanlarına çok fazla güvenmediğini göstermiştir. Katılımcıların önemli bir kısmı denetim elemanlarının denetimler esnasında gerekli uyarılarda bulunmadıkları, mükelleflere yol göstermedikleri konularında kararsız olduklarını, diğer bir ifadeyle, denetim elemanlarının denetimin eğitim fonksiyonunu tam olarak yerine getirmediğini ifade etmişlerdir. Katılımcılara yöneltilen bir diğer soruda ise, denetim elemanlarının denetimler esnasında mükelleflerin işlerine engel olmadıklarını dile getirmişler, ancak katılımcıların % 33,4’ü gibi azımsanamayacak bir kısmı da bu konuda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Diğer bir soruda, denetim elemanlarının bilgi düzeyinin yeterli olup olmadığı sorulmuş ve ankete katılan vergi mükelleflerinin % 41,8’i denetim elemanlarının yeterli bilgi düzeyine sahip olduğunu düşünürken, % 45,7’sinin bu konuda kararsız olduğunu, % 12,5’inin de yeterli bilgi düzeyine sahip olmadığını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda “Katılmıyorum” ve “Kararsızım” şeklinde cevap veren katılımcıların toplamına baktığımızda, bu oran % 58,2’ye denk gelmektedir ki, bu da vergi mükelleflerinin denetim elemanlarının bilgi düzeyine yeteri kadar güvenmedikleri sonucunu ortaya koymaktadır.

Vergi mükelleflerinin denetimin etkilerine yönelik olarak düşüncelerini ölçmek amacıyla yöneltilen çeşitli ifadelerle katılımcılar, genellikle “Katılıyorum” şeklinde cevap vermişlerdir. Katılımcıların tamamına yakını vergi beyannamelerini düzenlerken denetleneceklerini düşünerek hazırladıklarını ifade etmişlerdir. Buda İstanbul, Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli illerindeki vergi mükelleflerinin denetlenmekten ziyade, yükümlülüklerini yerine getirme noktasında bilinçli olduklarını göstermektedir. Katılımcılara yöneltilen bir diğer soruda ise, katılımcılar vergi denetimlerinin gereğinden az yapıldığını ve denetimlerin daha sık yapılmasıyla daha fazla vergi toplanacağını belirtmişlerdir. Bu açıdan bakıldığında, ülkemizde yeterli oranda vergi denetimi yapılmadığı sonucuna ulaşılabilir. Katılımcıların büyük çoğunluğu vergi kaçırıldığı gerekçesiyle cezalandırılan mükelleflerin tekrar denetlenmesinin daha caydırıcı olacağını, böylelikle vergi kaçığının azalacağını ifade etmişlerdir. Yapılan anket sonucunda elde edilen bir başka sonuç ise, vergi denetimleri yoluyla kayıtdışı ekonominin önenebileceğidir.

Vergi mükelleflerinin denetim sonuçlarına yönelik düşüncelerini araştırmak amacıyla katılımcılara yöneltilen çeşitli ifadeler verilen cevaplar genellikle “Kararsızım” şeklinde olmuştur. Bu bağlamda BİT’in gelişmesiyle birlikte mükelleflere sunulan hizmetlerin büyük bir kısmı da elektronik ortama aktarılmıştır. Bu sayede mükelleflere vergisel işlemlerini yaparken büyük kolaylıklar sağlanmasına karşılık, ankete katılan vergi mükelleflerinin BİT konusunda yeterli bilgiye sahip olmadığı görülmüştür. Katılımcıların % 46,4’ü vergisel işlemlerin elektronik ortamda gerçekleştirilmesinin kayıtdışı ekonomi üzerinde bir etkisi olmadığını düşünürken, aynı orandaki katılımcı da bu durum karşısında kararsız olduğunu ifade etmişlerdir. Yapılan anket sonucunda elde edilen bir başka sonuç ise, ankete katılan vergi mükelleflerinin yarısına yakını, vergi yükümlülüklerinin zamanında yerine getirilmesinde vergi denetimlerinin etkili olduğunu düşünmektedir. Ancak yarısından biraz fazlası ise, vergisel yükümlülüklerini yerine getirmede vergi denetiminin etkili olup olmadığı konusunda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Buna karşılık, yöneltilen bu ifadeye verilen cevaplar ile “Vergi beyannamesi düzenlerken denetleneceğimi düşünerek hazırlarım.” ifadesine verilen cevaplar birbiri ile çelişmektedir. Bu açıdan bakıldığında, vergi mükelleflerinin denetlenmekten ziyade yükümlülüklerini yerine getirme noktasında bilinçli oldukları sonucuna ulaşılırken, diğer taraftan, vergi yükümlülüklerinin zamanında yerine getirilmesinde vergi denetimlerinin pek etkili olmadığı görülmüştür. Katılımcılara yöneltilen bir diğer soru ise, vergi denetimlerinin vergisel işlemlere yönelik bildirimlerin vergi dairesine bildirilmesinde etkili olup olmadığıdır. Katılımcıların % 53,1’i bu konuda kararsız olduklarını, % 41,8’i ise vergi denetimlerinin bu konuda etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Ancak, kararsız olan katılımcı oranının bu kadar yüksek olması vergi denetiminin mükelleflerin bildirimde bulunma görevi üzerinde pek etkili olmadığını göstermiştir. Katılımcıların yarısından fazlası vergi denetimlerinin vergi yükümlülüklerini yerine getirenler ile getirmeyenler arasındaki farkın ortaya konulmasında etkili bir araç olduğu konusunda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların % 37,2’sinin vergi denetiminin bu konuda etkili bir araç olduğunu düşünmesine karşılık, kararsız olanların bu kadar yüksek olması vergi denetiminin vergisel yükümlülüklerini yerine getirenler ile getirmeyenler arasındaki farkın ortaya konulmasında etkili bir araç olmadığını göstermiştir. Vergi beyanlarının tam ve doğru yapılmasında vergi denetimlerinin etkili olup olmadığının sorulduğu ifade mükelleflerin yarısından fazlası vergi denetimlerinin mükellef beyanları üzerinde etkili olup olmadığı konusunda kararsızdır. Ancak katılımcıların % 37’si beyanların tam ve doğru yapılmasında vergi denetimlerinin etkisinin büyük olduğunu ifade etmişlerdir. Bu açıdan bakıldığında vergi denetimlerinin mükellef beyanları üzerinde etkisi olduğu ve mükellefleri tam ve doğru beyanda bulunmaya teşvik ettiği sonucuna ulaşılabilir.

Denetimin rolünün ne olması gerektiğinin araştırıldığı bu bölümde katılımcılara; çeşitli ifadeler yöneltilmiştir. Katılımcıların % 83,9’u gibi çok büyük çoğunluğu bu konuda olumsuz düşüncelerini belirtmişler ve vergi kaçırıcıların yakalanma ihtimalinin oldukça düşük olduğunu ifade etmişlerdir. Bu oranın bu kadar yüksek olması vergi mükelleflerinin vergi idaresine ve vergi denetimine güvenmediği sonucunu göstermiştir. Ankete katılan vergi mükelleflerine yöneltilen bir diğer soru, kullanılan vergi denetim yöntemlerinin beyan dışı kalan kazançların ortaya çıkarılmasında etkili olup olmadığıdır. Katılımcıların dörtte biri kullanılan denetim yöntemlerinin etkisiz ve yetersiz olduğunu düşünürken, yarısına yakını da bu konuda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Kararsız olanların bu katılımcıların yarısına yakını oluşturması mükelleflerin, ülkemizde uygulanan denetim yöntemleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığını göstermiştir. Yapılan anket sonucunda elde edilen bir başka sonuç ise ülkemizde vergi yükünün dağılımında vergi denetiminin etkili olup olmadığı konusudur. Katılımcıların % 57,2’si gibi yarısından fazlası bu konuda kararsız olduklarını, diğer bir ifadeyle vergi denetimi hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıklarını ifade etmişlerdir. Buna karşılık katılımcıların % 30,8’i vergi yükünün adaletli dağılmasında vergi denetiminin etkili bir araç olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir.

Çalışmada katılımcıların verdikleri cevaplar üzerinde demografik değişkenlerin etkili olup olmadıklarının analizi için T testi ve ANOVA testi uygulanmıştır. Çalışma kapsamında “Vergi Mükelleflerinin Vergi Denetimine Bakışı Üzerine Bir Anket Çalışması” yapılmıştır. Bu bağlamda, T testi kullanılarak ilk olarak cinsiyet değişkeni incelenmiştir. İnceleme sonucunda elde edilen verilerin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermedikleri görülmüştür. Cinsiyet değişkeninden sonra verilen cevaplar üzerinde etkisi araştırılan demografik değişken medeni durum değişkenidir.

Medeni durum değişkenine göre yapılan incelemeler sonucunda verilen cevapların anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmada katılımcıların verdikleri cevaplar üzerinde demografik değişkenlerin etkili olup olmadıklarının analizi için kullanılan diğer yöntem ise, ANOVA testidir. Araştırma bağlamında öncelikle vergi mükelleflerine yönelik olarak uygulanan anket çalışması kapsamında katılımcıların verdikleri cevaplara eğitim düzeyi, gelir düzeyi, kazanç türü ve yaş grubu değişkenleri itibarıyla ANOVA testi uygulanmıştır. Analiz sonucunda genel anlamda kullanılan değişkenlerin katılımcıların cevapları üzerinde etkili olmadığı bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle, katılımcıların verdikleri cevapların kullanılan değişkenlere göre farklılaşmadıkları görülmüştür.

SONUÇ

Ülkemizde vergi denetiminde etkinliğin sağlanamamasının altında birçok sorun olmakla birlikte, bu çalışmada vergi denetimi alanında yaşanan sorunlar, “Vergi Mükelleflerinin Vergi Denetimine Bakışı Üzerine Bir Anket Çalışması” ile değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda; İstanbul, Tekirdağ, Edirne ve Kırklareli il merkezlerinde yapılan anket yoluyla elde edilen veriler kullanılarak gerçekleştirilen bu çalışmada, vergi mükelleflerinin vergi denetimi hakkındaki düşünce ve tutumları ile vergi denetimlerinden nasıl etkilendiklerinin belirleyicisi olarak vergi ahlakı ve bilincinin yeterli düzeyde olmaması, vergi mükelleflerinin denetim elemanlarına karşı ve denetim elemanlarının vergi mükelleflerine karşı takınmış oldukları tutum ve davranışların olumsuz olması, denetim sonuçlarının etkin olmaması, vergi idaresinin etkinsizliği ile vergi mükelleflerinin bazı demografik özellikleri gibi etkenlerin etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Bu sonuca göre, sorunların ortadan kaldırılması ve etkin bir vergi denetim yapısının oluşturulması ancak iyi kurulmuş bir vergi idaresi ve denetim sistemi ile mümkün olabilecektir. Bununla birlikte, vergi inceleme sürecinde mükellef haklarının yeterince gözetilmemesi vergi denetiminin de etkinliğini olumsuz olarak etkilemektedir. Bu haklara ilişkin düzenlemelerin etkin bir şekilde yapılması, mükelleflerin yükümlülüklerini daha iyi algılayarak, vergiye uyumunu arttıracak ve idare ile mükellef arasındaki ilişkilerin olumlu şekilde gelişmesine katkıda bulunacaktır.

Vergi mevzuatının açık, kolay ve anlaşılabilir hale getirilmesi ve sık aralıklarla değişiklikler yapılmasının önlenmesi ile beyan esasının etkin bir şekilde uygulanması sağlanabilir. Bununla birlikte, yetersiz olan denetim elemanı sayısının artırılması, vergi afları ve uzlaşma müessesesi konularında gerekli tedbirlerin alınması, vergi suç ve cezalarının ödün verilmeksizin tam anlamıyla uygulanması ve bilgi iletişim teknolojilerinden yeterince yararlanılması yoluyla vergi denetiminde etkinlik sağlanabilir.

KAYNAKÇA

Güriş, S., & Astar, M. (2014). *SPSS ile İstatistik*. İstanbul: Der Yayınları.

Kalaycı, Ş. (2014). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

DOĞU KARADENİZ BÖLGESİNDEKİ OTEL İŞLETMELERİNDE KALİTE MALİYET SİSTEMLERİ *

Yener OĞAN¹
Abitter ÖZULUCAN²

Özet

Bu araştırma, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde hizmet veren üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmelerini kalite maliyetleri uygulamaları bakımından incelenmiştir. Toplamda 70 otel işletmesinin yöneticilerine kalite maliyet sistemlerini uygulama düzeylerini belirlemeye yönelik anket çalışması uygulanmıştır. Dolayısıyla araştırma modelinde mevcut durumu ortaya koyması bakımından ilk olarak betimsel istatistiksel analizler kullanılmıştır. Değerlendirme ölçeğinde yer alan demografik özellikler ve işletmelerin izlemekte oldukları kalite maliyet unsurları ile ilgili özelliklere ait bulguların yorumlanmasında frekans ve yüzde dağılımı, ortalama ve standart sapma gibi betimsel istatistik değerlerinden yararlanılmıştır. Araştırma bulgularına genel olarak bakıldığında; Doğu Karadeniz Bölgesi'nde faaliyet gösteren otel işletmelerinin çoğunluğunun kalite maliyet sistemine sahip olmadıkları ve kalite maliyet sistemi ile ilgili ölçme ve raporlama uygulamalarını yapmadıkları ortaya çıkmıştır. Otel işletmelerinden dört ve beş yıldızlı sahip olanların üç yıldızlı sahip olanlara göre Kalite Maliyet Sistemine daha çok önem verdikleri tespit edilmiştir. Bunların yanı sıra Kalite Maliyet Sistemi ile otel işletmelerinin özellikleri arasında anlamlı ilişkilere rastlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kalite, Maliyet, Otel İşletmeleri

Jel Sınıflandırılması: M41, Z39

QUALITY COST SYSTEMS IN EASTERN BLACK SEA REGION HOTELS

Abstract

This research, the three, four, five-star hotel managements serving in Eastern Black Sea Region by examining their cost of quality applications. Survey study was implemented to totally 70 hotel managers to determine the application level of cost of quality systems. Therefore, descriptive statistical analysis was used to put forward the current situation in research design. Descriptive statistics values were used such as frequency and percentage distribution, mean and standard deviation in the interpretation of findings related to cost elements that managements follow and demographic characteristics in the first and second part of the rating scale. When looked overall on the findings, it is revealed that the majority of the hotel business haven't the quality cost system and they don't do measuring and reporting related to the quality cost system. It is determined that the five-star hotel businesses give more importance to the quality cost system than these three-four star hotel managements. Moreover, there is seen significant relations between the quality cost system and the features of hotel managements.

Key Words: Quality, Cost, Hotel Managements

Jel Classification: M41, Z39

* Bu araştırma Ömer Halisdemir Üniversitesi'nde yüksek lisans tezi olarak sunulmuş ve kabul edilmiştir.

¹ Öğr. Gör. Artvin Çoruh Üniversitesi, Arhavi MYO, oganyener@artvin.edu.tr

² Prof. Dr. Ömer Halisdemir Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, abitter42@hotmail.com

GİRİŞ

İnsanlar, çeşitli nedenlerden dolayı buldukları yerden başka yerlere seyahat etmektedirler. İnsanların seyahat etme nedenleri arasında gezme, eğlenme, dinlenme, merak, iş, din, spor, kongre ve seminerlere katılma, aile ziyareti gibi birçok sebep bulunmaktadır. Her ne sebeple olursa olsun seyahat eden bütün insanların ortak ihtiyacı, öncelikle seyahat ettikleri yerlerde konaklama ihtiyaçlarının karşılanmasıdır. Bu nedenle insanların konaklama ihtiyaçlarını karşılamak üzere çeşitli nitelik ve özelliklerde konaklama işletmeleri bulunmaktadır. Şener'e göre (2001: 10), konaklama işletmeleri, insanların değişik nedenlerle yapmış oldukları yer değiştirmeler sonucunda öncelikle konaklama, daha sonra yeme-içme ihtiyaçlarını ve buna bağlı olarak diğer ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla mal ve hizmet üreten aynı zamanda bunu insanların psikolojik tatmin duygularına yönelik olarak sunan ticari nitelikli işletmelerdir. Başka bir tanıma göre konaklama işletmeleri; bir ücret karşılığında yeme, içme, yatma, eğlenme, sportif faaliyetler ve tedavi hizmetlerinin bu konuda isteklilere sunulması faaliyetlerini içeren işletmelerdir (Seyhan, 2004: 15). Konaklama işletmeleri büyüklük, sahip olduğu özellik, mülkiyet, nitelik, faaliyet süresi, konum gibi çeşitli kriterlere göre ele alınıp değerlendirilmektedir (Şener, 2001: 8). Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik kapsamında asli konaklama tesisleri; oteller, moteller, tatil köyleri, pansiyonlar, kampingler, apart oteller, hosteller şeklinde sıralanmıştır.

I. LİTERATÜR TARAMASI

I.I. Otel İşletmeciliği

Otel; yapısı, donatımı, konforu, müşteriye hizmet kalitesi olduğu kadar çalışanları ile de insanların arzu ettiği nitelikte geçici konaklama, yeme-içme, eğlenme ihtiyaçlarını belirli bir ücret ile karşılayan en az 10 odalı konaklama tesisidir (Akat, 2000: 81). Belgelendirme şekline göre belediye belgeli, turizm işletme belgeli (bir yıldızlı, iki yıldızlı, üç yıldızlı, dört yıldızlı, beş yıldızlı oteller) olmak üzere iki grupta sınıflandırılmaktadır. Yıldızlı otellerin özellikleri Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yönetmelik ile belirlenmektedir (Hazar, 2010: 93).

I.II. Otel İşletmeciliğinin Özellikleri

Otel işletmelerini diğer işletmelerden belirgin bir şekilde ayıran temel işlev konaklamadır. Ancak otel işletmeleri, sundukları hizmetleri belli bir ticari anlayış, kural ve uygulamalar çerçevesinde yerine getiren işletmelerdir (Akçadağ, 2005: 168). Otel işletmeleri, diğer ticari ve sanayi işletmelerinden ayrı olarak aşağıdaki özellikleri taşımaktadır (Şener, 2006: 11-13). Otel işletmeleri zamana duyarlıdır, emek-yoğun işletmelerdir ve günün 24 saati faaliyet gösteren işletmelerdir. Otel işletmeciliği dinamiktir, bölümler ve personel arasında yakın iş-birliği gerektirir, otel işletmelerinde sermayenin büyük bir kısmı sabit değerlere bağlanmıştır, otel işletmelerinde satışlar, peşin ya da kredi kartıyla gerçekleşmektedir ve otel işletmelerinde konuklar sunulan hizmeti, servis hizmeti ile birlikte öder.

I.III. Otel İşletmelerinin Sınıflandırılması

Otel işletmeleri, pek çok araştırmacı tarafından çeşitli sınıflandırmalara tabi tutulmaktadır. Otel işletmeciliğinin Dünya'da ve Türkiye'de genel kabul gören sınıflandırma biçimine bazı eklemeler yapılmıştır. Söz konusu sınıflandırma aşağıdaki gibidir (Kozak, 2011: 49).

Konaklama Amacı Bakımından Otel İşletmeleri: Otel İşletmesinin sunduğu konaklama hizmetinin amacına göre yapılan sınıflandırmadır. Kaplıca-kür otelleri, sayfiye (tatil, sağlık, eğlence amaçlı) otelleri, kongre amaçlı oteller, dağ ve spor amaçlı oteller bu alana giren konaklama işletmeleridir.

Faaliyet Süresi Bakımından Otel İşletmeleri: İşletmenin verdiği hizmet süresi temel alınarak gruplandırma yapılmaktadır. Bütün yıl açık olan oteller ve mevsimlik çalışan oteller bu sınıfa giren konaklama işletmeleridir.

Buldukları Yere Göre Otel İşletmeleri: Bu tür işletmelerin ulaştırma araçları ve onlara olan yakınlığını göz önünde bulundurulmaktadır. Havaalanı ve istasyon otelleri, kent merkezindeki oteller ve liman otelleri bu sınıfa giren konaklama işletmeleridir.

Büyüklikleri Bakımından Otel İşletmeleri: Otel işletmelerinin büyüklüğünü gösteren ölçüler ülkeler arasında ve zaman içinde değişebilir. Türkiye’de 300 ile 600 arasında odaya sahip işletmeler büyük ölçekli, 600 ve daha fazla odaya sahip işletmeleri de çok büyük ölçekli otel işletmeleri olarak nitelendirilmektedir (Aktaş, 2002: 34)

Mülkiyet Durumuna Göre Otel İşletmeleri: Kamu ve özel sektör işletmeleri şeklinde sınıflandırılmaktadır.

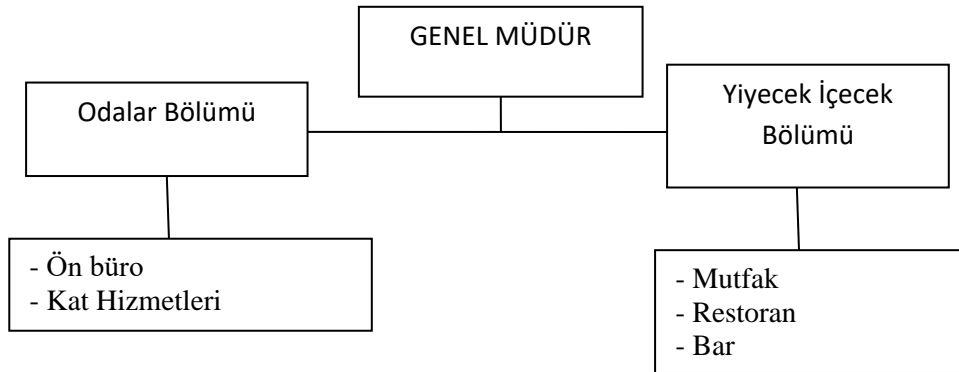
Sunulan Hizmet Çeşidine Göre Otel İşletmeleri: Bu sınıflandırmaya giren otel işletmelerinin, konaklamanın yanı sıra sundukları diğer hizmet türlerine göre sınıflandırma yapılmaktadır. Örneğin aile otelleri ile balayı otelleri konsept olarak birbirinden farklı olmaktadır.

Hukuki Özellikleri Bakımından Otel İşletmeleri: Bu tür sınıflandırmada ülkenin konumu ve ülkedeki ilgili düzenlemelerine göre sınıflandırılmaktadır. Belediye belgeli ve turizm işletme belgeli otel işletmeleri bu sınıfa giren konaklama işletmeleridir.

I.IV. Otel İşletmelerinin Organizasyon Yapısı

Otel işletmelerinde örgütlenme amacıyla kullanılan en basit ve yaygın bölümlere ayırma yöntemi fonksiyonel bölümlere ayırma yöntemidir. Bu yöntemde benzer özellikte işlerin bir araya getirilmesiyle bölümlere ayırma yapılmaktadır. Böylece bölümlerin kendi alanlarına giren işlerde uzmanlaşması ve etkili çalışmaları beklenmektedir. Ön büro, kat hizmetleri, servis, mutfak, teknik servis, insan kaynakları güvenlik gibi fonksiyonların bir bölüm adı altında toplanarak genel yönetime bağlı olarak yapılandırılması fonksiyonel bölümlere ayırma yöntemi olarak verilebilir (Kozak, 2011: 39). Otel İşletmelerinde hizmetleri sunan ve müşteriler ile birebir ilişki içinde olan bölümler; odalar bölümü ve yiyecek içecek bölümüdür. Odalar bölümünde; ön büro, kat hizmetleri ve üniformalı hizmetler departmanları, yiyecek içecek bölümünde ise; restoran, mutfak, bar ve banket bölümleri yer almaktadır.

Şekil 1: Otel İşletmelerinde Temel Hizmet Bölümleri



Kaynak: BATMAN, O. (2003), Otel İşletmelerinin Yönetimi, Değişim Yayınları: İstanbul.

Ön büro Bölümü: Ön büro, konuğun otele giriş yapmadan önceki dönemden başlayarak, ayrılmasına kadar geçen süreçte konukla ilgili iş ve işlemlerin gerçekleştirildiği bölümdür. Otel işletmelerinde ön büro, genellikle binanın girişindeki holde yer almakta ve işletmenin büyüklüğüne göre çeşitli bölümlerden oluşmaktadır. Resepsiyon, danışma ve ön kasa bölümü konukların otele girişini, asansörleri, merdivenleri ve lobiyi tamamen görebilecek konumda olmalıdır (Eraslan, 2009: 6).

Kat Hizmetleri Bölümü: Kat hizmetleri bölümü, konaklama işletmesinin, temizliği, dekorasyonu ve bakımının yapıldığı departmandır. Müşteri odalarının temizliğinin yanında, yönetim alanları, otelin toplantı salonları, merdivenler, lobi, tuvaletler, duşlar gibi tüm alanların temizliğinden sorumludur.

Yiyecek-İçecek Bölümü: Konaklama işletmeleri müşterilerine konaklama hizmeti sunmanın yanında önemli bir görevi de yeme içme hizmeti sunmaktır. Konaklama işletmeleri müşterilerine pansiyon durumlarına ve ihtiyaçlarına göre kahvaltı, öğle ve akşam yemeği gibi yiyecek hizmeti sunarlar. Yiyecek-içecek bölümü, konaklama işletmelerinde ön büro bölümünden sonra en fazla gelir getiren bölümdür. Yiyecek-içecek bölümü, değişik restoranlarda, banket salonlarında, barlarında konuklara sunulmak üzere yiyecek ve içecek maddelerini değişik yöntemlerle tedarik edilmesi, muhafaza edilmesi, sunulması gibi görevleri gerçekleştirir (Şener, 1997: 137).

I.V. Kalite Maliyet Sistemi

Kalite Maliyet Sistemi (KMS), hem üretim hem de hizmet sektöründeki işletmeler tarafından kalite gelişimi ve maliyet etkinliği sağlamak için kullanılmaktadır (Özbirecikli, 2001: 83). Bu bağlamda işletmeler etkili bir KMS oluşturabilmeleri için ürettikleri mamul ve hizmetlerin maliyet etkinliğini sağlamak ve kalitesini sürekli geliştirmek durumundadırlar.

a. Kalite Kavramı

Türk Dik Kurumu'na göre kalite, "bir ürünün bilinen en iyi özellikleri bünyesinde taşıması durumu" olarak tanımlanmaktadır (<http://tdkterim.gov.tr/bts/>). XXI. yüzyıl toplumu, bilim ve teknolojideki gelişmelere bağlı olarak sosyal ve kültürel açıdan büyük değişikliklere sahne olmuştur. Dolayısıyla bu gelişmeler üretim alanındaki bakış açılarını ve koşullarını değiştirerek "ne üretirsem onu satarım" anlayışından "satabildiğimi üretirim" düşüncesine bırakmıştır. İşletmeler yoğun rekabet ortamında müşteri isteklerini göz önüne alarak kaliteli üretim ve hizmet sunma zorunluluğundadır (Karabulut, 2009: 3). Kalite ile ilgili farklı ve çok sayıda tanımlar bulunmaktadır. Bu tanımlardan bazıları aşağıdaki gibi sıralanmaktadır: Deming (1968)'e göre kalite, "gereksinimleri tatmin edebilme kapasitesidir". Özel bir müşterinin gereklerini karşılama derecesidir. (Gilmore, 1974). Bir ürünün özelliklere uygunluk derecesidir. (Feigenbaum, 1991). Bir ürün ya da hizmetin belirlenen veya olabilecek gereksinimleri karşılama yeteneğine dayanan özellikleri toplamıdır (TSE(TS-ISO 9005)).

Yukarıda ifade edilen tanımlar ışığında; kalite ile ilgili tüketici algılarının farklı olması, onun standart bir tanımının ortaya çıkmasını mümkün kılmamaktadır. Tüketicilerin kalite algıları ürün ya da hizmete göre farklılıklar göstermektedir. Bu nedenle kalitenin sahip olduğu sekiz boyutu ve özellikleri aşağıdaki gibidir (Rao ve diğerleri, 1996: 29):

Performans: Ürün veya hizmetin temel faaliyet özellikleri, ürünün fonksiyonlarını yerine getirme niteliğidir. Örneğin, bir otomobil için hız, konfor vb. özelliklerinin nasıl olduğu o otomobilin performansını yansıtır.

Özellikler: Ürünü veya hizmeti kullanıcı için daha çekici hale getiren, ürünün temel özelliklerinin yanı sıra artı özellikleridir. Örneğin, cep telefonunun internete bağlanabilmesi veya otomobilin kendi kendini park edebilmesi gibi.

Güvenirlilik: Ürünün kullanım ömrü içinde kendisinden beklenen bütün fonksiyonları tam olarak yerine getirip getirmediğinin ölçütüdür. Ürünün kullanım ömrü boyunca bakım-onarım maliyetleri arttıkça daha da önem kazanan bir özelliktir.

Uygunluk: Ürün veya hizmetin, önceden belirlenen standartları karşılamaıdır.

Dayanıklılık: Ürünün kullanılabilir ömrünün uzunluğudur. Örneğın, bir çamaşır makinesinin kullanım ömrü doluncaya kadar yaptığı yıkama sayısı gibi.

Hizmet Görürlük: Ürün bozulduğu zaman çok hızlı, kolay ve güvenilir bir şekilde tamir edilebilmesi özelliğini ifade etmektedir.

Estetik: Ürünün çekiciliğı ve duylara hitap edebilme yeteneğidir. Bireyin beş duyu organı ile verdiği tepkiler kişisel tercihlerini göstermektedir. Renk, ambalaj, biçim gibi özellikler ürünün performansını doğrudan etkilememekle beraber, tüketici beğenilerine yönelik estetik özellikler olarak nitelendirilebilmektedir.

Algılanan Kalite (İtibar): Estetik boyutu gibi öznel olarak algılanan bir özelliktir. Başka bir ifade ile ürünün geliştirdiğı imajdır. Örneğın üretimi konusunda uzun yıllar önderlik yapmış bir firmanın yeni çıkarttığı modelini, bu markaya güvenen tüketicilerin büyük bir bölümü tarafından kaliteli olarak algılanması gibi.

b. Maliyet Kavramı

Maliyet, bir mal veya hizmetin edinilebilmesi için, dönem içerisinde yapılan harcamalar ve katlanılan fedakarlıkların parasal toplamıdır (Yükçü, 1999: 25). Yapılan harcamalar ve katlanılan fedakarlıklar iki şekilde anlaşılabilir. Bunlardan birincisi, bir mal satın almak için elden çıkarılan nakit veya herhangi bir iktisadi varlığın kıymeti, ya da mal satın alınmıyor da üretiliyorsa bu üretimde kullanılan varlık ve hizmetlerin parasal kıymetidir. İkinci şekli ise bir mal veya hizmet edinebilmek için elden çıkarılan ya da kullanılıp tüketilen iktisadi varlıklarla edinilebilecek ya da üretilebilecek diğer mal veya hizmetlerden en değerlisinin işletmeye sağlayacağı yarardır (Gürsoy, 1997: 23-24).

Genel anlamda maliyet hedeflenen bir sonuca ulaşmak amacıyla katlanılması gereken fedakârlıkların parasal anlamda toplamı olarak ifade edilmektedir (Büyükmirza, 2007: 44). Burada belirtilen “hedeflenen sonuç” ibaresi kimi işletmeler için bir ürünü, kimi işletmeler için tarımsal bir ürünü ya da kimileri için bir hizmet üretimini ifade etmektedir (Arslan, 2008: 25).

c. Kalite ve Maliyet İlişkisi

İşletmenin sürekliliğini sağlayan önemli faktörlerden biri de kalitedir. Günümüzde işletmeler, pazara girebilmek, süreklilik kazanabilmek ve pazar paylarını arttırabilmek amacıyla kalite toleranslarını günden güne daraltmakta, sıfır kusurlu üretimi hedeflemektedirler.

Kalitedeki gelişme ve değişmeyi gösteren en iyi ölçüt kalite maliyetleridir. Kuruluşun kalite hedeflerine ulaşıp ulaşmadığının somut ölçüsünü elde etmek için kalite maliyetlerinin hem tutar ve hem de miktar olarak bilinmesi gerekmektedir (Çabuk, 2005: 2). Çünkü piyasada ürünler hem kaliteleriyle, hem de maliyete bağlı olarak oluşan fiyatlarıyla rekabet etmektedirler. Başka bir deyişle ürünlerin tercih edilmesinde fiyat ve kalite birbirini tamamlayan iki faktördür. Müşteri herhangi bir ürünü satın almaya karar verirken, kalitesi ile fiyatını karşılaştırarak bir değerlendirme yapmak durumundadır. Bu kararın verilmesinde (kalite/fiyat) şeklinde tanımlayabileceğimiz izafi bir değer ölçüsü önemli rol oynar. Müşteri için aynı kalitede iki üründen, fiyatı düşük olan daha yüksek değere sahiptir. Buna karşılık Kalite/Fiyat olarak aynı değere sahip olan farklı iki üründen birinin seçilmesi gerektiğinde, fiyatı az olanın tercih edilmesi olasılığı fazladır. Yani müşterinin maliyete (fiyata) olan duyarlılığı, kaliteye olan duyarlılığından daha fazla olabilmektedir. Dolayısıyla, kalitede üstünlük sağlayarak rekabet gücü kazanma amacı, maliyetlerde gerçekleştirilebilecek bir azaltma ile daha da güçlenebilir (<http://151820043008.tr.gg/Kalite-ve-Maliyet>).

I.VI. Kalite Maliyetleri

British Organization-BS6143 (1990) Standartları'nda ve Amerikan Kalite Kontrol Derneği'ne (ASQC,1971) göre kalite maliyeti kaliteli üretim yapabilmek ve kalitesiz üretim yapıldığında ortaya çıkan maliyetlerin tümü olarak tanımlanmaktadır (Chiadamrong, 2003: 1000). Uluslararası Standart Örgütü'nün (ISO) 9004 No'lu Standardın'da ise toplam kalite maliyetlerini, uygun kalitenin gerçekleştirilebilmesi için yapılan faaliyetlerin maliyeti ile yetersiz kontrollerden kaynaklanan maliyetler olarak tanımlamaktadır. Kalite maliyetlerinin ortaya çıkmasının nedeni, işletmelerin kalite düzeyini yükseltmek ve hatalı ürün sayısını azaltmak amacı ile katlandıkları maliyetlerin büyük rakamlara ulaşmış olmasıdır (Karcıoğlu, 2000: 107).

Kalite maliyeti konusunda yapılan bazı çalışmalarda kalite maliyeti kavramı yerine kalitesizlik maliyeti kavramının kullanıldığı görülmektedir. Bunun nedeni işletmelerin tüketicinin ihtiyacını karşılamak üzere herhangi bir ürünü üretmek için kurulduktan sonra, o ürünün kalitesini sağlamaya yönelik giderlerini, kalite maliyeti olarak göstermez. Yani, işletmeler bozuk ve hatalı mal üretmek için kurulmamıştır. İşletmelerin herhangi bir nedenle ürettikleri hatalı mal için katlandıkları maliyetler kalite maliyeti değil, kalitesizliğin maliyetidir (Doğan, 2002: 27).

I.VII. Kalite Maliyetlerinin Sınıflandırılması

Kalite maliyetleri, sistemin başarısızlığı sonucunda kullanılmayacak durumda olan stoklar, kayıp ürünler, üretimdeki gecikmeler, yeniden işleme, geç teslimatlar, ek taşıma maliyetleri, garanti gibi olumsuzluklardan oluşmaktadır (Acar, 2005: 87).

Şekil 2: Kalite Maliyetleri Sınıflandırması



Kaynak: DOĞAN, K., TKY, İstanbul Tarım İl Müdürlüğü Yayınları, İstanbul, 2002, s.27.

a. Önleme Maliyetleri

Ürün ya da hizmetlerin tüketici ihtiyaçlarına uygunsuzluğunu önlemek amacıyla özel olarak hazırlanmış tüm faaliyetler için katlanılan maliyetlerdir (Özenci ve Cunbul, 1998: 3). Kalitede bir uygunsuzluğu önlemeye yönelik olarak, kalite sisteminin tasarımı, kurulması ve düzenlenmesi ile ilgili maliyetler, önleme maliyetlerini oluşturmaktadır. İşletmelerin üretim öncesinde kaliteli üretimi gerçekleştirebilmek için katlanacakları maliyetleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Alıcı, 2007: 50):

Kalite Planlaması: İşletmede genel bir kalite politikası oluşturmak amacıyla yapılan faaliyetlerle ilgili maliyetlerdir.

Kalite Ölçüm ve Test Donanımlarının Tasarım ve Geliştirilmesi: Üretilen ya da üretilecek ürünler için alınan hammaddelerin test edilmesi için uygun ölçüm ve test donanımlarının geliştirilmesi ile ilgili maliyetlerdir.

Kalitenin Gözden Geçirilmesi ve Tasarımın Doğrulanması: Hammaddelerin kalitesinin gözden geçirilmesi ve üretilecek ürünlerin tasarımlarının kontrol edilmesi ile ortaya çıkan maliyetlerdir.

Kalite Ölçüm/Test Donanımlarının Ayar ve Bakımı: Kaliteli üretimi denetlemek için kullanılan ölçüm ve test ekipmanlarının ayarlanması, bakımı ile ilgili maliyetlerdir.

Kalite Değerlemede Kullanılan Üretim Ekipmanlarının Ayar ve Bakımı: Üretimde kaliteyi denetlemek için kullanılan ölçüm test ve ekipmanlarının ayar ve bakımları ile ilgili maliyetlerdir.

Tedarikçi Garantisi: Kaliteli üretimin başlangıç noktası tedarikçiden sağlanan girdilerin kalitesiyle başlar. Bu nedenle tedarikçi ile yapılan anlaşmalar, tedarikçi seçimi gibi konularda ortaya çıkabilecek maliyetlerdir.

Kalite Eğitimi: Kalite ile ilgili eğitim programlarının hazırlanması ile ilgili maliyetlerdir.

Kalite Denetimi: İşletmede uygulanan kalite programları ile ilgili denetimlerin yapılmasından kaynaklanan maliyetlerdir.

Son Durum Analizi ve Kalite Bilgilerinin Raporlanması: Kaliteli üretim adına yapılan faaliyetlerle ilgili hazırlanacak raporlar için katlanılan maliyetlerdir.

Kalite İyileştirme Programları: Daha kaliteli bir üretim için yeni kalite programlarının geliştirilmesi ya da mevcut kalite sisteminin iyileştirilmesi amacıyla yürütülen faaliyetlerin maliyetleridir.

b. Ölçme ve Değerlendirme Maliyetleri

Ölçme ve değerlendirme maliyetleri, ürün veya hizmetlerin müşteri gereksinmelerine uygunluğunun belirlenmesi için yapılan kontrol maliyetleridir (Özenci ve Cunbul, 1998: 6). İngiliz Standardın'da değerlendirme maliyetleri, “kalite kontrolün herhangi bir aşamasında kalite kontrolü ve kalite doğrulaması gibi hedeflenen kaliteye ulaşmak amacıyla yapılan tüm değerlendirme maliyetleridir” şeklinde tanımlanmaktadır (BS-6143: Part 2, 1992). Bu aşamada bazı hataların tespit edilmesi üretimin ileriki aşamalarında daha fazla kalite maliyetlerinin ortaya çıkmasını engelleyerek ve daha etkili ve verimli test yöntemlerinin geliştirilmesine yardımcı olmaktadır. Ölçme ve değerlendirme maliyetlerini oluşturan kalemler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Bozkurt, 2003: 21):

Üretim Öncesi Doğrulama: Ürünlerin üretim öncesi yapılan ölçme ve test çalışmalarının maliyetidir.

Girdi Muayenesi: İşletme dışından alınan parça, montaj parçası ve materyallerin işletmeye giriş anında yapılan muayene ve testlerinin maliyetleridir.

Muayene ve Test: Üretilen ürünlerin muayenesi ve test edilmesi sırasında ortaya çıkan maliyetlerdir.

Muayene ve Test Ekipmanı: Ürünlerin test edilmesi ve muayenesi için kullanılan ekipmanların bakımı, ayarlanması gibi maliyetlerdir.

Muayene ve Test Süresince Tüketilen Materyaller: Üretilen ürünlerin muayenesi ve test edilmesi sırasında kullanılan materyallerin ve malzemelerin maliyetleridir.

Saha Performans Testi: Bazen müşteriler alacakları ürünleri kendi ortamlarında da test ettirmek isterler. Bunun için üretilen örnek ürünlerin maliyeti, kullanılacak test ve ekipmanlarla ve gönderilecek elemanlarla ilgili maliyetlerdir.

Onaylar: Ürünlerin üretilmesi için alınacak belgeler ve izinler ile ilgili maliyetlerdir.

Stok Değerlendirme: Stoklarda bulunan ürünlerin kalitesinin test edilmesi ile ilgili maliyetlerdir.

Kayıtların Saklanması: Yapılan bütün kontrol ve muayene sonuçlarının kayıt edilmesi, dosyalanması ve korunması ile ilgili maliyetlerdir.

c. Başarısızlık Maliyetleri

Başarısızlık maliyetleri, ürün kalite sürecinin herhangi bir aşamasında kalite hedeflerinden ve kalite standartlarından sapmaların yol açtığı maliyetlerdir. Kötü kalitenin bir sonucu olarak katlanılan

bu maliyetler işletmeye artı yük getirmekte ve başarısızlığın maliyetini göstermektedir (Kırlioğlu, 2013: 11). Başarısızlık maliyetleri içsel başarısızlık maliyetleri ve dışsal başarısızlık maliyetleri olarak iki grupta incelenmektedir.

- **İçsel Başarısızlık Maliyetleri**

İçsel başarısızlık maliyetleri, kusurlu ürün ya da hizmetin müşteriye sunulmasından önce düzeltilmesi veya iyileştirilmesi için yapılan harcamalardır (Şale, 2001: 214). İçsel başarısızlık maliyetlerine müşteri ihtiyaçları ve şartlarını karşılamayan ürün ve hizmetler için yapılan düzeltme ve iyileşme faaliyetlerinin maliyetleri eklenmektedir. Hatalı üretim nedeni ile ortaya çıkan boş zaman işçilikleri, boşa harcanan malzeme ve kaynak giderleri de içsel başarısızlık maliyetleri olarak değerlendirilmektedir. Bu maliyetlere örnek olarak; yeniden üretme ve tamir, arızaların giderilmesi, zaman kaybı vb. verilebilir. İçsel başarısızlık maliyetleri için alınacak önlemler dışsal başarısızlık maliyetlerini azaltmaktadır. (Sevim, 1999: 107). İçsel başarısızlık maliyetleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Yükçü, 1999: 110):

Hurda Maliyetleri: Kalite gereksinimlerine uygun olmayan ve tekrar üretimden geçmesi mantıklı olmayan ürün parçalarıdır. Bunlar düşük fiyattan satılabileceği gibi direkt ilk madde ve malzeme olarak tekrar üretime sokulabilir.

Yeniden İşleme ve Tamir: Hatalı üretilen ürünlerin tamiri ya da yeniden işlenmesinin maliyetidir. Yeniden üretim için kullanılacak hammadde, işgücü, makine saati; tamir için kullanılacak makineler, işgücü ile ilgili maliyetler bu maliyetlere örnek olarak verilebilir.

Başarısızlık Analizi: İstenilen kalitede olmayan ürünlerin nedenlerinin araştırılması ve analizi ile ilgili maliyetlerdir.

Muayene ve Test Tekrarı: İstenilen kalitede olmayan ürünler yeniden üretildikten sonra tekrar muayene ve teste tutulması nedeni ile ortaya çıkan maliyettir.

Değişim İzinleri ve İmtiyazlar: Bazı ürünlerin üretimi veya üretimde olan ürünler için değişim izni gerekmektedir. Değişim izni ve imtiyaz alınmasına ilişkin maliyetler bu kalemde ifade edilir.

Kalite Uygunsuzluğundan Doğan Kazanç Kaybı: İstenilen kalitede üretilmeyen ürünler daha düşük fiyatla satılabilmektedir. Normal satış fiyatı ile kalitesiz ürünün satış fiyatı arasındaki fark kalite uygunsuzluğundan doğan kazanç kaybıdır.

Zaman Kayıpları: Ürünlerin yeniden üretilmesi, tamir edilmesi ya da onarılamayacak ürünler için harcanan ek zamanın maliyetidir.

- **Dışsal Başarısızlık Maliyetleri**

İngiliz Standart Organizasyonu (BSO) dışsal başarısızlık maliyetlerini “ürünün müşteriye teslim edilmesinden sonra garanti kapsamındaki hizmetleri, hatalı ürünlerin yenisi ile değiştirilmesini, değişimin sebep olduğu kayıplar ve tahakkuk eden cezaların değerlendirilmesini içeren uygunsuzluklar ve hatalardan kaynaklanan maliyetler” olarak tanımlanmaktadır (BS-6143:Part 2, 1992: 3). Kalite maliyetleri, ürünlerin müşteriye dağıtımdan sonra ortaya çıkan maliyetlerdir. Diğer bir ifade ile ürünlerin üretim sisteminden çıktıktan sonra sevkiyat, teslimat, satış sonrası, hizmetler ve servislerde meydana gelen aksaklıklardan kaynaklanan maliyetlerdir (Tekin, 2004: 72). Dışsal başarısızlık maliyetlerini, içsel başarısızlık maliyetlerinden ayıran en önemli nokta, kusurların ve eksiklerin ürünlerin tüketiciye ulaşmasından sonra tespit edilmesidir (Sevim, 1999: 111). Dışsal başarısızlık maliyetleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Bozkurt, 2003: 22):

Şikayetler: Üretilen ve müşterilere satılan ürünlerle ilgili şikayetlerin giderilmesi için katlanılan maliyetlerdir.

Garanti: Satılan ürünlerin garanti süresi içinde ürünün değiştirilmesi ya da onarılmasını kapsayan maliyetler.

Reddedilen ya da İade Edilen Ürünler: Müşteri isteklerini karşılayamamasından dolayı, ürünlerin müşteriler tarafından işletmeye iade edilmesinden kaynaklanan maliyetlerdir.

Uzlaşmalar: Kusurlu olan ürünlerin müşteriye daha düşük satış fiyatından satılması gibi tanınan ayrıcalıklardan kaynaklanan maliyetlerdir.

Kaybedilen Satışlar: Müşteri isteklerine cevap verememekten kaynaklanan ürünlerin satış oranının azalması ve pazar payında meydana gelen azalışların oluşturduğu maliyetlerdir.

Müşteri ile Bağlantılar: Ürünle ilgili bir sorun olması durumunda o ürünü satın alan müşterilere ulaşmak için katlanılan maliyetlerdir.

Ürün Sorumluluğu: İşletmelerin sorumluluğu ürün satıldıktan sonra da devam etmektedir. Bu kapsamda müşterinin üründen kaynaklanan zararının karşılanması ile ilgili maliyetlerdir.

I.VIII. Kalite Maliyet Sistemi (KMS)

Kalite ile ilgili maliyetler işletmenin tüm bölümlerinde yürütülen ve hizmet kalitesini etkileyen faktörler sonucu oluşur. Bu nedenle kalite maliyet sistemi bu faktörlerin tespitinde oldukça önemlidir. KMS, hem üretim hem de hizmet sektöründeki işletmeler tarafından kalite gelişimi ve maliyet etkinliği sağlamak için kullanılır (Özbirecikli, 2001: 83). KMS'nin amacı, müşteri ihtiyaçlarına ve beklentilerine uygun kalitede ve uygun fiyatta üretim yapılmasını sağlamaktır. Burada önemli olan nokta, çok yüksek maliyetle yüksek kalitede mal üretmek değil, müşterilerin gelir düzeylerine uygun kalitede üretim yaparak müşteri taleplerini karşılamaktır. Bu durum uygunluk kalitesinin sağlanmasıyla mümkün olacaktır (Tekin, 2004: 178). İşletmeler müşteri ihtiyaçlarına ve beklentilerini dikkate alarak istenilen kalitede ve fiyatta üretim yapmaları gerekmektedir. Bu nedenle işletmelerde kalite maliyet sistemi kurulurken izlenmesi gereken adımlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Doğan, 2000: 32):

Kalite maliyetlerinde ölçme ve değerlemenin önemini ortaya çıkarmak için bir ön çalışma yapılmalıdır. Mevcut verilerden hareketle özellikle başarısızlık maliyetlerinin durumu belirlenir. Kalite maliyetlerinin mevcut durumu ve geleceğe yönelik planlar işletme yönetimine açıklanarak, yönetimin desteği alınmalıdır. Kalite maliyeti grupları belirlenmeli, veri toplama ve işleme yöntemleri saptanmalıdır. Malzeme ve bilgi akışları incelenerek kalite maliyetleri tanımlanmalı ve sınıflandırılmalıdır. İşletme çalışanlarının kalite maliyeti analizine katılmalarını sağlamak için eğitimler düzenlenmelidir. Dolayısıyla KMS uygulayan ve bu sistemin önemini kavramış olan işletmeler, diğer işletmelere nazaran piyasada kalma ve daha geniş pazar payına sahip olabilmektedirler (Yumuk ve İnan, 2005: 179). KMS'nin temel felsefesinde, her kusurlu üretimin bir kök nedeni olduğu, bu nedenlerin önlenebildiği, önlemenin her zaman daha ucuz olduğu düşünülmektedir (Uysal, 2004: 38).

II. YÖNTEM

Araştırma kapsamında Doğu Karadeniz Bölgesi'nde hizmet veren üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin personel sayısı, faaliyet süresi, doluluk oranı, sahip olduğu kalite belgeleri, kalite kontrol departmanı, kalite maliyet sistemi, kalite eğitimleri gibi mevcut durumları tespit edilmiştir ve otel işletmelerinin önleme, ölçme-değerlendirme ve başarısızlık maliyetleri ile ilgili kalite maliyet unsurlarının izlenmekte veya izlenmemekte durumları tespit edilmiştir.

II.I. Evren ve Örneklem

Araştırmanın uygulama kısmını Doğu Karadeniz Bölgesi'nde faaliyet gösteren üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri oluşturmaktadır. Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki otel işletmelerini sahip oldukları belge ve yıldız sayılarına göre incelendiğinde yatırım belgeli tesis sayısı 41, turizm işletme

belgeli tesis sayısı 43 tanedir. Sahip oldukları yıldız sayılarına göre bakıldığında beş yıldızlı tesis sayısı 3, dört yıldızlı tesis sayısı 23 ve üç yıldızlı tesis sayısı ise 58'dir. Kültür ve Turizm Bakanlığı resmi internet sitesinden alınan bilgilere göre Doğu Karadeniz Bölgesi'nde toplamda 84 otel işletmesi bulunmaktadır.

II.II. Verilerin Toplanması

Araştırmada verilerinin toplanmasında öncelikle konaklama işletmeleri, otel işletmeciliği ve kms ile ilgili kaynakçalara ulaşılmıştır ve anket formu kullanarak demografik ve ölçek tipi sorular evet/hayır şeklinde hazırlanmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde araştırmaya konu olan otel işletmeleri ile ilgili demografik özellikler ve aynı zamanda kms kullanıp kullanmamalarına yönelik sorular yer almakta, son bölümde ise otel işletmelerinin kms izlemekte oldukları unsurlar ile ilgili sorulara yer verilmiştir. Araştırmada kullanılan değerlendirme ölçeği iç tutarlılık katsayısı ile incelenmiş dolayısıyla Cronbach's Alpha değeri hesaplanmıştır ve 0.91 olarak belirlenmiştir. Bu değeri, ölçeğin güvenilir ve aynı zamanda kararlı bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir.

II.III. Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen veriler anket yoluyla elde edilmiştir. Verilerin analizi için SPSS programından (Statistical Package For Social Science) yararlanılarak istatistiksel sonuçlar elde edilmiştir. Değerlendirme ölçeğinin birinci bölümünde yer alan demografik özellikler ve işletmelerin kms kullanımı ile ilgili özelliklere ait bulguların yorumlanmasında frekans ve yüzde dağılımı, ortalama ve standart sapma gibi betimsel istatistik değeriilerinden yararlanılmıştır. Anketin ikinci ve son bölümünde yer alan kms unsurları ile ilgili sorular; önleme maliyetleri, ölçme-değerlendirme maliyetleri, başarısızlık (içsel ve dışsal) maliyetlerine göre bölümlendirilmiştir. Sorulara verilen cevaplar izlenmekte/izlenmemekte olarak değeriilerden alınmıştır ve izlenmekte olan unsurların yüzde ve frekans dağılımları ortaya çıkarılmıştır.

III. BULGULAR VE YORUM

III.I. Araştırmaya Konu Olan Otel İşletmelerinin Demografik Özellikleri

Araştırmaya konu olan Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki otel işletmelerinin yıldız sayısı, personel sayısı, faaliyet süresi, doluluk oranı gibi demografik özellikleri ile ilgili bulgulara yer verilmiştir. Otel işletmelerinin demografik özelliklere göre yüzde ve frekans dağılımları Tablo1'de gösterilmektedir.

Tablo 1: Araştırmaya Konu Olan Otel İşletmelerinin Demografik Özelliklere Göre Dağılımı

| | | Frekans | % |
|--------------------------------------|---------------|----------------|------------|
| Yıldız Sayısı | 3 Yıldız | 47 | 67,1 |
| | 4 Yıldız | 20 | 28,6 |
| | 5 Yıldız | 3 | 4,3 |
| | Toplam | 70 | 100 |
| Çalışan Personel Sayısı | 0-15 kişi | 29 | 41,4 |
| | 16-30 kişi | 26 | 37,1 |
| | 31-45 kişi | 12 | 17,1 |
| | 46-60 kişi | 3 | 4,3 |
| | Toplam | 70 | 100 |
| Faaliyet Süresi | 0-5 yıl | 16 | 22,9 |
| | 6-10 yıl | 23 | 32,9 |
| | 11-15 yıl | 16 | 22,9 |
| | 16-20 yıl | 8 | 11,4 |
| | 21yıl üzeri | 7 | 10,0 |
| | Toplam | 70 | 100 |
| Yıllık Ortalama Doluluk Oranı | %0-25 | 3 | 4,3 |
| | %26-50 | 19 | 27,1 |
| | %51-75 | 34 | 48,6 |
| | %76-100 | 14 | 20,0 |
| | Toplam | 70 | 100 |

Tablo 1’de yer alan verilere göre Doğu Karadeniz Bölgesi’ndeki otel işletmelerinin; % 67,1’lik kısmının 3 yıldızla sahip olması konaklama işletmelerinin arz kapasitelerinin istenilen seviyede olmadığını göstermektedir. % 41,4’lük kısmı 0-15 kişi arasında olması üç yıldızlı otel işletmelerinin yoğunlukta olması ve turizm sezonunun kısa olması ile ilgilidir. % 32,9’unun 6-10 yıl arasında olması turizm yatırımlarının en fazla bu dönemde olduğu gözlenmekte ve turizminin gelişmekte olduğunu ifade etmektedir. % 48,6’lık kısmının % 51-75 arasında olması turizm sezonu dışında da konaklama faaliyetlerinin yapıldığı gözlenmektedir.

III.II. Araştırmaya Konu Olan Otel İşletmelerinin Sahip Olduğu Özellikler

Araştırmaya konu olan Doğu Karadeniz Bölgesi’ndeki otel işletmelerinin sahip oldukları kalite belgeleri, kalite kontrol departmanı ve bağlı olduğu birim, kalite maliyet sistemi durumları, kalite maliyetlerini ölçme-raporlama durumu, kalite maliyet raporlarının kullanımı ve çalışanlara kalite eğitimi verilmesi ile ilgili özelliklerinin yüzde ve frekans dağılımları Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2: Araştırmaya Katılan Otel İşletmelerinin Sahip Oldukları Özelliklere Göre Dağılımı

| | | Fr. | % |
|--|--------------------------------|-----------|------------|
| İşletmenin Sahip Olduğu Kalite Belgeleri | Iso9000 serisi | 11 | 15,7 |
| | Diğer | 10 | 14,3 |
| | Yok - devam ediyor | 21 | 30,0 |
| | Yok | 22 | 31,4 |
| | Iso9000 serisi ve diğer | 6 | 8,6 |
| Toplam | | 70 | 100 |
| İşletmelerin Kalite Kontrol Departmanı Olma Durumları | Evet | 24 | 34,3 |
| | Hayır | 46 | 65,7 |
| Toplam | | 70 | 100 |
| Kalite Kontrol Departmanlarının Bağlı Olduğu Birim | Kalite kontrol dep. | 5 | 7,1 |
| | Muhasebe | 18 | 25,7 |
| | Pazarlama Satış | 1 | 1,4 |
| | Zaten Yok | 46 | 65,7 |
| Toplam | | 70 | 100 |
| Kalite Maliyetleri Sistemine Sahip Olma Durumları | Evet | 21 | 30,0 |
| | Hayır | 49 | 70,0 |
| Toplam | | 70 | 100 |
| KMS Oluşturma Durumu | Evet | 14 | 20,0 |
| | Hayır | 11 | 15,7 |
| | Fikrim yok | 23 | 32,9 |
| | Mevcut | 22 | 31,4 |
| Toplam | | 70 | 100 |
| Kalite Maliyetlerinin Ölçülmesi ve Raporlanması Durumu | Ölçülmekte | 8 | 11,4 |
| | Her ikisi de yapılmakta | 20 | 28,6 |
| | Her ikisi de yapılmıyor | 42 | 60,0 |
| Toplam | | 70 | 100 |
| Kalite Maliyet Raporlarının Kullanım Alanları | Ürün maliyeti | 4 | 5,7 |
| | Fiyatlandırma | 5 | 7,1 |
| | Ürün maliyeti/ Fiyat. | 4 | 5,7 |
| | Hepsi | 13 | 18,6 |
| | Hiçbiri | 33 | 47,1 |
| | Ürün maliyet, geliş. plan | 7 | 10,0 |
| | Süreç geliş- Kalite plan. | 2 | 2,9 |
| | Bütçe,kalite plan, ürün geliş. | 2 | 2,8 |
| Toplam | | 70 | 100 |
| Çalışanlara Kalite Eğitimi Verilmesi Durumu | Evet | 33 | 47,1 |
| | Hayır | 37 | 52,9 |
| Toplam | | 70 | 100 |

Tablo 2’de yer alan verilere göre araştırmaya konu olan Doğu Karadeniz Bölgesi’ndeki otel işletmelerinin; % 61,4'lük kısmı herhangi bir kalite belgesine sahip değildir. % 25,7'lik kısmı muhasebe birimi içerisinde faaliyet gösterdiğini belirtmişlerdir. % 70'i ise kalite maliyet sistemine sahip olmadıklarını belirtmişlerdir. % 32,9'luk kısmı ise konu ile ilgili fikirlerinin olmadığını ifade etmişlerdir. % 60'lık kısmının ise kalite maliyet sistemleri ile ilgili ölçüm veya raporlama işlemlerini yapmadıkları ortaya çıkmaktadır. % 47,1'i kalite maliyet raporlarının hiçbirini kullanmadıklarını ifade etmişlerdir. % 52,9'luk kısmının kalite ile ilgili eğitim vermedikleri görülmektedir. Dolayısıyla otel işletmelerinin kalite konusunda henüz istenilen seviyede olmadıkları gözlenmektedir.

III.III. Araştırmaya Konu Olan Otel İşletmelerinin Kalite Maliyet Unsurları

Araştırmaya konu olan Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki otel işletmelerinde izlenen kalite maliyet unsurları ile ilgili bulgulara yer verilmiştir. Kalite maliyet unsurları; önleme maliyetleri, ölçme ve değerlendirme maliyetleri, başarısızlık maliyetleri; içsel başarısızlık maliyetleri ve dışsal başarısızlık maliyetleri olarak incelenmiştir.

a. Önleme Maliyeti ile İlgili Frekans Dağılımları

Araştırmaya konu olan Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki otel işletmelerinin kalite maliyet sistemi unsurları ile ilgili sorulardan önleme maliyetlerini izleme durumları incelenmiştir. Tablo 3'te otel işletmelerinin izlemekte oldukları önleme maliyeti ile ilgili yüzde ve frekans dağılımları ortaya çıkarılmıştır.

Tablo 3: Önleme Maliyetleri ile İlgili Frekans Dağılımları

| Önleme Maliyetleri ile İlgili İfadeler | F | % |
|--|----|------|
| Kalite maliyetlerinin geliştirilmesi ve iyileştirilmesi ile ilgili maliyetler | 36 | 51,4 |
| Kalite planlaması ve standartların oluşturulması ile ilgili maliyetler | 34 | 48,6 |
| Ürün ve hizmet tasarımı ile ilgili maliyetler | 37 | 52,9 |
| Makine, alet, cihaz vb. bakım-onarım maliyetleri | 54 | 77,1 |
| Kalite ve kalite maliyetleri ile ilgili eğitim maliyetleri | 28 | 40,0 |
| Müşteri istek ve ihtiyaçlarını belirlemeye yönelik yapılan pazar araştırma maliyetleri | 46 | 65,7 |
| Mevcut kalite performansını arttırmak için yapılan çalışmalar ve işçilik maliyetleri | 28 | 40,0 |

Tablo 3'te yer alan verilere göre araştırmaya konu olan Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki otel işletmelerinin önleme maliyet unsurlarını izlemelerine göre;

% 51,4'ünün "kalite maliyetlerinin geliştirilmesi ve iyileştirilmesi ile ilgili maliyetleri" izledikleri, % 48,6'sının "kalite planlaması ve standartların oluşturulması ile ilgili maliyetleri" izledikleri, % 52,9'unun "ürün ve hizmet tasarımı ile ilgili maliyetleri" izledikleri, % 77,1'inin "makine, alet, cihaz gibi bakım-onarım maliyetlerini" izledikleri, % 40'ının "kalite ve kalite maliyetleri ile ilgili eğitim maliyetlerini" izledikleri, % 65,7'sinin "müşteri istek ve ihtiyaçlarını belirlemeye yönelik yapılan pazar araştırmalarının maliyetlerini" izledikleri, %40'ının ise "mevcut kalite performansını arttırmak için yapılan çalışmaların ve ilgili işçilik maliyetlerini" izledikleri görülmüştür ve Tablo 3'te yer alan verilere göre araştırmaya konu olan Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki otel işletmelerinin önleme maliyet unsurlarını genel olarak izledikleri gözlemlenmiştir.

b. Ölçme ve Değerlendirme Maliyetleri ile İlgili Frekans Dağılımları

Araştırmaya konu olan Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki otel işletmelerinin kalite maliyet sistemi unsurları ile ilgili sorulardan ölçme ve değerlendirme maliyetlerini izleme durumları incelenmiştir. Tablo 4'te otel işletmelerinin izlemekte oldukları ölçme ve değerlendirme maliyet unsurları ile ilgili yüzde ve frekans dağılımları ortaya çıkarılmıştır.

Tablo 4: Ölçme ve Değerlendirme Maliyetleri ile İlgili Frekans Dağılımları

| Ölçme ve Değerlendirme Maliyetleri ile İlgili İfadeler | F | % |
|--|----------|----------|
| Ürün ve hizmet üretiminde kullanılmak için satın alınan malzemenin kontrol maliyetleri | 42 | 60,0 |
| Satın alınan malzeme kontrollerin işçilik maliyetleri | 43 | 61,4 |
| Üretim/hizmet işlemlerinin üretimden başlayıp sunuma kadar yapılan kontrol maliyetleri | 27 | 38,6 |
| Üretilen ürün/hizmetlerin belirlenen kalite standartlarına uygunluğu kontrol maliyetleri | 32 | 45,7 |

Tablo 4'te yer alan verilere göre araştırmaya konu olan Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki otel işletmelerinin ölçme-değerlendirme maliyet unsurlarını izlemeleri durumlarına göre;

% 60'ının "ürün ve hizmet üretiminde kullanılmak için satın alınan malzemenin kontrol maliyetlerini" izledikleri, % 61,4'ünün "satın alınan malzeme kontrollerin işçilik maliyetlerini" izledikleri, % 38,6'sının "üretim ya da hizmet işlemlerinin üretimden başlayıp sunumuna kadar yapılan kontroller ilgili maliyetleri" izledikleri, % 45,7'sinin "üretilen ürün ve hizmetlerin belirlenen kalite standartlarına uygunluğunun kontrolünden kaynaklanan maliyetleri" izledikleri belirlenmiştir ve Tablo 4'te yer alan verilere göre araştırmaya konu olan Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki otel işletmelerinin ölçme-değerlendirme maliyet unsurlarından ürün ve hizmet üretiminde kullanılmak için satın alınan malzemenin kontrol maliyetlerine ve malzeme kontrollerin işçilik maliyetlerine daha çok önem verdikleri gözlenmektedir. Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki otel işletmelerinin ölçme-değerlendirme maliyet unsurlarından üretim ya da hizmet işlemlerinin üretimden başlayıp sunumuna kadar yapılan kontroller ilgili maliyetlere ve üretilen ürünlerin belirlenen kalite standartlarına uygunluğunun kontrolünden kaynaklanan maliyetlere yukarıda ifade edilen malzeme kontrolü ve işçilik kontrolüne göre daha az önem verdikleri gözlenmektedir.

c. Başarısızlık Maliyetleri ile İlgili Frekans Dağılımları

Bu kısımda araştırmaya konu olan Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki otel işletmelerinin kalite maliyet sistemi unsurları ile ilgili sorulardan başarısızlık maliyetleri ile ilgili olanları izleme durumları incelenmiştir. Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki otel işletmelerinin izlemekte oldukları başarısızlık maliyetleri; içsel başarısızlık ve dışsal başarısızlık olmak üzere iki başlıkta açıklanmaya çalışılmıştır.

• İçsel Başarısızlık Maliyetleri

Araştırmaya konu olan Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki otel işletmelerinin kalite maliyet sistemi unsurları ile ilgili sorulardan içsel başarısızlık maliyetlerini izleme durumları incelenmiştir. Tablo 5'de otel işletmelerinin izlemekte oldukları içsel başarısızlık maliyet unsurları ile ilgili yüzde ve frekans dağılımları ortaya çıkarılmıştır.

Tablo 5: İçsel Başarısızlık Maliyetleri ile İlgili Frekans Dağılımları

| İçsel Başarısızlık Maliyetleri ile İlgili İfadeler | F | % |
|---|----------|----------|
| Sunulan hatalı ürün ve hizmetlerin düzeltilmesi ile ilgili maliyetler | 48 | 68,6 |
| Ürün ve hizmet üretim sürecinin durmasından kaynaklanan maliyetler | 31 | 44,3 |
| Sunulan hatalı ürün ve hizmetlerden kaynaklanan maliyetler | 39 | 55,7 |
| Yeniden kontrol ve test maliyetleri izlenmektedir | 28 | 40,0 |

Tablo 5’de yer alan verilere göre araştırmaya konu olan Doğu Karadeniz Bölgesi’ndeki otel işletmelerinin içsel başarısızlık maliyet unsurlarını izlemeleri durumlarına göre;

- **Dışsal Başarısızlık Maliyetleri**

Araştırmaya konu olan otel işletmelerinin kalite maliyet sistemi unsurları ile ilgili sorulardan dışsal başarısızlık maliyetleri ile ilgili izleme durumları incelenmiştir. Tablo 6’da otel işletmelerinin izlemekte oldukları dışsal başarısızlık maliyet unsurları ile ilgili yüzde ve frekans dağılımları ortaya çıkarılmıştır.

Tablo 6:Dışsal Başarısızlık Maliyetleri ile İlgili Frekans Dağılımları

| Dışsal Başarısızlık Maliyetleri ile İlgili İfadeler | F | % |
|---|----|------|
| Müşteri şikâyetlerinin araştırılması ve düzeltilmesi ile ilgili maliyetler | 49 | 70,0 |
| Ceza ve tazminattan kaynaklanan maliyetler | 32 | 45,7 |
| Ürün ve hizmetlerin kalitesinden tatmin olunmaması nedeniyle ortaya çıkan müşteri kaybı ile ilgili olan maliyetler | 42 | 60,0 |
| Ürün ve hizmetlerin kalitesinden memnun olmamaları sonucu yapılan kötü reklamdan dolayı oluşan müşteri kayıplarının maliyetleri | 37 | 52,9 |
| Kalite sorunları nedeniyle, satışlardaki düşme ve azalma miktarlarına karşılık kar kayıplarının oluşturduğu maliyetler | 37 | 52,9 |

Tablo 6’da yer alan verilere göre araştırmaya konu olan Doğu Karadeniz Bölgesi’ndeki otel işletmelerinin dışsal başarısızlık maliyet unsurlarını izlemeleri durumlarına göre;

% 70’lik kısmı "müşteri şikâyetlerinin araştırılması ve düzeltilmesi ile ilgili maliyetleri" izlediği, % 45,7’lik kısmı "ceza ve tazminattan kaynaklanan maliyetleri" izlediği, % 60’lık kısmı "ürün ve hizmetlerin kalitesinden tatmin olunmaması nedeniyle ortaya çıkan müşteri kaybı ile ilgili olan maliyetleri" izlediği, % 52,9’luk kısmı "ürün ve hizmetlerin kalitesinden memnun olmamaları sonucu yapılan kötü reklamdan dolayı oluşan müşteri kayıplarının maliyetleri" izlediği, % 52,9’luk kısmı "kalite sorunları nedeniyle, satışlardaki düşme ve azalma miktarlarına karşılık kar kayıplarının oluşturduğu maliyetleri" izlediği ortaya çıkmaktadır ve Tablo 6’da yer alan verilere göre araştırmaya konu olan Doğu Karadeniz Bölgesi’ndeki otel işletmelerinin dışsal başarısızlık maliyet unsurlarını; içsel başarısızlık maliyet unsurlarına göre daha fazla önemsedikleri gözlenmekte ve otel işletmeleri çalışmalarını daha çok dışsal başarısızlık maliyetleri ile ilgili yapmaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Gelişen ve değişen dünya şartlarında başta tarım, endüstri, hizmet sektörleri olmak üzere tüm sektörlerde rekabet sürekli olarak artmaktadır ve işletmelerin varlığını sürdürebilmesi için kendilerini sürekli olarak geliştirmeleri ve yenilemeleri gerekmektedir. Hizmet sektöründe bulunan bir işletmeyi rakiplerinden farklı kılan rekabet aracı hizmetin seviyesi ve kalitesi olmaktadır. Ancak hizmet sektöründe, kalitenin belirlenebilmesi ise, oldukça güçtür. Güç olmasının nedeni, hizmetlerin ürünler gibi somut değil, soyut faydalar sağlamasıdır. Yani hizmetin gerek sunmakta olan işletmeye, gerekse aynı işletme içinde yer alan hizmeti sunan kişilere göre değişim göstermesi ve farklı hizmet seviyeleri ile karşılaşılmasının mümkün olmasıdır. Aynı zamanda önemli olarak değer gören bir diğer nokta da, tüketicilerin her birinin hizmet seviyesini ve kalitesini farklı algılamasıdır. Kalite, müşterinin arzuladığı bir durum olduğuna göre, müşterinin arzu ettiklerinin belirlenebilmesi ve müşteri merkezli olarak karşılanabilmesi, müşteriden elde edilen bilgiye ve bu bilginin doğrultusunda, faaliyetlerin

müşteriye uygun hale getirilmesine bağlı olmaktadır (Bayuk, 2006: 3). Bu nedenle hizmet sektöründe yer alan konaklama işletmelerinde kalite, kalite maliyetleri ve kalite maliyet sistemi kavramları önem kazanmaktadır. Genel olarak uygulama sonuçlarına bakıldığında;

Otel işletmelerinin % 67,1'inin üç yıldızlı, % 28,6'sının dört yıldızlı ve % 4,3'ünün de beş yıldızlı otel işletmesi kategorisinde olduğu tespit edilmiştir. Faaliyet gösteren otel işletmelerinin büyük bir bölümünün üç yıldızla sahip olduğu saptanmıştır ve bölgedeki nitelikli otel işletmeleri yatırımlarının yapılması ve konaklama arz kapasitesinin artırılması gerekmektedir.

Otel işletmelerinin faaliyet sürelerine bakıldığında, 2000 yılından günümüze kadar olan zaman diliminde tesis anlamında yatırımların arttığı gözlenmektedir. Dolayısıyla, son 10-15 yıllık periyotta bölgede turizm sektörü gelişmekte ve turizm faaliyetlerine katılım artmaktadır.

Otel işletmelerinin % 61,4'lük kısmının kalite belgesine sahip olmaması, kalite belgesi konusunda eksiklikler olduğu bilgisine ulaşılmaktadır. Bu nedenle, işletmelerin kalite belgesine sahip olmaları konusunda gerekli çalışmaların yapılması ve kalite belgesinin zorunlu hale getirilmesi gerekmektedir.

Otel işletmelerinin % 65,7'lik büyük bir kısmının kalite kontrol departmanına sahip olmadığı dolayısıyla otel işletmelerinin kalite kontrol birimini ayrı bir departman olarak değerlendirilmesi ve kalite kontrol departmanı oluşturması için gerekli çalışmaların yapılması sağlanmalıdır.

Otel işletmelerinin % 30'u kalite maliyet sistemine sahip iken; % 70'inin kalite maliyet sistemine sahip olmadıkları tespit edilmiştir. Bu nedenle bölgedeki otel işletmelerinde kalite maliyet sistemi konusunda eğitimlerin verilmesi ve kalite ile ilgili çalışmalar yapılmalıdır.

Otel işletmelerinin sadece % 11,4'ünün kalite maliyet sistemleri ölçmekte olduğu; % 28,6'sının hem ölçülüp hem de raporlandığı tespit edilirken, % 60'ının ise ölçüm veya raporlama işlemlerini yapmadıkları tespit edilmiştir. Dolayısıyla kalite maliyet sistemi ile ilgili otel işletmelerinin büyük bir bölümü kalite konusunda herhangi bir ölçüm veya raporlama yapmadıkları bilgisine ulaşılmaktadır ve otel işletmelerinde kalite maliyet sisteminin henüz olgunlaşmamış olması kalite maliyet sisteminin ölçme ve raporlama durumunu etkilemektedir.

Otel işletmelerinin % 47,1'inin çalışanlarına kalite konusunda eğitim verdikleri ve kalite eğitimi ile ilgili uygulamalar yaptıkları bilgisine ulaşılmaktadır. Ancak eğitim faaliyetlerinin istenilen seviyede olmayışı kalite eğitimi konusunda eksikliklerin olduğu anlamına gelmektedir.

Otel işletmelerinin kalite maliyet sistemi unsurlarından önleme maliyetleri ile ilgili veriler incelendiğinde; otel işletmeleri kalite maliyetlerinin iyileştirilmesi, kalite planlaması, hizmet tasarımı, eğitim ve işçilik maliyetlerine göre bakım-onarım ve pazar araştırmaları için yapılan maliyetleri daha fazla önemsedikleri tespit edilmiştir.

Otel işletmelerinin kms unsurlarından ölçme ve değerlendirme maliyetleri ile ilgili veriler incelendiğinde; satın alınan malzemenin kontrolleri konusunda daha fazla ölçüm ve değerlendirme yaptıkları ancak üretim süreci ve üretimin kalite standartlarına uygunluğu konusunda ölçüm ve değerlendirme bakımından beklenen seviyede olmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle otel işletmeleri üretimden sunuma kadar olan kalite sürecine önem vermeleri gerekmektedir.

Otel işletmelerinin kms unsurlarından başarısızlık maliyetleri ile ilgili veriler incelendiğinde; hataları düzeltmenin maliyeti her zaman fazla olmaktadır. Bu bağlamda otel işletmelerinin konukların ihtiyaçlarını merkeze alan müşteri odaklı bir kalite anlayışını benimsemeleri gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- ACAR, D. (2005), *Küresel Rekabette Maliyet Yönetimi ve Yaklaşımları*, Asil Yayınları, Ankara.
- AKAT, Ö. (2000), *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*, Ekin Kitabevi: Bursa.
- AKÇADAĞ, S., ÖZDEMİR, E. (2005), "İnsan Kaynakları Kapsamında 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde İş Tatmini", *Kocaeli Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 167-193.
- AKTAŞ, A. (2002), *Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi*, Azim Yayınevi: Antalya.

- ALICI, Ş. (2007), "Kalite Maliyetleri ve Kalite Maliyetlerinin PAF Modeli Çerçevesinde Test Edilmesine Yönelik Bir Uygulama", *Yüksek Lisans Tezi*, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- BATMAN, O. (2003), *Otel İşletmelerinin Yönetimi*, Değişim Yayınları: İstanbul.
- BOZKURT, R. (2003), *Kalite Maliyetleri*, MPM Yayınları, No: 641, Ankara.
- ÇABUK, Y. (2005), "Kalite Maliyetleri ve Kalite Maliyetlerini Ölçmede Kullanılan Yöntemler", *ZKÜ Bartın Orman Fakültesi Dergisi*.
- ÇAKIR, P. (2002), *Otel İşletmeciliğinde Destek Hizmetleri*, Anadolu Üni: Eskişehir.
- DOĞAN, K. (2002), *Toplam Kalite Yönetimi*, İstanbul Tarım İl Müdürlüğü Yayınları, İstanbul.
- ERASLAN, N. (2009), *Konaklama İşletmelerinde Ön büro İşlemleri ve Yönetimi*, Detay: Ankara.
- FEİGENBAUM, A. (1991), *Total Quality Control*, McGraw-Hill, New York.
- GÜRSOY, C. T. (1997), *Yönetim ve Maliyet Muhasebesi*, 1.Baskı, Lebib Yalkın Yayınları, İstanbul.
- HAZAR, A. (2010), *Meslek Yüksekokulları İçin Genel Turizm*, Nobel Yayın, Ankara.
- KARABULUT F. (2009), "Sağlık İşletmelerinde Kalite ve Akreditasyon ISO/IEC 15189:2003 Uyg.", *Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi*, İzmir.
- KARCIOĞLU, R. (2000), *Stratejik Maliyet Yönetimi*, Aktif Yayınevi: Erzurum.
- KIRLIOĞLU, H. (2013), *Kalite Maliyetleri Genişletilmiş 2. Baskı*, Sakarya Yayıncılık: Adapazarı.
- KOZAK, M. A. (2011), *Otel İşletmelerinde Kat Hizmetleri Yönetimi*, Detay Yayıncılık: Ankara.
- ÖZBİRECİKLİ, M. (2001), *Kalite Maliyetlerinin Muhasebe Sistemindeki Yeri ve Yönetimsel Kararlara Etkileri, Muhasebe ve Denetime Bakış*, Detay Yayıncılık: Ankara.
- ÖZENCİ, T.B., CUNBUL, L.Ö. (1998), *Kalite Ekonomisi*, Kal-Der Yayınları: İstanbul.
- RAO, A., P. C. LAWRENCE, I. DAMBOLENA, R. J. KOPP, J. MARTİN, F. RAFRİ,
P. F. SCHLESİNGER (1996), *Total Quality Management, A Cross Functional Perspective*, Johan Wiley & Sons: U.S.A.
- ŞALE, İ. (2001), *Toplam Kalite Uygulamaları*, 1.Baskı, Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- ŞENER, B. (2001), *Modern Otel İşletmelerinde Yönetim ve Organizasyon*, Detay Yayınevi: Ankara.
- SEVİM, A. (1999), *Toplam Kalite Yönetiminde Bir Araç Olarak Toplam Kalite Maliyet Sisteminin Kurulması ve Bir Uygulama*, Anadolu Üniversitesi Yayınları: Eskişehir.
- TEKİN, M. (2004), *Toplam Kalite Yönetimi*, Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- TSE, TS – EN – ISO 9001: 2000 Kalite Yönetim Sistemleri Temel Eğitim Notu, Doküman: KYTE 01.
- TSE (1991), *TS. 9005 Kalite Sözlüğü-Quality Vocabulary*, Türk Standartları Enstitüsü: Ankara.
- TSE (1997), *Kalite Yönetimi ve Kalite Sistemleri Elemanları*, İşlenmiş Malzemeler Kılavuz, Ankara.
- UYSAL, E. (2004), "Kalite Maliyetleri Sistemi", *Bureau Veritas Dergisi*, S. 7, s.38-40.
- YUMUK, G., İNAN, İ. (2005), "Trakya Bölgesindeki İmalat Sanayi İşletmelerinin Kalite Maliyetlerinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi", *Tekirdağ Üniversitesi Dergisi*, Sayı 2.
- YÜKÇÜ, S. (1999), *Kalite Maliyetlerinin Muhasebeleştirilmesi*, Anadolu Matbaa İzmir.
<http://www.kulturturizm.gov.tr>.26.02.2015
<http://www.resmigazete.gov.tr/default.aspx>.25.02.2015
<http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi/edergi/c8s14/makale/c8s14m1.pdf>,08.07.2013.
<http://tdkterim.gov.tr/bts/>.11.06.2013.
<http://151820043008.tr.gg/Kalite-ve-Maliyet>.25.02.2015

KAPİTALİZMİN TARİHİNDE FİNANSAL KRİZLER: TARİH TEKERRÜR MÜ EDİYOR?

Ahmet Arif EREN¹
Metin SARAÇOĞLU²

“Etme ahvâl-i halkı istifsâr
Nakl idersem keder verir zirâ
Çıkdı âteş bahâsına heyzüm
Satılır dirhem ile ‘ûd- âsâ
Yâ kömür şöyle kim gubârı dahi
Tütüya oldu dîdeye hâlâ
Revgan-i dil erimede şeb ü rûz
Mum deyu şem 'a-veş yanup fukarâ
Ser-i dervîşde bir küleh görse
Bal kabağı sanup kapar gurebâ
Cümle eşya bahâdadır şimdi
Sirkeden gayrı yok rahîz aslâ
Koltuğunda somun sanup sevinir
Bir fakir olsa müptelâ-yı vebâ”
Osmanzade Taib

Özet

Bu çalışma tarihsel bir perspektiften hareketle ilk küresel kriz olan South Sea Balonuna odaklanarak krizlerin patikasını ortaya koymak amaçındadır. Genellikle iktisadi krizler kar oranlarının azaldığı dönemlerde yaşanmaktadır. Feodal üretim tarzının çözülüp kapitalist üretim tarzının yeşermekten çıkıp, serpilip büyüdüğü 18. Yüzyılın başları aynı zamanda küresel krizlerin de başlangıcına tanıklık etmektedir. Bu bağlamda kapitalizm ile krizler arasında bir ilişki tesis edilebilir. South Sea Balonu ile başlayan iktisadi krizler benzer yapıları ve özellikleri ile kapitalist sistemin içsel bir parçası olmuştur. Sistemin zayıflaması sistemi bütünüyle onarma fırsatı verecek krizler yaratır. Tarihsel araştırma sistemin böylesi tekerrür fırsatları verdiğini gösterir.

Anahtar Kelimeler: South Sea Balonu, Ekonomik Krizler, Krizin Etimolojisi

Jel Sınıflandırılması: N23, G01, N13

FINANCIAL CRISES IN THE HISTORY OF THE CAPITALISM: DOES HISTORY REPEAT ITSELF?

Abstract

This paper aims to put forth the path of crises in a historical perspective by focusing on the first crises namely the south sea bubble. Usually economic crises occur in the periods of the rate of profit declines. The beginning of the eighteenth century not only witnesses the dissolution of feudal form of production and the beginning of the capitalistic form of production but the beginning of the global crises as well. In this context there could be a relation between the crises and the capitalism. The economic crises which began with the South Sea Bubble became an inherent part of the capitalistic system by way of their similar structure and the properties. So that the weakling of the system generates a crises which can be evaluated as an opportunity to repair the system literally. And historical investigation could show that the system allows such repetition of history.

Key Words: South Sea Bubble, Economic Crises, Etymology of Crises

Jel Classification: N23, G01, N13

¹ Yrd. Doç. Dr. Ömer Halisdemir Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü, ahmetarif74@gmail.com

² Yrd. Doç. Dr. Gazi Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, metinsaracoglu1@gmail.com

GİRİŞ

1700'lü yılların başlarında, Osmanzade Taib tarafından kaleme alınan yukarıdaki manzume, krizler sonrasında halkın kıtlık ve pahalılıktan ne kadar muzdarip olduğunu gözler önüne serer. Bilindiği üzere krizlerin *işsizlik* ve pahalılık gibi sosyo-iktisadi sonuçları vardır. Krizden çıkış reçeteleri olarak da halktan alınan vergilerin devlet tarafından iktisadi sistemi canlandırmada kullanılması önerilmektedir. Dolayısıyla hem krizler hem de krizden çıkış reçetelerinin olumsuz sonuçları büyük ölçüde halka yansır. Piyasanın görünmez güçleri yerine ise devlet göreve çağrılır. Bu noktada bir bilim olarak iktisat, krizlerin yarattığı toplumsal sıkıntıları giderebilmek için ironik bir şekilde sosyal bilim olma özelliğini biraz daha arka plana atarak, niceliksel yöntemler ile krizleri öngörmek için çeşitli modeller ve formüller türetir. Küreselleşme ile dayatılan standartlaşma eğiliminden hareketle, her şeyin aynı olduğu bir dünya bir anlamda bilinçaltında da olsa varsayılmakta ve bu bağlamda standarttan sapmanın nedenleri değil, standarttan sapma ihtimalleri tartışılmaktadır. Ancak burada temel sorun standarttan sapılma nedenlerindedir. Açıklanması gereken şey varsayılmakta, nedeni açıklamaya yönelik girişimler ise sistemin işleyişini kusursuz kabul ederek, bireysel hatalar ile güneş lekeleri sarmalında sıkışıp kalmaktadır. Kapitalizmin hemen hemen tüm krizlerinde, yukarıda resmedilen manzara yani sistemin yarattığı krizin sistem dışı bir nedene bağlanması ve faturanın da halka havale edilmesi az ya da çok yaşanmaktadır.

Amerika'dan dünyaya yayılan 2008 krizi de, bir yanda işsizliğin artması öte yandan görünmez el yerine devletin davet edilmesi bağlamında yukarıda çizilen tabloya uymaktadır. 2007'de Amerikan ekonomisine ilişkin temel istatistikler, bu denli büyük ve derin bir küresel krizin gelmekte olduğunu işaret etmiyordu. Bu bağlamda 2007'de ana akım iktisat yazınında bir kriz beklentisi yoktu. 2008'in Eylülü³ ise krizin "herkes" tarafından *hissedildiği* bir tarih olarak kabul görebilir. 2008 senesinin dördüncü çeyreği ve 2009'un ilk çeyreğinde Amerika ekonomisi sırasıyla %8,2 ve %5,4 küçülmüştür⁴. İşsizlik rakamlarına bakıldığında ise, 2007'de işsizlik %4-5 bandında seyrederken, 2008'in son çeyreğinde %7'lere doğru yükselmiş ve 2009'un ilk çeyreğinde 2007 senesinin neredeyse iki katı gibi orana, %9'a yükselmiştir.⁵

Küresel finansal piyasaların işleyiş mekanizmaları ve kapitalizmin tarihi göz önünde bulundurmayanlar için kriz; arızı bir olgudur. Ancak krizin sonuçları neo liberal ideologları hayrete düşürmekle kalmadı, piyasanın görünemez bir el tarafından daima kendi dengesini bulduğu, ekonominin kendiliğinden düzenlendiği neo liberal düşüncenin omurgasını oluşturan görüşünü temelinden sarsıntıya uğrattı. Öyle ki CEO'lar bile durumun farkına varmışlardı. Spiegel Dergisi Deutsche Bank CEO'sunun devleti yardıma çağırmasını başlık yaptığı yazıda Ceo'nun şu sözlerini fotoğrafının altına koyarak özellikle altını çizmişti: "*piyasaların kendini iyileştirici gücüne artık daha fazla inanmıyorum*". Ekonomi devletin himayesinden çıkartılıp piyasanın "görünmez el"ine teslim edildiğinde; refah, istihdam ve istikrar olması beklenirken; tersine dönemsel krizlerin yaşandı. Gelir dağılımına bakıldığında adaletin bozulduğu⁶ ve işsizliğin yukarıda da istatistiklerle gösterildiği üzere oldukça arttığı söylenebilir. Kapitalizmin tarihine bakıldığında böylesi krizlerle giderek daha da sık karşılaşılmaktadır. Buradan hareketle bir bilim olarak iktisadın, krizlere çare üretmekte pek de başarılı olmadığı iddia edilebilir. Kapitalizmin krizlerini teşhis etmede başarı imtihanını geçememiş bir "bilim" ile ona çare üretmeye çalışmak beyhude bir çaba gibi görünmektedir. Clarke (2009: 11) bu durumu ironik bir şekilde aşağıdaki, sözleri ile belirtir:

"Her büyümede, kapitalizm savunucuları, kapitalist sisteme daha başından beri bela olan kriz eğiliminin sonunda üstesinden gelinmiş olduğunu iddia ederler. Büyüme sekteye uğrayınca iktisatçılar⁷, buna dair kısmi açıklamalar sağlamak için birbirlerine düşerler. Bin dokuz yüz doksanlı yılların başında yaşanan kriz, bin dokuz yüz seksenlerde dikkatsizce borç verilmesinin sonucuydu. Bin dokuz yüz seksenli yılların başındaki kriz, bin dokuz yüz yetmişli yılların

³ 15 Eylül 2008, Lehman Brothers'ın iflasına göz yumuldu.

⁴ <http://www.bea.gov/national/index.htm#gdp>

⁵ <http://data.bls.gov/timeseries/LNS14000000>

⁶ Amerika için Gini katsayısı 2009'da artmıştır.

⁷ Vurgular orijinalinde yoktur.

sonundaki aşırı devlet harcamalarının sonucuydu. Bin dokuz yüz yetmişli yılların ortalarındaki kriz, petrol fiyatındaki yükselişin ve Vietnam Savaşının enflasyonist biçimde finanse edilmesinin sonucuydu... Her kriz, hepsi insan hatasına indirgenen, ama hiçbiri kapitalist sistemin kendisine bağlanmayan farklı bir nedene sahiptir. Yine de geçen iki yüzyıldır krizler dönemsel olarak tekrarlanmıştır.”

Her bir krizden çıkış reçetesi ise devletin ve çalışanların sırtına yüklenmekte ve sermayenin krizleri; devletin müdahalesi ve çalışanların artan yoksulluğu ile çözülmeye çalışılmaktadır.⁸ La Brotz (2008: 39-40)'un dediği gibi: “Serbest piyasa ekonomisinin, kendini düzenleyecek yeterlilikte olduğunu tartışan bankacılar ve maliyeciler, şimdi çöküşten pazarı kurtarması için hükümete çağrı yapıyor... Ekonomik krizin kamulaştırılması... Ekonominin başarılı olduğu zaman bolluğun paylaşılması fikri düşünülmezken, ekonomi başarısız olduğu zaman, kayıpların ve borcun halkla paylaşılması fikri düşünülebiliyor.” İktisadi krizlerin çözümü bir anlamda yaratılan eşitsizlikler olmakta yani iktisadi krizler topluma havale edilerek toplumsal krizler yaratmaktadır. Kısacası *halkla paylaşılıyor*. Böylece krizler yeni ama farklı krizler doğurarak ve *halkla paylaşılarak* kendine çözümler yaratırken, eski krizlerin külleri, pegasus misali yeni krizler için doğuş yeri yaratıyor. “...her boom kaçınılmaz şekilde, kendisini izleyecek güçlüklerin önkoşullarını yarattı... Bugüne kadar yaşanan güç dönemlerin her biri de, kapitalist sistem içinde, daha önce ortaya çıkmış sorunları kendi yönünden çözen ve bir sonraki boom'un önkoşullarını yaratan değişimlere yol açtı.” (Hobsbawm, 2009: 73). Bu anlamda krizlerin beklenmedik gelişmeler olmadığını söylemek mümkündür hatta kapitalizmle iç içe olduğu ve onun işleminin doğal sonucu olduğu da söylenebilir ve söylenmelidir de. Sweezy'nin ifadesiyle:

“Kapitalist ekonomilerin tarihinde daha evvel de olduğu gibi, finans sektöründeki...balonlaşma bir takım zafiyetlere neden olmaktadır; ve günün birinde finans piyasalarında aniden panik ve çöküş yaratabilir. Böyle bir durum, kuşkusuz, sadece ABD sınırları içinde kalmayıp tüm kapitalist yarı küreyi sarsan bir etkileşimler zinciri doğurabilir, bunun sonucu olarak da, 1930'lu yılların başında ortaya çıkmış olan türden bir krizin oluşması mümkündür. Bu takdirde, kapitalist dünyanın fragmente olması ve 2. Dünya savaşından beri görülmedik bir şekilde gümrük duvarlarını yükselterek birbirine rakip ticaret ve döviz blokları şeklinde bölünmesi olasıdır.” (Sweezy, 1983: 5)

Sweezy'nin yukarıdaki sözleri bu çalışmanın temel argümanlarını ihtiva eder. Bu çalışmada krizlerin temel olarak kapitalizme içkin olduğu savunulmaktadır. Kapitalizmin dışındaki ya da kenarındaki gelişmeler değil bizzat sistemin işleyişinin “doğal” sonuçları olduğu düşünülmektedir. Kriz sistemin işleyişi ile ilişkili olması bağlamında sistemin küreselliği oranında da geniş çaplı olmaktadır. Yaygınlığı ile de dünyanın bütününde az ya da çok etkili olmaktadır. Krizden çıkış reçeteleri ise krizin oluşumunda belki de en masum olan halkın sırtına yüklenmektedir. Bu söylenenleri temellendirmek için öncelikle krizin ne olduğu konusu irdelenmeli bu bağlamda krizin kavramsal çerçevesi çizilmelidir.

I. KRİZİN ETİMOLOJİSİ VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kriz kelimesi köken⁹ olarak Yunanca *krisis* kelimesinden gelmektedir. Türkçede *kriz* olarak kullandığımız bu kelime, İngilizce'de; *crisis*, Almanca'da; *krise*, Fransızca; *crise*, İtalyanca; *crisi*, İspanyolca; *crisis*, Arnavutça; *krizë*, Çekoslavakça; *krize*, Fince; *kriisi*, Hırvatça; *kriza*, İsveççe *kris*, Katalanca *crisi*, Macarca *krizis*, Portekizce; *crise*, Slovence; *kriza* olarak Avrupa dillerine yerleşir. Türkçede kriz kavramı ile eş anlamlı olarak bunalım ve buhran kavramları da kullanılmaktadır. Her iki kavram da krize karşılık gelse de, bunalım, daha küçük bir soruna karşılık kullanılabilir. Buhran ise daha büyük, yaygın bir sorunu ifade etmektedir. Bu bağlamda küresel finansal sistemde meydana gelen büyük sorunlara karşılık Türkçede kriz ya da buhran kelimesi kullanılabilir. Bunalım ise görece daha küçük, yerel iktisadi sıkıntılara karşılık kullanılabilir. Kelimenin anlamından hareket edildiğinde bu söylenenler daha da anlaşılır olur. *Krisis* kelimesi, Yunancada karar anı anlamında

⁸ Krizlerin yarattığı işsizlik olgusu IMF başkanı Dominique Strauss-Kahn'ın “*krizin üçüncü dalgası*” olarak ifade edişiyile birlikte ayrı bir anlam kazanmıştır. İstihdamsız bir büyüme olabilmektedir ancak işsizlik yaratmayan bir krizle dünya tarihinde rastlanmamıştır.

⁹ Krizin etimolojisi konusunda Üşür (2009: 33-37)'ün analizi önemli bir çalışmadır.

kullanılmaktadır. Sistemdeki tıkanıklığı giderme yolunda temel kararların alındığı döneme/an'a ilişkin olarak kullanılmaktadır. Frank'ın (1983: 145-46) sözleriyle: “*bunalım, hasta bir toplumsal, ekonomik veya politik bir organizmanın süregelen eski tarzda yaşayamaz hale geldiği ve ölüm başucunda beklerken, kendisine yeni bir yaşama şansı verecek değişiklikler geçirmek zorunda bulunduğu zaman dilimidir.*” Yukarıda kelimenin Türkçedeki kullanımını üzerine yapılan açıklamaya geri dönülürse, Frank'ın tercümesindeki; bunalım yerine, kriz demek daha uygun olur.

Krizlere ilişkin olarak yukarıdaki açıklamalardan hareketle, kapitalizmin bir takım şoklar ile krize sürüklenebileceği söylenebilir. Mesele bu şokların kaynağına ilişkin olmaktadır. Söz konusu şoklar sistemin dışından da, içinden de kaynaklanabilir. Bu bağlamda şokların kaynağına ilişkin yaklaşım, kriz politikaları, çözüm önerileri ve değerlendirmeleri için başlangıç noktası olmaktadır. Söz konusu şoklar ister içerden isterse dışarıdan kaynaklansın büyük krizlere sebep olabilirler ya da olmayabilirler. Kapitalizmin içinde bulunduğu durum bunun belirleyicisi olacaktır. Kapitalizm bu şoklara *zayıfken*¹⁰ yakalandığında genel bir kriz ortaya çıkacaktır. Buradan hareketle belki de öncelikle krizin ne olduğunun altını çizmek yararlı olabilir. Kriz esasında kapitalizmin kendini yeniden üretememesi ya da kendini yeniden üretirken buna engel olan ciddi sıkıntılarla karşılaşmasıdır.

Kriz finans kesiminde ortaya çıksa da asıl etkiyi üretimde gösterir. Krizin yayılması ile yayıldığı ülkelerde üretimin daralması el ele gider. Bu, dünyadaki ilk “küresel” kriz olan 1720’lerin Seattle Bubble’ı için de, 29 bunalımı için de, içinde yaşadığımız kriz için de geçerlidir. Korkutucu olan sadece bankaların, finans kurumlarının iflası değil, aslında bunun karşıt paralelinde meydana gelen, üretimde meydana gelen daralmadır. İşsizlik ve bunun iktisadi, sosyal ve psikolojik travmaları gibi. Krizin uzunluğu, mali bir çöküş getirmekte ve bunun yol açacağı depresyonu tedavi etmek ise pek kolay olmamaktadır. Küresel dediğimiz kriz(ler) kapitalizmle iç içedir. Sermaye birikiminden kaynaklanan sorunlar ki bunlar organik sermaye bileşiminin yükselmesi, eksik-tüketim sorunları, artık değer oranının azalması ve devletin birikimdeki çelişik rolü olarak sıralanabilir. Süreç, hisse senedi fiyatındaki artışlar ile başlamakta özellikle reel faiz oranlarının düşük olması, hisse senedi fiyatlarının artması ile sonuçlanmaktadır. Hisse senedi piyasasına yeni yatırımcılar girdiği sürece hisse senedi talebi devam edebilir ve yüksek fiyatlar varlığını koruyabilir. Bu süreç, hisse senedi fiyatlarındaki artışların şirketlerin değerinin üzerine çıkması şeklinde devam etmekte ve yeni spekülâtörler devreye girmeyince borsa çökmekte ve bu reel kesime de sirayet etmektedir. 1929 bunalımına ilişkin bu açıklama 2000’lerin başında ABD’de yaşanan dot.com krizine çok benziyor. Nasdaq endeksi 2000’lerin hemen başında 1996’daki değerinin 5 katına kadar yükseldi, sonrasında hızla düşmeye başladı. Enron skandalı ile muhasebe işlemlerinin denetiminin arttırılması gerekliliği ortaya çıktı. ABD ekonomisinin büyüme oranı yavaşladı ve 2001-2002 ABD için durgunluk yılları oldu. Kapitalizmin tarihine bakıldığında ilk kriz olan South Sea balonunda, Mississippi balonunda, 29 buhranında ve 2000’li yılların dot.com ve 2008-2012 küresel krizlerinde benzer dinamikler sergilendiği söylenebilir. Etik dışı davranışlar, yolsuzluklar daha ilk küresel kriz olan South Sea şirketinde görülmüş, Missipi Balonunda J. Law’ın etik olmayan uygulamalarına rastlanmıştır. Enrol skandalı, Parmalat skandalı ise 2000’lerin krizlerine damga vurmuştur. Ancak ahlaki olmayan bireysel tutum ve davranışlarla ortaya çıkan bir domino etkisi ile bu büyüklükteki krizleri açıklamak yetersiz olacaktır. Sistemin işleyişi, kapitalizmin kendisini yeniden üretme güçlükleri ile krizler arasında bir ilişki kurmak daha faydalı sonuçlar ortaya koyabilir.

İktisadi düşünce tarihine bakıldığında, kapitalizmin yeniden üretiminde yaşanan sıkıntılara ilişkin oldukça kaba bir ayrımla iki farklı yaklaşım olduğu söylenebilir. Bunlardan ilkinde geleneksel yaklaşım demek mümkündür. Bu görüşe göre kapitalizmin içindeki uyumlu mekanizmaların “görünmeyen el”in işlemesi ile sistem kendi dengesini otomatikman sağlayacaktır. Smith’in teorileştirdiği bu görüşe göre sistem kendi haline bırakılıp, gerekli düzenleyici önlemler alındığında, sistemin işlemesinin önünde herhangi bir engel olmayacaktır. Bu yaklaşımı esas kabul eden neoliberal düşüncede devlet, piyasanın sürtünmesiz işlemesinin önüne çıkabilecek pürüzleri yok etmek görevindedir, yani bir törpüden fazlası değildir. Sistem, eğer kendi haline bırakılırsa (neoklasik kuram) ya da uygun biçimde yönetilirse (Keynes), sonsuza dek sürebilir Shaikh (2009:

¹⁰ Kapitalizmin zayıf olduğu durum ifadesi ekonomik konjonktürde durgunluk olan döneme atfen ve güçlü olduğu durum ise ekonomik konjonktürde canlanma dönemine atfen kullanılmaktadır.

127). Sisteme yapılan müdahaleler ve her türlü dışsal etken ise, sistemin uyumunu bozarak krize yol açar. Örneğin; güneş lekeleri, tarımsal ürünlerin azalmasına sebep olup fiyatlarını düşürür ve krize sebep olur, ya da bazı Arap şeyhleri petrol fiyatlarını artırırlar ve bunun sonucunda petrol krizi ortaya çıkar. Teknik seviye ve işbölümünün geriliği nispetinde iktisadi hayatın dış tesirlere ve onların doğurduğu sarsıntılara açık bulunduğunu akla daha yakın gelir (Ülgener, 2006: 16). Geleneksel yaklaşım temel olarak insanın *doğasından* kaynaklanan ihtiyaçlarının sonsuzluğu ve bu ihtiyaçları karşılayacak *doğal* kaynakların kıtlığı argümanından hareket eder. Görüldüğü üzere sistemin işleyişi, tamamen *doğal* güdülere daha doğrusu *doğaya* atfedilmiştir. Bu bağlamda sistemin krizleri de *doğa* kaynaklı olmaktadır.

Geleneksel yaklaşımın karşısına ise kar oranlarının azalma eğilimine vurgu yapan Marx'ın analizini koymak mümkündür. Marx'a göre kapitalizmin gerçek engeli sermayenin bizzat kendisidir. Sermaye birikim sürecinden kaynaklanan dolayısıyla sisteme içsel olan çatışmacı bir yapı olduğu savunulmaktadır. Bu görüşe göre sermaye birikim süreci, kâr oranlarının azalması ile sonuçlanacak ve kar oranlarının artmasına dayalı olan sistem kendi mezarını kazmaktadır. Geleneksel yaklaşımda uyuma vurgu yapılırken Marx'ın analizinde sistemin kendi sonunu hazırlayan bir çatışma halinde olduğuna vurgu yapılmaktadır.

Tarihte krizlere baktığımızda değişik saptamalar yapabilmek mümkündür. Krizlere tarihin penceresinden bakıldığında, krizlerin üç ortak temel sonucu olduğu söylenebilir. Bunlardan birincisi teoride ve ikincisi politikada hâkim güçte değişiklik olması, üçüncüsü ise üniversite sıralarında belletilen “ilmi iktisat”a ilişkindir. Kısaca bunları değerlendirmek yararlı olabilir. Bunlardan birincisi krizlerin iktisat teorisine etkisi hakkındadır. Örneğin 1929 krizinde egemen olan neoklasik iktisat adeta iflas eder ve onun yerine Keynesyen iktisat ve refah devleti argümanları yerleşir. Keynesyen iktisadın hâkimiyeti, kabaca 1980’li yıllara kadar devam eder, ancak 1980’li yıllarda yaşanan kronik işsizlik ve durgunluk sonucunda neoklasik iktisat ve politikalar hâkimiyetini yeniden ilan eder.

Krizin güce ilişkin yol açtığı ikinci sonuç ise doğrudan dünya üzerindeki hegemonik yapıya ilişkindir. Kapitalist dünya ekonomisinin işleyişinde gücü elinde bulunduran tek bir ekonomi ve dolayısıyla tek bir ülke vardır. Derin bir küresel kriz aslında dünya ekonomisini sallarken, aynı zamanda hegemonik güçte de derin sarsıntılar meydana getirir. Kısacası kriz sadece ekonominin krizi olmakla kalmaz, aynı zamanda sistemin gubernörünün de değişmesine ya da dönüşmesine yol açar. 19. yüzyıl dünya ekonomisinin hâkim gücü sanayi devrimini gerçekleştiren İngiltere’dir. İngiltere’nin dünya iktisadi sistemindeki egemenliği 1929 krizine kadar devam eder. 1929 krizi sonrasında İngiltere, 1931’de altın standardını terk eder. Bunun anlamı İngiltere’nin artık dünya ekonomisinde hâkim güç olmadığıdır. İngiltere’nin yerini 1944’de Bretton Woods sistemi ile birlikte ABD alır. Ancak bu da çok uzun sürmez. ABD Dolarının yönlendirici para birimi olduğu Bretton Woods sisteminin çökmesi; ABD’nin dünya ekonomisi üzerindeki hegemonik konumunun sarsılmasını simgeler. (Fröbel, 1983: 13)

Krizin yol açtığı üçüncü sonuç ise; iktisatçılara analiz imkânı doğmasıdır. Normal dönemde derslerde okutulmayan ve hatta konuşulmayan konular, müfredata girer, seminerlerde krizler ve kriz teorileri tartışılır ve hatta kriz yazını ekonomi literatüründe bir anda hâkim olur. Basılan iktisadi kitaplar, ağırlıklı olarak krizlerin tarihini ve mevcut krizi konu alır ve krizden çıkış reçeteleri sunarlar. Bu bağlamda üniversitelerdeki iktisat dünyasının odağına bir anda kriz yerleşir.

Krizleri Üşür (2009: 36-37) ve (2008: 42)’den hareketle ikili bir yapıda ele almak mümkündür: “*Tarihsel yapısal krizler*” ile “*Yeniden yapılanma krizleri*”. Bu krizlerden birincisi üretim tarzında değişikliğe yol açar. Yani bir üretim tarzına son verirken yeni bir üretim tarzına geçilmesini olanaklı kılar. İkincisi ise mevcut üretim tarzını değiştirmeyen ama esaslı unsurlarında, üretim tekniğinde vb. değişikliklere yol açan krizlerdir. Bu şekilde bakıldığında sonuçları itibarıyla birincisine; *iyileştirici* kriz diğerine ise *doğurgan* kriz denebilir¹¹.

¹¹İyileştirici ve doğurgan gibi “şirin” bir terminolojinin; kriz gibi ciddi yıpratıcı ve yıkıcı etkileri olan sarsıntılarda kullanılması şaşırtıcı olabilir. Doğurganın ironik bir bağlamda kullanıldığının burada altını çizmek gerekir. Doğan şeyin “hayırlı” olup olmayacağı sorunu da gözden kaçırmamak lazımdır. Bu anlamda bir olumlama söz konusu değildir. İyileştirici ise daha olumlu bir yaklaşım olarak kabul edilebilir. Ancak bu noktada tüm analogi kanserin iyileştirilmesine yönelik bir tedavi girişimi olarak kabul edilebilir. Bu bağlamda aslında tümör yok edilmemekte sadece ölüm geciktirilmektedir.

Bu krizlerin ve yapılarının anlaşılabilmesi için öncelikle üretim tarzına ilişkin küçük bir açıklama notu düşmek yararlı olabilir. Üretim tarzlarını birbirinden ayırmada kullanılacak üç ilke bulunur. Bunlardan birincisi üretimin niteliğine ilişkindir. Yani üretimin amacı kullanım değeri mi, yoksa mübadele değeri elde etmek için midir? “...*kapitalist dünya ekonomisinin belirleyici özelliği... satış sonucu azami kârı gerçekleştirmek amacıyla bir pazara yönelik üretimdir. Böylesi bir sistemde üretim, daha çok üretmek kârlı olduğu sürece genişletilir ve insanlar kâr yelpazelerini genişletecek yeni olanakları sürekli bulup çıkartırlar.*” (Wallerstein, 1983: 83) İkincisi ise, üreticinin üretimdeki sahipliğine yani doğrudan üreticinin emeğin üretim araçlarına ve dolayısıyla emeğinin ürününe sahibi olup olmamasına ilişkindir. Üçüncüsü ise, üreticinin elinden emeğin ürününün nasıl alındığına, iktisadi ya da iktisat-dışı zordan hangisinin kullanıldığına ilişkindir. Bu üç konu da esasında birbirleriyle oldukça yakından ilişkilidir. Ayrıca aralarında farklı kombinasyonlar da yapılabilir. Örneğin kölecî üretim tarzında piyasa için üretim söz konusudur. Doğrudan üretici üretim araçlarına dolayısıyla emeğin ürününe sahip değildir ve bunun onun elinden efendisi tarafından çekilip alınmasında iktisadi hiçbir gerekçe bulunamaz. Feodal üretim tarzında ise üretim araçlarına kısmen sahiplik vardır. Ancak doğrudan üreticiden iktisat dışı bir baskı ve zor ile ürün alınmaktadır. Kapitalist üretim tarzı; “genelleştirilmiş meta üretimi” olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda yukarıdaki üç özelliğe göre kapitalizmi değerlendirmek mümkündür. Kapitalist üretim, *geçimlik üretim* ya da *kullanım değeri* için üretim değil, *mübadele değeri* için yani *piyasada satılmak* için yapılan üretimdir. Piyasadaki faaliyetin temel amacı; kâr elde etmek, yani sermaye birikimini arttırmaktır. Amaç sermaye birikimini sonsuza kadar devam ettirmektir. Ayırt edici ikinci nokta ise *emek gücünün* kapitalizmde bir *meta* halini almış olmasıdır. Emek gücünün diğer metalar gibi piyasada alınıp satılabilmesi bir anlamda emeğin sömürülmesini gizler ve artığın doğrudan üreticinin elinden çekilip alınmasını meşrulaştırır. Üçüncü nokta ise artık değere kapitalistin el koyma biçimidir. Kapitalist artık değere, üretim araç ve gereçleri sahipliği nedeniyle el koyar. Buradaki el koyuş iktisat dışı *baskı* ve *zor* değil, iktisat içi bir *zordur*. Üretim araç ve gereçlerinden yoksun bırakılmış ve yaşamını devam ettirebilme şansına sadece emek gücünü satarak sahip olabilecek bir sınıfın yaratılmış olması emeğin yarattığı değer ile emeğe ödenen değer arasında bir farkın oluşmasına neden olur. Artığın doğrudan üreticiden çekilip alınmasına ve kapitaliste verilmesine, kapitalist üretim tarzında piyasa aracılık eder.

Krizler açısından bakıldığında üretim tarzının yukarıda belirtilen esaslı unsurlarında değişikliğe yol açan krizlere yeniden yapılanma krizleri denilebilir. 1720’lerdeki South Sea ve Mississippi Balonları, 1873 krizleri, 1929 Büyük Bunalım, 1974 petrol krizleri, 2000’lerdeki Asya krizleri ve 2007 sonrası Amerika konut krizi temel olarak *iyileştirici* krizlerdir. Bu üç unsorda değişiklik yapabilen krizler Üşür’ün tabiriyle “yapısal krizler”dir. Feodalizmin krizi, 1917 Çarlık Rusya’ında yaşanan krizler “yapısal krizler” yani *doğurgan* krizlerdir. Çünkü kapitalist bir üretim tarzından, sosyalist bir üretim tarzına geçilir. Tarihe bakıldığında yaşanan krizlerin büyük ölçüde *iyileştirici* krizler olduğu görülebilir. Bu çalışmada söz konusu krizlerden ilkinin incelenerek, tarihte krizlerin birbirine temel olarak ne kadar benzediğini ortaya konulacak ve bu bağlamda krizlerin sisteme dışsal değil tersine içsel olduğu görüşü savunulacaktır.

II. İLK KÜRESEL KRİZ: SOUTH SEA BALONU

1711 yılında kurulan South Sea Şirketi’nin kuruluş amacı; İngiltere’nin Güney Amerika ile ticaretini daha kârlı bir şekilde devam ettirmektir. Her ne kadar şirket 1711 yılında kurulmuş olsa da, söz konusu ticarete ancak 1717 yılında başlar. Fakat bu ticaret, başlangıcında çok da uzun erimli olmaz, İngiltere ile İspanya arasındaki 1718’de yaşanan sorunlar nedeniyle şirket, faaliyetlerine ara vermek zorunda kalır. İki ülke arasındaki ilişkiler düzelince şirket, faaliyetlerine tekrar devam eder. 1720 yılında South Sea Şirketi’nin varlıkları; Güney Amerika ile İngiltere arasındaki ticaretteki tekel hakları ve İngiltere kamu borçlarına ait tahvillerden oluşmaktadır. Bu tekel hakkı ile şirket Güney Amerika’ya köle satma işini üstlenir. Ancak İspanyollar bu ticarete ciddi tehditler koyarlar. Yıllık satılacak köle miktarından ve gemilerin kapasitesine kadar pek konu önceden belirlenir. “Köleler[in] ...9\10’u (10 pound her biri) 16 yaşından büyük olmalı ve kalanı ise (8 pound her biri) 10 yaşından büyük olmalı. 2/3’ü ise erkek olmalı. Köle başına alım ve satım fiyatları arasında 150-200 cent vardı... bu yetersizdi...” (Carswell, 1993: 55). Buradan hareketle iktisadi açıdan bu ticaretin

kârlı olmadığı söylenebilir. Şirket köle ticaretine devam etse de onun kârlı olduğu hiçbir zaman kanıtlanamaz. (Carswell, 1993: 55). O zaman, şirketin varlık sebebi ve kârının kaynağı nedir sorusu önem kazanır. Bu konuya ilişkin verilebilecek tek bir yanıt olduğunu görmek mümkündür. Özellikle şirketin tarihçesine ve ortaklarına bakıldığında bu cevaba rahatlıkla ulaşılabilir.¹²

Şirket temel olarak Bank of England'a rakip olarak ortaya çıkar. Özellikle devletin borç takası¹³ açık arttırmalarında, Bank of England ile South Sea karşı karşıya gelir ve bu tekliflerde South Sea hep bir adım öndedir. Dolayısıyla South Sea temel olarak devletin borçlarını toplamaktadır. Bastığı hisse senetleri ve elde ettiği gelirleriyle, bu borçları üzerine alarak kâr elde etmektedir. Şirket yekün olarak bakıldığında “paraya çevrilemez borçların %80’ini ve paraya çevrilebilir olanların %85’ini” ele geçiriyor. (Garber, 2000: 118). Şirketin, Bank of England’ın bir adım önünde gitmesini sağlayan faktör; politik gücü sürekli elinde tutmak için uyguladığı kurnazca manevralardan oluşur. Şirket Tory’lerin iktidarında Tory yöneticilerle, Whig’lerin iktidarında ise Whig yöneticilerle irtibat kurar. Parlamentosunun önde gelen yöneticilerine “rüşvet” verdiğini Garber (2000: 111)’den öğrenmek mümkündür. Bu rüşvetler aslında şirketin hisse senetlerinin verilmesi şeklinde gerçekleşmektedir. South Sea yasa tasarısı parlamentoda oylanmasının arifesinde; “Knight’in yeşil defterine” 12 adet parlamento üyesinin adı kaydedildi. (Carswell, 1993: 100). Söz konusu yeşil defter hisse senetlerinin verildiği kişileri içerir. Bu senetler doğrudan verilmezler; ancak verilmiş gibi yapılırlar. Kişiler hisse senedinin sahibi olmazlar ama geri iade ettiklerinde hisse senetlerinin piyasa fiyatlarının yükselmesi oranında kazançlı çıkarlar. Knight’in defterinde kayıtlı olan söz konusu “bağış”lar öyle gizli de gizliye de yapılmaz; bu senetlere kamudan insanların sahip olması bir anlamda reklam işlevi de görür. Kısacası şirket, borçtan daha fazla hisse çıkarmaktadır. Bir anlamda “ayının derisini ayıyı vurmadan sat”ar. Yeni hisse senedinin fiyatı ne kadar yükselirse, bir sonraki çıkardıklarını bir an önce satarak, sermaye kazançları sağlamaları kolaylaşır. Böylece “Zincirleme mektup” ya da Türkçedeki yerleşik tabirle “saadet zinciri” oluşur. Bu sistemin devamlılığı ise, hisse senetleri fiyatlarının sürekli yükselmesine dayalıdır. Dolayısıyla herhangi bir nedenle hisse senedi fiyatlarının yükselmesi durursa ve daha kötüsü hisse senetleri fiyatları düşerse, krizin ayak sesleri duyulmaya başlar.

Law 1717’de Fransa’da Banque Generale’yi kurar. South Sea Şirketi benzeri bir şirket/bankadır. Şirketin hisse senetleri çok değer kazanır. South Sea Şirketi’nin hisse senetlerinin de Law’ın hisse senetleri gibi değer kazanacağı düşünülerek sürekli satın alınır ve gerçekten de senetler değer kazanır. Özellikle parlamento üyelerinin bile bu hisse senetlerine sahip olması şirketin kârlılığının artacağı ve hisse senetlerinin sürekli değerleneceği görüşünü besler. Bunun yanı sıra şirket yöneticilerden Knight ise şirketin hisse senetlerinin değer kazanacağı yönünde bir dedikoduyu sürekli piyasaya satması ile beklentiler doğrudan manipüle edilir. Bu dedikoduda büyüyerek şirketin hisse senetlerinin değerlenmesini sağlar. İspanya kralının İngiltere ile İngiltere’nin arzu ettiği şartlarda barış imzalaması, şirketin hisse senetlerinin değerinin daha da artmasını sağlar. Balon bu şekilde hızla şişmeye başlar ya da Kindleberger (1996: 80)’ in tabiriyle “güney denizi balonuna yol aç[ar]”.

Tarihsel olarak bu dönemi; büyük bir servet birikiminin gerçekleştiği ve bu servetin, toprak haricinde, daha kolay devredilebilir ve vergiden muaf yatırım aracı ya da araçları aradığı bir zaman dilimi olarak resmetmek mümkündür. Dönemi bir de Carswell’in sözlerinden takip etmek hoş olur:

“Savaş, veba, yangın gibi olaylar dizisi ve hepsinden kötüsü 1672’de Stuart hükümetinin borçlarını ödememesi bile restorasyondan sonraki 30 yılda ulusun refahının artmasını ve çok büyük servetler edinilmesini engelleyemedi. Bu dönemde ulusal zenginlik ¼’ü kadar arttı ve tasarruflar iki katına çıktı...iyi bir hisse senedi ya da tahvil, toprak için mükemmel bir ikame olarak ve bir bakıma bir kimse ya da ailesinin geleceğini güvenceye almanın daha iyi bir yolu olarak görülmeye başlandı...bu yeni mülkiyet şekli...vergilendirilmiyordu...çiftçilik gerektirmiyordu...kolaylıkla satılabiliyordu.” (Carswell, 1993: 7-8).

¹² Carswell (1993) Sword Blade şirketi ile South Sea Şirketi arasındaki organik bağları ortaya koyan ve şirketin tarihsel gelişimini ve krizi ayrıntıları ile ortaya koyan önemli bir çalışmadır.

¹³ Aslında bu konuya tek yanlı olarak da bakılmak gerekir. Her ne kadar şirket yönetimi devletin borçlarını ele geçirmek arzusunda olsa da devletin de borçlarını hisse senetleri ile takas etme sevdasında olduğunu söylemek mümkündür. Britanya’lı bakanlar...Law’ın Fransa’daki borç yönetimini İngiltere’ye kopyalamak için South Sea şirketini bir araç olarak kullanarak, devlet borçlarını, hisse senetlerine dönüştürdüler. Bu ise 1720’deki South Sea balonuna yol açtı. (Murphy, 2006: 13)

Dolayısıyla gerek birikmiş tasarrufların akabileceği en uygun yatırım aracı olması, gerekse parlamento üyelerinin de sahip olması nedeniyle güvenilir olduğu düşünülen ve Fransa’da Law’ın deneyimlerinden dolayı büyük getirisi olduğu kabul edilen hisse senetlerine yönelik talep, her geçen gün artarak devam eder. Bu artışlar açık olarak hisse senetleri fiyatlarını da yükseltir. Parlamento üyeleri aldıkları rüşvetlerden dolayı mutludurlar, devlet ise borcunu hem daha düşük faiz hem de daha uzun vadeye yayabildiği için mesuttur, şirketin sahipleri artan kârları nedeniyle zevkten dört köşedirler, yatırımcılar ise hisse senedi fiyatlarının yükselmesi ile elde ettikleri kârlar nedeniyle umutludurlar. Adeta herkes için iyi olan bir saadet zinciri oluşur. Tabii zincire son eklenen halkaların en az kazandıkları, ama son tahlilde herkesin kazançlı olduğu bir süreç yaşanmaktadır. Bunun sonsuza kadar sürmesi arzu edilir ama mümkün değildir. Çünkü kâr realizasyonu bir noktada insanların zincirden çıkılmalarını gerektirecektir. Hisse senetleri fiyatlarındaki küçük bir yükseliş ile insanlar şirketin hisse senetlerine hücum edebildikleri ve böylece fiyatlar yukarı çıkarabildiği için, kâr realizasyonunun bunun tersini gerçekleştirmesi de mümkündür. Bu senaryonun neredeyse aynısı, South Sea Şirketi’nin tarihinde de görülür. Süreç başlangıçta herkes için iyidir. En mutlu olanlar da çok ciddi kârlar elde eden şirketin sahipleridir. Bu kârlar doğal olarak rakipler için üstü kapalı davetiyelerdir. South Sea Şirketi’ne pıtrak misali rakipler türemesi ile şirketin kârlılığı azalmaya başlar.¹⁴ Yukarıda altı çizildiği üzere şirketin parlamento ile ciddi bağları vardır ve bu sayede şirket “Balon Yasası”nın (bubble act) çıkartılmasını sağlar. Bu yasa ile South Sea Şirketi izinsiz türeyen rakiplerini yok eder ancak bu durum piyasada bir likidite sıkışıklığına yol açar, aynı dönemde Law’ın şirketinin de Fransa’da batması bu sıkışıklığı tetikler. Sonuç; South Sea Şirketi’nin hisse senedi fiyatlarının düşmesi şeklinde cereyan eder. Hisse senetlerinin fiyatlarının düşmesi, balonun patlaması anlamına gelir. Şirket açısından bunun en önemli yansımalarından biri; parlamento üyelerine rüşvet olarak verilen hisse senetlerinin değerinin düşmesidir. Dolayısıyla şirketten aldıkları “nema”ları azalan parlamento üyeleri de şirketin arkasında durmaktan vazgeçer. Hükümetin bu süreçte South Sea Şirketi’nin karşısına geçmesi ve elde ettiği devlet borçlarının önemli bir kısmını Bank of England’a devretmesi istenir. Kriz sonrasında geleneksel olarak karşılaşılan tedbirlerden birisini burada görülür. Devletin görünen eli devreye girer. Ama krizden sonraki bu müdahale daha sonraki yüzyıllarda görülecek kriz sonrası devlet müdahalelerden birazcık daha farklıdır. Örneğin dot.com internet çılgınlığında Hükümet, şirketin yarattığı zararın bir kısmını üstlenmek zorunda hisseder. 1990 internet ticareti histerisi...balon patladığında...düşük faiz oranları...borsanın güven vermemesi...gayrimenkul piyasası öne çıktı. Gayrimenkul fiyatları fırladı...sigorta piyasası hareketli[endi]. Satılan sigorta senetlerinin miktarı yatırımların nominal değerlerinden bile kat kat fazlaydı...müzik sustuğunda...sigortacıların karşılayabileceğinin çok üzerinde sigorta satılmıştı...Bu defa hükümet düzenbazları ve beceriksizleri kurtarmak için 700 milyar dolarlık bir batık borç sağlama yoluna gitti (Perelman, 2008: 29).

Perelman’ın dot.com krizine ilişkin yukarıdaki saptamaları aslında South Sea krizi ile benzer bir yapı gösterir. Perelman satılan sigorta senetlerinin miktarının, yatırımların nominal değerinden kat kat fazla olduğunu belirtir. Basılan South Sea Şirketi hisse senetlerinin değeri de şirketin değerinin üzerindedir. Ancak iki kriz arasındaki en büyük fark dot.com’da hükümetin şirketi kurtarmak yolunda attığı adımdır. South Sea krizinde hükümet bir sorumluluk hissetmez ve daha da önemlisi krizde parlamento üyeleri de şirket hisse senetlerine sahip olduğundan kayıplar yaşarlar. Bu nedenle de şirketi kurtarmaktan ziyade intikam almaya meylederek Bank of England’ı desteklerler.

Krizin sonuçları ve çıkış reçeteleri çok önemli olmakla birlikte bu çalışma krizin ortaya çıkması, dolayısıyla da balonun şişmesi konusuyla ilgilidir. Balonun şişmesine ilişkin sürü psikolojisi, bulaşıcı hastalık gibi analogiler oluşturulabilir. Newton’a hisse senetleri konusundaki beklentisi sorulmuş ve gökteki yapıların hesap edebildiğini ama insanların çılgınlığını hesap edemediği şeklinde bir cevap alınmış (Carswell, 1993: 108). Bu zincire girenlerden birisinin de Newton olduğunu unutmamak gerekir. Onun söz konusu krizde “büyük bir servet kaybettiği”ni

¹⁴ 1990’lı yıllarda ABD’de yaşanan dot.com isimli kriz ile South Sea Balonu’nu benzer özellikler taşır. “...1990’ların sonlarında, ekonomi internet sayesinde genişlemiş, yatırımcıların bu yeni teknolojiye para kazanmasıyla yüksek teknoloji patlaması yaşanmıştı. Bu nedenle aynı işi yapmak isteyen çok sayıda yeni şirket kurulmuştu. Bunların çoğunun ne bir iş planı ne de para kazanma şansı vardı. Ancak yatırımcıların/spekülatörlerin hayvani güdülerini, hirs ve sürü psikolojisi nedeniyle bu şirketlerin hisse senedi fiyatları gerçekçi olmayan seviyelere yükseldi” (Tabb, 2008: 8).

Murphy, (2009: 139)'den öğreniyoruz. Bu sonuç çılgınlık mı yoksa iktisattaki “rasyonel birey”in salt kazanç arzusu mu? Newton krizi doğrudan yaşadığı için insanların çılgınlığına vurgu yapar. Buradaki temel faktör insanların sürü şeklinde hareket etmesinden çok, gerçekten büyük kâr olanaklarının var olduğuna bireylerin ikna edilmiş olması olabilir. İkna konusunda çok çeşitli etkenler rol alabilir. Parlamento üyelerinin o alana yatırım yapmaları, vergi muafiyetleri, başka ülkelerde ya da geçmişte yaşanan tecrübeler, şirket sahipleri ya da ortaklarının piyasaya yaydıkları bilgiler, basın vb. bu etkenler o kadar kuvvetli olabilir ki riskten kaçınanlar bile balonun şişme sürecinde risk alabilirler.

South Sea Şirketi örneği bu söylenenlerin neredeyse hepsini içermektedir. Sistemin işleyişinde yapay cennetler görülmesi ya da böyle serap vahaları ortaya çıkması sıklıkla yaşanan bir durumdur. Sistem sermaye birikimi ve bu birikimin kârlı alanlara yatırılması üzerine dayalıdır. Ancak bu yatırım alanlarının seçiminde güvenilirlik ve kâr temel alınır. Normalde güvenilirlik ne kadar azsa kâr fırsatı o kadar büyüktür. Dolayısıyla güvenilirlik ve kâr fırsatı arasındaki çelişik durumda, optimizasyon sorunu ortaya çıkar. Kriz öncesi örnekler ise yukarıda bahsedilen normal duruma uymaz. Yatırımcıların karşısına hem yüksek kâr hem de güvenilir seçenekler konulur. Kâr gerçekten başlangıçta çok yüksek olabilir ama güvenilirlik yapay olarak oluşturulur. Mississippi şirketi, South Sea Şirketi, Hollanda laleleri, dot.com ya da Amerika'daki konut sektörü gibi krizlerde benzer dinamiklerin rol oynadığı görülebilir. Son tahlilde bu tip spekülasyon yatırım alanlarının genişleme dinamikleri ekonominin genişleme dinamikleri ile kısıtlıdır. Sermaye birikimi ve kâra dayalı bir büyüme sonsuz/sınırsız değildir. Kârı sürekli ve kesintisiz arttırmak ve sermaye birikimini sonsuza kadar sürdürmek mümkün gözükmemektedir. Çünkü sürecin işleyişi emeğin sömürülmesine dayalıdır. Emeğin sömürülmesini önündeki engeller, kapitalist üretim tarzının sınırlarını oluşturmakta ve sistemin krizlere girmesinin altında yatan temel etken olmaktadır. Kapitalist ekonomiler sonu gelmez bir kâr güdüsüne ve sermaye birikimine yaslanırlar. Bu yüzden anlamlı ölçüde yüksek büyüme oranlarıyla birlikte genişleyemedikleri zaman sorunlar ortaya çıkar (Magdoff, 2008: 139).

South Sea balonu örneği kapitalist sistemin işleyişindeki sorunları ve kapitalizmin krizlerindeki ortak temelleri ortaya koyması ile önemlidir. Sistemin devamlılığı sermaye birikimine, sermaye birikim sürecinin devamlılığı ise artan karlılığa dayalıdır. Kar oranlarının azalması ise sistemin büyüme dinamiklerini durdurmakta ve krize yol açmaktadır.

SONUÇ

“Mantık öğrencileri A'nın B'nin ayaklarına, B'nin C'ninkilere, C'nin D'ninkilere vs. atarak, en son Y'nin, Z'nin yüzüne atmasıyla patlayan maytap tartışmasını hatırlayacaklardır. Suçlu kimdir? Uzak fail olan A mı? Yoksa yakın fail olan y mi? Bu krizin uzak faili spekülasyon ve kredi genişlemesidir; yakın faili ise sisteme güveni sarsan, insanlara iflasın tehlikelerini düşündüren ve onları mal, hisse senedi, gayrimenkul, kambiyo senedi, borç senedi ve dövizden, - veya başka herhangi bir şeyden – paraya yönlendiren olaylardır” (Kindleberger, 2007: 144).

Kindleberger güzel bir örnek ile meseleyi özetlemektedir. Bu çalışmada esas failin aslında sistemin bizzat kendisi olduğu iddia edilmektedir.

Sistemin işleyişi temel olarak sermaye birikimi ve kâra dayalıdır. Kârın kaynağı ise artık-değer yani emeğin sömürülmesi ile ilişkilidir. Sistemin işlemesi, sürekli kâr elde etmeye dayalıdır ancak bu kâr sermaye birikimi, yeni yatırımlar ve yeniden kâr şeklinde genişleyen bir üretim süreci gerektirir. Bu süreçte emek ne kadar sömürülürse, kâr o kadar fazla olabilir. Ancak emeğin sömürülmesinin önünde engeller vardır. Bu engellerden en önemlisi işgününün “azami sınır”ına ilişkindir. Bu azami sınır, iki şeyle koşullanmıştır. Birincisi, emek-gücünün fiziksel sınırlarıyla. Doğal bir günün 24 saatinde, bir kimse, yaşamsal gücünün ancak belirli bir miktarını harcayabilir... Günün bir kısmında bu gücün dinlenmesi, uyuması; diğer kısmında, beslenme, yıkanma ve giyinme diğer fizik gereksinimlerini karşılaması gerekir. Bu salt fizik sınırlamalardan başka, işgününün uzatılması, moral sınırlamalar ile karşılaşır (Marx, 1997: 229). İşgünü; gerekli emek zamanından ve fazladan emek zamanında oluşmaktadır. Krizler ise yarattıkları işsiz ordu ile oransal olarak fazla nüfusa katkıda bulunur. Dolayısıyla emeğin daha kolay sömürülmesi için şartları hazırlar. Oransal olarak fazla nüfus adeta Demokles'in kılıcı gibi işçilerin üzerinde asılıdır.

Kapitalist üretim tarzında, emeğin üretim araçları ile bağı dolaylı bir bağıdır. Emekçi üretim araçlarına sahip değildir. Bu bağlamda yaşayabilmesi için emeğini satmak yani çalışmak zorundadır. İşsiz kalmak, çalışmamak ise emeğin yaşama şansının kalmamasıdır. Bu anlamda işsizlik ve dolayısıyla aç kalma korkusu kriz dönemlerinde artmakta ve böylece çalışanlar, normal çalışma sürelerinden daha fazla çalıştırılabilmekte ya da öncekinden daha az ücrete razı olabilmektedir. Kısacası gerekli emek zaman aynı kalsa bile fazladan emek zaman yani *artık emek* artar. Bu ise artık değer ve kârın kaynağıdır.

Sermaye birikimi ise temel olarak artık değer birikmesidir. Artık değer ne kadar büyük olursa, sermaye birikimi de o kadar fazla olabilir. Bu bağlamda

“*artık emek'in büyüklüğü sermaye birikiminin önemli bir belirleyicisidir. Biriken sermaye ise yeni iş alanları, yatırım alanları arar. Sermaye yeterince biriktiğinde ise kârlı olan yatırım alanlarına yönelir. Kapitalist üretim tarzında sermaye yeterince biriktiğinde böyle kârlı yatırım alanları bulabilir ve balon şişmeye başlar. Kapitalizmin tarihi bu tip krizlerin benzer dinamikler ve saiklerle yaşandığının hikâyesini içinde barındırır. Ancak dünya geçmişten pek ders almış gibi görünmüyor. Gelecekte de almayabilir*” (Kindleberger, 2007: 33).

KAYNAKÇA

- Altwater, E. (1983). Dünya Piyasasında Bunalım Eğilimleri Üzerine Düşünceler. *Dünya Ekonomisi, Bunalım ve Siyasi Yapılar*. İstanbul: Belge Yayınları, 168-202.
- Amin, S. (2008). Piyasa Ekonomisi” mi Oligopol Finans Kapitalizmi mi?. *Neoliberalizm ve Kriz*, (Der. H. Tanıttıran). Çeviren: B. Baysal vd. İstanbul: Kalkedon Yayınları, 123-136.
- Boratav, K. (2009). Bir Çevrimin Yükseliş Aşamasında Türkiye Ekonomisi. *Küreselleşme, Kriz ve Türkiye’de Neoliberal Dönüşüm* (Der. N. Mütevellioğlu, S. Sönmez). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları, 1-24.
- Boratav, K. (2009). Kapitalizmin Krizi ve Türkiye. *Küresel Ekonomik Kriz Söyleşileri*, Ankara: Kardelen Ofset Yayınları, 9-28.
- Carswell, J. (1993). *The South Sea Bubble*. New Hampshire: Alan Sutton Publishing.
- Clarke, S. (2009). *Marx’ın Kriz Teorisi*. Çeviren: C. Atay. İstanbul: Otonom Yayınları.
- Dickens, E. & O’Hara P. A. (2001). Financial Crises. *Encyclopedia of Political Economy Vol 1*, New York: Routledge, 347-349.
- Foster, J. B. (2008). Durgunluk, Kriz ve Emek. *Neoliberalizm ve Kriz*, (Der. H. Tanıttıran). Çeviren: B. Baysal vd. İstanbul: Kalkedon Yayınları, 49-63.
- Frank, A. G. (1983). Dünya Sistemi Bunalımda. *Dünya Ekonomisi, Bunalım ve Siyasi Yapılar*. İstanbul: Belge Yayınları, 131-152.
- Frobel, F.(1983). Dünya Ekonomisinin Günümüzdeki Gelişmesi Üzerine. *Dünya Ekonomisi, Bunalım ve Siyasi Yapılar*. İstanbul: Belge Yayınları, 11-69.
- Garber, P. M. (2000). *Famous First Bubbles*, London: MIT Press.
- Hobsbawm, E. (2009). Tarihi Perspektif içinde Kapitalizmin Bunalımı. *Dünya Kapitalizminin Krizi*, (der. N. Satlıgan, S. Savran). İstanbul: Belge Yayınları, 71-89.
- Itoh M.(1983). Dünya Kapitalizminin Enflasyonel Bunalımı. *Dünya Ekonomisi, Bunalım ve Siyasi Yapılar*. İstanbul: Belge Yayınları, 152-167.
- Kindleberger, C. P. (1996). *World Economic Primacy: 1500 to 1990*. Oxford: Oxford University Press.
- Kindleberger, C. P. (2007). *Cinnet, Panik, Çöküş Mali Krizler Tarihi*. Çeviren H. Tunalı. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

- La Brotz, D. (2008). Finansal Krize Soldan Bakmak. *Neoliberalizm ve Kriz*, (Der. H. Tanıttıran). Çeviren B. Baysal vd. İstanbul: Kalkedon Yayınları, 39-47.
- Li, M. (2008). Bir Geçiş Evresi: ABD, Çin, Rezerv Tavanı ve Neoliberalizmin Çöküşü. *Neoliberalizm ve Kriz*, (Der. H. Tanıttıran). Çeviren: B. Baysal vd. İstanbul: Kalkedon Yayınları, 103-121.
- Magdoff, F. (2008). Borç ve Spekülasyon Patlaması. *Neoliberalizm ve Kriz*, (Der. H. Tanıttıran). Çeviren: B. Baysal vd. İstanbul: Kalkedon Yayınları, 137-165.
- Mandel, E. (2009). Kapitalizmin Tarihinde Uzun Dalgalar. *Dünya Kapitalizminin Krizi*, (der. N. Satlıgan, S. Savran). İstanbul: Belge Yayınları, 90-125.
- Marx, K. (1997). *Kapital Kapitalist Üretimin Eleştirel Bir Tahlili Birinci Cilt* (1867a). Çeviren: Alaattin Bilgi. Ankara: Sol Yayınları.
- Murphy, A. E. (2006). John Law and the Scottish Enlightenment, (eds. Alexander Dow and Sheila Dow). *A History of Scottish Economic Thought*. New York: Routledge, 9-26.
- Murphy, A. E. (2009). *The Genesis of Macroeconomics*, Oxford: Oxford University Press.
- Perelman, M. (2008). Kriz Hakkında Nasıl Düşünülmeli. *Neoliberalizm ve Kriz*, (Der. H. Tanıttıran). Çeviren B. Baysal vd. İstanbul: Kalkedon Yayınları, 25-38.
- Savran, S. (2009). Önsöz. *Dünya Kapitalizminin Krizi*, (der. N. Satlıgan, S. Savran). İstanbul: Belge Yayınları, 19-65.
- Shaikh, A. (2009). Bunalım Kuramlarının Tarihine Giriş. *Dünya Kapitalizminin Krizi*, (der. N. Satlıgan, S. Savran). İstanbul: Belge Yayınları, 126-171.
- Sweezy, P. (1983). ABD’de Ekonomik Kriz. *Dünya Ekonomisinde Bunalım*. Çeviren: Dündar Sağlam & K. Çakman. İstanbul: Acar Matbaacılık, 3-12.
- Tabb, W. K. (2008). ABD Kapitalizminin Finansal Krizi. *Neoliberalizm ve Kriz*, (Der. H. Tanıttıran). Çeviren B. Baysal vd. İstanbul: Kalkedon Yayınları, 7-24.
- Tabb, W. K. (2008b). Depresyon, Depresyon, Borç ve Balon. *Neoliberalizm ve Kriz*, (Der. H. Tanıttıran). Çeviren: B. Baysal vd. İstanbul: Kalkedon Yayınları, 241-255.
- Ticktin, H. (2002). Thesis on the Present Crisis. *Critique*. 30, 123-146
- Ülgener, S.(2006). *Tarihte Darlık Buhranları*. İstanbul: Derin Yayınevi.
- Üşür, İ. (2009). Kapitalizm ve Tarihsel Krizler. *Küresel Ekonomik Kriz Söyleşileri*. Ankara: TMMOB Makine Mühendisleri Odası, 32-49.
- Üşür, İ.(2008). Kriz Bir “kavram”a Açıklama Notu. *Mülkiyeliler Birliği Dergisi*. XXIII, 38-45
- Wallerstein, I. (1983). Kapitalist Dünya Ekonominin Yükselişi ve Geleceği: Karşılaştırmalı Analiz için Temel Kavramlar. *Dünya Ekonomisi, Bunalım ve Siyasi Yapılar*. İstanbul: Belge Yayınları, 71-113.
- Zarakolu, R. (1983). Giriş. *Dünya Ekonomisi, Bunalım ve Siyasi Yapılar*. İstanbul: Belge Yayınları, 5-8.
- <http://www.spiegel.de/international/business/global-credit-crunch-deutsche-bank-head-calls-for-government-help-a-542140.html>

CEP TELEFONU MARKALARINA YÖNELİK MEMNUNİYETİN GENÇ TÜKETİCİLERİN MARKA SADAKATİNE ETKİSİ

Murat AKIN¹

Özet

Bu çalışmanın amacı, cep telefonu sektöründe genç tüketicilerin markaya yönelik memnuniyetlerinin marka sadakatlerine etkisinin olup olmadığının belirlenmesidir. Çalışma iki ana bölümden oluşmaktadır. Kavramsal çerçevenin çizilmeye çalışıldığı literatür taraması bölümünde müşteri memnuniyeti ve marka sadakati tanımları yapılmış, marka sadakatinin işletmeler için önemine değinilmiştir. Kavramsal çerçevesinde ortaya konan müşteri memnuniyetini oluşturan faktörlerin, marka sadakatine olan etkisini test edecek hipotezler cep telefonu olan 416 katılımcının oluşturduğu bir örneklem ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda; cep telefonu sektöründeki markalara yönelik olarak ortaya çıkan memnuniyetin hem davranışsal hem de tutumsal marka sadakatine anlamlı etkileri olduğu ortaya çıkmıştır. Memnuniyetin tüketicilerin davranışsal sadakatleri üzerinde daha yüksek bir etkiye sahip olması benzer ihtiyaçların yeniden ortaya çıkması durumunda tüketicilerin benzer markaları yeniden satın alacağına işaret etmektedir. Araştırmanın sonuç bölümünde söz konusu etkiler değerlendirilerek işletme yöneticilerine, pazarlamacılara ve pazarlama araştırmacılarına öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Memnuniyet, Davranışsal ve Tutumsal Marka Sadakati, Genç Tüketiciler

Jel Sınıflandırılması: M1, M15, M31

Satisfaction Of Young Consumers In The Mobile Phone Sector: Brand Loyalty Effect

Abstract

Brand loyalty is a concept that attracts great attention in marketing literature. The aim of this study is to determine whether the satisfaction of young consumers in the mobile phone sector is influenced by their brand loyalty. The study consists of two main parts. In the literature review where the conceptual framework is tried to be outlined, definitions of customer satisfaction and brand loyalty customer satisfaction and brand loyalty are defined and the importance of brand loyalty for the enterprises was mentioned (emphasized). The hypothesis to test the effect of customer satisfaction on the brand loyalty revealed in the conceptual framework is analyzed using a sample of 416 cell phone users. As a result of the research; it is found that the satisfaction that emerged towards the brand in the mobile phone sector is significant for both behavioral and attitudinal brand loyalty. Satisfaction has a higher influence on consumers' behavioral loyalty, indicating that consumers will resell similar brands if similar needs reappear. In the conclusion of the study, the effects are evaluated and suggestions are made for business managers, marketers and marketing researchers.

Key Words: Satisfaction, Behavioral and Attitudinal Brand Loyalty, Young Consumers

Jel Classification: M1, M15, M31

¹ Doç. Dr. Ömer Halisdemir Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, muratakin@ohu.edu.tr

GİRİŞ

Memnuniyet hissi tüketicilerin satın alma öncesi gereksinimlerinin karşılanma beklentisi ile satın alma sonrası bu gereksinimlerinin giderilebilme düzeyi arasındaki farka göre ortaya çıkan bir değer yargısıdır (Erciş vd., 2009; Khiabani ve Karakadılar, 2016). Kavram olarak memnuniyet, müşterilerin arzu ettiği veya beklediği hizmete verdiği bir yanıt (Kılıç ve Özer, 2016; Bulut, 2011), uzun vadede davranışlarını belirleyen bir unsur (Ranaweera ve Prabhu, 2003) ve tüketici davranışlarının önceden öngörülmesini sağlayan göstergelerden biri olarak değerlendirilebilir (Garbarino ve Johnson, 1999). Müşteriler ürün veya hizmetleri hem fiziksel hem de psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla satın alırlar. Pazarlamacılar arasında müşteri memnuniyetinin tanımı konusunda tam bir fikir birliği olmasa da müşteri memnuniyeti, kişilerin çözüm arayışlarıyla, beklentilerinin karşılanmasıyla ve mal ya da hizmetin satın alınmasıyla ilgili bir kavram olarak değerlendirilmektedir (Çiftiyıldız, 2010; Özbek ve Külahlı, 2016). Tüketiciler sürekli bir memnuniyet ve fayda sağlayabileceklerine inandıkları markalarla ilişki kurmayı ve onları satın almayı tercih ederler (Kabadayı ve Aygün, 2007). Müşteri memnuniyeti, hedef pazarla kurulacak iletişimdeki hem en etkili hem de en düşük maliyetli unsurdur. Memnun edilmiş bir müşteri, hem daha fazla ürün satın alma yoluna giderken hem de bu memnuniyetini diğer müşterilerle paylaşarak işletmenin olumlu bir imaja sahip olmasına katkı sağlarken, memnun edilmemiş müşteri ise tam tersi davranarak işletmeyi olumsuz yönde etkiler (Dubrovski, 2001; Özbek ve Külahlı, 2016; Baytekin, 2005).

Müşteri memnuniyeti; bir ürünün performansı ve müşteri beklentisi arasındaki farktır (Hanif vd., 2010; Kılıç ve Özer, 2016). Özevren (2000)'e göre müşteri memnuniyeti, kişinin beklentilerini o malın ne derece karşılayıp karşılamadığıdır. Özgüven (2008) ise müşteri memnuniyeti kavramını; "müşterilerin istek, ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanması ve bunların ötesine geçilmesini kapsayan bir kavram" olarak tanımlamıştır (Bozbay, Yaman ve Özkan, 2016; Kılıç ve Özer, 2016). Tanımlardan da anlaşılacağı gibi memnun olan müşterinin bağlılığı artacak (Bennett ve Rundle-Thiele, 2004); gelecekteki davranışları veya davranışsal eğilimleri (yeniden alma niyeti, tavsiye etme niyeti vb.) işletme lehine değişecek (Duman, Aydoğan ve Koçak, 2007) ve memnuniyetin devam etmesi halinde bu eğilim süreklilik arz edecektir (Uzunkaya, 2016; Kara, 2015; Erciş vd., 2009).

Bu doğrultuda kârlılıkta artış ve nihayetinde işletme performansını artırması gibi birçok avantajın elde edilmesi söz konusu olabilecektir (Emir vd., 2010). Sonuç itibarıyla, memnuniyet arttıkça, müşterinin marka ile ilişki kurma ve sürdürme isteği de artmaktadır. Başka bir ifadeyle, müşteri memnuniyetindeki artış; müşterilerin işletmeye ve markaya olan bağlılıklarını, yeniden satın alma niyetlerini ve sadakatlerini etkilemektedir (Tüzün ve Devrani, 2008; Khiabani ve Karakadılar, 2016; Uzunkaya, 2016).

Cronin vd. (2000) ve Bleomer ve De Ruyter (1998) memnuniyetin mağaza sadakatinden önce geldiğini ve sadık müşterilerinin satın almış oldukları ürün/hizmetlerle ilgili memnuniyet hislerinin ne düzeyde olduğunun araştırılarak detaylı olarak incelenmesinin önemli bir geribildirim olarak değerlendirilmesi gerektiği üzerinde durdukları görülmektedir. Aksi takdirde yoğun rekabetin yaşandığı ve çok sayıda alternatifin olduğu günümüz piyasa koşullarında müşteriler ihtiyaçlarını karşılayabilmek için diğer markaları kolaylıkla tercih edebileceklerdir (Selvi, Özkoç ve Emeç, 2007).

I. MARKA SADAKATI

Marka kavramının giderek önem kazanması, onunla ilişkili birçok kavramın da incelenmesine neden olmuştur. Bu kavramların başında da marka sadakati gelmektedir (Gounaris ve Stathakopoulos, 2004). Günümüzde her işletmenin ulaşmak istediği nokta markalarına sadık tüketiciler oluşturmaktır. Bu sayede yakalanacak olan istikrarla, pazar payının korunması mümkün olabilecektir (Yalçın ve Ene, 2013). Firmalar bütünsel bir tüketici deneyimini yaratmak ve marka sadakatini güçlendirebilmek için tüketici ile etkileşimde bulunulan her türlü temas noktasını

sıralayarak bu noktalarda markayı en iyi şekilde yaşatabilecek duyguları açığa çıkarmayı amaçlamaktadır. Her bir etkileşim, kullanıcı ile iletişim kurmaktadır, her bir detay, her bir pazarlama unsuru, imaj, ikon, yerleşim ya da düğme kullanıcının karşı karşıya olduğu firma hakkındaki çağrışım ve yargılarında önemli bir rol oynamaktadır. Marc Gobe (2010), bu noktada insanların markalarla daha fazla etkileşim halinde olduğu duygusal ekonomiden bahsetmektedir. Lider markalar kalp aracılığıyla bağlanmakta ve bu bağ daha sonra akıl ile desteklenmektedir (Yalçın ve Ene, 2013; Kathman, 2010). Duygusal markalar kim olduğumuzu desteklemekle kalmayıp, olmayı arzu ettiğimize dönüşmeye fiziki olarak imkân da tanımaktadır (Yalçın ve Ene, 2013).

Oliver (1997), sadakati tüketicilerin ürün ve hizmetleri sürekli olarak satın alması ve tüketicilerin her ne sebeple olursa olsun dışsal faktörlerden dolayı satın alma kararlarını değiştirmemeleri olarak tanımlar (Kwong ve Candinegara, 2014). Mowen (1998), marka sadakatini, bir müşterinin bir markaya olan olumlu tutumu, kendini ona yakın ve bağlı hissetmesi ve gelecekte de onu satın almaya devam etme isteğine sahip olması olarak tanımlarken, Uztuğ'da (2003), marka sadakatini tüketicinin markaya olan inancının gücü olarak tanımlamaktadır. Marka sadakati ile ilgili yapılan diğer bir tanım da ise, "müşterinin kendisi için başka alternatiflerin de mevcut olduğu bir ortamda, belirli bir işletmeye, satıcıya ya da mal veya hizmete yönelik duyduğu, hissettiği, içten bağlılık ve tesadüfi olmayan alışveriş eğilimi, arzusu ve eylemidir" şeklinde ifade etmektedir (Özbek ve Külahlı, 2016; Bayuk ve Küçük, 2007). Marka sadakati, tüketicinin markaya karşı bağlılığının ölçüsüdür ve marka değerinin temelini oluşturmaktadır (Göksu, 2010). Marka sadakati genel olarak "tüketicinin belli bir süre içinde bir ürün kategorisi içinde yer alan bir ya da daha çok markaya karşı takındığı olumlu tutum ve davranışsal tepki" olarak da tanımlanabilir (Engel vd., 1990; Rai ve Medha, 2013). Bütün bu tanımların, tekrar satın alma, tercih etme, tavsiye etme ve bağlanma noktasında birleştiği dikkate alındığında, işletmelerin sürdürülebilir bir rekabet için sadık müşterilere duydukları ihtiyaç daha çok anlaşılmaktadır. Sadakat, işletmeler açısından kalıcı ve uzun vadeli başarının anahtarlarından birisi olarak görülmektedir (Eren ve Erge, 2012).

Tanımlardan yola çıkarak marka sadakatinin oluşması ile ilgili olarak altı koşuldan söz edilebilir. Bu koşullar; tekrar satın alma davranışının tesadüfi değil bilinçli olması, satın alınan davranışsal bir tepki olması, belirli bir zaman sürecinde oluşması, karar alma birimleri tarafından gerçekleştirilmesi, bir veya daha fazla alternatif markanın bulunduğu bir ortamda gerçekleşmesi, psikolojik bir sürecin bir fonksiyonu olması gerekliliği üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir (Külahlı, 2016; Yılmaz, 2005). Müşterilerin markaya olan tutkunluk ve bağlılık derecesini gösteren marka sadakati (Aaker, 1991) işletmeler için çok önemlidir.

Marka sadakatinin oluşması işletmeler açısından, pazarlama harcamalarının azalması, perakende noktalarda daha baskın olabilmesi, yeni müşterileri çekebilmesi ve rakip faaliyetler karşısında vakit kazanmasına imkân tanımak gibi avantajlar sunar (Özbek ve Külahlı, 2016; Tokmak, 2014; Fırat ve Azmak, 2007). Howard ve Sheth (1969), marka sadakatinin markanın satışlarıyla doğrusal bir ilişkisinin olduğunu ifade ederken, Aaker (1991) marka sadakatinin pazarlama maliyetlerin düşürdüğünü bununla yeni müşteriler elde etmeyi kolaylaştırdığını ve daha fazla ticari kaldıraç etkisi yaratmak gibi pazarlama avantajları sağladığını ifade etmiştir. Tüketiciler arasındaki pozitif kulaktan kulağa iletişimin artmasına ve tüketicilerin rekabetçi stratejilere karşı dirençlerinin azalmasına sebep olan marka sadakati bu sayede işletmelerin daha fazla tüketiciye ulaşmasına katkı sağlamaktadır (Göksu, 2010; Dick ve Basu, 1994).

Tüketicilerin; farklı markalar arasından, zaman içerisinde yalnızca bir markayı seçmesi marka sadakati olarak ifade edilir. Genel olarak marka sadakati, tüketicinin bir markayı tekrar satın alması, tekrar tercih etmesi ve markaya duyduğu bağlılık ve tüketicinin yalnızca içinde bulunduğu zamanda değil, gelecekte de belli bir markayı satın almasıdır (İmrak, 2015; Uzunkaya, 2016). Tüketicinin tekrarlı satın alma davranışı ve bir markaya ya da işletmeye yönelik olumlu tutum sergiliyor olması tüketicinin sadakati için önemli bir gösterge olarak kabul edilmektedir (Dick ve Basu, 1994; Selvi, Özkoç ve Emeç, 2007). Sheth (1974) bireyin hiç satın almadığı mal ya da hizmetlere karşı da sadakat geliştirmesinin mümkün olduğunu, farklı müşteri profilleri ve farklı ürün grupları için farklı sadakat durumlarının söz konusu olabileceğini belirterek sadakatin tekrarlı satın alma davranışı olarak tanımlanmasını eleştirmiştir. Tekrarlı satın alma davranışını marka sadakati ölçüsü olarak ele almak, tüketicinin markaya olan duygularını, neden o markayı devamlı aldığını ve onu gerçekten sevip

sevmediği gibi unsurların göz ardı edilmesine sebep olmaktadır. Bu farkın yani sadece alışkanlıklar ve kolaylıklar mı yoksa markaya karşı duyulan duygusal bağlar mı satın almaya sebep oluyor bunun ortaya konulması oldukça önemlidir. Tüketiciler bazen fiyatı düşük olduğu ya da daha iyi bir alternatif olmadığı için de aynı markaları almaya devam edebilirler. Dolayısı ile ‘marka sadakati’ ile ‘tekrarlı satın alma’ kavramları birbirinden farklı olarak ele alınmalıdır. Tekrarlı satın alma davranışı, tüketicilerin herhangi bir duygusal yakınlık olmamasına karşın sürekli aynı markayı satın almasını ifade etmek için kullanırken, marka sadakati tüketicinin bir markayı satın almasında gerçek bir tercihinin var olduğunu ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu yüzden de bazı araştırmacılar, şayet tüketicinin bir markaya olan tutumu, rakip markalardan daha olumlu ise bunu marka sadakati olarak tanımlamaktadırlar (Göksu, 2010; Datta 2003; Uzunkaya, 2016). Marka sadakati; rakiplere karşı etkili bir bariyer oluşturarak rekabetçi bir avantaj sağlar, firmanın rekabetçi uygulamalara karşılık verebilme kabiliyetini artırır ve rekabetin yoğun olduğu pazarlarda firmayı daha güçlü yaparak, rakiplerin pazarlama çabalarına daha az duyarlı bir müşteri temeli sağlar (Eren ve Erge, 2012; Uzunkaya, 2016).

Marka sadakati; Dick ve Basu (1994) tarafından, bir bireyin göreceli tavrı ile devamlı tüketici olma arasındaki ilişkinin gücü olarak tanımlanmış (Selvi, Özkoç ve Emeç, 2007; Kim, Lee ve Suh, 2015) ve marka sadakatının hem davranışsal hem de tutumsal boyutlarıyla ele alınması gereken bir kavram olarak değerlendirilmiştir (Devrani, 2009). Marka sadakati, tüketicilerin markaya olan bağlılık derecesini göstermektedir (Aaker, 1991). Bu açıdan bakıldığında bir marka tüketicisine fark edilir, rakiplerde olmayan ayırt edici özellikler ya da tüketicinin tercihini kendisine doğru yönlendirecek marka değeri sunar ve marka deneyimini yüksek düzeyde tatmin ile ilişkilendirebilirse, sadık bir tüketici kitlesine sahip olacak güçlü bir marka yaratabilir (Elden, 2009). Deneyimsel pazarlama ile şirketlerin ulaşmak istedikleri amaçlarından biri de tüketicilere yaşatılacak olan özel ve unutulmaz deneyimlerle tüketicilerde marka sadakati oluşturmaktır (Uzunkaya, 2016; Tosun ve Elmasoğlu, 2015; Aşkın ve İpek, 2016).

Tüketicilerin markaya yönelik tutum ve tekrar satın alma davranışının yüksek ve düşük olmasına göre, müşteri sadakati açısından dört farklı durum ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan bu dört sadakat düzeyi aşağıdaki tabloda gösterilmiştir (Devrani, 2009). Marka sadakati yüksek düzeyde olan müşteriler, rakip markaları satın almaktan kaçınırlar.

Tablo 1: Marka Sadakati Düzeyleri

| | Tekrarlı Satın Alma | | |
|----------------|---------------------|----------------|--------------------|
| Göreceli Tutum | | Yüksek | Düşük |
| | Yüksek | Gerçek Sadakat | Gelişmemiş Sadakat |
| | Düşük | Sahte Sadakat | Sadakatsizlik |

Kaynak: Devrani, 2009 Marka Sadakati Öncülleri: Çalışan Kadınların Kozmetik Ürün Tüketimi Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Y.2009, C.14, S.3 s.407-421.

Marka sadakati üzerinde önemle durulan bir kavram olmakla birlikte, kavramsal çerçevesiyle ilgili tartışmalar devam etmektedir. Chitty, Ward, ve Chua (2007) göre, marka sadakati ile ilgili olarak “tutumsal ve davranışsal” olmak üzere iki ana yaklaşımdan söz etmek mümkündür (Yalçın ve Ene, 2013; Rai ve Medha, 2013; Kim, Lee ve Suh, 2015; Canoğlu, 2008). Sadakatın ölçülmesinde kullanılan bu iki boyut ayrı ayrı tüketici sadakatının ölçümünde kullanılabileceği gibi bir arada da kullanıldığı karma sadakat çalışmaları ile literatürde karşılaşılmaktadır (Aşkın ve İpek, 2016).

Sadakati davranışsal boyutta ele alan çalışmalarda sadakat yalnızca belirli zaman aralıklarında gerçekleşen tekrarlı satın alma davranışı olarak ele alınmıştır (Külahlı, 2016; Devrani 2009). Bu yaklaşıma göre marka sadakati “aynı ürün grubundaki birçok marka arasından istikrarlı olarak tek bir markayı seçme ve satın alma eğilimi” olarak tanımlanmakta, yani sadakat satın alma işleminin

tekrarlanmasına göre ölçülmektedir. Diğer bir ifadeyle davranışsal yaklaşım marka sadakatini satın alma davranışlarının hangi sıklıkla meydana geldiğine göre değerlendirilmektedir (Devrani 2009; Sheth vd., 1999). Tekrarlı satın alma davranışı sergileyen müşterilerin, o markayı gerçekten diğerlerine tercih eden ve bu tercihi doğrultusunda satın alma davranışını gerçekleştiren müşterilerden ayrılması gerekmektedir (Devrani 2009). Bu ayrımın yapılabilmesi için tüketicinin tutumsal sadakat boyutunun ele alınması gerekir. Marka sadakatinde tutumsal yaklaşım ise tüketicide markaya karşı olumlu bir duygunun varlığı ile belirlenmektedir. Bu olumlu duyguların oluşmasında “tatmin, bağlılık ve bütünleşme” gibi tüketicilerin markaya karşı değerlendirmeleri önemli rol oynamaktadır (Külahlı, 2016; Demir, 2011). Tüketicilerin bu eğilimlerinin satın alma davranışının gerçekleşmesinde onları motive ettiği söylenebilir. Yani başka bir ifadeyle tutumsal yaklaşım müşterilerin satın alma tercihini etkileyen gerçek nedenlerinin ötesinde (örneğin o ürün/hizmeti sunan alternatif markalara ulaşamaması gibi), müşterilerin tam olarak markayı nasıl görüp değerlediğiyle ilgili olan tüketicinin saf gerçek sadakat duygusuna odaklanan bir yaklaşımdır (Gounaris ve Stathapoulos, 2004).

Davranışsal sadakat, güçlü yeniden satın alma eğilimini işaret ederken, tutumsal sadakat; sadakatin duygusal ve psikolojik yanını ifade eder (Donnelly, 2009). Davranışsal perspektifte tam olarak satın alma bağlılığı vardır ve satın alma davranışının tekrarı söz konusudur. Satın alma davranışının tüketicinin marka ile olan geçmişine dayalı olduğu söylenebilir. Davranışsal sadakat, “tüketicilerin satın alma sıklığı, miktarı veya tekrar eden satın alma davranışını” temsil ederken tutumsal yaklaşımda, bağlılık, güven ve duygusal bir içerik bulunmaktadır. Tutumsal marka sadakati, “satın alma niyeti, işletmenin öncelikli tercih edilmesi, daha iyi alternatiflere karşı direnç gösterilmesi, ürün ya da hizmet için yüksek ya da ek ücreti ödemeye hazır olunması, bağlı hissetme ve tavsiye etme istekliliği” şeklinde gelişmektedir. Karma temele dayalı bakış açısı, “tüketicinin markaya yönelik olumlu tutumlarını ve bunun yanı sıra tekrar eden satın alma davranışlarını da” ele alarak incelemektedir. Bundan dolayı, tek başına davranışsal ya da tutumsal yaklaşımın marka sadakatini açıklamak konusunda yetersiz kaldığı, her iki yaklaşımın bir arada değerlendirilmesi gerektiği literatürde de sıklıkla dile getirilmektedir.

Selnes (1993) marka sadakati modelinde marka ünü, ürünün performansı ve memnuniyet faktörlerine yer vermiştir. McAlexander (2003) daha az deneyimli ve daha çok deneyimli gruplarla ilgili sadakat modelinde marka bileşenlerini ve genel memnuniyeti ele almıştır. Wangenheim (2003) sadakat modelinde aktif ve pasif sadakati ile memnuniyet ilişkilerini araştırmıştır. Taylor ve Hunter (2003) elektronik ürünlerde sadakati, markaya karşı tutum ve memnuniyet ilişkileri için bir model önermiştir. Homburg and Giering (2001) tüketicileri demografik özellikleri ile tüketici memnuniyeti ve sadakat ilişkilerini incelemiştir. Knox ve Walker (2001) tüketici satın alma yapılarının marka sadakati ile ilişkilerinin ölçümü için bir indeks önermiştir (Selvi, Özkoç ve Emeç, 2007). İşletmeler ancak tüketicilerini memnun edebildikleri sürece ayakta kalabileceklerdir. Memnuniyeti, pazarlama literatürünün merkezi bir kavramı olarak ele alan Oliver (1997), aynı zamanda sadakatin ön koşulu olarak kabul eder (Grah ve Tominc, 2015; Oliver, 1999). Her ne kadar her memnun tüketici sadık tüketici anlamına gelmese de tüketici memnuniyeti tüketici sadakatini artırıcı bir faktördür (Türker ve Türker, 2013).

Memnuniyet ve sadakat arasındaki bağı tespit etmek için memnuniyet, kullanım / tecrübe unsuru olarak, sadakat ise bir karar (sonuç) unsuru olarak görülebilir. Müşteri memnuniyeti, müşterinin satın alma ve tüketim tecrübesinin kümülatif bir değerlendirmesi olarak görülmektedir. Sadakat ise, müşterinin belirli bir ürün veya hizmeti tekrar temin etmeye yönelik eğilim veya beklentisidir (Auh ve Johnson, 2005). Mittal ve Kamakura (2001), memnuniyet ile sadakat arasındaki ilişkiyi incelemiş, memnuniyetin, yaş, eğitim, cinsiyet, medeni durum ve yaşadığı yer gibi demografik özelliklere bağlı olarak tekrar satın alma davranışında belirgin değişimlere neden olduğu tespit edilmiştir. Auh ve Johnson (2005)’in, marka memnuniyeti ve marka sadakati arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmada, öncelikle memnuniyetin sadakat üzerindeki temel etkisini tespit etmişler, buna ek olarak memnuniyet ve sadakat arasındaki ilişkinin, fiyat ve kalite bilgisinin artmasıyla güçlendiğini ileri sürmüşlerdir. Ayrıca kalitenin, sadakate giden yolda memnuniyet üzerinde fiyattan daha etkili olduğu, diğer yandan fiyat, kalite ve sektörel farklılıklar sonucunda memnuniyetin her zaman sadakate sonuçlanmadığı da vurgulanmıştır (Eren ve Erge, 2012). Memnuniyetinin marka sadakatine etkisinin araştırıldığı çok sayıda makale vardır (Newman ve Werbel, 1973; La Barbera ve

Mazursky, 1983; Kasper, 1988; Woodside, vd., 1989; Bloemer, vd., 1990; Bloemer ve Lemmink, 1992; Hallowel, 1996; Bowen ve Chen, 2001; Darsono ve Junaedi, 2006; Eren ve Erge, 2012). Bu çalışmalarda memnuniyetin marka sadakati üzerinde pozitif etkisi bulunmuştur. Bu bilgilerden hareketle araştırmanın hipotezleri şu şekilde gerçekleştirilmiştir;

H₁: Marka memnuniyetinin davranışsal marka sadakati üzerinde pozitif etkisi vardır.

H₂: Tutumsal marka sadakati üzerinde pozitif etkisi vardır.

II. METODOLOJİ

Cep telefonu kullanımının ülkemizde hızlı bir yaygınlaşma göstermesi bu alanda özellikle genç tüketiciler arasındaki marka sadakatinin ölçülmesi gereğini ortaya koymaktadır. Bu çalışma ile ülkemizde faaliyet gösteren cep telefonu markalarına yönelik genç tüketicilerin memnuniyetinin marka sadakatlerine etkisinin ölçmesi amaçlanmıştır.

Özellikle genç nüfusun cep telefonlarını daha çok ve daha bilinçli kullandıkları varsayımı üzerine araştırma ana kütlesi olarak üniversite öğrencileri belirlenmiştir. Çalışma, Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde öğrenim gören öğrenciler ile yüz yüze anket yöntemi kullanılarak 2016 Aralık ayı içerisinde yapılmıştır.

Anket soruları ilgili literatürden yararlanılarak oluşturulmuştur. Bu çerçevede, öncelikle, marka sadakati bileşenlerinin belirlenmesine yönelik Şimşek ve Noyan'ın (2009), Back ve Parks (2003), Mano ve Oliver (1993) geliştirmiş oldukları ölçek bu çalışma için uyarlanmıştır. Memnuniyeti ölçmek için ise Lau ve Lee (1999) tarafından geliştirilen memnuniyet ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Her iki ölçekte 5'li likert ölçeği (1- kesinlikle katılmıyorum, 2- katılmıyorum, 3- kararsızım, 4- katılıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum) ile hazırlanmıştır. Anket üç bölümden oluşmaktadır; birinci bölümde memnuniyet ölçeği kullanılmış, ikinci bölümde ise marka sadakati ölçeğinden yararlanılmıştır. Son bölümde ise hem cevaplayıcıların demografik özellikleri hem de cep telefonu markaları ile ilgili sorulara yer verilmiştir.

II.I. Örneklem ve Veri Toplama

Araştırmanın cep telefonu sektöründe yapılmasına karar verildikten sonra, Ömer Halisdemir Üniversitesinde öğrenim gören öğrenciler hedef kitle olarak belirlenmiştir. Araştırmanın zaman ve bütçe kısıtlarına bağlı olarak, kartopu örnekleme, araştırmanın örnekleme yöntemi olarak belirlenmiştir. Bu yöntemle 01 – 30 Aralık tarihleri arasında 450 ankete ulaşılmış ancak özensiz doldurulan anketler ve önemli derecede kayıp veriye sahip anketler elendiğinde 416 anketin için uygun olduğu görülmüştür. Kullanılabilir anket oranı %92,4'dür ve bu rakamın ana kütleyi temsil gücünün yeterli olduğu düşünülmektedir.

Araştırma örnekleminin demografik dağılımına bakıldığında, kadın ve erkeklerin neredeyse homojen bir şekilde dağıldığını, örneklemin %49,6'lık bölümünü kadınların oluşturduğu görülmektedir. Araştırma örnekleminin gelir düzeylerine bakıldığında, %44,3'lük bölümünün 1500 TL ve altında bir gelire sahip oldukları görülmektedir. Araştırmaya verdikleri cevaplarla destek veren öğrencilerin cep telefonu markaları arasındaki dağılımları ise %44,5'lik kısmının Samsung, %19,6'lık kısmı LG ve %9,6'lık bölümünün de Iphone kullandığı geriye kalan %26,5'lik grubunda farklı marka telefonları kullandığı belirlenmiştir.

II.II. Analiz ve Bulgular

Çalışmada kullanılan iki farklı ölçeğin öncelikle güvenilirliğine bakılmış daha sonrada memnuniyet ve marka sadakati ölçekleri için keşifsel faktör analizi uygulanmıştır. Araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik test sonuçları Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo2: Keşifsel Faktör Analizi ve Güvenilirlik Sonuçları

| Faktör | | Standardize edilmiş yükler | Alfa Katsayısı | Açıklanan varyans | Ort. | Std. sapma |
|----------------------------|------------------|----------------------------|----------------|-------------------|------|------------|
| Memnuniyet | | | 0,85 | 0,62 | | |
| <i>Memnuniyet</i> | Memnuniyet2 | 0,85 | | | 3,7 | 1.23 |
| | Memnuniyet3 | 0,80 | | | 3,84 | 1.26 |
| | Memnuniyet4 | 0,78 | | | 4,43 | 1.33 |
| | Memnuniyet1 | 0,74 | | | 3.54 | 1,29 |
| Marka Sadakati | | | 0,957 | 0,56 | | |
| <i>Davranışsal Sadakat</i> | Davranışsal Sad1 | 0,80 | | | 3.91 | 1.30 |
| | DavranışsalSad2 | 0,78 | | | 3.74 | 1.39 |
| | DavranışsalSad3 | 0,74 | | | 3.14 | 1.24 |
| | DavranışsalSad4 | 0,71 | | | 3.53 | 1.23 |
| | DavranışsalSad5 | 0,67 | | | 3.43 | 1.20 |
| <i>Tutumsal Sadakat</i> | TutumsalSad1 | 0,80 | | | 3.84 | 1.26 |
| | TutumsalSad2 | 0,72 | | | 4.25 | 1.19 |
| | TutumsalSad3 | 0,68 | | | 3.66 | 1.33 |
| | TutumsalSad4 | 0,55 | | | 4.43 | 1.36 |

Araştırmada kullanılan memnuniyet ölçeğinin güvenilirliği 0,85 ve genel ortalaması da 3,87 olarak hesaplanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirliği, ölçeği oluşturan değişkenlerin iç tutarlılığını gösteren Cronbach Alpha katsayısına bakılarak değerlendirilir. Aldığı değer 0 ile 1 arasında değişen Cronbach Alpha katsayısının 0,60 veya daha düşük olduğu durumlarda, içsel tutarlılık güvenilirliğine ilişkin sonuçlar tatmin edici değildir. Genellikle Cronbach Alpha katsayısının alt limiti olarak 0,70 kabul edilir. Değişken sayısı arttıkça bu değişkenler arasındaki korelasyon katsayısı da artacağından ölçeğin güvenilirliği de artar (Hair vd., 1998). Buradan hareketle memnuniyeti ölçmeye yönelik çalışmamızın güvenilirliğinin yeterli olduğu söylenebilir. Sadakatlerini ölçmek için kullanılan ölçeğimizin güvenilirliği ise 0,957 ve genel ortalaması da 3,77 olarak gerçekleşmiştir. Ayrıca, her iki ölçekte açıklanan varyans değerleri 0,62 ile 0,56 olarak hesaplanmıştır ve ölçeklerin güvenilirlikleri sosyal bilimlerde kabul edilebilir sınır olan 0,70’den yüksektir (Nunnally,1978).

Çalışmada tüketicilerin cep telefonu markalarından memnuniyetlerinin markalara yönelik sadakatlerine etkisinin ölçülmesi amacıyla regresyon analizinden faydalanılmış ve tüketicilerin cep telefonu markalarından memnuniyetlerinin davranışsal ve tutumsal sadakatlerine etkisine bakılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde markaya yönelik memnuniyetlerinin tutumsal sadakatle ile olan korelasyon katsayısının 0,599, davranışsal sadakati ile olan korelasyonun ise 0,707 olduğu hesaplanmıştır. Her iki korelasyon katsayısı da memnuniyetle sadakat arasında güçlü bir ilişkinin varlığı göstermektedir. Determinasyon katsayıları ise tüketicinin memnuniyetinin davranışsal sadakatini 0,499 oranında açıklayabildiğini, tutumsal sadakatini ise 0,358 oranında açıklama gücüne sahip olduğunu göstermektedir. Hipotezin ilk aşamasının sağlandığı yani müşteri sadakati üzerinde etkisinin olduğu söylenebilir. Ancak bu etkinin anlamlı olup olmadığını anlamak için ANOVA

tablosuna bakmak gerekmektedir. Her iki ölçeğimizde de ANOVA tablosu bu etkilerin aynı zamanda anlamlı olduklarını da göstermektedir.

Tüketicilerin cep telefonu markalarından memnuniyetlerinin davranışsal ve tutumsal sadakatleri üzerindeki etkisini veya aralarındaki ilişkiyi gösteren standardize yükler (β), ve anlamlılık düzeyleri (p), memnuniyetle sadakat arasında anlamlı bir etkinin olduğunu iddia eden H_1 ve H_2 hipotezinin bütün boyutlar itibarıyla kabul edildiğini göstermektedir.

Regresyon analizinin amaçlarından biri de gelecekle ilgili projeksiyonlar yapabilmektedir. Bunun içinde matematiksel regresyon modelinin oluşturulması gerekmektedir.

Oluşturulacak olan matematiksel regresyon modeli şu şekilde gerçekleşmiştir:

- Davranışsal Sadakat = $0,498 + 0,698$ (Memnuniyet)
- Tutumsal Sadakat = $0,638 + 0,564$ (Memnuniyet)

SONUÇ

Hızlı bir değişimin ve yoğun bir rekabetin yaşandığı akıllı cep telefonu sektöründe faaliyet gösteren markaların piyasada yaşamlarını sürdürmek ve pazar paylarını artırmak için müşterileri ile daha sıkı bağ kurmalarını zorunlu hale getirmektedir. Bu durumun farkında olan cep telefonu markaları müşterilerinin memnuniyet düzeylerini artırabilmek için ürünlerini sürekli geliştirmekte, yeni özellikler eklemektedirler. Böylece tüketicilerin beklentilerinin üzerinde ürün performansı sunarak daha tatmin olmuş memnun tüketiciler oluşturmaya çalışmaktadırlar.

Bu çalışmada cep telefonu kullanan genç tüketicilerin memnuniyetlerinin onların sadakatlerine etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda kartopu örnekleme yoluyla 450 üniversite öğrencisi ile yüz yüze anket yapılmış ancak 34 anket formu değerlendirme dışı tutulmak zorunda kalmıştır. Genç tüketicilerin kullandıkları cep telefonu markalarından memnuniyetlerinin orta düzeyde olduğu görülmektedir.

Genç tüketicilerin kullanmakta oldukları cep telefonu markalarına yönelik memnuniyetlerinin sadakatlerine olan etkisi davranışsal ve tutumsal boyutta incelenmiş ve genç tüketicilerin memnuniyetlerinin davranışsal sadakat üzerinde yoğunlaştığı istatistiksel olarak görülmüştür. Davranışsal sadakat boyutu daha çok tüketicilerin tekrarlı satın almalarını açıklayan bir sadakat boyutu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum benzer ihtiyaçların ortaya çıkması durumunda genç tüketicilerin aynı markayı satın alacaklarını bize göstermektedir. Ancak bu durum markaya gerçek bağlılığı onunla kurulan uzun vadeli sağlıklı ilişkiyi göstermek konusunda yetersiz kalmaktadır. Tekrarlı satın almalar tüketicinin gerçek sadakatini yansıtmak konusunda yetersiz kalmaktadır. Tutumsal sadakat, sadakatin duygusal ve psikolojik yanlarını bize göstermektedir. Memnuniyetlerinin tutumsal sadakatleri üzerindeki etkisi daha zayıf kalmaktadır. Genç tüketicilerin tutumsal sadakatlerinin düşük kalması gerçek anlamda cep telefonu markalarının tüketicilerin beklentilerini karşılamak konusunda yetersiz kaldığını göstermektedir. Tutumsal sadakat davranışsal sadakatten daha önemli olduğu ve markaların tüketicilerinin tutumsal sadakatleri üzerinde durmaları gerektiği düşünülmektedir. Davranışsal sadakat tüketicilerin gerçek anlamda marka ile uzun süreli ilişki kurmasını anlatmakta yetersiz kaldığı literatürde yapılan tanımlardan anlaşılmaktadır. Tutumsal sadakatin yükseltilmesi için de memnuniyetin artırılması yani tüketici beklentilerinin üzerine çıkılması gerekir. Bunu yapabilmek için öncelikle tüketici beklentileri verilecek mesajlarla belirli seviyelere çekilebilir böylece algıladığı performans daha yüksek olabilecektir veya inovasyon ve Ar-Ge faaliyetlerine verilecek önemle cep telefonlarından tüketicinin elde edebileceği performans artırılabilir. Hangisi ile olursa olsun memnuniyetin sadakate, sadakatinde işletmenin karlılığına ve performansına olan katkısı şüphe götürmemektedir. Bu çerçevede yapılacak çalışmaların sayısı artırılarak tüketici memnuniyeti sürekli araştırılmalı ve sadakat artırıcı programlar uygulanmalıdır.

KAYNAKÇA

- AAKER, D. A. (1991), *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*, The Free Press, New York.
- AŞKIN Nilay ve İPEK İlayda, (2016), "Marka Aşkının Marka Deneyimi ile Marka Sadakati Arasındaki İlişkiye Aracılık Etkisi", *Ege Akademik Bakış, Cilt 16- Sayı 1, Ocak 2016, SS. 79-94*
- AUH, S. and Johnson, M. D. (2005), "Compatibility Effects in Evaluations of Satisfaction and Loyalty", *Journal of Economic Psychology*, 26, 35- 57.
- BACK Ki-Joon ve PARKS Sara C. (2003), A Brand Loyalty Model Involving Cognitive, Affective, and Conative Brand Loyalty and Customer Satisfaction, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 27 (4) (2003), pp. 419–435.
- BAYTEKİN, P. (2005), "Toplam Kalite Hedefinde Müşteri Memnuniyetinden Müşteri Sadakatine", *Yeni Düşünceler Dergisi*, 1(1), 41-52. Retrieved from <http://155.223.1.158/edergi/yenid/sl/4.pdf>
- BAYUK, N., & KÜÇÜK, F. (2007), "Müşteri Tatmini Ve Müşteri Sadakati İlişkisi", *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (1), 285-292.
- BENNETT, R., & RUNDLE-Thiele, S. (2004). Customer satisfaction should not be the only goal. *Journal of Services Marketing*, 18(7), 514-523.
- BLOEMER, J. M. M., KASPER, J. D. P. and LEMNİNK, G. A. M. (1990), "The Relationship Between Overall Dealer Satisfaction, Satisfaction With The Attributes of Dealer Service, Intended Dealer Loyalty and Intended Brand Loyalty; A Dutch Automobile Case", *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour*, 3, 42- 47.
- BLOEMER, J. M. M. and LEMNİNK, G. A. M. (1992), "The Importance of Customer Satisfaction in Explaining Brand and Dealer Loyalty", *Journal of Marketing Management*, 8, 351- 64.
- BOWEN, J. T. and CHEN, S. L. (2001), "The Relationship Between Customer Loyalty and Customer Satisfaction", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, (May), 213-217.
- BOZBAY Zehra, YAMAN Yılmaz ve Erdem Özkan (2016), "İnternet Perakendeciliğinde Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Rolü: Hazır Giyim ve Kitap Sektörü Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma", *Journal of Transportation and Logistics 1 (1)*, 2016, ss. 19 – 38.
- Bulut, Y. (2011) "Otellerde Müşteri Memnuniyeti ve Bir Uygulama (Samsun Örneği)," *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (18), 389-403.
- Canoğlu Meltem (2008), *Otel Müşterilerinin İmaj ve Hizmet Kalitesi Algıları ile Tekrar Satın Alma Davranışları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Adana.
- Chitty, B., Ward, S., & Chua, C. (2007). An application of the ECSI model as a predictor of satisfaction and loyalty for backpacker hostels. *Marketing Intelligence & Planning*, 25, 563.
- CRONIN, J.J., M. K. BRADY ve T.G. HULT (2000), "Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environment", *Journal of Retailing*, 76(2), 193- 218.
- ÇİFTYILDIZ, S. S. (2010), "Tüketici ilgisinin marka bağlılığı ve öncelleri arasındaki ilişkiye etkisi: İstanbul ili örneği", *Tüketim ve Tüketici Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 49-69.
- DARSONO, L. I. and JUNAEDI, C. M. (2006), "An Examination of Perceived Quality, Satisfaction and Loyalty Relationship: Applicability of Comparative and Noncomparative Evaluation", *Gadjah Mada International Journal of Business*, 8 (3), 323- 342.

- DATTA, P. R. (2003). *The Determinants of Brand Loyalty*, Journal of American Academy of Business, September., Vol.3, Cambridge.
- DEMİR, M. Ö. (2011). Risk algısının marka sadakatine etkisi: Cep telefonları kategorisinde bir uygulama. *EgeAkademik Bakış Dergisi*, 11 (2), 267-276.
- DEVİRANİ Tülay Korkmaz, (2009), "Marka Sadakati Öncülleri: Çalışan Kadınların Kozmetik Ürün Tüketimi", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Y.2009, C.14, S.3 s.407-421
- DICK, A.S. ve K. BASU (1994), "Customer Loyalty: Towards an Integrated Conceptual Framework", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99-113.
- DUBROVSKI, D. (2001), The Role of Customer Satisfaction in Achieving Business Excellence, *Total Quality Management*, 12 (7/8), 910- 925.
- DUMAN, T., AYDUĞAN, P., & KOÇAK, G. N. (2007). Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetlerinde hizmet kalitesi, hizmet değeri, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati ilişkileri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (1), 151-177.
- EMİR, O., KILIÇ, G. ve PELİT, E. (2010) "Üç Yıldızlı Otel İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma," *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 15 (3), 291-310.
- ENGEL, J., BLACKWELL, R. ve MINIARD, P. (1990), *Consumer Behavior*, The Dryden Pres, New Jersey.
- ERCİŞ, A., YAPRAKLI, Ş. ve CAN, P. (2009). Güçlü ve Güçsüz Markalarda Marka Bilgisi, Marka İlişkileri ve Satın Alma Davranışları Arasındaki Farklılıkların İncelenmesi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26 (1), 157-190.
- EREN, S., ERGE, A. (2012), "Marka Güveni, Marka Memnuniyeti ve Müşteri Değerinin Tüketicilerin Marka Sadakati Üzerine Etkisi", *Journal of Yasar University*, 26(7), 4455- 4482.
- FIRAT, A., & AZMAK, E. (2007). Satın alma karar sürecinde beyaz eşya kullanıcılarının marka bağlılığı. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 2(3), 251-264.
- GARBARİNO, E. and JOHNSON, M. S. (1999), "The Different Roles of Satisfaction, Trust and Commitment in Customer Relationship", *Journal of Marketing*, 63 (2), 70- 87.
- GOUNARİS, S., & STATHAKOPOULOS, V. (2004). Antecedents and consequences of brand loyalty: An empirical study. *Journal of Brand Management*, 11(4), 283-306. doi: 10.1057/palgrave.bm.2540174
- GOBE, Marc (2010), *Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brand to People*. New York: Allworth Press.
- Göksu Fatma (2010), "Spor Ürünlerine Yönelik Marka Sadakati Üzerine Bir Araştırma", *İletişim Fakültesi Dergisi*, ss. 43 – 58.
- GRAH Miran and TOMİNC Polona (2015), "Relationships among Store Image and Store Loyalty in Slovenia", *Naše gospodarstvo/Our economy*. Volume 61, Issue 6, Pages 28–37, ISSN (Online) 2385-052, DOI: <https://doi.org/10.1515/ngoe-2015-0024>, December 2015
- HAİR, F.J., ANDERSON, E.R., TATHAM, R. ve Black, C.W., (1998). *Multivariate Data Analysis with Readings*, Prentice - Hall International Inc.
- HALLOWELL, R. (1996), "The Relationships of Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Profitability: An Empirical Study", *International Journal of Service Industry Management*, 7 (4), 27- 42.
- HANIF, M., HAFEEZ, S. ve RIAZ, A. (2010) "Factors Affecting Customer Satisfaction," *International Research Journal of Finance and Economics*, 60, 44-52

- HOMBURG Christian and Annette Giering (2001), —Personal Characteristics as Moderators of the Relationship Between Customer Satisfaction and Loyalty—An Empirical Analysis. *Psychology & Marketing*, Vol.18, No.1, pp.43-66
- İMRAK, S. (2015). Marka kişiliğinin; Marka İmajı, Genel Memnuniyet ve Sadakat Üzerindeki Etkisi ve Cam Ev Eşyası Sektörü Üzerine Bir Araştırma, *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(3), 91-104.
- KABADAYI, E. T. ve AYGÜN, İ. (2007), “Determinants of Brand Loyalty and The Link Between Brand Loyalty and Price Tolerance”, *Boğaziçi Journal*, 21 (1-2), 21- 35.
- KARA, G. (2015). Marka deneyimi ve tekrar satın alma niyeti arasındaki ilişkide müşteri tatmininin rolü. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- KARA, K. (2006). Gençlerin Satın Alma Davranışı üzerinde Marka Bağlılığının Etkisi ve Örnek Olay İncelemesi. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- KASPER, J. D. P. (1988), “On Problem Perception, Dissatisfaction and Brand Loyalty”, *Journal of Economic Psychology*, 9, 387- 397.
- KHİABANİAN Yasamın Haghıgh ve KARAKADILAR İbrahim Sarper (2016), “Marka Sadakati Yaklaşımlarına Etki Eden Öncül Faktörlerin İncelenmesine Yönelik Bir Ampirik Çalışma”, *Electronic Journal of Vocational Colleges-May/Mayıs 2016*, ss. 56 – 66.
- KILIÇ Hicran Özgüner, ÖZER Hüseyin Alper (2016), “Konut Pazarlamasında Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi: Safranbolu Örneği”, *Business & Management Studies: An International Journal Vol.:4 Issue:2 Year:2016*, ss. 162-184
- KIM, J.W., LEE, F. ve SUH, Y.G. (2015). “Satisfaction and Loyalty From Shopping Mall Experience and Brand Personality”, *Services Marketing Quarterly*, 36(1): 62-76. KNOX, S.D. and WALKER, D. (2001) “Measuring and Managing Brand Loyalty”, *Journal of Strategic Marketing*, 9(2), 111-128.
- KO de Ruyter, MARTİN Wetzels, Josée Bloemer, (1998) "On the relationship between perceived service quality, service loyalty and switching costs", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 9 Iss: 5, pp.436 – 453, <http://dx.doi.org/10.1108/09564239810238848>
- KÜLAHLI Aycan, (2016), Tüketici İlgilenimi, Müşteri Memnuniyeti ve Marka Sadakati Arasındaki İlişkiler: Akıllı Telefon ve Parfüm Ürünleri Temelinde Bir Araştırma, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası Ticaret ve Pazarlama Anabilim Dalı.
- KWONG, M., Z., dan CANDINEGARA, I., 2014, Relationship Between Brand Experience, Brand Personality, Consumer Satisfaction, and Consumer Loyalty of DSSMF Brand, *International Business Management Program*, Vol. 2, No. 2: 89-98. Lau, G. and Lee, S. (1999), “Consumer’s Trust in A Brand and Link to Brand Loyalty”, *Journal of Market Focused Management*, 4, 341- 370.
- MANO, Haim and RICHARD L. Oliver (1993), "Assessing the Dimensionality and Structure of Consumption Experience: Evaluation, Feeling, and Satisfaction," *Journal of Consumer Research*, 20 (December), forthcoming.
- McALEXANDER, J.H., KİM, S.K. ve ROBERTS, S.D., (2003). “Loyalty: The Influences of Satisfaction and Brand Community İntegration”. *European Journal of Marketing Theory and Practice*, 11,4,1-11.
- MITTAL, V. and KAMAKURA, W. (2001), “Satisfaction, Repurchase Intent and Repurchase Behavior: Inverstigating The Moderating Effect of Customer Characteristics”, *Journal of Marketing Research*, 38, 131- 143.
- MOWEN, J. C., MINOR, M. (1998) *Consumer Behavior*, 5. Edition.

- NUNNALLY, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York, NY: McGraw-Hill
- OLİVER, R. L. (1997) *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, New York: McGraw-Hill.
- OLİVER, R.L. (1999). Whence customer loyalty. *Journal of Marketing*, 63, 33-44. doi: 10.2307/1252099.
- ÖZBEK Volkan ve KÜLAHLI Aycan (2016), “Tüketicilerin İlgilenim, Memnuniyet ve Sadakat Düzeyleri Cinsiyete Göre Değişmekte Midir?”, *Business & Management Studies: An International Journal* Vol.:4 Issue:3 Year:2016, pp. 316-340.
- ÖZEVREN, M. (2000) *Toplam Kalite Yönetimi Temel Kavramlar ve Uygulamalar*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- ÖZGÜVEN, N. (2008). Hizmet pazarlamasında müşteri memnuniyeti ve ulaştırma sektörü üzerinde bir uygulama. *Ege Akademik Bakış*, 8(2), 651-682.
- RAİ Alok Kumar ve MEDHA Srivastava (2013), “The Antecedents of Customer Loyalty: An Empirical Investigation in Life Insurance Context”, *Journal of Competitiveness*, Vol. 5, Issue 2, pp. 139-163, June 2013 ISSN 1804-171X (Print), ISSN 1804-1728 (On-line), DOI: 10.7441/joc.2013.02.10.
- RANAWEERA, C. and PRABHU, J. (2003), “The Influence of Satisfaction, Trust, and Switching Barriers on Customer Retention in A Continuous Purchasing Setting”, *International Journal of Service Industry Management*, 14, 3/4, 374- 395.
- SELNES F. (1993), “An Examination of the Effects of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty”, *European Journal of Marketing*, 27, 9, 19-35.
- SELVİ Murat Selim, ÖZKOÇ Hatice ve Hamdi EMEÇ, (2007), “Mağaza İmajı, Mağaza Memnuniyeti ve Mağaza Sadakati Arasındaki İlişkinin Tüketiciler Açısından Değerlendirilmesi”, *D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt:22 Sayı:1, Yıl:2007, ss:105-121
- ŞİMŞEK, G. G. ve NOYAN, F. (2009), “Türkiye’de Cep Telefonu Cihazı Pazarında Marka Sadakati İçin Bir Model Denemesi”, *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 36, 121- 159.
- TAYLOR, S.A. ve HUNTER, G., (2003), “An Exploratory Investigation into the Antecedents of Satisfaction, Brand Attitude, and Loyalty within the (B2B) eCRM Industry”, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 16, 19-35.
- TOKMAK, G. (2014). Marka sadakatini etkileyen faktörler ve markaya bağlılık noktaları: Bülent Ecevit üniversitesi i.i.b.f. öğrencileri üzerine bir uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- TOSUN Nurhan BABÜR, ELMASOĞLU Kamile (2015), “Duyusal Markalamanın Marka Sadakati Üzerindeki Rolü”, *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Cilt 2, Sayı 1, 2015 Bahar, ss. 91 – 111.
- TÜRKER, G., TÜRKER A. (2013). GSM Operatörleri Sektöründe Marka Sadakatini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi; Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 3(1),
- TÜZÜN, İ.K., DEVRANI, T.K. (2008). Müşteri memnuniyeti ve müşteri-çalışan etkileşimi üzerine bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3 (2), 13-24. <http://kutuphane.dogus.edu.tr/mvt/pdf.php>
- UZTUĞ, F. (2003) *Markan Kadar Konuş!*, *Marka İletişimi Stratejileri*, Mediacat, İstanbul.
- UZUNKAYA Tuğba, (2016), “Marka Sadakatinin Tekrar Satın Alma Niyetine Etkisi ve GSM Sektöründe Bir Araştırma”, *BUJSS*, 9/2 (2016), 58-67
- WANGENHEİM, F.V., (2003). *Situational Characteristics as Moderators of The Satisfaction-Loyalty Link: An Investigation in A Business-To- Business Context*. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 16, 145-156.

- WOODSIDE, A. G., Frey, L. L. and Daly, R. T. (1989), “Linking Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioral Intention”, *Journal of Health Care Marketing*, 9, 5- 17.
- YALÇIN, A. ve ENE, S., (2013), “Online Ortamda Kurumsal Marka İmajının Marka Sadakati ile İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”, *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 34 (1), 113-134.
- YILMAZ Veysel (2005), “Tüketici Memnuniyeti ve İhtiyaçlarının Marka Sadakatine Etkisi: Sigara Markasına Uygulanması”, *Sosyal Bilimler Dergisi 2005/1*, ss. 257 – 271.

TÜRKİYE’NİN KAZAKİSTAN İLE KURMUŞ OLDUĞU ENERJİ İLİŞKİLERİNİN TÜRKİYE’NİN YUMUŞAK GÜCÜNE ETKİSİ *

Nuri Gökhan TOPRAK¹

Özet

Soğuk Savaş’tan miras kalan jeostratejik konumunun yanı sıra, başarılı bir şekilde kurmuş olduğu uzun süreli enerji işbirlikleriyle Türkiye, küresel enerji piyasasına enerji kaynaklarını arz eden ülkeler ile net enerji kaynağı ithalatçısı ülkeler arasında da doğal bir köprü olmak için uygun konumda bulunmaktadır. 2011 yılında yayınlanan Enerji Stratejisi Belgesi ile Türkiye, mevcut jeostratejik konumunu daha verimli bir şekilde kullanarak, kendisine uluslararası alanda çok daha geniş bir bölgede ve de etkin bir rol kazandıracak, küresel enerji piyasasının merkezlerinden biri olmayı resmen hedef edinmiştir. Okuyacağımız çalışma bir ülkenin enerji projelerini başarılı bir şekilde araçsallaştırmasının, ülkeye enerji ve bölge politikalarında daha aktif bir konum sağlamanın ötesinde, katılımcı diğer ülkeler nazarındaki yumuşak gücünü de arttırabileceğini varsaymaktadır. Bu varsayımın sınanması için seçilen örnekleme ise Türkiye’nin gerçekleştirilmesinde etkin rol almak istediği uluslararası enerji projelerine katılması kuvvetle muhtemel ülkelerden Kazakistan ile kurmuş olduğu enerji ilişkilerin Türkiye’nin yumuşak gücüne etkisi değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Türk Dış Politikası, Yumuşak Güç, Türkiye-Kazakistan İlişkileri, Enerji İlişkileri

Jel Sınıflandırılması: F5, Q48, P48

THE EFFECTS OF TURKEY’S ENERGY RELATIONS WITH KAZAKHSTAN ON TURKEY’S SOFT POWER

Abstract

As well as her geostrategic location inherited by the Cold War, with the successfully built and long lasting energy cooperation, Turkey is in a suitable position of being a natural bridge among the supplier and net energy importer countries of the global energy market. With the document Energy Strategy, Turkey officially aims to be one of the energy terminals of the global energy market that brings much active role in a wider region to herself by using her present geostrategic location in a much efficient way. The study you will read (this study) claims that beyond the potential promotions in terms of energy or regional politics, the achievements in the instrumentalization of energy projects under the ascendant role of one country would lend assistance to increase that country’s very own soft power capacity among the all participants. In order to test this claim the energy relations set by Turkey with Kazakhstan, which is quite likely to participate in projects in which Turkey would have an active role to carry out, will be evaluated as a case study.

Key Words: Turkish Foreign Policy, Soft Power, Turkey-Kazakhstan Relations, Energy Relations

Jel Classification: F5, Q48, P48

* Bu çalışma İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Doktora Programında tamamlanmış olan “Türkiye’nin Yumuşak Güç Kapasitesi: Enerji Projelerinin Araçsallaştırılması” başlıklı, yayınlanmamış doktora tezinden türetilmiştir.

¹ Araştırma Görevlisi Doktor, Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İİBF) Uluslararası İlişkiler Bölümü Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı, nuri.toprak@klu.edu.tr

GİRİŞ

Soğuk Savaş'ın son dönemlerinde siyasi, iktisadi ve askeri dinamiklerde tezahür eden değişim süreci uluslararası ilişkiler alanında pek çok konu ve kavramın yeniden değerlendirilmesini zaruri kılmıştır. Yeniden değerlendirme sürecinde konu ve kavramlar alışılmış kullanımlarının yanında yeni boyutlar kazanmış, uluslararası vakalar da bu çerçevede yeniden değerlendirilmeye çalışılmıştır. Güç kavramının Joseph S. Nye tarafından *sert güç - yumuşak güç* dikotomisinde yeniden değerlendirilmeye tabi tutulması gibi enerji kaynakları konusunun güvenlik kavramı ekseninde ele alan hâkim kabule yönelik farklı yaklaşımlar geliştirilmeye çalışılmış, enerji kaynaklarının güç ekseninde de ele alınabileceği iddia edilmiştir. Ancak enerji kaynaklarının güç ekseninde ele alan çalışmalar da Soğuk Savaş sonrasında gerçekleştirilen özgün değerlendirmeler kapsamına tam olarak girmemektedir. Nitekim II. Dünya Savaşı öncesi Amerika Birleşik Devletleri'nin (ABD) Japonya'ya yönelik uyguladığı petrol ambargosu veya 1973 Petrol Krizi gibi örneklerde devletlerin enerji kaynaklarını bir güç unsuru olarak kullandığı alanda daha önce de kabul gören bir görüştür. Bu bağlamda enerji kaynaklarının güç ekseninde daha özgün bir şekilde ele alınması, Michael T. Klare'in "Hard Power, Soft Power, and Energy Power" isimli makalesinde enerji kaynaklarını yumuşak güç kavramı kapsamında değerlendirilmesi ile gerçekleştirilmiştir. Okuyacağımız çalışma Klare'in Amerikan dış politikasında enerji kaynaklarının bir yumuşak güç unsuru olarak kullanıldığına dair iddiasından hareketle Türk dış politikasında da enerji kaynaklarının bir yumuşak güç unsuru olarak kullanabileceğini var saymaktadır. Kazakistan ile kurmuş olduğu enerji ilişkilerinin Türkiye'nin yumuşak güç kapasitesi üzerindeki etkisi üzerinden gerçekleştirilecek bir değerlendirme, bu varsayımın sınanması için başvurulacak yollardan birisini oluşturmaktadır.

I. YUMUŞAK GÜÇ UNSURU OLARAK ENERJİ KAYNAKLARININ ARAÇSALLAŞTIRILMASI

İktisadi unsurların bir ülkenin gücü üzerinde, enerji kaynaklarının da iktisadi unsurlar üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Küresel enerji talebinin XX. yüzyılda ani artışıyla birlikte bu etkilerin yaşamış olduğu dramatik değişim, bu yeni duruma adapte olmaya çalışan ülkeler nezdinde enerji kaynaklarının hayati bir mesele olarak ele alınmasına neden olmuştur. Konunun önemi üzerine gerçekleştirilen uluslararası ilişkiler çalışmalarında da enerji kaynakları, hayati bir mesele olarak, daha çok güvenlik ekseninde ele alınmış, sınırlı enerji rezervleri bağlamında enerji meselelerinin sadece sıfır toplamlı ilişkiler çerçevesinde ele alınabileceğine dair genel bir kabul oluşmuştur (Bahgat, 2011; Pascual & Elkind, 2009; Müller-Kraenner, 2008; Barton vd. 2004; Sovacool, 2011). Ancak enerji kaynakları üzerinden gerçekleştirilen güvenlik eksenli çalışmalara hâkim olan bu karamsar Realist ve Neorealist kabulün yeniden bir değerlendirmeye tabi tutulması gerekmektedir (Baylis, 2012: 157-159).

"Sosyal yapılar, ortak bilgi, maddi kaynak ve eylemlerden oluşur. Bu sebeple, sosyal yapılar, kısmen, ortak anlayışlar, beklentiler ve bilgi tarafından belirlenir" ilkesi, uluslararası ilişkilerde sosyal inşacıların benimsemiş olduğu temel varsayımlardan biridir (Baylis, 2012: 161). Sosyal inşacı yaklaşımın bu varsayımından hareketle enerji kaynağına dair anlayışınız ve enerjiden beklentiniz doğrultusunda enerji ilişkilerini alışıla gelmiş şekilde güvenlik ekseninde ele alabileceğiniz gibi, enerjiyi bir araç olarak etkin bir şekilde kullanmayı amaç eden aktörler üzerinden, aynı ilişkileri güç eksenli bir şekilde ele almak da mümkündür. Ancak bu noktada enerji kavramını farklı bir yapı, anlayış ve beklenti içerisinde yeniden tanımlamamız gerekmektedir.

Uluslararası ilişkiler çalışmalarının pek çoğu güç kavramını bir aktörün bir başka aktöre karşı uyguladığı ve normal şartlar altında mevzubahis ikinci aktörün yapmak istemediği/istemeyeceği bir eylemi yapmasını sağlaması olarak tanımlamaktadır. Nye'in çalışmasında özgün olan nokta ise kullanılan araçlara göre güç kavramının tek bir tanımının olamayacağını kullanmış olduğu sert ve yumuşak güç kavramlarıyla açıklamaya çalışmasıdır (Nye, 2005). Bu çerçevede enerji kaynaklarının

uluslararası ilişkilerde alışılagelmiş bir şekilde ambargo ya da tehdit aracı olarak kullanılması, enerjiyi bir sert güç unsuru haline dönüştürmektedir. Öte yandan yine bir uluslararası ilişkiler aktörü Nye’ın “kendi değerlerine hayran olan, kendisini örnek alan, refah seviyesine ve fırsatlarına özenen diğer ülkeleri etkilemek için, zorlama içermeyen kendine çekme yöntemi” (Nye, 2005: 14) olarak tanımladığı yumuşak gücün aracı olarak enerji kaynaklarını kullanması ise enerjiyi bir *yumuşak güç* unsuruna dönüştürmektedir. Dolayısıyla enerjinin gerek uluslararası ilişkilerde gerekse güç türleri içerisindeki yeri, bir ülkenin uluslararası ilişkilerinde enerjiyi nasıl konumlandığı diğer bir deyişle nasıl kullanmak istediği ile doğrudan ilgilidir.

Uluslararası alanda enerji bağlamında ele alınan güç ilişkileri, iktisadi gücün güç kapasiteleri içerisinde artan öneminden ötürü, genellikle kaynağın arz veya talep güvenliği noktasında incelenmiştir. Enerji kaynaklarına dair uluslararası ilişkiler çalışmalarına hâkim olan bu anlayış, enerji kaynaklarının geleneksel güç anlayışı çerçevesinde bir çeşit sert güç aracı olarak değerlendirilmesine neden olmuştur. Ancak uluslararası ilişkiler alanında güç kavramının sert güç-yumuşak güç ayrımı ile kazanmış olduğu yeni boyut kapsamında enerjinin geleneksel ele alınmış biçimi bir yeniden değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Örneğin Michael T. Klare, *the New Foreign Policy Tool* başlıklı makalesinde, enerji kaynaklarını “yeni bir dış politika aracı” olarak yorumlarken; enerji kaynaklarının devletler tarafından bir nevi yumuşak güç olarak da kullanılabileceğini belirtmiştir (Klare, 2015).

Klare’nin de çalışmasında belirttiği üzere tarihsel süreç içerisinde enerji kaynakları, II. Dünya Savaşı öncesinde Japonya’ya yönelik Amerikan Petrol Ambargosu, 1973 Petrol Krizi ya da Ukrayna ile Rusya arasında yaşanan doğal gaz krizleri gibi pek çok örnekte de görüldüğü üzere, bir sert güç aracı olarak kullanılmıştır. Günümüzde de silah kullanımının zor ya da maliyetinin faydasından yüksek olduğu durumlarda enerjinin bir sert güç aracı olarak kullanımı hâlihazırda devam etmektedir. Ancak geleneksel anlayışa uygun olan bu mevcut durum, farklı dış politika pratikleri ile değiştirilebilir bir yapıdadır ve enerji bir yumuşak güç aracı olarak da kullanılabilir. Nitekim Klare’in enerjinin bir yumuşak güç olarak da kullanılabileceği iddiasının temelinde de ABD dış politikası özelinde vermiş olduğu örnekler bulunmaktadır.

11 Eylül Saldırıları sonrasında ABD’de George W. Bush Yönetimi’nin Orta Doğu’ya yönelik uyguladığı politikalarda sert gücün doğrudan silahlı kuvvet kullanımını da içeren unsurlarını kullanmış olması, Amerikan’ın bu dönemdeki dış politikasının yumuşak gücü savunanlardan da öte pek çok uluslararası ilişkiler uzmanı tarafından eleştirilmesi sonucunu doğurmuştur. ABD’de Bush Yönetimi’ne müteakip göreve gelen Barack Obama Yönetimi ise Amerikan dış politikasına yöneltilen bu eleştiriler bağlamında, Amerikan dış politikasını revizyona tabi tutarak Amerikan dış politikasında yumuşak güç uygulamalarına tekrar ağırlık vermeye çalışmıştır. Klare, 2010’lu yılların ilk yarısında ABD’nin enerji alanında uyguladığı dış politikayı da bu yönde atılan adımlar olarak yorumlamıştır (Klare, 2015).

1970’li yıllardan itibaren, petro-devletler olarak da nitelenen, geniş enerji rezervlerine ve üretim kapasitelerine sahip ülkeler, uluslararası enerji piyasasında artan talep doğrultusunda kendilerine birtakım iktisadi avantajlar sağlamıştır. XX. yüzyılda pek çok örnekte de gözlemlendiği üzere, enerji ilişkileri karşılıklı bağımlılığın esas olduğu yatay yönlü iktisadi bir ilişkiden, süreç içerisinde taraflardan avantajlı olanın diğerine bir nevi baskı uyguladığı dikey yönlü siyasi bir ilişkiye dönüşebilmektedir. Klare de çalışmasında ABD’nin 2015 yılında enerji piyasasına 2008’e göre %84 daha fazla petrol ve %20 daha fazla doğal gaz arz etmesini, enerji ilişkilerinden iktisadi ve ötesinde siyasi avantaj elde eden petro-devletlere karşı atılmış birer adım olarak kabul etmiştir (Klare, 2015). Enerji üretiminin artırılmasına dair atılan bu adımlar ilk etapta ABD’nin kendi iç piyasasında artan enerji talebinin karşılanması, diğer bir deyişle bir enerji arz güvenliği politikası olarak da yorumlanabilirdi. Ancak üretilen enerji kaynaklarının iç piyasa yerine, başta Rusya-Ukrayna arasındaki doğal gaz krizleri ile İran’ın nükleer enerji projelerine yönelik ambargo sonucunda petrol arzı konusunda olumsuz etkilenen Avrupa ülkeleri olmak üzere, küresel enerji piyasasına yönlendirilmesi, bu politikanın yerel enerji talebine yönelik arz güvenliği kapsamında değerlendirilmesini mümkün kılmamaktadır. Nitekim 2008 ile 2014 verileri karşılaştırıldığında ABD, petrol üretimini %71, doğal gaz üretimini ise %27 arttırmıştır. Aynı dönemde ABD’de petrol tüketimi %2 oranında azalırken, doğal gaz tüketimi ise %15 oranında artmıştır. Bu veriler ışığında

artan enerji üretiminin yerel talebi karşılamak için olmadığı sonucuna varabilir. Öte yandan yine aynı dönem içerisinde gerçekleşen 2008 ekonomik krizinde ABD'nin Avrupa ülkelerine yönelik petrol ihracatı %19 oranında artmıştır (British Petroleum (BP), 2016). İddiamızı destekleyen bir diğer gelişme ise ABD Temsilciler Meclisi Sözcüsü John Boehner'in, 2014 itibarıyla askıya alınan 24 LNG (Liquefied Natural Gas- Sıvılaştırılmış Doğal Gaz) ihracat başvurusunun onaylanarak Rusya-Ukrayna anlaşmazlığı sonucunda doğal gaz krizi yaşayan ülkelere yardım edilmesi gerektiğini belirtmesi olmuştur (Boehner, 2014).

ABD'nin 2010'ların ilk yarısında enerji piyasasına yönelik artan müdahalesi, özellikle bu döneme kadar enerji piyasasına hâkim ülkeler nazarında, ABD'nin sert gücünün bir uzantısı olarak değerlendirilebilir. Öte yandan ABD Dışişleri Bakanı John Kerry'nin Bulgaristan, Polonya, Romanya, Ukrayna ve diğer eski Doğu Bloğu ülkelerinin enerji altyapılarının teknik destek sağlanarak, enerji piyasalarının ise bölgeye yönelik yatırımların cazip hale getirilerek desteklenmesine dair açıklamaları, enerji ilişkilerinin diğer tarafında yer alan ülkeler nazarında ABD'nin yumuşak gücünü arttırmaktadır. Bu durum, Nye'in yumuşak gücün "sert güçten daha fazla gönüllü yorumcuların ve alıcıların varlığına bağlı" olduğu iddiasıyla da uyum arz etmektedir (Nye, 2005: 24).

Enerjinin bir yumuşak güç aracı olarak kullanılmasına verilen diğer bir örnek, ABD'nin enerji kaynaklarının değerlendirilmesinde sahip olduğu teknik altyapıdır. Bu örnekte ABD, enerji kaynaklarının daha verimli bir şekilde işlenmesine imkân veren teknik bilgisini, teknolojik altyapısı ve sermaye birikimini iktisadi gerekçelerden ziyade dış politika tercihleri doğrultusunda bazı ülkelerle paylaşırken, bazı ülkelere özellikle sakınmaktadır. ABD'nin Rusya'nın etki alanına girebilecek Doğu Avrupa ülkelerine doğal gaz, yine Rusya ve Çin Halk Cumhuriyeti (ÇHC) ile etki mücadelesi içerisinde olduğu Hindistan'a ise nükleer enerji konularında sağlamış olduğu destek, ABD'nin bu ülkeler nazarındaki yumuşak gücünü arttırmaktadır. Öte yandan ABD'nin doğal gaz konusunda Rusya'ya, nükleer enerji konusunda İran'a ve petrol konusunda her iki ülkeye yönelik sert güç unsurlarını içeren bir tutum içerisinde olması, enerji ilişkilerinin güç ekseninde değerlendirilebileceğini gözler önüne sermektedir (Charbonneau, 2014; Emmott & Strupczewski, 2014).

Bir ülkenin enerjiye ne oranda sahip olduğu, enerjiyi ne amaçla ve ne oranda kullanmak istediği, enerji politikasında yer alan ya da yer alması muhtemel diğer aktörlere ne gibi roller biçtiği, enerjinin ne tür bir ilişki türü olarak tanımlanabileceğini belirlemektedir. Enerji bir boyutuyla, devletler tarafından sadece yerel talebin karşılanması noktasında bir güvenlik meselesi olarak incelenebilir. Öte yandan enerjinin bir başka boyutu, yerel enerji talebinin karşılanmasının ötesinde, çeşitli düzeylerdeki uluslararası ilişkiler aktörlerinin dış politika amaçları doğrultusunda kullanılarak, güç ekseninde de ele alınabilmesini mümkün kılmaktadır.

Uluslararası ilişkilerde enerji eş zamanlı olarak hem sert güç hem de yumuşak güç aracı olarak kullanılabilir gibi, çeşitli düzeylerdeki uluslararası ilişkiler aktörlerinin kendi kapasiteleri ve tercihleri doğrultusunda, güç türlerinden sadece birinin aracı olarak da ele alınabilmektedir. Örneğin enerji kaynaklarını her iki güç türünde eş zamanlı olarak kullanabilen ülkelere ABD bu kapasitesini kendi enerji rezervleri, enerji alanında ulaştığı ileri teknik seviyesi ve bir yandan bu altyapı sonucu ortaya çıkarken bir yandan da bu yapının devamını sağlayan sermaye birikimi sayesinde sağlamaktadır. Ancak ABD'nin sahip olduğu bu özgün konum, enerjinin yumuşak gücün bir dış politika aracı olarak kullanılmasının şartlarını oluşturmamaktadır. Nitekim ABD'nin sahip olduğu bu üç unsurun hiçbirine sahip olmayan ülkeler de coğrafi ve siyasi konumlarını kullanmak suretiyle, bölgelerinde kurmuş oldukları enerji ilişkilerini araçsallaştırarak kendi yumuşak güç kapasitelerini arttırabilmektedir. Bu çerçevede ABD'nin sahip olduğu enerji rezervlerine, teknik altyapıya ve sermaye birikimine sahip olmayan Türkiye'nin dış politikasında enerjinin yumuşak güç unsuru olarak kullanılmasına yönelik geliştirmiş olduğu strateji, incelenmesi gereken bir örneği oluşturmaktadır.

II. TÜRK DIŞ POLİTİKASINDA ENERJİ KAYNAKLARININ YUMUŞAK GÜÇ UNSURU OLARAK ARAÇSALLAŞTIRILMASI

Soğuk Savaş sonrası Orta Doğu, Güney Kafkasya ve Merkezi Asya'da ortaya çıkan güç boşluklarının doldurulması, kendisine öncelikle bölgesel bir güç olma hedefini koymuş Türkiye'nin dış politikasında yaşamsal bir öneme sahip olmamıştır. Soğuk Savaş Döneminde etkin bir güç olmadığı bu bölgelerde Türkiye'nin girişimleri, bu ülkelerle ilk etapta kurulacak olumlu iktisadi ve siyasi işbirliklerine yönelik gerçekleşmiştir. Uluslararası alanda dikkate değer miktarda bir hidrokarbon enerji kaynağına sahip olmayan Türkiye'nin bu tutumu, dış politikası içerisinde enerjiyi konumlandırmasına da yansımıştır. Nitekim Türkiye enerjiyi küresel politikalarda söz sahibi olma yolunda kullanabileceği bir sert güç aracından ziyade bölgesel düzeyde güç olma yolunda kullanabileceği bir yumuşak güç unsuru olarak ele almıştır. Bu bağlamda Türkiye, Orta Doğu ülkeleri ve Merkezi Asya Cumhuriyetleri'nin (MAC) küresel enerji piyasasına arz ettikleri hidrokarbon enerji kaynakları ile enerji tüketimi düzenli olarak artış gösteren AB (Avrupa Birliği) üyesi ülkelerinin enerji talebini bir araya getirme doğrultusunda kendisini *enerji terminali* haline getirecek uluslararası enerji projeleri üretmiş ve bu projelerin gerçekleştirilmesi için yumuşak güç tanımına giren metotları kullanmaya çalışmıştır.

2016 yılı itibariyle Türkiye'nin taraf olarak yer aldığı uluslararası enerji projelerinin altı tanesi tamamlanarak işletilmeye açılmışken, dört tanesi ise proje aşamasındadır.² İşletilmeye devam eden mevcut uluslararası enerji projelerinin tamamı da hidrokarbon enerji kaynaklarını esas almaktadır. Bu durumun bir nedeni hidrokarbon enerji kaynaklarının ikame edilebilir niteliği sayesinde diğer enerji kaynaklarına nispetle daha kolay iletilebilir olmasıdır. Bir diğer nedeni de küresel enerji piyasasında bu türden enerji kaynaklarına yönelik talebin diğer enerji kaynaklarına kıyasla daha fazla olmasıdır. Karşımıza çıkan bu tabloda Türk dış politikasının enerji stratejisinin merkezinde hidrokarbon enerji kaynaklarının bulunduğu görülmektedir. Hidrokarbon enerji kaynaklarının iştirak ettiği uluslararası enerji projelerindeki önceliği nedeniyle, dünya doğal gaz rezervlerinin %10,5'ine, petrol rezervlerinin ise %2'sine ev sahipliği yapan Merkezi Asya, Türk dış politikasının özel önem atfettiği bölgelerin arasında gelmektedir (BP, 2016). Merkezi Asya bölgesinde ise Kazakistan sahip olduğu zengin petrol rezervlerinin ihracatında alternatif ülkeler arayışı içerisinde olma noktasındaki etkinliğiyle Türkiye için ayrı bir konuma sahiptir.

III. KAZAKİSTAN'IN ENERJİ GÖRÜNÜMÜ

Kazakistan 3,9 milyar ton petrol rezerviyle, Merkezi Asya petrol rezervlerinin %95'ine, 1,5 trilyon metre küp doğal gaz rezerviyle ise aynı bölgenin doğal gaz rezervlerinin %7'sine sahiptir (BP, 2016). 1990'ların başında tüm eski Sovyet ülkelerinde yaşanan iktisadi buhranı tecrübe eden Kazakistan'da, bağımsızlık ilanını izleyen ilk üç yılda petrol üretiminde %20'lik bir düşüş yaşanmışsa da 1999 ve 2004 yılları arasında üretim, yılda ortalama %15 oranında artarak bugünkü seviyesine gelebilmiştir (Alexandrov, 1999: 295-296).

Mevcut rezerv ve üretim kapasiteleri çerçevesinde küresel enerji piyasasında Kazakistan petrol ihracatı ile ön plana çıkarken, 2014 yılında günlük ortalama bir milyon yedi yüz on bin varil seviyesinde üretilen petrolün ihracatından elde edilen gelir, GSYH'nin %22,6'sını, toplam yıllık ihracatın da %70'ini oluşturmaktadır (The Observatory of Economic Complexity, 2016; BP, 2016; The World Bank 2016). Öte yandan 2013 yılında Kazakistan'ın gerçekleştirmiş olduğu toplam 74 milyar Amerikan Doları değerindeki ihracatın %19'unu ÇHC'ye, %11'ini Hollanda'ya, %8,1'ini İtalya'ya yönelik gerçekleştirilmişken MAC'nin geleneksel ticari ortağı Rusya'nın ihracat

² İşlerlik kazanma sırasıyla bu boru hatları şunlardır: Kerkük-Yumurtalık (petrol), Batı Hattı (doğal gaz), İran-Türkiye (doğal gaz), Mavi Akım (doğal gaz), Bakü-Tiflis-Ceyhan (petrol), Bakü-Tiflis-Erzurum (doğal gaz). Devam etmekte olan dört proje ise Trans Anadolu, Trans Adriyatik ve Katar kaynaklı doğal gaz boru hattı projelerinin yanı sıra Rusya ile gerçekleştirilmesi planlanan nükleer enerji santralidir (Boru Hatları ile Petrol Taşıma Anonim Şirketi, 2016).

içerisindeki payı %7,9 seviyesinde kalmıştır (The Observatory of Economic Complexity, 2016). ÇHC'ye yönelik gerçekleştirilen ihracatın %61'i, Hollanda'ya ve İtalya'ya yönelik ihracatın ise %96'sı petrol ve petrolden üretilen ürünlerden oluşmuştur (The Observatory of Economic Complexity, 2016).

Kazakistan'da ekonomide oldukça önemli bir konuma sahip olan petrolün yabancı yatırımların desteğiyle üretim kapasitesi yıllar içerisinde artmaya devam ederken yeni rezerv arayışları da sürmektedir. Nitekim son on beş yıllık dönemde ortalama yıllık 4,6 milyar Amerikan Doları yeni petrol rezervlerinin arama çalışmalarında kullanılmıştır (Alexanderov, 1999: 262-263).

Kazakistan enerji sektörüne devlet teşebbüslerinin hâkim olduğu 1994-2004 yılları arasındaki dönemde ortalama yıllık 10,9 milyar metreküp doğal gaz üretilebilirken, 2004 yılında özel teşebbüs şirketlerinin petrolden sonra doğal gaz üretimine de izin veren yasal düzenlemeyle, yıllık doğal gaz üretim miktarı 2004-2010 yılları arasında 25,9 milyar metreküpe yükselmiştir. Bu yasal düzenleme öncesinde dünya çapında doğal gaz fiyatlarının, 2000-2004 yılları arasında, ortalama %13,5 değer kazanmasına karşın, 2004-2010 yılları arasında, yıllık ortalama %31,1 değer kazanmış olması (BP, 2016), Kazakistan'ın yapmış olduğu yasal düzenlemenin zamanlama konusunda da başarılı olduğu görülmektedir.

Bağımsızlığı takip eden yıllardaki iktisadi buhranı yabancı yatırımcılara kapısını açarak aşan Kazakistan'da bugün yedi büyük konsorsiyum, enerji üretiminin %90'ına sahiptir. Bu konsorsiyumlar bünyelerinde bulundukları Rus, Amerikan, Fransız, İngiliz, Çinli, Türk, Kanadalı, Macar, Danimarkalı, Koreli, Japon, Endonezyalı ve Romen şirketler ile enerji sektöründe çok uluslu bir yapının Kazakistan'a hâkim olmasına vesile olmuşlardır. Kazakistan Hükümeti ise bu çok uluslu yapıyı kontrol edebilmek ve Kazakistan iktisadının enerji sektörüne bağlı kırılganlığını önleyebilmek için birtakım yasal düzenlemelere gitmiştir. Kazak enerji pazarını yabancı yatırımcılar için daha az mücadeleci bir yapıya dönüştürdüğü iddia edilen bu düzenlemelerle birlikte, enerjiden elde edilen gelirle "ülkenin sosyoekonomik gelişimine istikrar kazandırmak ve ülkenin dış faktörlere karşı kırılganlığını azaltmak" için Kazakistan Ulusal Fonu kurulmuştur. Kurulduğu on altı yıllık dönemdeki performansı ile fonun Kazakistan'ı, küresel enerji piyasasındaki fiyat dalgalanmalarına karşı koruduğu görülmektedir (Kaiser & Pulsipher, 2007: 1302).

Kazakistan'da petrol rezervleri ihracat gelirlerinde büyük pay sahibiyken, yerel enerji talebinin %63'ü kömür rezervleriyle karşılanmaktadır. 33,6 milyon ton ile dünyanın en zengin sekizinci kömür rezervine sahip Kazakistan'da yerel enerji talebinin %24'e yakını petrol ile karşılanırken, doğal gazın payı ise %9'da kalmaktadır (BP, 2016). İç piyasadaki doğal gaz talebi, nüfus yoğunluğunun en yüksek olduğu Çimkent ve Almatı şehirlerinde yoğunlaşmıştır. Ancak bu bölgelere doğal gaz arzı, Atyrau, Çimkent ve Pavlodar Doğal Gaz Sahaları gibi yerel kaynaklar yerine, Özbekistan ve Türkmenistan'dan ithal edilen doğal gaz ile yapılmaktadır. Öz kaynakların ülke içinde kullanımı yerine ithalat yolunun seçilmesinin nedeni, SSCB döneminde Moskova'yı merkez olarak inşa edilen boru hattı güzergâhlarının Kazakistan'ın iç talebini karşılamaktan uzak olmasıdır. Batıdaki doğal gaz sahaları ile güneydeki büyük şehirler arasında inşa edilmesi gereken yaklaşık iki bin kilometrelik yeni doğal gaz boru hattı maliyetinin oldukça yüksek olması, Kazakistan'ın bu siyaseti yakın gelecekte de devam ettireceğini göstermektedir (Alexanderov, 1999: 295).

Şekil 1. Kazakistan'ın Boru Hattı Altyapısı



Kaynak: "Pipeline Infrastructure of Kazakhstan", The Oil & Gas Year, 2013, <http://shop.theoilandgasyear.com/pipeline-infrastructure-kazakhstan/>, (12.01.2015)

SSCB'nin dağılmasının ardından yeniden şekillenen MAC'nin siyasi haritasında Kazakistan, Avrupa'ya yönelen enerji boru hatlarının birleştiği Rusya ile zengin hidrokarbon enerji kaynaklarına sahip MAC arasındaki Kuzey-Güney hattında enerji altyapı çalışmalarına önem veren bir nevi terminal görevi görmektedir. Kazakistan benzeri bir görevi, MAC'nin enerji kaynaklarının Avrupa'ya iletimi bağlamında, Doğu-Batı hattında da sahip olma potansiyeline sahiptir. Ancak bu noktada Kazakistan'ın önünde üç mesele birer engel olarak durmaktadır.

Birer engel olarak tanımladığımız bu üç meseleden ilki Avrupa'nın Rusya'nın da dâhil olacağı enerji boru hattı projelerine alternatif arayışlar içerisinde olmasıdır. İkinci olarak, Hazar'ın uluslararası hukuki statüsünde devam eden anlaşmazlıklar, Kazakistan'ın Türkmenistan ile Merkezi Asya-ÇHC Boru Hattı örneğinde gerçekleştirdiğine benzer bir işbirliğini Trans Hazar Petrol Boru Hattı ile yeniden gerçekleştirerek bu kez Avrupa piyasalarına Rusya olmaksızın ulaşmasını engellemektedir. Üçüncü olarak da İran'a yönelik uluslararası alanda AB ve ABD tarafından uygulanmaya devam eden izolasyon, Kazakistan'ın uluslararası çıkmazın çözülmesini beklemeksizin Hazar'ı devre dışı bırakacak bir çözüm bulmasını da engellemektedir.

Sonuç olarak, ekonomisinde oldukça önemli bir yer tutan enerji kaynaklarının değerlendirilmesi noktasında Kazakistan, benzeri engellerle karşılaşan Türkmenistan'la birlikte, 2000'li yılların başından itibaren Merkezi Asya'da daha revizyonist ve proaktif bir dış politika uygulamaya başlamıştır. Her iki ülkenin enerji projeleri vasıtasıyla ÇHC, Pakistan ve Hindistan ile geliştirmeye başladığı işbirliği bu dış politikanın bir tezahürüdür. Günümüzde Rusya, Kazak ve Türkmen enerji kaynaklarının Avrupa'ya iletiminde hala tek söz sahibi olma konumunu korusa da her iki ülkenin özellikle ÇHC ile geliştirmiş olduğu geniş hacimli enerji ticareti, bu ülkelere kendi enerji politikalarını belirlemede yeni bir hareket sahası açmıştır.

IV. KAZAKİSTAN İLE KURMUŞ OLDUĞU ENERJİ İLİŞKİLERİNİN TÜRKİYE’NİN YUMUŞAK GÜCÜNE ETKİSİ

Günümüzde zengin hidrokarbon enerji kaynaklarına sahip olan ülkelerin büyük bir çoğunluğu, mevcut iktisadi kapasitelerini koruma veya artırma yolunda değişik ölçülerde de olsa, sahip oldukları enerji kaynaklarının ihracatına bağımlı durumdadır. SSCB’nin dağılmasının ardından girmiş olduğu iktisadi buhranı aşmada Kazakistan için bu bağımlılık hayati bir seviyeye ulaşmıştır. Nitekim küresel enerji piyasasında petrol fiyatlarında gerçekleşecek %10’luk bir artış sabit fiyatlarla GSYH bazında Kazakistan’da %2’lik bir artış anlamına gelmektedir (BP, 2016; The World Bank, 2016; The Observatory of Economic Complexity, 2016). Öte yandan küresel enerji piyasasına hâkim olan karmaşık karşılıklı bağımlılık ilkesi ise fiyatlarda tek bir uluslararası ilişkiler aktörünün belirleyici bir rol oynamasına izin vermemekte, bu durumda enerji ihracatçısı ülkelerin farklı güzergâhlarla daha fazla müşteriye ulaşmasını zorunlu kılmaktadır.

Kazakistan, enerji piyasasının küresel dinamiklerinin yanı sıra bölgeye ve kendi ülkesine özgü siyasi koşullar doğrultusunda enerji alanında çeşitli politikalar yönelmiştir. Türkiye’nin Kazakistan ile kurmuş olduğu enerji ilişkilerinin kendi yumuşak güç kapasitesi üzerindeki etkisini anlayabilmek için öncelikle Kazakistan’ın hangi koşullar altında enerji politikasına yön verdiği incelenmek gerekmektedir. Aynı amaçla daha sonra atılması gereken adım ise Türkiye’nin bu politikalara nasıl bir yaklaşım gösterdiği ve bu yaklaşımın kendi yumuşak güç kapasitesini nasıl etkilediğini değerlendirmek olmalıdır.

Kazakistan’ın bağımsızlığını ilan etmesine müteakip ilk çeyrek yüzyıllık dönemde en sıkı ve olumlu ilişkilerini SSCB’nin halefi Rusya ile kurmuştur. Ancak yüksek askeri ve iktisadi kapasitesini *yakın çevre* politikası bağlamında siyasi bir kapasiteye de dönüştüren Rusya Kazakistan ile kurmuş olduğu ilişkileri, Kazakistan’ın aleyhinde olacak şekilde, oldukça orantısız bir zemine oturtmuştur. İlişkileri uzun vadede uluslararası bir işbirliğinden tek taraflı bir bağımlılık ilişkisine dönüştürebilecek bu orantısızlık, Kazakistan nezdinde Rusya gibi güç kapasitesi nispeten yüksek ülkelerle kurulacak yeni ilişkilere daha temkinli yaklaşılmaya neden olmuştur (Aydın, 2008: 390-395; Alkan, 2011: 39-40, 327-328; Sönmezoğlu, 2006: 732).

Soğuk Savaş sonrasında Türkiye’nin Merkezi Asya’ya yönelik yaklaşımını ise bölgede kendisi tarafından doldurulması gereken bir tür güç boşluğu oluştuğuna dair anlayışı çerçevesinde geliştirdiği proaktif politikalar oluşturmuştur (Aydın, 2008: 380-388; Hale, 2002: 287-296). Ancak yukarıda da bahsetmiş olduğumuz üzere aralarında Kazakistan’ın da bulunduğu bölge ülkeleri kendi aleyhlerine gelecek tek taraflı bir bağımlılık ilişkisine yönelik temkinli bir yaklaşım geliştirmiştir. Bu temkinli yaklaşım dönemin Türkiye Cumhurbaşkanı Turgut Özal Döneminin dış politika yaklaşımı ile karşılaşınca bölgede Türkiye ve bölge ülkeleri arasında, en azından tarafların arzu ettiği ölçüde, bir işbirliği zemini oluşturulamamıştır (Aydın, 2008: 388-396).

Türkiye bölgede uzun vadeli bir işbirliğinin zeminini Özal Döneminde yaşanan başarısızlıktan yaklaşık on beş yıl sonra, Ak Parti (AKP) Hükümetleri döneminde, MAC ülkelerinin enerji kaynaklarına atfettiği önemi yeniden değerlendirmeye çalışarak kurmaya çalışmıştır. Fakat 1990’lardan farklı olarak AKP Hükümetleri döneminde, bölgede oluşan güç boşluğunun Türkiye tarafından doldurulması inancı terk edilmiş, hükümet Programında yer alan:

“...iyi komşuluk ilişkileri içinde Rusya Federasyonu ile, kültürel yakınlığımız çerçevesinde Orta Asya ve Kafkasya ülkelerinde tarafların çıkarlarını zedelemeyen, işbirliğine dayalı ilişkiler sürdürülecektir... Kafkasya’da soğuk savaş dönemi şartlanmaları bir yana bırakılarak işbirliği imkânları aranacak, zengin yeraltı ve yerüstü kaynaklarına sahip olan bu bölgenin, Orta Doğu ve Balkanlar’la ekonomik açıdan bütünleşmesine katkıda bulunmaya çalışacaktır.” (Ak Parti, 2003)

ifadeleriyle bölge politikalarına yönelik değişimin ipuçları verilmiştir. Bu çerçevede *İpek Yolu Strateji Kanunu* (Silk Road Strategy Act of 1999) ile ABD’nin, *Güney Koridoru* ile AB’nin iktisadi ve siyasi desteğini alan Türkiye, Doğu-Batı Enerji Koridoru kapsamında geliştirdiği Nabucco Doğal

Gaz Boru Hattı Projesi gibi öneriler ile Kazakistan'a sahip olduğu hidrokarbon enerji kaynaklarını küresel enerji piyasalarına arz etme teklifinde bulunmuştur (İşeri, 2008: 292).

Türkiye'nin Kazakistan'a yönelik yaklaşımını değiştirerek yeni bir hamlede bulunmasında içsel ve dışsal faktörler birlikte rol oynamıştır. Nitekim AKP Hükümetlerinin Merkezi Asya'ya yönelik tutumu kendisinden önceki hükümetlerden farklılık göstermiş, seçim beyannamelerinde bölgeye yönelik geçmişte uygulanan politikaların hatalı olduğu kabul edilmiştir (Ak Parti, 2002). Öte yandan Kazakistan, Rusya ile ilişkilerinin kendi aleyhlerine gelişen bir tür bağımlılık ilişkisine dönüştüğü kabulü ile başta ÇHC olmak üzere Hindistan ve Pakistan ile yeni işbirlikleri geliştirmeye çalışmıştır.

AB'nin yanı sıra ÇHC, Pakistan ve Hindistan, Soğuk Savaş sonrasında MAC'ye yönelik uygulamış oldukları politikalarda enerji çerçevesinde geliştirilecek ilişkileri ön plana çıkarmıştır. Bu politikalar da Kazakistan tarafından olumlu karşılanmıştır. Nitekim projelerin ihtiyaç duyduğu sermayenin sağlanması durumunda, ÇHC ile gerçekleştirmiş oldukları projede net bir şekilde gözlemleneceği gibi, Kazakistan hidrokarbon enerji kaynaklarını Rusya'ya alternatif bir güzergâhtan küresel enerji piyasasına arz etmeye oldukça istekli olmuştur (Tatar-Şadan, 2015: 314). Türkiye, Kazakistan'ın bu istekli yaklaşımını değerlendirmek istemiş ve öncelikle Nabucco'ya bu ülkeyi davet etmiştir. Ancak İran'ın projede yer almasının AB ve ABD tarafından alınan ambargo kararlarıyla imkânsız hale getirilmesi ve Hazar'ın statüsü sorununun da Rusya ve İran'ın tutumuyla bir çıkmaza dönüşmesi neticesinde projenin gerçekleştirilememesi, Kazakistan nezdinde Batı ile ilişkilere daha da şüpheli bir yaklaşımın yerleşmesine vesile olmuştur. Şüphesiz bu yaklaşım Türkiye'nin Kazakistan nezdindeki yumuşak gücünü de olumsuz etkilemiştir.

SONUÇ

Kazakistan'ın bağımsızlığını kazandığı tarihten itibaren Türkiye-Kazakistan ilişkileri inişli çıkışlı bir grafik sergilemiştir. Sahip olunan ortak kültürel miras her iki ülkeyi ilk etapta birbirine yakınlaştırırken, Türkiye'nin kendi güç kapasitesini değerlendirme noktasında yapmış olduğu hataların yanı sıra MAC'nin içsel dinamikleri ile çevresindeki Rusya ve ÇHC gibi güç merkezlerinin oluşturduğu dışsal dinamikleri göz ardı eden dış politik yaklaşımı Türkiye-Kazakistan ilişkilerinde 1990lar'a sirayet eden bir durgunluğun yaşanmasına sebep olmuştur. Bu durgunluğu aşma yolunda Türkiye, bölge ülkeleri ile çevresindeki güç merkezlerini de dikkate alarak, kendi güç kapasitesini Batı dünyasının desteğiyle arttırmaya çalışmış ve Merkezi Asya'ya olan yaklaşımını değiştirmeye başlamıştır. AKP hükümetleri döneminde çeşitli altyapı, kültür ve eğitim alanlarında gerçekleştirilecek başarılı işbirliklerine enerji işbirliklerini de dâhil edilmesini kapsayan bu yeni yaklaşım, Türkiye'nin Merkezi Asya'da dolayısıyla Kazakistan'da geniş tabanlı bir işbirliği zeminini oluşturmasını amaçlamıştır. Ancak aynı dönemde özellikle teknik ve iktisadi alanda desteği aranan Batı dünyasının Doğu-Batı Enerji koridorunda yer alan bölgelere doğrudan askeri müdahale ve ambargo gibi sert gücün uygulanmasına dayanan yöntemleri benimsemiş olması, Türkiye'nin yumuşak güç unsurlarıyla bölgede ulaşmayı hedeflediği amaçlarla çelişen sonuçlar doğurmuştur. Bu durumun bir sonucu olarak Türkiye'nin yumuşak gücü bölgede olumsuz etkilenmiş, arzu edilen enerji işbirliği zemini henüz sağlanamamıştır.

11 Eylül Olayları sonrasında Batılı ülkeler ile Türkiye'nin Doğu-Batı enerji koridorunda yer alan ülkelere yönelik benimsedikleri yaklaşım farklılıkları Arap Baharı sürecinde Mısır ve Suriye'de, devam eden süreçte de terör konularında derinleşmiştir. 2010'lu yılların ikinci yarısından itibaren bu derinleşmenin de etkisiyle, Türkiye'de Batı dünyasından bağımsız bir dış politik yaklaşımın benimsenmesi gündeme gelmiş, alternatif dış politika paradigmaları geliştirilme çalışmalarına hız verilmiştir. Bu bağlamda 1990'lı yılların başında yapmış olduğu hataları tekrarlamama adına Türkiye, Kazakistan'ın da aralarında bulunduğu Merkezi Asya ülkeleriyle ilişkilerini soyut ve ikili ilişkilere dayanan bir zeminden somut ve bölgenin çevresinde yer alan güç merkezlerini de kapsayan çok taraflı ilişkilere dönüştürmeyi tercih ederek Şanghay İşbirliği Örgütü'ndeki (ŞİÖ) diyalog partneri statüsündeki varlığını üye statüsüne taşımak istemektedir.

26 Nisan 1996'da Kazakistan, ÇHC, Rusya, Kırgızistan ve Tacikistan tarafından imzalanan Sınır Bölgelerinde Askeri Güvenin Derinleştirilmesi Anlaşması ile güvenlik ekseninde ortaya çıkan ŞİÖ, güvenlik ve kültürel işbirliğinin yanı sıra enerji işbirliğine önem veren bir örgüt olarak ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda ŞİÖ bünyesinde faaliyet gösteren Enerji Kulübü'nün 2017'deki dönem başkanlığını Türkiye'nin üstlenecek olması çalışmamızın bütününde vurguladığımız üzere Türkiye'nin uluslararası enerji projelerini dış politikasında araçsallaştırdığına dair iddiamızla örtüşmektedir. Nitekim ŞİÖ ile Enerji Kulübü vasıtasıyla geliştirilecek ilişkiler, Türkiye'nin örgüt ile mevcut ilişkilerini derinleştirmesinin, örgüte üyelik sürecinin ve dış politikasında gerçekleştirmeye çalıştığı ve yumuşak güce dayanan paradigma değişikliğinin bir aracı olma potansiyeline sahiptir. Bu potansiyelin verimli bir şekilde kullanılması ve ŞİÖ üyesi Kazakistan ile Kazakistan ekonomisinde hayati öneme sahip olan enerji alanında işbirliklerinin başarıyla sağlanması, Türkiye'nin bölgedeki yumuşak gücünün yeniden olumlu bir şekilde tesis edilmesi için atılması gereken zaruri adımlardan biri olarak görünmektedir.

KAYNAKÇA

- Ak Parti. (2002). *Ak Parti seçim beyannamesi*. Retrieved May 06, 2016 (de indirildi) from the World Wide Web: <http://www.akparti.org.tr/upload/documents/2002-beyanname.pdf>.
- Ak Parti. (2003). *59. hükümet programı*. Retrieved May 02, 2016 (de indirildi) from the World Wide Web: <https://www.akparti.org.tr/upload/documents/59uncu-hukümet-programi.pdf>.
- Alexandrov, M. (1999). *Uneasy alliance: relations between Russia and Kazakhstan in the post-soviet era, 1992-1997*. Westport: Greenwood Press.
- Alkan, H. (2011). *Orta Asya Türk cumhuriyetlerinde siyasi hayat ve kurumlar: Kazakistan, Özbekistan, Kırgızistan, Türkmenistan*. Ankara: USAK Yayınları.
- Aydın, M. (2008). Kafkasya ve Orta Asya'yla ilişkiler, *Türk dış politikası: kurtuluş savaşından bugüne olgular, belgeler, yorumlar cilt II: 1980-2001 içinde*, (Ed.) Baskın Oran. İstanbul: İletişim.
- Bahgat, G. (2011). *Energy security: an interdisciplinary approach*, West Sussex: Wiley.
- Barton, B. , Redgwell, C. , Rønne, A. , Zillman, D. N. (Eds.). (2004). *Energy security: managing risk in a dynamic legal and regulatory environment*. New York: Oxford University Press.
- Baylis, J. (2012). Uluslararası İlişkilerde Güvenlik Kuramı, *Uluslararası ilişkilerde çatışmadan güvenliğe içinde* (Der.) Mustafa Aydın, Hans Günter Brauch, Ursula Oswald Spring, Mitat Çelikpala, Necati Polat. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- British Petroleum. (2016). *BP statistical review of world energy june 2016*. Retrieved November 25, 2016 (de indirildi) from the World Wide Web: <https://www.bp.com/content/dam/bp/pdf/energy-economics/statistical-review-2016/bp-statistical-review-of-world-energy-2016-full-report.pdf>.
- Boehner, J. (06.03.2014). Counter Putin by liberating U. S. natural gas, *The Wall Street Journal*. Retrieved March 29, 2016 (de indirildi) from the World Wide Web: <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052702303824204579421024172546260>.
- Boru Hatları ile Petrol Taşıma Anonim Şirketi (tarihsiz). Petrol ve doğal gaz boru hatları. Retrieved April 02, 2016 (de indirildi) from the World Wide Web: http://www.botas.gov.tr/images/maps/BotasGenel_full.jpg.
- Charbonneau, L. (2014). U. S. expected to keep oil embargo even if Iran nuclear deal struck, *Reuters*, Retrieved March 29, 2016 (de indirildi) from the World Wide Web: <http://www.reuters.com/article/us-iran-nuclear-usa-idUSBREA1J0MT20140220>.

- Emmott, E. , & Strupczewski, J. (2014). Obama tells EU to do more to cut reliance on Russian gas, *Reuters*. Retrieved March 29, 2016 (de indirildi) from the World Wide Web: <http://www.reuters.com/article/us-usa-eu-summit-idUSBREA2P0W220140326>.
- Klare, M. T. (2015). Hard power, soft power, and energy power, *Foreign Affairs*. Retrieved December 12, 2015 (de indirildi) from the World Wide Web:<https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/2015-03-03/hard-power-soft-power-and-energy-power>.
- Hale, W. (2002). *Turkish foreign policy: 1774-2000*. London: Frank Cass.
- İşeri, E. (2012). Küresel düzeyde enerji meseleleri ve Türk dış politikası, *XXI. yüzyılda Türk dış politikasının analizi* içinde, (Der.) Faruk Sönmezoğlu, Nurcan Özgür Baklacioğlu, Özlem Terzi. İstanbul: Der Yayınları.
- Kaiser, M. J. , Pulsipher, A. G. (2007). A review of the oil and gas sector in Kazakhstan, *Energy Policy*, 35, 1302.
- Müller-Kraenner S. (2008). *Energy security: re-measuring the world*. London: Earthscan.
- Nye, J. S. (2005). *Yumuşak Güç* (Çev.) Rayhan İnan Aydın. Ankara: Elips Kitap.
- Pascual, C. & Elkind, J. (Eds.). (2009) *Energy security: economics, politics, strategies, and implications*. Washington D. C. : Brooking Institution Press.
- Sovacool, B. K. (Ed.). (2011). *The routledge handbook of energy security*. New York: Routledge.
- Sönmezoğlu, F. (2006). *II. Dünya savaşından günümüze Türk dış politikası*. İstanbul: Der Yayınları.
- Tatar, V. & Şadan G. (2015). Artan petrol ihtiyacının çin dış politikasına etkisi, *Enerji Diplomasisi* içinde, (Eds.) Hasret Çomak, Caner Sancaktar, Zafer Yıldırım. İstanbul: Beta Yayınları
- The Observatory of Economic Complexity. (tarihsiz). Iran exports. Retrieved May 01, 2016 (de indirildi) from the World Wide Web: <http://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/irn/#Exports>.
- The Observatory of Economic Complexity. (tarihsiz). Kazakhstan. Retrieved April 16, 2016 (de indirildi) from the World Wide Web: <http://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/kaz/>.
- The Observatory of Economic Complexity. (tarihsiz). Kazakhstan exports. Retrieved May 01, 2016 (de indirildi) from the World Wide Web: <http://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/kaz/#Exports>.
- The Observatory of Economic Complexity. (tarihsiz). Russia exports. Retrieved May 01, 2016 (de indirildi) from the World Wide Web: <http://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/rus/#Exports>.
- The Observatory of Economic Complexity. (tarihsiz). Turkmenistan exports. Retrieved May 01, 2016 (de indirildi) from the World Wide Web: <http://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/tkm/#Exports>.
- The Observatory of Economic Complexity. (tarihsiz). What does Kazakhstan export to China? Retrieved April 17, 2016 (de indirildi) from the World Wide Web:http://atlas.media.mit.edu/en/visualize/tree_map/hs92/export/kaz/chn/show/2013/.
- The Observatory of Economic Complexity. (tarihsiz). What does Kazakhstan export to Italy? Retrieved April 17, 2016 (de indirildi) from the World Wide Web: http://atlas.media.mit.edu/en/visualize/tree_map/hs92/export/kaz/ita/show/2013/.
- The Observatory of Economic Complexity. (tarihsiz). What does Kazakhstan export to Netherlands? Retrieved April 17, 2016 (de indirildi) from the World Wide Web: http://atlas.media.mit.edu/en/visualize/tree_map/hs92/export/kaz/nld/show/2013/.
- The World Bank. (11.04.2016). Gross Domestic Product 2014, *World Development Indicators Database*. Retrieved May 04, 2016 (de indirildi) from the World Wide Web: <http://databank.worldbank.org/data/download/GDP.pdf>.

TEKNOLOJİ İLE ZENGİNLEŞTİRİLMİŞ ÖĞRENME ORTAMLARINDA ÖĞRENCİLERİN BİLİMSEL ARGÜMANTASYONUNA REHBERLİ ÖĞRENME DESTEĞİ SAĞLANMASI*

Hale H. ÜSTÜNEL¹
S. Tuğba TOKEL²

Özet

Yirmi yıl boyunca araştırmacılar ve uygulayıcılar, argümantasyonu desteklemek ve öğretmek amacıyla teknoloji araçları geliştirmiş ve teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenme ortamları (TELE'ler) tasarlamıştır. İlgili olarak, Kim-Hannafin vd. (2007), geçerli bir TELE³ sağlamak amacıyla pedagojik bir çerçeveye sunmuştur. Tasarıma dayanan bu çalışmanın amacı, bu çerçevenin mikro bağlam boyutunu araştırmak ve öğrenci-araç, öğretmen-öğrenci ve öğretmen-araç arasındaki etkileşimleri analiz etmektir. Bu bakımdan, teknoloji ile zenginleştirilmiş bir öğrenme ortamındaki rolleri nasıl dengelediklerini anlamak amacıyla, teknoloji ile zenginleştirilmiş bir öğrenme ortamında çeşitli öğrenme desteklerinin kırk bir ortaokul öğrencisinin argümantasyonu üzerindeki etkisi ve öğrenme desteklerinin öğretmen ve teknoloji aracı arasındaki dağılımı analiz edilmiştir. Öğrencilerin argümantasyonu, günlük puanları ve ön testleri incelenmiş ve nicel bir analiz - tanımlayıcı istatistikler, tek yönlü tekrarlı ölçümlü bir ANOVA ve MANCOVA ve nitel bir analiz gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonuçları, öğrencilerin ipuçlarının, cümle başlatıcılarının ve soru yönlendiricilerinin kullanımından yararlandığını göstermiştir. Ayrıca, öğretmen desteği önemlidir ve Toulmin'in çerçevesinde olduğu gibi, öğrencileri sav, gerekçe, destek, garantiler ile argümanlar, bazı durumlarda da çürütmeler kullanarak daha sofistike olanları kurmadaki yeteneklerini geliştirmeye yönelmiştir. Çalışma, öğrencilerin öğrenmesini ve argümantasyonunu kolaylaştırmak amacıyla teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenme ortamında öğrenme destekleri tasarlamaya yönelik yol gösterici ilkeler ve stratejiler sunar.

Anahtar Kelimeler: Bilimsel Sorgulama, Argümantasyon, Öğrenme Desteği Sağlama, Dağıtılmış Öğrenme Desteği Sağlama, Teknoloji İle Zenginleştirilmiş Öğrenme Ortamı

Jel Sınıflandırılması: I29

SCAFFOLDING STUDENTS' SCIENTIFIC ARGUMENTATION IN TECHNOLOGY-ENHANCED LEARNING ENVIRONMENTS

Abstract

Over the twenty years, researchers and practitioners have developed technology tools and designed technology-enhanced learning environments (TELEs) to support and teach argumentation. Relevantly, Kim et al. (2007) presented a pedagogical framework to provide a valid TELE⁴. The purpose of this design-based study was to investigate micro context dimension of this framework and to analyze the interactions between student-tool, teacher-student, and teacher-tool. In this respect, in order to understand how they balance the

* Bu makale doktora tezinden üretilmiştir. Doktora tezinin nitel araştırma kısmı Technology, Knowledge and Learning dergisinde Ocak 2017'de yayımlanmıştır. Bu makale ise doktora tezinin hem nicel hem nitel araştırma kısımlarını kapsamaktadır.

¹ Dr., Başkent Üniversitesi, hhustunel@baskent.edu.tr

² Yrd. Doç. Dr., Orta Doğu Teknik Üniversitesi, stugba@metu.edu.tr

³ TELE: Teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenme ortamı
WISE: Web Tabanlı Sorgulamalı Fen Bilgisi Ortamı
KIE: Bilgi Bütünleştirme Ortamı

roles in a technology-enhanced learning environment, the effect of various scaffolds on forty-one middle school students' argumentation in a technology-enhanced learning environment and the distribution of scaffolds between teacher and the technology tool were analyzed. Students' argumentation, journal scores and pretests were examined, a quantitative analysis - descriptive statistics, a one-way repeated measures ANOVA and MANCOVA and a qualitative analysis were carried out. The results of the study showed that students benefited from the use of hints, sentence starters, and question prompts. Moreover, teacher support was important and led students to develop their ability in constructing arguments with claim, ground, backing, warrants and in some cases more sophisticated ones using rebuttals as in Toulmin's framework. The study presents guidelines and strategies for designing scaffolds in technology-enhanced learning environment to facilitate students' learning and argumentation.

Key Words: Scientific Inquiry, Argumentation, Scaffolding, Distributed Scaffolding, Technology-Enhanced Learning Environment

Jel Classification: I29

GİRİŞ

Argümantasyon, önemli bir günlük yaşam becerisidir; çünkü insanlar, eldeki kanıtı dayanarak ne yapılacağına karar vermek zorunda oldukları durumlarla sıkça karşı karşıya kalır. Argümantasyon, okullarda bilimsel sorgulamanın özünü oluşturur. Araştırma literatüründen elde edilen 54 makaleyi içeren bir çalışma (Cavagnetto, 2010), argüman müdahalelerinin bilimsel okuryazarlığı nasıl geliştirdiğini incelemiştir. Sadece fen bilgisi hakkında soyut sorular sormak yerine öğrencileri bilimsel argümanlar kurma konusunda cesaretlendirmek onlara daha iyi öğrenme fırsatları sağlayacaktır (Sandoval-Reiser, 2004). Ancak, argüman kurmak öğrenciler için zorlayıcıdır; çünkü onlar, neyin kanıt sayıldığını belirlemede ve garantiler (savın gerekçelerle bağlantısını kuran ilkeler) yoluyla savlarını kanıt ile haklı çıkarmada zorluk yaşar.

Toulmin (2003), bir argümanın yapısının şu parçalardan oluştuğunu göstermiştir: bir *sav*, o savı destekleyecek *gerekçeler* (sebepler), savın gerekçelerle bağlantısını kuran bir *garanti*, garantiyi güçlendiren *destek* ve bir karşı argümanı gerektiren *çürütme*. Toulmin Argümantasyon Modeli'nin uygulanması ile ilişkili önceki araştırmanın bulgularından bazıları aşağıda açıklanmaktadır.

Erduran, Simon ve Osborne (2004), argümantasyonu öğretimin bir bileşeni haline getirme amaçlı faaliyetler geliştirmede ortaokul fen bilgisi öğretmenleri ile işbirliği yapmıştır. Çalışmalarında Toulmin Argümantasyon Modeli'ni kullanan söz konusu yazarlar, öğrencilerin güçlü çürütmeler kurma yeteneğinin etkili argümantasyon öğretiminde anlamlı bir faktör olduğunu bulmuştur. Bu nedenle, argümanın kalitesi, çürütmelerin varlığına ya da yokluğuna dayanılarak değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, kanıt dayalı çürütmenin yüksek düzeyde bir argümantasyonu gösterdiğini düşünürken bir kanıt eksikliğini yansıtan alakasız karşı argümantasyonun düşük düzeyde bir argümantasyonu gösterdiği şeklinde bir değerlendirmede bulunulmuştur.

I. ÖĞRENME DESTEĞİ SAĞLAMA (SCAFFOLDING)

Alternatif çözümler oluşturmanın önemi nedeniyle öğrenciler, kötü yapılandırılmış sorunları çözmek için daha fazla desteğe ihtiyaç duymaktadır (Cho-Jonassen, 2002). Öğrenme desteği sağlamanın, öğrencilerin argümantasyonla meşgul olmasını desteklediği ve onların argümantasyon becerilerini kolaylaştırarak kötü yapılandırılmış sorunları çözmelerine ve argümanların ayrıntılarına girmelerine yardım ettiği tespit edilmiştir. Hannafin, Land ve Oliver (1999), öğrenme desteği sağlamayı öğrenme çabasına rehberlik edici ve öğrenme çabasını destekleyici şeklinde tanımlamıştır.

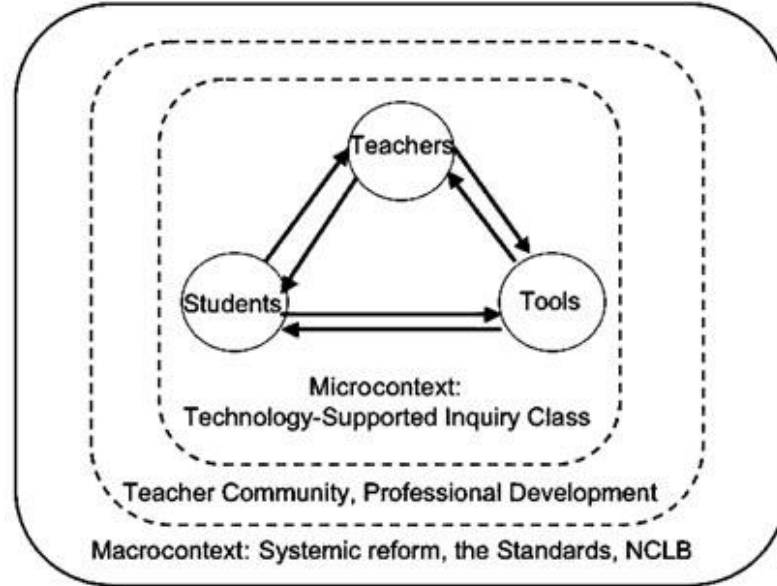
Bir uzman, etkili öğrenme stratejileri ve süreçleri hakkında çok bilgili ve bu nedenle bir öğrenciye bir görevi başarma konusunda rehberlik edecek, kritik görev özelliklerini modelleyerek ve onlara dikkat çekerek destek sağlayacak ve öğrenen kişinin düşünmesine yardım edecek ipuçları ve sorular sağlayacak niteliğe sahip bilgili bir kişidir. Bilgili bir kişi olarak öğretmen önemli bir rol oynamasına rağmen, sürecin bir katılımcısı olarak öğrenci çok önemlidir. Karşılıklı öğretim, sınıfta iyi bilinen bir öğrenme desteği sağlama etkileşimidir.

I.I. Teknoloji İle Zenginleştirilmiş Fen Bilgisi Sorgulamasına Öğrenme Desteği Sağlanması

Duschl (2008b), öğrencilerin argümantasyon söylemine katılımını ve öğretmenlerin öğrencilerin argümantasyonunu değerlendirmesini destekleyen ve öğrencilerin argümantasyon söylemine katılımına ve öğretmenlerin öğrencilerin argümantasyonunu değerlendirmesine öğrenme desteği sağlayan araçlara ihtiyaç olduğuna dikkat çekmiştir (s. 160). Teknolojik araçlar, öğrenme görevini yapılandırmaya yardımcı olabilir ve öğrenen kişilere performanslarında rehberlik edebilir ve destek olabilir (Reiser, 2004). Özel olarak tasarlanmış teknolojik araçlar, öğretmenlerin fen bilgisi sınıfında argüman kurma sürecini anlamasına yardım edebilir (Evagorou-Avraamidou, 2008).

Fen bilgisi eğitiminde öğrencilerin argümantasyon geliştirmesini desteklemek amacıyla, öğrencilerin bilimsel anlayışları ayırt etmesini sağlayan teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenme ortamları tasarlanmış (Tabak, 2004) ve bilimsel sorgulamayı destekleyecek çeşitli araçlar kullanılmıştır. İlgili olarak, öğrencilerin sorgulama süreçlerinin kolaylaştırılmasını desteklemek ve teknoloji ile zenginleştirilmiş geçerli bir öğrenme ortamı sağlamak amacıyla, Kim-Hannafin vd.. (2007) pedagojik bir çerçeve sunmuştur.

Şekil 1. Sorgulama Araçları ile Öğretmeye ve Öğrenmeye Yönelik Pedagojik (Kuramsal Olarak İdeal) Bir Çerçeve



Kaynak: Kim-Hannafin vd. 2007.

* Teachers: Öğretmenler Students: Öğrenciler Tools: Araçlar

Microcontext: Technology-Supported Inquiry Class: Mikro Bağlam: Teknoloji Destekli Sorgulama Sınıfı

Teacher Community, Professional Development: Öğretmen Topluluğu, Mesleki Gelişim

Macrocontext: Systemic reform, the Standards, NCLB: Makro Bağlam: Sistemik reform, Standartlar, NCLB

a. Önceki Çalışmalar

TELE'ler, bilimsel sorgulamayı destekleyecek çeşitli araçlar kullanılarak öğrencilerin fen bilgisi eğitiminde argümantasyon becerileri geliştirmesini kolaylaştırmak üzere tasarlanır (Bell-Davis, 2000; Tabak, 2004; Iordanou-Constantinou, 2015; Raes-Schellens, 2016). Teknolojik araçlara yönelik çalışmalar, fen bilgisi alanında argümantasyona yönelik alana özel olan ve alana özel olmayan öğrenme desteklerini inceleyen Bell ve Linn'in (2000) çalışmasını içerir. Web Tabanlı Sorgulamalı Fen Bilgisi Ortamı'nın (WISE) içinde yerleşik *SenseMaker* argümantasyon aracı, Bilgi Bütünleştirme Ortamı (KIE) projesinin parçası olarak geliştirilmiştir (Bell-Linn, 2000). Bu araç, öğrencilerin savlarla ve kanıtlarla argümanlar kurmasına yardım eder. Öğrenciler, öğeleri çerçevelerin

içine sürükleyerek kanıt dizileri düzenleyebilir ve böylece hangi argümanların kanıt ile desteklendiğini ya da çürütüldüğünü gösterebilir. *Öğrenci günlükleri*, öğrencilerin yeni kanıt ve fikirler karşılığında zaman içinde metni yeniden ziyaret ettiği ve düzenlediği sürdürülmüş günlüklerdir. Onlar, fikirlerin zaman içinde nasıl ilerleyen bir şekilde değiştiğini gösterir. *İpuçları*, öğrencilerin kendi sorgulamalarına odaklanmasına ve bağlantılar için araştırma yapmasına yardım eder.

WISE, birkaç çalışmada teknoloji ile zenginleştirilmiş, araştırmaya dayalı ve esnek bir biçimde adaptif bir öğrenme ortamı olarak kullanılmıştır (Linn-Clark vd. 2003; Cuthbert-Slotta, 2004; Walker-Zeidler, 2007; Raes- Schellens, 2016). Linn-Clark vd. (2003), bildirimlerinde Web Tabanlı Sorgulamalı bir Fen Bilgisi Ortamı'nın (WISE) çeşitli özelliklerini tarif etmiştir. Walker ve Zeidler'in (2007) çalışmasında, öğrencilere genetiği değiştirilmiş gıdalar üzerine bir münazaraya yönelik olarak WISE kullanılarak öğrenme desteği sağlanmış ve öğrenciler ünite boyunca sorularla yönlendirilmiştir. Wise'de bir proje, Cuthbert ve Slotta (2004) tarafından ortaokul öğrencilerinin kanıtı değerlendirmek üzere bilgilerini tasarlaması ve kullanması için yaratılır. Raes ve Schellens (2016), bir WISE İklim Değişikliği projesinde öğrenme ortamını optimize etmek amacıyla öğretmen önderliğindeki sınıf müdahalelerini teşvik etmiştir.

Iordanou ve Constantinou (2015), web tabanlı bir öğrenme ortamı olan Sokrates'teki argümantasyonda öğrencilerin kanıtı nasıl kullandığını incelemiş ve kanıt odaklı bir diyalogik müdahale ile meşgul olan öğrencilerin diyaloglarında kanıt kullanımını artırdığını bulmuştur. Van Dijk ve Lazonder (2016), bir araçla desteklenen lise öğrencilerinin öğrenme desteği sağlanmamış akranları ile karşılaştırıldığında daha farklılaşmış ve birbiri ile daha bağlantılı bir kavramsal anlayış geliştirdiğini göstermiştir.

White ve Frederiksen (2000) tarafından yaratılan ThinkerTools müfredatı, derinlemesine düşünce yönlendiricilerine sahip araçlar ile sahip olmayanlar arasında anlamlı bir farkı göstermiştir (McNeill-Lizotte vd. 2006). Er ve Ardaç (2008), ortaokul öğrencilerinin fen bilgisi öğrenimini Web tabanlı bir fen bilgisi öğrenme aracı (WebFEN) ile desteklemiştir. Hsu, Van Dyke & Chen (2015), 7. sınıf öğrencilerinin projeye dayalı bir öğrenme ortamında argümantasyon becerilerini ve fen bilgisini nasıl geliştirdiğini araştırmıştır. Çalışma, grafik odaklı ve bilgisayar destekli bir uygulama ile birleşen projeye dayalı bir öğrenme ortamının öğrencilerin fen bilgisini iyileştirmede ve onların bilimsel argümantasyon becerilerini geliştirmede etkili olduğu sonucuna varmıştır.

Başka bir çalışma, yapılandırılmış bir iletişim arayüzünün, her biri 33 öğrenciye sahip 5. sınıf öğrencilerinden oluşan iki sağlam sınıfta senkronize yazılmış bilgisayar aracılı bir işbirlikçi öğrenme ortamında ilköğretim öğrencilerinin iletişim yetkinliğini teşvik edip etmediğini araştırmıştır. Yapılandırılmış iletişim arayüzünü kullanan öğrencilerin özellikle stratejik yetkinlik ve söylem yetkinliği bakımından yapılandırılmamış durumu kullanan öğrencilerden önemli ölçüde daha iyi iletişim yetkinliği gelişimine sahip olduğu bulunmuştur. Buna ek olarak, yapılandırılmış arayüzü kullanan öğrenciler, daha iyi işbirliği verimliliği göstermeye devam etmiştir (Chiu-Wu vd. 2013).

Çalışmalar ayrıca bilgisayar tabanlı argümantasyon öğrenme desteklerinin etkilerine odaklanmış (Lee-Songer, 2004; Belland-Glazewski vd. 2011) ve bilgiyi bütünleştirmede (Bell-Davis, 2000; Lee-Songer, 2004) ve öğrencilere öğrenme konusunda yardım etmede alana özel öğrenme destekleri bakımından (McNeill, 2006; Bulu, 2008) benzer sonuçlar bulmuştur. Bir karma yöntem tasarımı kullanan Belland, Glazewski & Richardson (2011), ortaokul öğrencilerinin kanıt dayalı argümanlar oluşturmalarına yardım etmek amacıyla Connection Log adı verilen bilgisayar tabanlı argümantasyon öğrenme desteklerinin kullanımını incelemiştir. Söz konusu yazarlar, bilgisayar tabanlı argümantasyon öğrenme desteklerinin ortaokul öğrencilerinin bir PDÖ ünitesi sırasında kanıt dayalı argümanlar kurması üzerindeki etkisini ve durum çalışmaları için amaçlı bir şekilde seçilen iki küçük grubun üyeleri arasında öğrenme desteğinin kullanımını araştırmıştır. Bulgular, daha az başarılı öğrenciler arasında argüman değerlendirme yeteneği üzerindeki anlamlı bir basit ana etkiyi ve öğrenme desteklerinin küçük gruplar tarafından iletişim kurmak ve organize halde kalmak için kullanıldığını göstermiştir.

McNeill (2006), ortaokul öğrencilerinin bilimsel açıklamalar oluşturmada desteklenmesinin ne derecede en iyi olduğu sorusunu ele almıştır. Söz konusu yazar, öğrencileri desteklemek amacıyla hem alana özel olan hem de alana özel olmayan öğrenme desteklerini birleştirmiştir. Öğrencileri güçlü argümanlar kurmada desteklemek amacıyla içerik bilgisi hakkındaki ipuçlarını alana özel öğrenme destekleri olarak ve argümantasyona yönelik genel bir çerçeveyi alana özel olmayan öğrenme destekleri olarak kullanmıştır. Çalışmasının sonuçları, alana özel olmayan öğrenme destekleri ile kıyaslandığında, alana özel öğrenme desteklerinin kanıt ve akıl yürütme bakımından bilimsel açıklamalarla ilişkili olarak daha fazla öğrenci öğrenmesi sağladığını ortaya çıkarmıştır. Ayrıca, öğrencilerin gittikçe kaybolan öğrenme desteklerinin kullanımı ile daha büyük iyileşme gösterdiğini tespit etmiştir. Benzer şekilde, Bulu (2008), değişen düzeylerde desteğin sağlanması ile birlikte, sürekli ya da gittikçe kaybolan olmak üzere bu iki öğrenme desteği çeşidinin etkilerine odaklanmış ve alana özel olmayan öğrenme destekleriyle kıyaslandığında, alana özel öğrenme desteklerinin bilgiyi öğrenmede ve bütünleştirmede öğrencilere daha iyi yardım edebildiğini bulmuştur. Grup problem çözme faaliyetleri sırasında uygulanan kısıta dayalı argümantasyon öğrenme desteklerinin öğrencilerin argümanlarının kalitesini iyileştirdiği de bulunmuştur (Chonassen, 2002).

Lee ve Songer (2004), teknoloji ile zenginleştirilmiş bir müfredatta üç çeşit epistemik açıklayıcı öğrenme desteği sunmuştur: örnekler, sorular ve cümle başlatıcıları. Söz konusu yazarlar, düşük yetenekli öğrencilerle kıyaslandığında, yüksek yetenekli öğrenciler arasında açıklayıcı öğrenme desteklerinin daha fazla kullanımı ile birlikte, uygulama gruplarının bilgide kazanımlar ve savları kanıtla güçlendirme yeteneği sergilediğini göstermiştir.

Bell ve Davis (2000), "Mildred" çalışmalarında, argümantasyonu desteklemeye yönelik yönlendiriciler ve ipuçları biçimindeki öğrenme desteği sağlamanın esasında öğrencilerin teknoloji ile zenginleştirilmiş bir öğrenme ortamında (TELE) bilgiyi bütünleştirmesine yardım ettiğini iddia etmiştir. Demetriadis, Papadopoulos, Stamelos ve Fischer (2008) de öğrencilerin kötü yapılandırılmış alanlardaki öğrenme ve problem çözme performanslarının detaylandırıcı soru yönlendiricilerinin kullanımı ile iyileştirilebileceğini tespit etmiştir.

I.III. Çalışmanın Amacı

Argümantasyon, eğitim araştırmalarında ve kuramda büyük ölçüde ilgi görmüştür. Öğrenen kişilere öğrenme desteği sağlamak üzere teknolojik araçların kullanılmasına büyük ilgi söz konusu olmuştur ve birçok farklı öğrenme desteği sağlama tekniği kullanılmıştır. Ancak, teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenme ortamları hâlâ daha fazla araştırma gerektirmektedir. Özellikle teknoloji kullanıldığı zaman olmak üzere argümantasyon kurmak karmaşık bir görevdir. Bilimsel sorgulamayı ve argümantasyonu kolaylaştırmak amacıyla teknolojinin kullanılması, öğrencilere sağlanan etkili rehberliğin eksikliği (Kim-Hannafin vd. 2007) ve öğrencilerin belirli teknolojik araçların sınıf içinde nasıl işlev gördüğünü anlamadaki zorluğu (Sandoval-Reiser, 2004) gibi çeşitli faktörler sonucunda başarısız olabilir.

Bu nedenlerle, bu çalışmada teknoloji ile zenginleştirilmiş bir öğrenme ortamı olarak Web Tabanlı Sorgulamalı Fen Bilgisi Ortamı (WISE) ile öğrenci günlükleri, ipuçları ve SenseMaker gibi çeşitli teknoloji tabanlı öğrenme destekleri kullanılmıştır. Öğrencilerin içeriği ve pratik akıl yürütmeyi anlamasını sağlamak amacıyla alana özel öğrenme destekleri olarak ipuçları ve öğrenci günlükleri kullanılmıştır. SenseMaker, argümantasyona yönelik genel bir çerçeveyi temsil etmek ve düzenlenmiş bir çerçevede öğrenciler tarafından argüman kurulmasını kolaylaştırmak amacıyla alana özel olmayan bir öğrenme desteği olarak kullanılmıştır. Amaç, teknoloji tabanlı öğrenme desteklerinin öğrencilerin argüman kurmasını nasıl kolaylaştırdığı hakkında daha ayrıntılı bir anlayış kazanmaktır. TELE'de çeşitli öğrenme desteklerinin ortaokul öğrencilerinin argümantasyonu üzerindeki etkileri analiz edilmiştir.

Kim-Hannafin vd.'nin (2007) pedagojik çerçevesinin bazı kusurları da vardır: (1) Mikro bağlamlı öğrenci-aracı etkileşiminde, öğrenci motivasyonu teknoloji kullanımı nedeniyle artırılmasına rağmen, öğrenciler öğretmenin yönlendirmesine ihtiyaç duyar. Araca dayalı faaliyetlere düzgün bir şekilde öğrenme desteği sağlanmadığında, öğrenciler çevrimiçi metni okumak ya da ağ

tarayıcısını uygun olmayan bir şekilde kullanmak gibi sorunlarla karşı karşıya kalır. (2) Ayrıca, teknoloji ile öğretmenli öğrenme desteği sağlamanın nasıl dengeleneceği teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenmedeki diğer bir konudur. Öğretmenlerin araçlarla sorgulama yapma konusunda öğrencilerine nereye kadar rehberlik etmesi gerektiği hakkında bir mutabakat söz konusu değildir. (3) Öğretmen-araç etkileşimi bağlamında, elde sınırsız web tabanlı kaynak olmasına rağmen, onların doğruluğu ve kalitesi sorunlu olabilir. Dahası, teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenme ortamlarında argümantasyona öğrenme desteği sağlamaya yönelik olarak Türkiye’de araştırmada bir boşluk söz konusudur.

Öğrencilerin argüman kurmasını kolaylaştıracak teknoloji tabanlı öğrenme destekleri ve teknoloji ile zenginleştirilmiş bir öğrenme ortamının tasarımı hakkındaki çözülmemiş konular burada üç araştırma sorusu ile yeniden belirtilmektedir:

(1) “Teknoloji tabanlı öğrenme destekleri (öğrenci günlükleri, ipuçları ve SenseMaker) bir TELE’de zaman içinde öğrencilerin bilimsel argümantasyonunu nasıl değiştirir?” Teknoloji tabanlı öğrenme desteklerinin zaman içinde öğrencilerin bilimsel argümantasyon becerilerini iyileştireceğini öngördük.

Hipotez 1. Teknoloji tabanlı öğrenme destekleri (öğrenci günlükleri, ipuçları ve SenseMaker) zaman içinde öğrencilerin bilimsel argümantasyon becerilerini iyileştirmiştir.

(2) “Öğrenciler TELE’de bilimsel argümanlar kurmak için teknoloji tabanlı öğrenme desteklerini ve öğretmenli öğrenme desteklerini nasıl kullanır?” Öğrencilerin ön bilgilerinden ve deneyimlerinden yararlandığını ve tüm öğrencilerin teknoloji tabanlı ve öğretmenli öğrenme desteklerinden faydalandığını öngördük.

Hipotez 2. Öğrenciler, ön bilgilerinden ve deneyimlerinden yararlanır ve tüm öğrenciler, teknoloji tabanlı ve öğretmenli öğrenme desteklerinden faydalanır.

Bu bakımdan, “Öğrencilerin fen bilgisi hakkındaki ön bilgileri onların teknoloji tabanlı ve öğretmenli öğrenme desteklerini kullanımlarını nasıl şekillendirir?” ve “Öğrencilerin teknoloji tabanlı ve öğretmenli öğrenme desteklerini kullanımlarının önündeki engeller nelerdir?” (Nitel) şeklindeki araştırma soruları da incelenmiştir.

Hipotez 2.1. Her iki grupta ön test puanları ile öğrencilerin SenseMaker puanları arasında bir ilişki vardır.

(3) “TELE’de öğrencilerin bilimsel argümantasyonuna öğrenme desteği sağlamak amacıyla öğretmenlerin ve teknolojik aracın rolleri nasıl dengelenir?” (Nitel). Öğrencinin öğrenmesini geliştirmek ve öğrencinin argümanlar kurma yeteneğini iyileştirmek için sinerjik ilişki olacağını öngördük; çünkü öğretmen desteği ile teknolojik öğrenme destekleri arasında güçlü etkileşim ve denge olacaktır.

Çalışmanın önemi, TELE’de yerleşik öğrenme desteklerinin iyileşmeler sağlayıp sağlamadığını, öğrencilerin onlardan argüman kurarken faydalanıp faydalanmadığını ve öğrencinin öğrenmesini ve argümanlar kurma yeteneğini geliştirmede öğretmenler ile teknolojik araç arasında sinerjik bir ilişki olup olmadığını incelemesinde yatmaktadır. Çalışmanın başlıca önemi ise Kim-Hannafin vd.’nin (2007) çerçevesinin mikro bağlam boyutunu da geçerli kılmakta ve teknoloji ile zenginleştirilmiş bir öğrenme ortamının o çerçevenin içinde en iyi nasıl tasarlanabileceğini göstermektedir. Bu bağlamda, çalışma, öğrencilerin öğrenmesini ve argümantasyonunu kolaylaştırmak üzere teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenme ortamında öğrenme desteklerini tasarlamaya yönelik yol gösterici ilkeler ve stratejiler sunar.

II. YÖNTEM

II.I. Araştırmanın Tasarımı

Bu araştırma; teknoloji tabanlı öğrenme desteklerinin üniteyi öğrenirken öğrencilerin bilimsel argümantasyonunu nasıl değiştirdiğine, teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenme ortamında bilimsel argümantasyonu desteklemek amacıyla öğretmen ile teknolojik araç arasındaki etkileşime ve öğrencilerin öğrenme desteklerini nasıl kullandığına bakmıştır. Çalışma daha sonra teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenme ortamında öğrenme destekleri tasarlamaya yönelik yol gösterici ilkeler ve stratejiler sunar. Bu nedenlerle, bir okul sınıfının ve o sınıf içindeki faaliyetin hem nicel hem de nitel analizi ile tasarıma dayalı bir araştırma ve gözlemsel durum çalışması tasarım türüne sahiptir.

Wang ve Hannafin (2005), tasarıma dayalı araştırmayı “gerçek dünya ortamlarında araştırmacılar ve uygulayıcılar arasında işbirliğine dayalı olarak, tekrarlı analiz, tasarım, gelişim ve uygulama yoluyla eğitim uygulamalarını iyileştirme ve bağlamsal olarak duyarlı tasarım ilkelerine ve kuramlarına yol açma amaçlı sistematik ancak esnek bir metodoloji” olarak tanımlamıştır. Tasarıma dayalı araştırma yöntemi; Web tabanlı sorgulamalı fen bilgisi ortamında (WISE), bilgi bütünleştirme ortamında (KIE; Bell-Linn, 2000; Linn-Clark vd. 2003) ve biyoloji rehberliğindeki sorgulama öğrenme ortamında (Sandoval-Reiser, 2004) daha önce yaygın bir şekilde kullanılmıştır.

II.II. Katılımcılar

11 ila 12 yaşındaki kırk bir altıncı sınıf öğrencisi iki grup olarak düzenlenmiştir. Amaç, grupları karşılaştırmak olmayıp bunun yerine amaç, analizi her bir grupta ayrı ayrı yürütmektir. Bu nedenle de her bir grup bir fen bilgisi öğretmenine verilmiştir. Birinci öğretmen, 16 öğrencinin (on bir erkek ve beş kız) yer aldığı bir sınıfa eğitim vermekte olan, beş yıllık deneyime sahip bir Amerikalıdır. Türk olan ve 2 yıllık deneyime sahip ikinci öğretmen ise 12 öğrencinin (altı erkek ve altı kız) ve 13 öğrencinin (altı erkek ve yedi kız) yer aldığı iki sınıfa eğitim vermektedir. Tablo 1’de gösterildiği gibi, öğrencilerin bilgisayar becerileri bu çalışmanın amaçları için yeterlidir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Verileri

| | | Sayı | % |
|-----------------------------|------------------|------|----|
| Cinsiyet | Kız | 18 | 44 |
| | Erkek | 23 | 56 |
| Yaş | 11 | 34 | 83 |
| | 12 | 7 | 17 |
| Bilgisayar Yeterlik Düzeyi | Başlangıç Düzeyi | 3 | 7 |
| | Orta Düzey | 37 | 90 |
| | İleri Düzey | 1 | 3 |
| Bilgisayar Kullanım Sıklığı | Hiç | 0 | 0 |
| | Nadiren | 3 | 7 |
| | Sıkça | 38 | 93 |

Araştırmanın yürütüldüğü okul, erişilebilirliği nedeniyle kolay ulaşılabilir türde örnekleme ile seçilmiştir. Türkiye’nin Ankara ilindeki Bilkent Laboratuvar ve Uluslararası Okulu (BLIS), çeşitli milliyetlerden 4 ila 19 yaşındaki yaklaşık 600 öğrenciye uluslararası bir eğitim sağlayan özel bir okuldur. Okul, Türk Eğitim Bakanlığı tarafından tanınır ve New England Okullar ve Kolejer Derneği ile Uluslararası Okullar Konseyi tarafından akredite edilir. BLIS, diğer Türk okullarından farklı bir okul ve öğrenci profiline sahip uluslararası bir okuldur. BLIS, geleneksel bir kurum olmayıp daha

ziyade IBPYP (Uluslararası Bakalorya İlköğretim Birinci Kademe Programı), IGCSE (Cambridge Üniversitesi'nden Uluslararası Genel Ortaöğretim Sertifikası) ve IBDP'den (Uluslararası Bakalorya Diploma Programı) en son eğitim uygulamalarını yansıtmayı amaçlayan bir model okuldur. Okulun felsefesi; her bir çocuğun bireysel yeteneklerini, ilgilerini ve hünerlerini tanımak, kritik ve bağımsız düşünmeyi teşvik etmek ve fikirleri sorgulamayı ve bilgiyi aramayı teşvik etmektir. Öğrenciler, tüm dünyada lider üniversitelerde başarıya hazırlanır. Okul aynı zamanda Bilkent Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü'ne bağlı bir laboratuvar okuldur. Bu çalışma için BLIS seçilmiştir; çünkü bu okulda ulusal sınav (SBS) baskısı yoktur. Bu da çalışmayı uygulamayı mümkün kılmaktadır. Çalışmanın sonuçları, benzer misyonları bulunan başka uluslararası okulların öğrencilerini içine alacak şekilde genelleştirilebilir.

II.III. Materyaller

Bu çalışmada, Berkeley'deki California Üniversitesi (UCB) tarafından sağlanan ve Ulusal Bilim Vakfı tarafından desteklenen ücretsiz bir çevrimiçi ortam olan WISE kullanılmıştır. Bunun nedeni, WISE'nin hem kanıtlanmış teknolojik araçlar hem de esnek ve adaptif bir ortam sunmasıdır (Linn-Clark vd. 2003: 535). WISE'de bilgi temsil ve argümantasyon aracı olan SenseMaker, öğrencilerin kanıtı, savları ve Toulmin'in argümantasyon modelinin diğer bileşenlerini içeren argümanlar kurmasını sağlar. Linn-Clark vd. (2003), WISE projelerine katılan öğrencilerin daha derin ve daha kapsamlı bir sorgulama anlayışı kazanırken öğretmenlerin sorgulamaya rehberlik etmede daha yetkin hale geldiğini tespit etmiştir.

Bu çalışma için, ışık hakkındaki bir fizik ünitesine dayanılarak altıncı sınıf öğrencileri için "Işık: Parçacık mı yoksa Dalga mı?" başlıklı bir WISE modülü tasarlanmıştır. Öğretmenler, bu modülün içeriğini geliştirip yönlendirmiş, araştırmacılar ise tasarımını gerçekleştirmiştir. Her bir faaliyet, belirli amaçlara göre tasarlanmıştır. Modülün ana amacı, ışığın oluşumuna dair kanıt araştırarak öğrencilerin ışık anlayışını iyileştirmektir. Fen bilgisi içeriğine ek olarak, bilimsel sorgulama uygulamalarına odaklanan kilit öğrenme hedefleri, öğrencilerin argümanlar kurmasını teşvik etme amaçlıdır.

Öğrencilerin, modül boyunca çalışırken çok sayıda araştırmayı (Ek 1) tamamlaması beklenmiştir. Bunlar arasında ısınma alıştırmaları ve projeye giriş ile yansıma ve yanal terslik, farklı yüzeyler ve kırılma, renk ve "Işık: parçacık mı yoksa bir dalga mı?" konulu bir sınıf münazarasına hazırlanmaya ve onunla meşgul olmaya odaklanan alıştırmalar bulunmaktadır. Bunlar, öğrencilerin hedeflenen fen bilgisi içeriği ve bilimsel argümanların kurulması dahil olmak üzere kilit öğrenme hedeflerine ulaşmasına yardım etmiştir. Modül boyunca, öğrenciler savlar, gerekçeler, garantiler, kanıtla yönelik destek ile çürütme ve kişisel bilgiye ve deneyime dayanan alakalı kavramsal fikirleri içeren bilimsel argümanlar kurmaya dair çok sayıda fırsata sahiptir. Bell ve Linn (2000), SenseMaker'in (kanıt noktaları ve sav çerçeveleri) öğelerinin ortaokul ve lise öğrencileri tarafından etkili bir şekilde kullanıldığını iddia etmiştir. Bu nedenle, bu çalışmaya katılan öğrencilerin anlayışlarını yeniden yapılandırmış ve bildirmiş olması ve bu teknolojik aracı kullanmaları yoluyla birbirlerinden öğrenmiş olması olasıdır. Öğrencilerin kendi başlarına bilimsel argümantasyon kurması beklenmiştir.

Modülü tamamlarken, öğrenciler bir sınıf münazarasına hazırlanmış ve katılmıştır. Işığın oluşumu hakkında argümanlar sunarak görüşlerini haklı çıkarmak üzere yapabildikleri kadar çok neden ve nedenlerini destekleyecek kanıt sağlamışlardır. Bilimsel münazara sürecinin gerçekleştirilmesi, öğrencilerin fen bilgisi konusunu kavramsallaştırmasına katkıda bulunmuştur.

Öğrenciler proje sırasında birkaç kez öğrenme desteklerine maruz kalmıştır. Tüm öğrenci günlükleri ve ipuçları, alana özel öğrenme destekleri olarak açık uçlu sorular kullanılarak tasarlanmıştır. Her bir faaliyet için, alana özel olmayan öğrenme destekleri olarak iki SenseMaker sorusu (biri ana münazara sorusu olmak üzere) sorulmuştur. Araştırmacılar, literatürde verilen cümle başlatıcıları listesine başvurarak öğrenci günlükleri için sorular ve ipuçları hazırlamıştır.

Belirli öğrenme destekleri olarak, öğrenci günlükleri öğrencilerin aynı metni yeniden ziyaret edip onu zaman içinde düzenlemesini sağlayarak yeni fikirleri dahil etmiştir. Cümle başlatıcıları, soru yönlendiricileri ve ipuçları, onların sorgulamalarını odaklamasına ve bağlantılar için araştırma yapmasına yardım etmiştir. Her iki çeşit belirli öğrenme desteği de öğrencilerin ünitenin içeriğini daha iyi anlamasına yardım etmiştir. Genel bir öğrenme desteği olarak, SenseMaker'ın özellikleri, öğrencilerin bilimsel argümantasyonun genel çerçevesini savlar, gerekçeler, garantiler, destek ve çürütme olarak anlamasına yardım etmiştir.

SenseMaker'i kullanan öğrenciler kanıtı dayanan bilimsel bir sav oluşturmuştur. Onlardan, haklı nedenler sağlamaları ve (C: sav, G: gerekçe, W: garanti, B: destek ve R: çürütme) baş harfleri ile gösterilen gerekçeler, garantiler, destek ve çürütme ile desteklenen argümanlar yaratmaları istenmiştir. Çevrimiçi kanıtı yeniden gözden geçirip, bir argümanın kanıtının her bir maddesinin bir nokta ile temsil edildiği ve onun çevrimiçi konumuna bağlandığı SenseMaker'deki çerçeveleri kullanarak kanıtları betimlemiş ve gruplandırmışlardır. Böylece, öğrenciler kanıtı savlar elde edecek şekilde düzenleyebilmiştir.

Tablo 2'de gösterildiği üzere, WISE modülünde, kronolojik olarak sıralanmış aşağıdaki öğrenme desteği türleri kullanılmıştır:

- (1) Öğrenci günlükleri: Öğrenciler, bu günlüklerde cümle başlatıcılarının ve soru yönlendiricilerinin yardımıyla yanıtlarını kaydetmiştir.
- (2) İpuçları: Faaliyetler boyunca ipuçları sağlanmıştır.
- (3) SenseMaker: Öğrenciler öncelikle argümanlarını her birinin farklı bir sorusu olan konulara yönelik alt argümanlar olarak kurmuşlardır. Daha sonra ise aynı soru ile her bir faaliyet için kendi ana argümanlarını kurmuşlardır.

Çalışma, 2010-2011 bahar döneminde 18 Nisan'dan 12 Mayıs'a kadar olan 4 hafta boyunca 22 ders saatinde yürütülmüştür. Öğrenciler, sekiz faaliyete katılmıştır. Faaliyetlerin genel sırası şöyledir. Konu hakkında bilgilendirildikten sonra öğrenciler öncelikle öğrenci günlüklerine sorular ve "Bence ..." gibi cümle başlatıcılarını içeren notlar almıştır. Bir sonraki aşamada ise internette bilgi derlemişler ve sonradan da faaliyet sırasında ortaya çıkan konular üzerine dikkatlice düşünceleri istenmiştir. Öğrenci günlüklerini ipuçları izlemiştir. Öğrenciler daha sonra argümanlarını kurmuş ve bunları SenseMaker'ın grafiklerini kullanarak düzenlemiştir. Öğrencilerden görüşlerini belirtmeleri ve "Işık: Parçacık mı yoksa bir Dalga mı?" şeklindeki münazara sorusu ile SenseMaker'de nihai bir argüman yaratmaları da istenmiştir: Bu çalışmanın öncesinde 2009-2010 bahar döneminde 3 hafta boyunca her biri 18-19 öğrenciden oluşan üç sınıf ile pilot bir çalışma yürütülmüştür. Gözlemlenen sorunların not edildiği pilot çalışmaya toplam 56 öğrenci katılmıştır ve sonuç olarak çalışma tasarımı iyileştirilmiştir.

II.IV. Verilerin Toplanması, Kaynaklar ve Ölçümler

Aşağıdaki altı veri kaynağı, Tablo 3'te gösterildiği gibi birbirlerini desteklemek üzere çalışmanın analizini ve yorumlanmasını tamamlayıcı olarak kullanılmıştır. Bunlar: (1) Öğrencilerin ön bilgilerini ölçen ön test (Ek 2), (2) Öğrencilerin SenseMaker Raporları, (3) Öğrenci Günlükleri, (4) Videoya Çekilmiş Kayıtlar, (5) Gözlem Raporları, (6) Görüşmeler. Toulmin'in Argüman Modeli'ne (Toulmin vd., 1984) (Cho-Jonassen, 2002'de aktarılmıştır) (Ek 3) dayanan rubrikler, argümanların kalitesini değerlendirmiştir. Bogdan ve Biklen'e (2007) göre, birincil veri koleksiyonları; görüşmelerle desteklenen katılımcı gözlemi (gözlemi doğrulamak üzere, belge verileri), notlar (raporlama gözlemleri, derinlemesine düşünceler), belge incelemeleri (ders özeti, öğrenci günlükleri ve SenseMaker raporları), videoya çekilmiş kayıt (sürece holistik bakış), anketler (daha büyük bir örneklemden dönüt) ve akran gözlemleridir (dönüt, üçgenleme).

Farklı öğretmenler tarafından denetlenen iki gruba ayrılan üç sınıfın hepsinde çalışma boyunca birkaç kez teknoloji tabanlı öğrenme desteği uygulamaları yürütülmüştür. Öğrencilere, öğrenci günlükleri için yedi cümle başlatıcısı ve yönlendirici, alt argümanlar için yedi ipucu ve altı soru ile

SenseMaker'deki ana argümanlar için beş soru sağlanmıştır. Analiz, Toulmin'in kodlama şeması kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Teknoloji tabanlı öğrenme desteği uygulamalarının öğrencilerin bilimsel argümantasyonu üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla öğrencilerin argümantasyon puanları karşılaştırılmıştır. Daha sonra ise teknoloji tabanlı öğrenme desteklerinin (öğrenci günlükleri, ipuçları ve SenseMaker) TELE'de aynı şemanın içinde öğrencilerin bilimsel argümanları kurması üzerindeki etkilerini değerlendirmek amacıyla öğrenci günlükleri analiz edilmiştir. Her bir argümantasyon kategorisi (sav, gerekçe, garanti, destek ve çürütme) için elde edilen puan sayısı toplanarak bireysel puanlar hesaplanmıştır. Argümantasyon analizine ve öğrenci günlüğü analizlerine ait açıklayıcı örnek Tablo 4 ve 5'te sunulmaktadır.

II.V. Veri Analizi

Tasarıma dayalı araştırma karma yöntemler kullandığı için mevcut çalışmanın verileri Toulmin'in argüman modeli, nicel bir analiz - tanımlayıcı istatistikler, tek yönlü tekrarlı ölçümlü bir ANOVA ve tek yönlü tekrarlı ölçümlü bir MANCOVA ve nitel bir analiz - sabit karşılaştırmalı analiz yoluyla analiz edilmiştir.

a. Nicel Analiz

i. Tanımlayıcı İstatistikler

Birinci ve ikinci araştırma sorusu için, katılımcıların temel özelliklerini ve onların ön test, SenseMaker'lar ve öğrenci günlüklerindeki puanlarını açıklamak amacıyla tanımlayıcı istatistikler kullanılmıştır. Tanımlayıcı istatistikler yardımıyla, ön bilginin farklı düzeydeki öğrencilerin teknoloji tabanlı ve öğretmenli öğrenme desteklerini kullanımını nasıl şekillendirdiğini görmek için yüksek-orta-düşük profilli öğrenciler tanımlanmıştır.

| <i>Faaliyetler</i> | <i>Adım 1 – Öğrenci Günlüğü</i> | <i>Adım 2 – İpucu</i> | <i>Adım 3 – Alt Argüman SenseMaker</i> | <i>Adım 4 – Ana Argüman SenseMaker</i> |
|--|---|---|--|---|
| <i>Faaliyet 2 - Projeye Giriş</i> | Işık hakkında ne biliyorsunuz? | Işık bir kaynaktan yol kat ettiğinde, enerji aktarır. Uzay boyunca tüm yolu kat edip pencerenizden içeri girerek odayı aydınlatan güneşten gelen ışık enerjisini düşünün | | <i>Sizce, ışık parçacıklardan mı yoksa dalgalardan mı oluşur?</i> |
| <i>Faaliyet 3 – Yansıma & Yanal Terslik</i> | Yansıma: Yansıma kanunu hakkında ne biliyorsunuz? Yanal Terslik: Yanal terslik hakkında ne biliyorsunuz? | Bir barkodu düşünün. Bir ürün hakkında bilgi verir. Ödeme yerinde, bir lazer barkodu tarar ve bir bilgisayar yansıyan ışık desenini bir kod numarasına çevirir. Bu, ürünü bir veri tabanından tanımlar ve onun fiyatı kasada ortaya çıkar Aynadaki görüntü, sol tarafı sağda ve sağ tarafı solda gösterir. | Bir ışık demeti farklı objelere çarptığında ona hangi farklı şeyler olabilir? Aynaya baktığımızda sizce niye kendinizi ters çevrilmiş görürsünüz? | <i>Sizce, ışık parçacıklardan mı yoksa dalgalardan mı oluşur?</i> |
| <i>Faaliyet 4 – Farklı Yüzeyler & Kırılma</i> | Farklı Yüzeyler: Farklı yüzeyler hakkında ne biliyorsunuz? Kırılma: Işığın kırılması hakkında ne biliyorsunuz? | Güneş'in nerede olduğunu bile söyleyemiyorsanız, opak bulutlarınız vardır. Güneş'i görebiliyorsanız ancak o sadece gözlerinize zarar vermeyen daha parlak bir leke ise yarı saydam bulutlarınız vardır. Güneş parlak bir çember olarak görülebiliyorsa, saydam bulutlarınız vardır. Bir araba çamura çarptığında, sağ ön tekerlek yavaşlarken soldaki hızlı gitmeye devam eder. Sol tekerlek de çamura girdiğinde, araba yine düz bir hatta seyreder; ancak yönü sınırdan değişmiştir. Araba çamuru terk ettiğinde, tam tersi meydana gelir. Öncelikle sağ tekerlek düz asfalta çarptığında hızlanır; ancak sol tekerlek hâlâ çamurun içindedir. | Saydam ve yarı saydam arasındaki fark nedir? Işık yeni bir ortama girdiğinde ne meydana gelir? Neden ve neden değil? | <i>Sizce, ışık parçacıklardan mı yoksa dalgalardan mı oluşur?</i> |
| <i>Faaliyet 5 – Ne Kadar Renkli Bir Dünya: Gökkuşakları ve Tayflar</i> | Tayf: Tayf hakkında ne biliyorsunuz? Renk Yansıması & Absorpsiyonu: Renk yansıması ve absorpsiyonu hakkında ne biliyorsunuz? | Bir tayfta normalde 7 renk vardır; ancak çivit mavisinin görülmesi zordur. Renkler birbirine karışarak bireysel renklere ayrılmaktan ziyade sürekli bir tayf oluşturur. Muz sarı görünür; çünkü farklı ışık renklerini absorbe eder, iletir ve yansıtır. Muzdan gözlerimize nihayetinde ulaşan ışık onu sarı görünecek hale getirir. | Bir normal (beyaz) ışık demetini düşünün. Renkleri onun içinden nasıl çıkarabiliriz? Siyah bir kedi siyah görünür. Kırmızı bir elma kırmızı görünür. Bunun nedeni, hangi renklerin absorbe olduğu ve sonra da yansıdığıdır. | <i>Sizce, ışık parçacıklardan mı yoksa dalgalardan mı oluşur?</i> |

3. Araştırma Soruları, Veri Kaynakları & Ölçümü, Veri Analizi

| <i>Araştırma Sorusu</i> | <i>Veri Kaynakları & Ölçümü</i> | <i>Veri Analizi</i> |
|---|--|---|
| 1. Teknoloji tabanlı öğrenme destekleri (öğrenci günlükleri, ipuçları ve SenseMaker) teknoloji ile zenginleştirilmiş bir öğrenme ortamında (TELE) zaman içinde öğrencilerin bilimsel argümantasyonunu nasıl değiştirir? | Öğrencilerin SenseMaker Raporları Öğrenci Günlükleri (Rubrik – argümantasyon puanlarını değerlendirmek için kullanılan Toulmin’in Modeli) | <i>Nicel Analiz</i> Tanımlayıcı İstatistikler Tek yönlü tekrarlı ölçümlü bir ANOVA |
| 2. Öğrenciler TELE’de bilimsel argümanlar kurmak amacıyla teknoloji tabanlı öğrenme desteklerini ve öğretmenli öğrenme desteklerini nasıl kullanır? 2.1 Öğrencilerin fen bilgisi hakkındaki ön bilgileri onların teknoloji tabanlı ve öğretmenli öğrenme desteklerini kullanımını nasıl şekillendirir? 2.2 Öğrencilerin teknoloji tabanlı ve öğretmenli öğrenme desteklerini kullanımının önündeki engeller nelerdir? | Öğrenci Günlükleri, Ön test, SenseMaker Raporları Ön test, SenseMaker Raporları Videoya Çekilmiş Kayıtlar, Gözlem Raporları, Öğrenci Görüşmeleri | <i>Nicel Analiz</i> Tanımlayıcı İstatistikler Tek yönlü tekrarlı ölçümlü bir MANCOVA <i>Nitel Analiz</i> Sabit Karşılaştırmalı Analiz |
| 3. TELE’de öğrencilerin bilimsel argümantasyonuna öğrenme desteği sağlamak için öğretmenlerin ve teknolojik araçların rolleri nasıl dengelenir? | Videoya Çekilmiş Kayıtlar, Gözlem Raporları, Öğretmen Görüşmeleri | <i>Nitel Analiz</i> Sabit Karşılaştırmalı Analiz |

Tablo 4. Bir Öğrencinin SenseMaker Rapor Analizine Dair Bir Örnek

Şimdi argümanınızı oluşturun.

Işık parçacıklardan mı yoksa dalgalardan mı oluşur? Ne düşünüyorsunuz?

Sav: “Işık, düz hatlarda yol kat eder. Hafif enerji yüklü parçacıklara sahiptir.”

Gerekçe: “Işık, parçacıklardan oluşan birçok ışın şeklinde yol kat eder. Ancak ışınlar dalga özelliklerine sahiptir.”

Garanti: 1. “Işık, düz hatlarda (ışınlar) yol kat eder.”

2. “Işınlar, hafif enerji dolu parçacıklardan oluşur. Her şey parçacıklardan oluşur.”

Destek: “Bu, deneyler yoluyla kanıtlanmıştır.”

Çürütme: 1. “Işık kırılmadığı takdirde (bu durumda, yön değiştirir).”

2. “Işık bir prizmadan geçmediği takdirde (bu durumda, onu oluşturan renklere ve daha fazla ışına bölünür).”

SenseMaker için Rubrik:

- 0 Hiçbir bilgi yok.
- 2 Zayıf, doğru olmayan ya da eksik bilgi.
- 4 Yeterli bilgi.
- 6 Doğru, tam ve alakalı bilgi.

Bu örnekte elde edilen puanlar, sırasıyla sav için 6, gerekçe için 6, garanti için 6, destek için 2 ve çürütme için 4’tür. Toplam puan 24’tür.

Tablo 5. Bir Öğrenci Günlüğü Analizi Örneği

Günlüğe hoş geldiniz!

Işık hakkında ne biliyorsunuz?

“Işık, bir enerji türüdür. İki tür ışık kaynağı vardır: İnsan yapımı ve doğal. Genellikle ışık beyaz ya da sarı görünür; ancak esasen farklı renklerden oluşur. Beyaz ışığı onun ayrı renklerine ayırmak için özel cam üçgenler kullanabiliriz. Babam bir zamanlar ışığın sadece atmosferin içinde görülebildiğini söylemişti. Onu güneşten dünyaya gelirken göremezsiniz; çünkü hiç gaz yoktur”.

Öğrenci Günlüğü için Rubrik:

- 0 Hiçbir Bilgi Yok
- 2 Zayıf, doğru olmayan ya da eksik
- 4 Yeterli Bilgi
- 6 Doğru, tam ve alakalı. Toplam puan 6’dır.

ii. Tek yönlü tekrarlı ölçümlü ANOVA

Teknoloji tabanlı öğrenme desteklerinin (öğrenci günlükleri, ipuçları ve SenseMaker) bir TELE’de zaman içinde öğrencilerin bilimsel argümantasyonu üzerindeki etkilerini incelemek için tek yönlü tekrarlı ölçümlü bir ANOVA gerçekleştirilmiştir. Öğrenci günlükleri için yedi başlatıcının ve yönlendiricinin, alt argümanlar için yedi ipucunun ve altı sorunun ve SenseMaker’deki ana argümanlar için beş sorunun sağlanması dikkate alındığında, bu analitik teknik uygun bulunmuştur. Çalışma için kullanılan bağımlı değişkenler; SenseMaker-Faaliyet, SenseMaker-Münazara ve öğrenci günlüğü puanlarıydı. Bağımsız değişkenler ise farklı öğretmenlerin denetimindeki iki öğrenci grubuydu: Öğretmen 1 (Sınıf 1) ve Öğretmen 2 (Sınıf 2 – Şube 2 ve Sınıf 3 – Şube 3).

iii. Wilks Lambda

Wilks lambda, bir bağımlı değişken kombinasyonu üzerine tanımlanmış denek gruplarının ortalamaları arasında farklar olup olmadığını test etmek üzere çok değişkenli varyans analizinde kullanılan bir test istatistiğidir. Bu çalışmada, SenseMaker etkisi, gruplara göre faaliyet & münazara ile ilişkili sorulara yönelik çok değişkenli Wilks lambda kriteri kullanılarak test edilmiştir. Wilks lambda, çok değişkenli ortamda bir bağımlı değişken kombinasyonu ile performans sergiler. Bu da F testinin tek yönlü varyans analizinde oynadığı aynı roldür. Çalışma için kullanılan bağımlı değişkenler; her bir grup için ortalamaları karşılaştıran SenseMaker-Faaliyet, SenseMaker-Münazara ve öğrenci günlüğü puanlarıydı. Wilks lambda’ninkine benzer bir görevi gerçekleştirmek üzere hesaplanabilecek, Pillai iz kriteri ve Roy’un en büyük kök kriteri gibi çok sayıda alternatif istatistik vardır.

iv. Tek yönlü tekrarlı ölçümlü bir Mancova

Araştırma sorusu 2.1 için, öğrencilerin fen bilgisi alanındaki ön bilgilerinin teknoloji tabanlı ve öğretmenli öğrenme desteklerini kullanımını nasıl şekillendirdiğini göstermek üzere tek yönlü tekrarlı ölçümlü bir MANCOVA kullanılmıştır. Bağımlı değişkenler, SenseMaker-Faaliyet ve SenseMaker-Münazara puanları iken ortak değişken öğrencilerin ön test puanlarıydı.

b. Nitel Analiz – Sabit Karşılaştırmalı Analiz

Araştırmacı; katılımcıyı gözlemlene, görüşme yapma ve belge toplama (öğrenci günlükleri, SenseMaker argümantasyonları) gibi bilgileri edinmek üzere çeşitli yöntemler kullanmıştır. Katılımcı gözlemi, araştırma ortamına ve çalışmanın katılımcılarına dair bir anlayış kazanmak için kullanılmış ve katılımcıların bakış açıları ve deneyimleri gibi verilere dair daha derin bir anlayış kazanmak ve veriler arasında güvenilirlik oluşturmak için diğer yöntemlerle birlikte kullanılmıştır.

Taylor ve Bogdan’a (1998) göre, araştırmacı, aynı zamanda sabit karşılaştırmalı yöntemde kodlama ve analiz yaparak verilerden kavramlar geliştirir. Bu çalışmada araştırmacı; video kayıtlarını, gözlem raporlarını ve öğrenci ve öğretmen görüşmelerini transkripte ederek ve kodlayarak verileri nitel olarak analiz etmiştir. Bu bakımdan, araştırmacı veri toplama, kodlama ve analiz yoluyla sürekli olarak tasnif etmiştir.

Çalışmada bir kodlama sistemi geliştirilmiş olup sınıftaki altta yatan model özellikleri gözlemlenmiştir. Bu kodlama sistemi, bir veri analiz etme süreci olarak üç analiz düzeyini içermektedir (Strauss-Corbin, 2008). İlk adım olarak (açık kodlama), araştırmacı verileri karşılaştırmış ve farklı kategorileri tanımlamıştır. İkinci adım olarak (eksensel kodlama), veriler yeni bir yolla bir araya getirmiştir. Araştırmacı, verileri karşılaştırmaya ve tümevarımsal ve tümdengelsel düşünme süreci yoluyla alt kategorileri bir kategori ile ilişkilendirmeye devam etmiştir. Üçüncü bir adım olarak (seçici kodlama), araştırmacı, çekirdek kategoriyi ya da temayı tanımlamak ve kavramlar ya da gerekçelere dayanan bir kuram oluşturmak için – ki bu kuramsal örnekleme olarak anılır – kategoriler arasındaki benzerlikleri ve ilişkileri geçerli kılarak tematik bir kodlama ile ayrıca bir düzeltmeye ve geliştirmeye ihtiyaç duymuştur (Strauss-Corbin, 2008).

Bu tematik kodlamaya göre, veri yedi kategori şeklinde kodlanmıştır: Öğretmenli Öğrenme Desteği Sağlama, Teknolojili Öğrenme Desteği Sağlama, Öğrenci-Teknoloji Etkileşimi, Öğrenci-Öğretmen Etkileşimi, Öğrenci-Öğrenci Etkileşimi, Öğrenci-Öğretmen-Teknoloji Etkileşimi ve Teknoloji ile Zenginleştirilmiş Öğrenme Ortamındaki Sorunlar. Bunlar, teknoloji ile zenginleştirilmiş fen bilgisi sınıflarında öğretmeye ve öğrenmeye rehberlik etmek üzere Kim-Hannafin vd.'nin (2007) çerçevesine göre araştırılmıştır.

II.VI. Çalışmanın Güvenirliği

a. Geçerlik

Video kayıtları ve görüşmeler ile bu kayıtların transkripsiyonları, betimleme geçerliğine yönelik tehdidi minimize etmiştir. Bu da kişinin duyduğu ve gördüğü şeyleri uydurmadığından ya da çarpıtmadığından emin olmak gibi çalışmanın gerçeklere dayanan doğruluğu ile ilgilidir. Katılımcıları dinlemek ve katılımcıların sözcüklerini ve eylemlerini sınıflandırmaktan ziyade katılımcıların meydana gelmekte olan şeyi nasıl anladığını öğrenmeye teşebbüs etmek, çalışmaya dahil edilen bireylerin bakış açısına uygulandığı şekilde kavramların doğruluğu anlamına gelen yorum geçerliğine yönelik her türlü tehdidi ortadan kaldırmıştır.

Farklı verileri toplamak ya da farklı verilere dikkat etmek ve olgulara dair alternatif açıklamaları ya da anlayışları dikkate almak, sadece kavramların geçerliği ile değil aynı zamanda onların birbirleri ile varsayılan ilişkileri ile ilgili olan kuramsal geçerliğe yönelik her türlü tehdidi ortadan kaldırmıştır. Üçgenleme de önemli bir kuramsal geçerlik kontrolüdür; çünkü çalışmayı birkaç yöntem ya da veri çeşidini bir araya getirerek güçlendirmektedir. Dış geçerliğin (genelleştirilebilirlik) de ele alınması gereklidir. Nitel araştırmada bulgular katılımcılarla sınırlı olup tüm evrene genelleştirilebilir olmadığı için genelleştirilebilirlik nitel araştırma için yararlı bir standart ya da amaç olmamasına rağmen (Patton, 2002), eşsiz bir ortamda belirli bir olguyu incelemek için yürütülen çalışmalar ilgi çeken o belirli olgu hakkında biriken bir grup bilginin gelişimine hâlâ katkıda bulunabilir.

b. Güvenilirlik

Çalışmanın güvenilirliği; veri toplama tekniklerinin, belgelemenin ve değer biçiciler arası güvenilirliğin (araştırma sürecinin analiz evresindeki bir husus) standart hale getirilmesi ile artırılmıştır. Değer biçiciler arası güvenilirliğin istatistiksel ölçümü (büyük sayıların daha iyi güvenilirlik anlamına geldiği, genellikle 0 ila 1,0 arasında değişen Cohen'in Kappa'sı), çalışmanın kodlamasının uygulanmasının ne kadar iyi çalıştığını belirlemede önemli bir ölçümdür. Araştırmanın analiz evresinde, araştırmacı ilk olarak kodların ve temaların geçici adlarını ve her bir kodun ve temanın geçici bir tanımını içeren bir kod ve tema sayfası geliştirmiştir. Daha sonra ise araştırmacı kod ve tema sayfasını açıklamak amacıyla ikinci araştırmacı ile bir araya gelmiştir. Bu sayfa, ikinci araştırmacının önerilerine göre revize edilmiştir. Kodların ve temaların onaylanmasının ardından, ikinci araştırmacı da kod sayfasındaki tanımlara dayanarak araştırmacının kodlamış olduğu örnek pasajların bazılarını kontrol etmiştir ve araştırmacı ile ikinci araştırmacı, farklı olanlar hakkında tartışmalar gerçekleştirmiştir. Daha sonra ise % 100 anlaşmaya varıncaya kadar kodlamayı tamamlamışlardır.

III. BULGULAR

III.I. Öğrencilerin Zaman İçindeki Bilimsel Argümantasyonları

Araştırma sorusu 1'de olduğu gibi, öğrencilerin hem faaliyet hem de münazara sorularına yönelik SenseMaker raporları ve öğrenci günlükleri analiz edilmiş ve teknoloji ile zenginleştirilmiş bir öğrenme ortamında (TELE) zaman içinde teknoloji tabanlı öğrenme desteklerinin öğrencilerin

bilimsel argümantasyonları üzerindeki değişikliğini göstermek amacıyla nicel bir tek yönlü tekrarlı ölçümlü ANOVA yürütülmüştür. Öğrencilerin SenseMaker kullanılarak kurulan argümanları, argümantasyonun niteliğini belirlemek amacıyla değerlendirilmiş ve öğrenci günlükleri, Toulmin'in modeline dayanılarak Ek C'deki puanlama rubriği kullanılarak analiz edilmiştir. Bireysel puanlar, her bir argümantasyon kategorisinde (sav, gerekçe, garanti, destek ve çürütme) elde edilen puan sayısını toplanarak hesaplanmıştır.

a. Öğrencilerin SenseMaker raporlarının analizi

Gruplara göre öğrencilerin SenseMaker faaliyet sorularının puanlarını değerlendirmek amacıyla tek yönlü tekrarlı ölçümlü bir ANOVA yürütülmüştür. Gruplar içi faktörler, altı düzeye sahip SenseMaker puanlarıdır. SenseMaker etkisi, çok değişkenli Wilks Lambda kriteri kullanılarak test edilmiştir. Ortalamalar Grup 2'de Grup 1'dekinden daha yüksek olmasına rağmen, SenseMaker etkisi $p=0,042$ ile Grup 1 için anlamlıdır; ancak $p=0,895$ ile Grup 2 için anlamsızdır. Tablo 6, her bir sınıfta her hafta ölçülen iki gruptaki öğrencilerin altı SenseMaker faaliyet puanının tanımlayıcı istatistiklerini, ortalamalarını ve standart sapmalarını göstermektedir. Grup 2'de ortalamalar daha yüksek olup standart sapmalar daha düşüktür.

Tablo 6. Gruba Göre Öğrencilerin Altı Kez Ölçülen SenseMaker Faaliyet Puanlarının Tanımlayıcı İstatistikleri

| | Grup 1 | | Grup 2 | |
|----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | <i>O</i> | <i>SS</i> | <i>O</i> | <i>SS</i> |
| SMaker 1 | 9,37 | 7,82 | 16,32 | 9,06 |
| SMaker 2 | 11,00 | 9,12 | 15,36 | 6,77 |
| SMaker 3 | 15,25 | 9,17 | 15,92 | 6,54 |
| SMaker 4 | 12,75 | 9,14 | 15,36 | 8,78 |
| SMaker 5 | 14,87 | 9,95 | 15,20 | 7,32 |
| SMaker 6 | 10,62 | 9,87 | 15,04 | 8,24 |

İzleyen çoklu terimli değişkenler, ortalamalar zaman içinde artmakla birlikte, $F(1,15) = 7,127$, $p < ,05$, kısmi $\eta^2 = ,322$ ile Grup 1 için öğrencilerin SenseMaker puanlarında anlamlı bir kuadratik etkiyi işaret etmiştir. Eta kare indeksi, varyansın yüzdesinin 0,322'yi açıklayarak küçük bir etkiyi işaret ettiğini göstermiştir. Anlamlı eğilimin SenseMaker 2, 3 ve 5'teki artışlardan kaynaklandığına dikkat edilmelidir. Bu sonuçlar, teknoloji tabanlı öğrenme desteklerinin (öğrenci günlükleri, ipuçları ve SenseMaker) Grup 1'de zaman içinde faaliyet soruları için bilimsel argümantasyonları özellikle etkilediğini belirtir. Grup 2'nin argümanlar kurmada iyileşmelere sahip olmamasının nedeni, öğrencilerin projenin başında argümantasyonlar yazmada zaten iyi olmasıdır.

Gruba göre öğrencilerin SenseMaker münazara sorusu puanlarını değerlendirmek amacıyla tek yönlü tekrarlı ölçümlü bir ANOVA yürütülmüştür. Gruplar içi faktörler, beş düzeydeki SenseMaker puanlarıdır. SenseMaker etkisi, çok değişkenli Wilks Lambda kriteri kullanılarak test edilmiştir. Ortalamalar Grup 2'de Grup 1'dekinden daha yüksek olmasına rağmen, SenseMaker etkisi $p=0,006$ ile Grup 1 için anlamlıdır; ancak $p=0,061$ ile Grup 2 için anlamlı değildir. Tablo 7, her bir sınıfta her hafta ölçülen münazara sorusuna yönelik Öğretmen 1'in Sınıfında ve Öğretmen 2'nin Sınıfında (her iki şube) öğrencilerin beş SenseMaker puanının tanımlayıcı istatistiklerini, ortalamalarını ve standart sapmalarını göstermektedir. Ortalamalar, Öğretmen 2'nin şube 2 ve 3 Sınıflarında daha yüksektir.

Tablo 7. Gruba Göre Öğrencilerin Beş Kez Ölçülen SenseMaker (Münazara) Puanlarının Tanımlayıcı İstatistikleri

| | Grup 1 | | Grup 2 | |
|----------|--------|-------|--------|------|
| | O | SS | O | SS |
| SMaker 1 | 12,25 | 5,05 | 17,60 | 6,97 |
| SMaker 2 | 7,75 | 8,60 | 15,28 | 7,70 |
| SMaker 3 | 9,00 | 9,79 | 14,72 | 7,54 |
| SMaker 4 | 9,75 | 10,40 | 13,76 | 7,24 |
| SMaker 5 | 1,37 | 5,50 | 13,20 | 9,66 |

İzleyen çoklu terimli değişkenler, ortalamalar zaman içinde artmakla birlikte, $F(1, 15) = 27,413$, $p < ,05$, kısmi $\eta^2 = ,646$ ile Grup 1 için öğrencilerin SenseMaker puanlarında anlamlı bir doğrusal ve kübik etkiyi işaret etmiştir. Anlamlı eğilimin SenseMaker 3 ve 4'teki artışlardan kaynaklandığına dikkat edilmelidir. Eta kare indeksi, varyansın yüzdesinin 0,646'yı açıklayarak orta düzeyde bir etkiyi işaret etmektedir. Bu sonuçlar, teknoloji tabanlı öğrenme desteklerinin (öğrenci günlükleri, ipuçları ve SenseMaker) Grup 1'in öğrencilerinin münazara soruları için de zaman içinde bilimsel argümantasyonları üzerinde etkili olduğunu belirtir. Grup 2'nin ise argümanlar kurmada iyileşmelere sahip olmamasının nedeni, öğrencilerin projenin başında argümantasyonlar yazmada zaten iyi olmasıdır. Bazı SenseMaker puanlarındaki azalmanın nedeni ise içeriğin zorluğudur.

b. Öğrenci Günlüklerinin Analizi

Tablo 8, iki grupta öğrencilerin her bir sınıfta her hafta toplam yedi kez ölçülen günlük puanlarının tanımlayıcı istatistiklerini, ortalamalarını ve standart sapmalarını göstermektedir. Ortalamalar iki grup için benzer olmasına rağmen, Grup 2'de biraz daha yüksektir.

Tablo 8. Gruplara Göre Yedi Kez Ölçülen Öğrenci Günlüğü Puanlarının Tanımlayıcı İstatistikleri

| | Grup 1 | | Grup 2 | |
|-----------|--------|------|--------|------|
| | O | SS | O | SS |
| Yaş Grubu | | | | |
| OGünlüğü1 | 5,25 | 1,23 | 4,96 | 1,30 |
| OGünlüğü2 | 3,12 | 2,41 | 4,24 | 1,45 |
| OGünlüğü3 | 2,75 | 1,77 | 4,24 | 1,05 |
| OGünlüğü4 | 2,87 | 2,06 | 3,44 | 1,68 |
| OGünlüğü5 | 3,25 | 2,04 | 3,84 | 1,72 |
| OGünlüğü6 | 3,00 | 2,06 | 4,64 | 1,25 |
| OGünlüğü7 | 2,50 | 2,00 | 3,44 | 1,87 |

Gruplara göre öğrenci günlüğü puanlarını değerlendirmek amacıyla tek yönlü gruplar-içi tekrarlı ölçümlü bir ANOVA yürütülmüştür. Gruplar-içi faktörler, yedi düzey için öğrenci günlüğü puanlarıdır. Öğrenci günlüğü etkisi, çok değişkenli Wilks lambda kriteri kullanılarak test edilmiştir. Etki, Grup 1 öğrencileri ($p=0,002$) (varsayım ihlal edilmesine rağmen) ve Grup 2 öğrencileri için 0,029 ($p < ,05$) anlamlıdır. Eta kare indeksi, varyansın yüzdesinin Grup 1'de 0,838'ini açıklayarak büyük bir etkiyi ve Grup 2'de 0,490'ını açıklayarak orta düzeyde bir etkiyi işaret etmektedir.

İzleyen çoklu terimli değişkenler, zaman içinde artan ortalamalar ile birlikte, $F(1, 15) = 21,099$, 7,829 ve 32,666, $p < ,05$ ile Grup 1 öğrencilerinin öğrenci günlüğü puanlarında anlamlı

doğrusal, kuadratik ve kübik artışları işaret etmiştir. Eta kare indeksi, varyansın yüzdesinin 0,3 ile 0,6 arasında açıklayarak orta düzeyde bir etkiyi işaret ettiğini göstermiştir. İzleme testleri, $F(1, 24) = 8,956, 2,131$ ve $8,988, p < ,05$ ile zaman içinde Grup 2 öğrencilerinin öğrenci günlüğü puanlarında doğrusal ve kübik artışlar olduğunu da göstermiştir. Eta kare indeksi, varyansın yüzdesinin 0,09 ile 0,27 arasında açıklayarak küçük bir etkiyi işaret ettiğini göstermiştir. Bu sonuçlar, teknoloji tabanlı öğrenme desteklerinin (öğrenci günlükleri, ipuçları ve SenseMaker) öğrenci günlüğü puanlarını bir zaman periyodunda her iki grupta etkilediğini göstermektedir. Bazı öğrenci günlüğü puanlarındaki azalmanın nedeni ise içeriğin zorluğudur.

III.II. Ön Bilginin Etkisi

Araştırma sorusu 2.1 için, öğrencilerin ön testleri ve hem faaliyet hem de münazara sorularına yönelik SenseMaker raporları analiz edilmiş ve öğrencilerin ön bilgisi ile onların SenseMaker puanları arasında bir ilişki olup olmadığını göstermek üzere nicel bir tek yönlü tekrarlı ölçümlü MANCOVA yürütülmüştür.

Tablo 9, iki gruptaki öğrencilerin ön test puanlarının tanımlayıcı istatistiklerini sunmaktadır. Ortalamalar, her iki grupta birbirine yakındır. Bu nedenle, öğrencilerin ön bilgileri ölçümlerden önce başlangıçta aynıdır.

Tablo 9. Gruplara Göre Öğrencilerin Test Puanlarının Tanımlayıcı İstatistikleri

| | Grup 1 | | Grup 2 | |
|---------|----------|-----------|----------|-----------|
| | <i>O</i> | <i>SS</i> | <i>O</i> | <i>SS</i> |
| Ön Test | 6,31 | 1,62 | 5,68 | 1,88 |

Tablo 10, öğrencilerin profillerini, SenseMaker, ön test ve öğrenci günlüğü puanlarını gösteren ikili karşılaştırmaları sunmaktadır. Yüksek profilli öğrenciler, akranları ile karşılaştırıldığında öğrenci günlüklerinde, SenseMaker'de ve ön testte en yüksek puanlara sahiptir. Tablo 10'da gösterildiği üzere, o öğrenciler genellikle çürütmeler kullanmış ve argümantasyonlarında iyileşme sağlamıştır.

Tablo 10. Çiftler

| <i>Grup1</i> | | <i>SenseMaker</i> | <i>ÖnTest</i> | <i>ÖGünüğü</i> |
|--------------|-----------------|---|---------------|----------------|
| | Öğrenci5-Düşük | 118, eksik, iyileşmiş | % 15 | 24 |
| | Öğrenci4-Yüksek | 132, tutarlı, iyileşmemiş, hepsi | % 54 | 34 |
| | Öğrenci1-Orta | 178, iyiiyileşmesağlamış, az tutarsızlık, 8 çürütme | % 38 | 28 |
| | Öğrenci3-Yüksek | 160, iyileşmiş, az tutarsızlık, 3 çürütme | % 54 | 32 |
| | Öğrenci2-Yüksek | 168, sadece ikinci argümanda iyileşmiş, 3 çürütme | % 54 | 34 |
| <i>Grup2</i> | | <i>SenseMaker</i> | <i>ÖnTest</i> | <i>ÖGünüğü</i> |
| | Öğrenci7-Orta | 180, her ikisinde de biraz iyileşmiş, 0 çürütme | % 31 | 36 |
| | Öğrenci9-Orta | 164, tutarsız, iyileşmemiş, 2 çürütme | % 38 | 30 |
| | Öğrenci6-Düşük | 200, iyiancak iyileşmemiş, 0 çürütme | % 23 | 26 |

| | | | |
|------------------|--|------|----|
| Öğrenci8-Orta | 162, her ikisinde de oldukça iyi iyileşmiş | % 38 | 14 |
| Öğrenci10-Düşük | 54, eksik, 0 çürütme | % 23 | 24 |
| Öğrenci11-Yüksek | 150, tutarlı değil, 3 çürütme | % 62 | 26 |
| Öğrenci12-Yüksek | 246, iyi yapılmış ve iyileşmiş, 5 çürütme | % 54 | 40 |
| Öğrenci13-Yüksek | 236, çok tutarlı değil, 3 çürütme | % 62 | 38 |

Sonuçlar, etkileşimin (gruplar*ön test) $p > ,05$ ile (SenseMaker 2 hariç) anlamlı olmadığını göstermektedir. Böylece, bir MANCOVA analizi yürütülebilir. Levene'nin Eşitlik Hata Varyansları Testi, MANCOVA'ya yönelik varyansın homojenliği varsayımının karşılandığını göstermektedir ($p > ,05$). Grup 1 için ortak değişken (ön test) ile bağımlı değişkenler (SenseMaker puanları) arasındaki ilişki, $F(1,14) = 6,818$, $p < 0,05$ ile bu ilişkinin sadece SenseMaker 2 için anlamlı olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, Grup 1'de SenseMaker 2 haricinde ortak değişken (ön test) ile bağımlı değişkenler (SenseMaker puanları) arasında bir ilişki yoktur. Eta kare indeksi, varyansın yüzdesinin 0,328'i açıkladığını göstermiştir. Bu da küçük bir etkiyi işaret eder. Grup 2 için ortak değişken (ön test) ile bağımlı değişkenler (SenseMaker puanları) arasındaki ilişki, bu ilişkinin $p > 0,05$ ile anlamlı olmadığını göstermektedir. Bu nedenle, Grup 2'de ortak değişken (ön test) ile bağımlı değişkenler (SenseMaker puanları) arasında bir ilişki yoktur.

Grup 1 için ortak değişken (ön test) ile bağımlı değişkenler (SenseMaker-Münazara puanları) arasındaki ilişki, bu ilişkinin $p > 0,05$ ile anlamlı olmadığını göstermektedir. Bu nedenle, Grup 1'de ortak değişken (ön test) ile bağımlı değişkenler (SenseMaker-Münazara puanları) arasında bir ilişki yoktur. Grup 2 için ortak değişken (ön test) ile bağımlı değişkenler (SenseMaker-Münazara puanları) arasındaki ilişki, bu ilişkinin $p > 0,05$ ile anlamlı olmadığını göstermektedir. Bu nedenle, Grup 2'de ortak değişken (ön test) ile bağımlı değişkenler (SenseMaker-Münazara puanları) arasında bir ilişki yoktur. Bu sonuçlar, öğrencilerin fen bilgisi hakkındaki ön bilgilerinin teknoloji tabanlı ve öğretmenli öğrenme desteklerini kullanımları üzerinde hiçbir etkiye sahip olmadığını göstermektedir.

III.III. TELE'de Destek – Öğretmenin ve Teknolojinin Rolü

a. Video Kaydı Analizi

Kodlama sistemine göre, yedi kategori analiz edilmiştir: Öğretmenli Öğrenme Desteği Sağlama, Teknolojili Öğrenme Desteği Sağlama, Öğrenci-Teknoloji Etkileşimi, Öğrenci-Öğretmen Etkileşimi, Akran Etkileşimi (Öğrenci-Öğrenci Etkileşimi), Öğrenci-Öğretmen-Teknoloji Etkileşimi ve Teknoloji İle Zenginleştirilmiş Öğrenme Ortamındaki Sorunlar. Çalışma gözlemsel bir durum çalışması tasarımı türünde bir nitel yaklaşıma sahip olduğu için her bir kategoride kanıtlar (alıntılar halinde) anlatımsal bir tarif haline getirilmiştir.

Münazara için ise öğretmenlerin ve teknolojik araçların rollerinin teknoloji ile zenginleştirilmiş bir öğrenmede öğrencilerin bilimsel argümantasyonuna öğrenme desteği sağlamada nasıl dengelendiğini açıklamak amacıyla sisteminde iki kategori analiz edilmiştir: Bunlar Tablo 11'de gösterildiği üzere, öğretmenin rolü ve öğrencinin rolüdür.

Tablo 11. Münazara İçin Gözlem Çizelgesi Kategorileri

| <u>Tema: Öğretmenin Rolü</u> | <u>Tema: Öğrencinin Rolü</u> |
|---|--|
| Kodlar: Münazaraya nasıl katılım gerçekleştirileceğine dair açıklamalar Toulmin Argümantasyon Modeli'nin bileşenlerinin nasıl kullanılacağına dair açıklamalar sağlamak Bazı yönlendirmeler sağlamak Teşvik etme Soruları yanıtlamak Öğrencileri izlemek | Kodlar: Münazaraya katılmak Grup tartışmaları Açılış görüşünü sunmak Toulmin Argümantasyon Modeli'nin bileşenlerini kullanarak argümanlar kurmak Örneklerle desteklemek Sorular sormak-yanıtlamak Akran desteği Oturum yönetimi |
| Tanım: Öğretmen, öğrencilere bazı yönlendirmeler sağlayarak, soruları yanıtlayarak, öğrencileri izleyerek ve gerekli açıklamaları sağlayarak münazarada bir role sahipti. | Tanım: Öğrenciler, grup tartışmaları yoluyla, görüşlerini sunarak ve savunarak, argümanlar kurarak ve akranlarını destekleyerek münazaraya katılmıştır. |
| Temsili Gözlem: “Öğretmen, oturumu yarıda kesti; çünkü bu noktada bir soru sorması gerekiyordu” | Temsili Gözlem: “Yeşil gömlekli öğrenci, argümanını daha fazla örnek vererek desteklemiş ve ‘Işık Dalgadır’ şeklindeki argümanını tekrarlamıştır.” |

Öğretmenin rolü kodunda, münazarada öğretmenin rolü incelenmiştir. Grup 1’de, münazara sırasında öğretmen genellikle pasif bir dinleyici olmuş ve öğrencilerin münazara sorusuna cevap hazırlamasını beklemiştir. Ayrıca öğretmen, öğrencileri hâlâ ne kadar süre konuşabilecekleri hakkında bilgilendirmek için zaman zaman araya girmiş ve sessizliği sağlamaya çalışmıştır. Grup 2’de ise öğretmen, araya girerek ve ne yapmaları gerektiği hakkında grupları bilgilendirerek daha aktif bir rol üstlenmiştir. Öğretmen ayrıca oturumu yönetmiş ve yapılması gerekenleri söylemiştir. Aşağıdaki temsili gözlemlerde gösterildiği üzere, öğretmenin sıkça öğrencilere öğrenme desteği sağladığı ve onlara ne yapmaları gerektiğini söylediği de gözlemlenmiştir.

Öğretmen: “Soruyu WISE’den öğrendiklerinizden yanıtlayın.”

Öğrencinin rolü kodunda, öğrencilerin münazaraya nasıl katıldığı incelenmiştir. Sadece bazı (ve aynı) öğrencilerin münazaraya katılırken diğerlerinin sadece dinlediği gözlemlenmiştir. Bu durum da görüşmede öğretmen tarafından eleştirilmiştir. Öğrenciler genellikle argümanlarını oluşturmuş ve savları için bir kanıt göstermiştir. Bu kanıt, genellikle Toulmin’in argümantasyon modelindeki gerekçeler halindedir. Örnekler ve bilim insanlarının görüşleri ile fikirlerini desteklemişlerdir. İnternet, Wise, Wikipedia ve makaleler gibi çeşitli kaynaklardan araştırarak önceden hazırlık yapmış ve bunları kâğıttan okumuşlardır. Bir grup üyesi bir soru sorduğunda, diğer grup öncelikle hep birlikte tartışmış ve daha sonra aralarından belirledikleri bir üye yanıt vermiştir.

b. Gözlem Raporlarının Analizi

Öğretmenli Öğrenme Desteği Sağlama kodunda, Grup 1’de, deneyleri açıklamak, sorular sormak ve yanıtlamak, öğrencileri öğrenci günlüklerine yazmaya ve argümanları tamamlamaya yönlendirmek, laboratuvar ödevlerini düzenlemek ve öğrencilerin kendi başlarına anlamalarına izin vermek, Grup 2’de ise içeriği açıklamak, her bir öğrencinin ilerlemesini kontrol etmek, öğrencileri yönlendirmek, sınıfı organize etmek, öğrencilerin deneylerini yürütmesine yardım etmek, soruları sormak ve yanıtlamak, hipotezleri denetlemek, öğrencilerin argümantasyon modelinin bileşenlerini anlamasına yardım etmek ve öğrencilere kolaylık sağlamak, onlara rehberlik etmek, mentörlük etmek ve onları teşvik etmek olarak gözlemlenmiş ve incelenmiştir. Teknolojili öğrenme desteği sağlama kodunda; deney sayfalarına yazmak, öğrenci günlüklerini doldurmak, WISE’de argümanlar kurmak, deneyler yürütmek ve görevleri tamamlamak olarak gözlemlenmiş ve incelenmiştir. Öğrenci-

Teknoloji Etkileşimi kodunda; deney sayfalarına yazmak, öğrenci günlüklerini doldurmak, WISE’de argümanlar kurmak, öğrenci günlüklerine yazmak ve SenseMaker’deki kutuları doldurmak, beyin fırtınası sorularını sunmak ve interneti araştırmak olarak gözlemlenmiş ve incelenmiştir. Öğrenci-Öğretmen Etkileşimi kodunda, sorular sormak ve yanıtlamak olarak gözlemlenmiş ve incelenmiştir. Akran Etkileşimi kodunda; öğrencilerin eşli olarak bakış açılarını tartışmaları ve kendi başlarına çalışmalarına rağmen birbirlerinin ekranlarına bakması, münazara için bir mutabakata varmaları ve fikir alışverişinde bulunmaları olarak gözlemlenmiş ve incelenmiştir. Öğrenci-Öğretmen-Teknoloji Etkileşimi kodunda; öğretmenlerin öğrencilerin WISE’deki tüm adımları yönetip yönetemediğini anlamak için öğrencilerin ekranından takip etmesi, öğrencilerin SenseMaker’i, ipuçlarını nasıl kullandığını ve argümanları nasıl kurduğunu, öğrencilerin görev sırasında öğrenci günlüklerine nasıl yazdığını gözlemlemesi, öğretmenlerin öğrencilere açıklama yapması ve onlara bilgisayar ekranında göstermesi, öğrencilerin öğretmenlere bilgisayar ekranında göstermesi, öğrencilerden kendi öğrenci günlükleri ile argümantasyon kutularına yazmalarını istemesi olarak gözlemlenmiş ve incelenmiştir. Sorunlar kodunda; teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenme ortamlarında bileşenler ile argümanlar kurmadaki güçlükler ile Toulmin Argümantasyon bileşenlerinin – sav, gerekçe, garanti, destek ve çürütme – anlaşılmasındaki zorluklar gözlemlenmiş ve incelenmiştir.

c. Görüşme Analizi

Kodlama sistemine göre; Öğretmenli Öğrenme Desteği Sağlama, Teknolojili Öğrenme Desteği Sağlama, Öğrenci-Öğretmen-Teknoloji Etkileşimi ve Teknoloji İle Zenginleştirilmiş Öğrenme Ortamındaki Sorunlar olmak üzere dört kategori analiz edilmiştir.

i. Öğretmen Görüşmesi

Öğretmen 1, argümantasyonu öğretmek ya da herhangi bir yardım sağlayarak öğrencilere çok fazla öğrenme desteği sağlamadığını belirtmiştir. Bildiklerini ve gördüklerini sormak ve öğrencilerden hipotezlerinde bunları yazmalarını istemek onun ana sorumluluklarıydı. Öğrenci-Öğretmen-Teknoloji Etkileşimi kodunda, öğretmenlerin ve teknoloji aracının TELE’de öğrencilerin bilimsel argümantasyonuna öğrenme desteği sağlamak üzere rolleri nasıl dengelediği incelenmiştir. Öğretmen 1, WISE’yi kullanımlarında öğrencilere öğrenme desteği sağlamadaki rolünü minimize ettiğini belirtmiştir. Bazı stratejik sorular ortaya çıkıncaya kadar kendisi genellikle inisiyatif öğrencilere bırakmıştır. Bu, aşağıdaki temsili alıntıda da görülebilir:

“Bunda, normalde sağlayacağım gibi bir yardım sağlamadım. Böylece, soruya başlarım ve sorgularım ve o kadar, öğrenme desteği sağlama kısmında çok fazla rol oynadığımı düşünmüyorum. WISE programında değil.”

Öğretmen 2 ise, önce teknolojinin, daha sonra kendisinin, daha sonra da tekrar teknolojinin öğrencilere öğrenme desteği sağladığını belirtmiştir. Bu, aşağıdaki temsili alıntıda da görülebilir:

“İlk önce her şeyi teknolojiye bıraktım, daha sonra da boşlukları doldurdum. Wise’de, öğrenciler her şeyi teknolojiden takip etmiştir; ancak iki adım arasında bir bağlantı kuramadıklarında, o zaman ben onlara yardım ettim. Daha sonra ise onları yine teknolojiye bıraktım. Bunun iyi bir yol olduğunu düşünüyorum.”

TELE’deki Sorunlar kodunda, argümantasyon modelinin terimlerini anlamadaki zorluğa ve çevrimiçi öğretime işaret edilmiştir. Aşağıdaki temsili alıntılar bunu göstermektedir:

“Argümantasyon, sav, gerekçeler ve destek” terimleri öğrenciler için tanıdık değildi. Bu yüzden, onları anlamada zorluk yaşadılar. Bir kitap okuyarak ya da internetten okuyarak neyin olup bittiğini anlayamazlar. Çok daha fazla etkileşime ihtiyaçları vardır. Çalışmanın başında WISE’de verilen örnekler çok anlaşılır değildi. Öğrenciler, münazara için internetten bilgi topladılar, kavramları öğrenmek için değil. İnternet, öğrenmek ve öğretmek için iyi bir yol değildir. Öğrenciler, araştırma yapmadan ve argümanlar kurmalarına yardımcı olacak olayları aramadan önce kavramları anlamalıdır. Tüm konular için deneylerle başlamak faydalı değildir.”

ii. Öğrenci Görüşmesi

Öğretmenli Öğrenme Desteği Sağlama kodunda, öğretmenin TELE’de öğrencilere öğrenme desteği sağlamadaki rolü incelenmiş ve öğrenciler, öğretmenin yönlendirmeler sağlayarak, öğrenci günlüklerine yazarak olduğu kadar argümanların ve Toulmin Modeli’nin bileşeninin nasıl kurulacağına dair destek ve açıklamalar sağlayarak da onlara öğrenme desteği sağladığını belirtmiştir. Bu durum, bu temsili alıntılarda gösterilmektedir:

“Gerekçeleri ve garantileri başta anlayamadım; ancak öğretmen onları açıkladığında daha iyiydi. Çoğunlukla ipuçlarından ve öğretmenden yardım aldım. Arkadaşlarımın desteğinden de faydalandım. Öğretmenin rehberliği ve açıklaması en fazla ihtiyaç duyduğum yardımdı. Öğretmenin yardımıyla, argümanların nasıl kurulacağını anladım ve kendimden emin hale geldim. Öğretmen, argümantasyon modelini kullanmada çok yardım etti.”

Teknolojili öğrenme desteği sağlama kodunda, TELE’de öğrencilere öğrenme desteği sağlamada teknolojinin rolü incelenmiş ve öğrenciler, bilgisayar kullanarak, Wise’da ve SenseMaker’de çalışarak, Öğrenci Günlükleri’ne ve deney sayfalarına yazarak, ipuçlarından teknoloji tarafından öğrenme desteği sağlandıklarını belirtmişlerdir. Bu, aşağıdaki temsili alıntılarda görülebilir:

“Yardımcı oluyor; çünkü bütün bu şeyleri yazmak ve çizmek gerçekten zor; ancak teknoloji ile hemen orada ve böylece, kolayca yapabiliyorum. O bir küçük sınav ya da test ya da bir şey ise, ipuçları gerçekten faydalı olmuyor; ancak öğrenci günlüklerinde, cümle başlatıcıları gibi ipuçları gerçekten faydalı. WISE, argümanlar kurmada çok yardımcıydı. Argümantasyon modeli, yanıtımı düzenlemede bana yardımcı olarak argümanlar kurmamı sağladı. Öğrenci günlükleri, elde ettiğim tüm bilgileri revize etmeme yardım etti. Öğrendiklerimi öğrenci günlüklerine yazdım ve daha sonra oraya yazdığım şeyi okudum. Böylece, sınavdan önce yeniden gözden geçirmeme yardım etti. Cümle başlatıcıları bazen odaklanmış halde kalmamda yardımcı oldu. Argümantasyon, sanki soruları yanıtlamak gibiydi ve bunun, modelin adımları ile daha kolay olduğunu düşünüyorum. WISE’den önce, hiç argüman kurmamıştım.”

Öğrencili-Öğretmenli-Teknolojili Öğrenme Desteği Sağlama kodunda, öğretmenlerin ve teknoloji aracının TELE’de öğrencilerin bilimsel argümantasyonuna öğrenme desteği sağlamak üzere rolleri nasıl dengelediği incelenmiş ve öğrenciler, önce öğretmenden, daha sonra da teknolojiden yardım alarak teknoloji ve öğretmen ile etkileşime geçtiklerini belirtmişlerdir. Bu, aşağıdaki temsili alıntıda görülebilir:

“Bize ne yapılacağını açıklayan öğretmenimden yardım aldım. WISE’de ne yapılacağını, öğrenci günlüklerine ne yazılacağını vb. ni de açıkladı. Kendisi, bize ne yapılacağını söyledi ve WISE’de şimdi bu işi yapın... şimdi günlükünüze bir şey yazın gibi şeyler söyledi... Böylece, öğretmenin rehberliğini ve günlükler gibi WISE’ye yönelik rehberlik aldık.”

TELE’deki Sorunlar kodunda, çürütme bulmanın, argümanlar kurmanın zorluğu ve teknolojinin hatalı çalışması belirtilmiştir. Bu, aşağıdaki temsili alıntılarda gösterilmektedir:

“Tanıdık olmayan terimleri ile argümantasyon modelinin bileşenlerini anlamada zorluk yaşadım. Öğrenci günlüklerini yazarken desteğe ihtiyaç duydum. Argümanlar kurarken zorluk yaşadım; çünkü bakış açımı savunmak zordu. Bir çürütme bulmam zordu. Bu da kafa karıştırıcıydı ve durumu daha da zorlaştırıyordu. Bazı garantiler için destek bulmada zorluk yaşadım. Garantilerin ve desteklerin yeterli olduğunu düşünüyorum. Argümanlar kurmada teknolojiyi kullanırken olaylar bulmak benim için ana engeldi. Teknolojik araçla çalışmada yaşadığım sorun, yazdığım şeyi kaydedemememdi. Bilgisayar donuyordu ve adımların sırasını unutuyordum. İnternet bağlantısının kaybolması gibi bazı teknolojik sorunlar yaşadım. SenseMaker aracının daha iyi bir tasarıma ve ayarlara sahip olması gerektiğini düşünüyorum. Sebep ise gri şeyin alta gitmiyor olmasıydı ve savlarımın içine sığamayacağı kadar inceydi. Böylece, argümanlarım bozuldu ve onları yeniden yapmam gerekti.”

Gözlem raporları ile desteklenen video kayıt analizinin tüm sonuçları, öğrenmenin, öğretmenlerin, öğrencilerin ve teknolojinin hepsinin de süreçte bir rollerinin olduğu interaktif bir ortamda gerçekleştiğini ileri sürmektedir. Öğrenciler; savlar, gerekçeler, destek ve garantiler gibi

Toulmin Argümantasyon Modeli'nin neredeyse tüm bileşenlerini kullanmaya çalışmışlardır. Ancak, çürütme argümanların sadece birkaçında görülmüştür. Öğretmen rolü, sınıfta önemlidir; ancak öğrenciler de öğretimde aktif katılımcılardır. İkinin arasındaki etkileşim, sınıfta öğretimin etkililiğinde önemli bir faktördür. Öğretmen, öğrencileri devamlı değerlendirerek öğrencilerin anlamasındaki ilerlemenin farkında olmuş ve öğrenciler, o etkileşimlerde önemli bir rol oynamıştır. Öğrenme desteği sağlamak, sadece öğretmen ile öğrenci arasındaki etkileşimlerle sınırlı değildir. Çevrenin kendisi de bir öğrenme desteği olarak kullanılmıştır. Çeşitli etkileşimlerin ortaya çıktığı bu dinamik öğrenme ortamında, öğrenme desteği, teknolojik araçlarda ve akran etkileşimlerinde de sağlanmıştır. Öğretmenin her bir öğrenci ile tek tek birlikte çalışması yerine, destek teknoloji aracı ile sağlanmıştır. Böylece, öğrenciler teknoloji ile kendi başlarına etkileşebilmiş, öğretmeni daha fazla yardıma ihtiyaç duyan öğrenciler için bırakarak sorgulama sürecinde ilerleyebilmiş ve akranlar da birbirlerine yardım edebilmiştir. Daha bilgili akranlar akranlarına yardım ve açıklama ile yönlendirmeler sağlayarak katkıda bulunurken daha az bilgili olanlar sorular sorarak katkıda bulunmuştur. Her ikisi de motivasyon sağlamış ve böylece birbirlerini düşünmeye teşvik etmiştir. "Işık" konusunun zorluğuna, argümanlar kurmadaki tüm zorluklara ve öğrencilerin bu tür teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenme ortamına yeni olmasına rağmen, hem öğretmen hem de öğrenciler öğrenme desteği sağlamayı görüşmelerde olumlu bir şekilde yorumlamış ve güçlü bir münazara yapmalarına katkıda bulunan teknoloji aracını, WISE-sorgulama haritasını ve cümle başlatıcılarını kullanarak bunlarla iyi etkileştiklerini belirtmişlerdir. Her bir öğrenci SenseMaker aracında aynı modelin farklı bir uygulamasını gerçekleştirdiği için ve argümantasyon için ek destek sağlayan öğrenci günlükleri ve ipuçları ile desteklendikleri için alana özel öğrenme destekleri önemlidir ve sinerjiktir. SenseMaker'in özellikleri öğrencilerin sav, gerekçeler, garanti, destek ve çürütme olmak üzere bilimsel argümantasyona yönelik aynı genel çerçeveyi anlamasını sağladığı için, alana özel olmayan öğrenme desteği gereksizdir (Tabak, 2004). Çalışmada, öğretmen desteği de SenseMaker aracı tarafından sağlanan öğrenme destekleri ile sinerjiktir. Bu da öğrencilerin bilimsel argümanlar yazma konusunda daha çok şey öğrenmeleri ile sonuçlanmıştır. Öğretmen desteği ile teknoloji öğrenme destekleri arasındaki güçlü bir etkileşim ve uyum olmadan, öğrencilerin öğrenmesini ve tutarlı argümanlar kurma yeteneğini geliştirecek sinerjik bir ilişkinin olmayacağı açıktır.

Genel olarak bulgular aşağıdaki gibidir:

1. Teknoloji tabanlı öğrenme destekleri (öğrenci günlükleri, ipuçları ve SenseMaker), teknoloji ile zenginleştirilmiş bir öğrenme ortamında (TELE) Grup 1'de öğrencilerin zaman içinde bilimsel argümantasyonlarını ve her iki grupta Öğrenci Günlüğü puanlarını iyileştirmiştir.
2. Öğrencilerin fen bilgisi hakkındaki ön bilgileri, onların teknoloji tabanlı ve öğretmenli öğrenme desteklerini kullanması üzerinde bir etkiye sahip değildir.
3. Grup 1'de öğretmen desteği sınırlı olduğu için teknoloji tabanlı öğrenme destekleri Grup 1'in argümanlar kurmadaki iyileşmesinin nedeni olmuştur.
4. Fen bilgisi içeriğini öğrenmek, argümantasyon kurmanın öğrenilmesini iyileştirmiştir.
5. SenseMaker ve öğrenci günlüğü puanlarının bazılarındaki azalmanın nedeni, içeriğin zorluğudur.
6. SenseMaker puanlarındaki iyileşmenin nedeni alana özel öğrenme destekleridir.
7. Grup 2'nin argümanlar kurmada iyileşmelere sahip olmamasının nedeni, öğrencilerin projenin başlangıcında argümantasyonlar yazmada zaten iyi olmasıdır (SenseMaker puanları başlangıçta da yüksektir).
8. Projenin başlangıcında argümantasyonlar yazmak için Grup 2'nin yeteneklerinin güçlü olmasının nedeni, öğretmenlerden ve birbirlerinden gelen desteğin başından itibaren güçlü olmasıdır. Bu nedenle teknoloji tabanlı öğrenme destekleri etkisiz kalmıştır.
9. Öğrenciler genellikle daha çok garantiler ve destekler kullanmıştır. Çürütme ise sadece birkaç argümantasyonda görülmüştür.

10. Her bir öğrenci SenseMaker aracında aynı modelin farklı bir uygulamasını kullandığı ve argümantasyon için ek destek sağlayan öğrenci günlükleri ve ipuçları ile desteklendiği için alana özel öğrenme destekleri önemlidir ve sinerjiktir.

11. SenseMaker'in özellikleri öğrencilerin sav, gerekçeler, garanti, destek ve yürütme olmak üzere bilimsel argümantasyona yönelik aynı genel çerçeveyi anlamasını sağladığı için alana özel olmayan öğrenme desteği gereksizdir (Tabak, 2004).

12. Öğretmen desteği de SenseMaker aracı tarafından sağlanan öğrenme destekleri ile sinerjiktir. Bu da öğrencilerin bilimsel argümanlar yazma konusunda daha çok şey öğrenmeleri ile sonuçlanmıştır.

IV. TARTIŞMA

IV.I. Zaman İçinde Bilimsel Argümantasyon

Sonuçlar, öğrencilerin savlar, gerekçeler, destek ve garantiler ile argümanlar kurmada SenseMaker puanlarını geliştirmiş olduğunu ve argümanlar oluştururken, Toulmin'in çerçevesinde olduğu gibi, gerekçe, garantiler ve destekler arasındaki farkı gözeterek ve bazı durumlarda da daha sofistike argümanlar oluşturmada yürütmeler kullanarak içgörü kazandıklarını ileri sürmüştür. Öğrenciler genellikle kendi savı ve gerekçesi ile garantiler ve destekler arasında bağlantı kurmuştur; ancak yürütme argümantasyonların sadece birkaçında görülmüştür. Çok sayıda çalışma Toulmin'in Argüman Modeli'ni araştırmış ve argümantasyonun ve akıl yürütmenin kalitesi bakımından, savın haklı çıkarılıp çıkarılmadığının, sav ile gerekçeler arasında garantiler gibi bir bağlantı olup olmadığını, bir yürütmenin var olup olmadığını ve gerekçelerin destekler ile güçlendirilip güçlendirilmediğinin hepsinin de önemli hususlar olduğunu tespit etmiştir. Örneğin, Erduran ve ark. (2004), argümantasyonu öğretimin bir bileşeni haline getirmek için öğretim faaliyetleri geliştirmek üzere ortaokul fen bilgisi öğretmenleri ile işbirliği yapmış ve çalışmalarında Toulmin'in Argüman Modeli'ni kullanarak öğrencilerin güçlü yürütmeler kurma yeteneğinin argümantasyonu öğretmek için anlamlı olduğunu iddia etmiştir. Sonuçlar; öğrencilerin argümanlarının karmaşıklığı ve kalitesi, rasyonel informal akıl yürütme ve kavramsal genetik anlayışı konusunda anlamlı bir şekilde iyileştiğini tespit eden Dawson ve Venville'nin (2010), öğrencilerin Toulmin Argümantasyon Modeli'ni kullanarak savların üstünlüğü ile birlikte çeşitli argümanlar, bazı durumlarda ise destekler, haklı nedenler ya da garantiler kullanarak daha sofistike olanları geliştirdiğini bulan Jimenez-Aleixandre ve ark.'nın (2000), çerçevelerin birçoğunun bir argümanın yapısını savlar ve haklı neden bakımından açıkladığını tespit eden Sampson ve Clark'ın (2008) araştırmaları ile de desteklenmiştir. Bakış açılarının çeşitliliği, fen bilgisi eğitiminde argümanlar oluşturmada öğrencilere içgörü sağlamıştır. Benzer şekilde, Onyancha ve Anderson (2010), öğrencilerin savlarını desteklemek üzere kullandığı gerekçeler, garanti ve destek öğelerini incelemek için Toulmin'in (1958) argüman analizi modelinin değiştirilmiş bir versiyonunu kullanmış ve yüksek profilli öğrencilerin bilimsel ilkelere göre argümanlar kurma eğiliminde olurken düşük profilli öğrencilerin savlarını desteklemek için kişisel inançlarına göre argümanlar kurma eğiliminde olduğunu tespit etmiştir.

Öğrenci Günlükleri'nin analizi, öğrencilerin kendi günlüklerine yazma yeteneklerini geliştirdiğini ve sonunda öğrencileri tutarlı argümanlar oluşturmaya yönelten ipuçlarının, cümle başlatıcılarının ve soru yönlendiricilerinin kullanımından faydalandığını da göstermiştir. Teknoloji tabanlı öğrenme desteklerinin etkisi (öğrenci günlükleri, ipuçları ve SenseMaker), öğrencilerin teknoloji ile zenginleştirilmiş bir öğrenme ortamında (TELE) zaman içinde bilimsel argümantasyonları üzerinde anlamlı olmuştur. Bu sonuçlar, grup problem çözme faaliyetleri sırasında öğrencilere çevrimiçi argümantasyon öğrenme destekleri sağlamanın argümanların oluşturulmasını artırdığını bulan Cho ve Jonassen'in (2002), probleme dayalı bir öğrenme ünitesi sırasında ortaokul öğrencilerinin argümantasyon yeteneği üzerinde teknoloji tabanlı argümantasyon öğrenme desteklerinin anlamlı bir etkisini bulan Belland'ın (2010), teknoloji tabanlı öğrenme desteklerinin açıklamaları desteklemede faydalı olduğunu ve yönlendiriciler ile soruların bireysel ya

da küçük gruplara sağlandığını tespit eden Land ve Zembal-Saul'un (2003), teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenme ortamlarında, kaynaklara dair ipuçları ya da öneriler, eldeki kaynakların nasıl kullanılacağına dair rehberlik ve yer imlerine, yardımcılarına vb.'ne sahip araçlar yoluyla öğrenme desteklerinin öğrencileri problem çözme sırasında ne ve nasıl düşünüleceği hakkında desteklediğini tespit eden Hannafin, Land ve Oliver (1999) (Bulu, 2008'de aktarılmıştır), soru yönlendiricilerinin öğrenci problem çözme performansı üzerinde anlamlı bir şekilde olumlu etkilerinin olduğunu tespit eden Ge ve Land'ın (2003), argümantasyonun desteklenmesine yönelik yönlendiriciler ve ipuçları halindeki öğrenme desteği sağlamanın esasında öğrencilerin teknoloji ile zenginleştirilmiş bir öğrenme ortamında (Mildred çalışması) bilgiyi bütünleştirmesine yardım ettiğini tespit eden Bell ve Davis'in (2000) araştırmaları ile de desteklenmiştir.

IV.II. Öğrencilerin Argümantasyon Kurmak Üzere Öğrenme Desteklerini Kullanması

Öğrencilerin ön test sonuçları, ön bilginin farklı düzeylerdeki öğrencilerin teknoloji tabanlı ve öğretmenli öğrenme desteklerini kullanımını nasıl şekillendirdiğini görmek için değerlendirilmiştir. Yüksek-orta-düşük profilli öğrenciler tanımlanmış ve analiz, her iki grupta da ön test puanları ile öğrencilerin SenseMaker puanları arasında bir ilişki olmadığını göstermiştir. Ancak, bu sonuç, 3. sınıf lise öğrencilerinin argümantasyon ve bilişsel gelişim süreçlerini araştıran ve öğrencilerin kendi ön bilgilerinden ve deneyimlerinden yararlandığını gösteren Von Aufschnaiter ve ark.'nın (2007) çalışması ile tezat oluşturmaktadır. Bu çalışmada, sonuçlar, düşük profilli öğrenciler ile kıyaslandığında yüksek profilli öğrencilerin öğrenci günlüklerinde, SenseMaker'de ve ön teste en yüksek puanlara sahip olduğunu göstermiştir. Onlar, çürütmeler de kullanmış ve argümantasyonlarında iyileşme sağlamışlardır. Bu sonuçlar, düşük yetenekli öğrenciler ile kıyaslandığında yüksek yetenekli öğrencilerin açıklamalı öğrenme desteklerini daha fazla kullanıp onlardan daha fazla faydalandığını anlatan Lee ve Songer'in (2004) çalışması ile de desteklenmiştir.

IV.III. TELE'de Destek – Öğretmenin ve Teknolojinin Rolü

Gözlem raporu ve görüşme analizi ile desteklenen video kayıt analizi, öğrencilerin değişen bilgilerine ve becerilerine dayanarak, öğretmenin dinamik ancak karmaşık öğrenme ortamında sürekli olarak destek sağladığını göstermiştir. Destek, sadece farklı düzeylerdeki farklı öğrencilere değil, aynı zamanda da zaman içinde aynı öğrenciye yöneliktir. Öğretmen, açıklamalar yapmak, açıklamalar sağlamak, öğrencileri çalışmaya davet etmek, arzu edilen davranışı modellemek ve dönüt sağlamak gibi birkaç türde destek sağlamıştır. Önceki sınıflarda münazaradan önce öğretmen araştırma yapmak, görüşlerini belirtmek, bazı destekleyici kanıtlar ve karşı argümanlar bulmak, olaylar sunmak, sunumlar yapmak ve diğer grubun bakış açısını düşünmek ve bir sonuca varmak gibi münazaraya nasıl hazırlanacakları konusunda öğrencilere WISE projesinden bilgiler vermiştir.

Öğrencilerin görüşmeleri, argümanlar kurmada teknoloji tabanlı öğrenme destekleri, argümantasyon modeli ve münazara ile de desteklendiklerini göstermiştir. Alana özel öğrenme destekleri olarak, öğrenci günlükleri, ipuçları, öğrenci günlüklerindeki cümle başlatıcıları ve soru yönlendiricileri ve SenseMaker argümantasyonu öğrenmelerine yardım etmiştir. Öğrenciler, öğrenci günlüklerini öğrendikleri her şeyi daha sonra kullanmak üzere saklama ve bu bilgiyi argümantasyon kurarken bir olay olarak düşünme şeklinde kullanmıştır. Cümle başlatıcıları öğrencilerin daha odaklanmasını sağlamıştır. Alana özel olmayan bir öğrenme desteği olarak SenseMaker, argümanlar kurmak için faydalı bir araçtır. Sorgulama haritası ve bilgi sayfaları gibi birçok fırsat söz konusu olduğu için WISE ile konuyu kolayca takip edebilmişlerdir. Öğrenciler, Toulmin'in argümantasyon modeli ile gerekçeler ve destek gibi bileşenlerin kullanımı ile argümanlar kurmanın daha kolay olduğunu belirtmiştir. Öğrenciler göre, argümantasyon kurmayı öğrenmenin ideal yolu bir soru sormak, onun hakkında araştırma yapmak, bir tartışma yapmak, farklı taraftan bakmak için bir çürütme yapmak ve çoğunlukla öğretmenden yardım almaktır.

Tüm bu sonuçlar; akran, öğretmen ve teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenme desteklerinin öğrenci sorgulamasını nasıl etkilediğine odaklanan ve teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenme desteklerinin net proje amaçları, alakalı kanıt, akran ve öğretmen değerlendirmeleri ve bilgi artikülasyonu örnekleri ile desteklendiğinde etkili olduğunu tespit eden Kim ve Hannafin (2011) tarafından gerçekleştirilen araştırma, İlerleme Portföyü'nde teknoloji tabanlı öğrenme destekleri ile desteklenen öğrencilerin eğitimleri onlara yardım ettiğinde daha başarılı olduğu Land ve Zembal-Saul'un (2003) araştırması, öğretmen tarafından aktif destekler olarak kullanılan teknoloji tabanlı öğrenme desteklerinin daha etkili bir ortam yarattığını ve öğrencilerin sınıfın dinamik ve karmaşık ortamında fen bilgisini başarılı bir şekilde öğrenmeye yönelik çok sayıda destek biçimine ve çok sayıda öğrenme olanağına ihtiyaç duyduğunu tespit eden Puntambekar ve Kolodner'in (2005) araştırması ile desteklenmiştir.

IV.IV. Dağıtılmış Öğrenme Desteği Sağlama

Sınıf söylemi; öğrenciler ile öğretmen arasındaki etkileşimi, öğretmeyi, akıl yürütmeyi ve bilimsel bilginin inşa edilmesini içerir. Sınıf sinerjisi, katılımcılar ile araçlar arasındaki dinamik ve giderek kaybolma ile araçların öğrencilerin onlara artık ihtiyacı olmadığında ortadan kaldırılması, dikkate alınması gereken kilit yönlerdir (Puntambekar-Hübscher, 2005). Destek ihtiyacı; Puntambekar ve Kolodner (2005) tarafından "dağıtılmış öğrenme desteği sağlama" olarak tarif edilen, öğretim materyalleri, teknolojik araçlar (araçların içinde yerleşik şablonlar ve yönlendiriciler) ve öğretmen müdahaleleri gibi öğrenme ortamındaki çeşitli araçlar boyunca dağıtılmıştır. Kim-Hannafin vd.'nin (2007) çerçevesinden dikkatle analiz edilmesi gereken üç etkileşim türü ve mikro düzeydeki faktörler şöyledir:

Öğrenci-araç etkileşimi – Analizlerde gösterildiği üzere, öğrenciler teknolojik öğrenme destekleri yoluyla argümanlar kurma yeteneklerini iyileştirebilmiştir. Teknolojik araç, daha organize olmalarına yardım etmiş ve onların birçok kaynağa erişimini sağlamıştır. Genel öğrenme destekleri olarak, Wise-SenseMaker'in özellikleri, öğrencilerin bilimsel argümantasyona yönelik genel çerçeveyi anlamasını sağlamıştır: say, gerekçe, garanti, destek ve çürütme. Birkaç durumda, öğrenciler argümanlarında özellikle çürütme olmak üzere bunların birkaçını kullanmamıştır. Bu da öğrencilerin yanıtları kolayca bulamadığının kanıtıdır. Bu sonuçlar, öğrencilerin web tabanlı bir öğrenme ortamı olan Sokrates'te argümantasyonda kanıtı nasıl kullandığını inceleyen ve kanıt odaklı diyalojik bir müdahale ile meşgul olan öğrencilerin diyaloglarında kanıt kullanımını artırdığını tespit eden Iordanou ve Constantinou (2015) ve bir araç ile desteklenen lise öğrencilerinin öğrenme desteği sağlanmamış akranları ile karşılaştırıldığında daha farklılaşmış ve birbiri ile bağlantılı bir kavramsal anlayış geliştirdiğini gösteren Van Dijk ve Lazonder (2016) ile de desteklenmiştir. Belirli öğrenme desteklerine gelindiğinde ise görüşmelerinde öğrenciler, ipuçları ve öğrenci günlükleri ile soru yönlendiricileri ve cümle başlatıcılarından nasıl faydalandıklarını belirtmiştir. Bu da öğrenci-araç etkileşiminin etkililiğini ve anlamını göstererek araştırmacıyı her ikisinin de böyle dinamik ve çok boyutlu bir öğrenme ortamında teknolojik araçların içinde yerleşik olması gerektiğini ileri sürmeye yöneltmiştir.

Öğretmen-öğrenci etkileşimi – Öğretmenlerin, teknoloji ile zenginleştirilmiş bu öğrenme ortamında kolaylaştırıcı, rehber, mentör ve motive edici olarak birkaç rolü vardır. İçerik WISE yoluyla sağlanmasına rağmen, öğretmen gerektiğinde net olmayan alanları açıklamıştır. Öğretmen ayrıca öğrencileri yönlendiriciler ile desteklemiş ve onların ilerlemesini izlemiştir. Tüm faktörler dikkate alındığında bu kolay bir görev değildir ve esasında oldukça da rahatsız edicidir. Ancak, teknoloji ve öğretmenli öğrenme desteği sağlama arasındaki ilişki, özellikle Grup 2 öğretmenin sınıfında dengeli olup iyi işlemiştir.

Öğretmen-araç etkileşimi – Çalışmada, öğretmenler içeriği kullanma ve onu WISE ile bütünleştirme konusunda deneyimli değildir. Kim-Hannafin vd.. (2007), araştırmacı tarafından geliştirilen sorgulama araçlarının öğretmeninkilerle benzer bakış açılarına sahip olması gerektiğini iddia etmiştir. Öğretmenler ve araştırmacı onları bütünleştirmek için birlikte çalışmıştır. Öğretmenin teknolojiyi bütünleştirmedeki ve sınıfta yeni bir yeniliği uygulamadaki isteksizliği bu anlamda en

büyük engeldir. Diğer bir zorluk ise tartışmalı doğrulukları ve kaliteleri bakımından çevrimiçi kaynaklar olabilir; ancak bu faktörü ortadan kaldırmak amacıyla birçok güvenilir kaynak WISE ile bütünleştirilmiştir.

Sonuçlar; dinamik ortamlarda müfredat materyalleri, kaynaklar ve öğretmenler gibi çeşitli sinerjik araçlar dikkate alındığında öğrenme desteklerinin bütünleştirilmesi gerektiğini de tespit eden Sharma ve Hannafin (2007); teknolojinin fen bilgisi sınıflarında öğrenci motivasyonunu artırmasına rağmen, öğrenciler kanıtla ilgili zorluklar yaşadığında öğretmen koçluğunun ve sorgulamanın özellikle faydalı olduğunu ve bir araç önemli derecede esneklik sunsa bile öğretmenin araç kullanımını uyarlamasının önemli olduğunu iddia eden Kim-Hannafin vd. (2007) ve küçük grup tartışmalarında öğrencilerin toplumsal-bilimsel bir tartışmada argümanları nasıl ayrıntılandırıldığını araştıran ve öğrencilerin toplumsal etkileşimlerinin grup tartışmalarında argümantasyon modellerini anlamlı bir şekilde etkilediğini tespit eden Albe (2008) tarafından yapılan araştırmalar ile desteklenmekte; ancak akran etkileşimlerinin öğrenme desteği sağlamada etkisi olmadığını bulan Ge ve Land'ın (2003) araştırması ile tezat teşkil etmektedir.

IV.V. TELE’de Argümantasyon Çerçevesine Öğrenme Desteği Sağlama

Teknoloji fırsatlar yaratmasına ve öğrencileri motive etmesine rağmen, öğrenen kişinin argümanlar kurma konusundaki yeteneklerinde meydana gelen iyileşmeler öğretmenin uyguladığı öğretim uygulamalarına dayanır. Bu nedenle, öğretmenin öğrencilerin TELE’de argümantasyon kurma konusundaki yeteneklerini iyileştirmek amacıyla öğretimi nasıl yapılandığı ve öğretmenin teknoloji ile nasıl etkileştiği ve onu nasıl tamamladığı önemlidir. Çalışmada, Grup 2 öğretmenin öğretim uygulamaları bu denge için iyi bir örnek olmuştur. Teknolojinin sunduğu fırsatlar tüm öğrenciler için aynı olduğunda, öğretmen uygulaması önemli hale gelir. Bu bakımdan, Öğretim Geliştirme (ID) modelleri öğretmenin öğretimi düşünmesine ve planlamasına yardım eder. Öğretmenin faaliyetleri planlamadan önce konuyu seçmesi gerekir. Bu nedenle, teknolojiyi öğrenme ortamı ile bütünleştirmeden önce ilk olarak mevcut uygulamanın analiz edilip sorgulanması gerekir. Daha sonra ise öğretmen zorluğu ve güçlüğü tanımlayabilir ve çözümü oluşturabilir. Öğretimin tasarlanması, öğretim materyallerinin geliştirilmesi, materyalleri ve stratejileri kullanarak uygulama ve öğretimin yeterliliğinin değerlendirilmesi ID modellerinde sonraki adımlardır. Reiser ve Dick’in modelinde (1996), amaçların ve hedeflerin tanımlanması, öğretim faaliyetlerinin planlanması, öğretim ortamlarının seçilmesi, değerlendirme araçlarının geliştirilmesi, öğretimin uygulanması ve öğretimin revize edilmesi kilit ilkelere (Lim’de aktarılır, Baskıda).

Öğretmenin teknoloji ile zenginleştirilmiş bir öğrenme ortamında teknoloji ve öğrencileri nasıl yapılandırması ve onlarla nasıl etkileşmesi gerektiği hakkında bir dizi tasarım yol gösterici ilkesi ve stratejisi önerilmektedir (Ek 4). Amaç, karmaşıklıkların üstesinden gelmek ve teknoloji ile zenginleştirilmiş bir öğrenme ortamının yapılandırılmasını kolaylaştırmak için öğretmenlerin uygulamalarını planlamasına yardım etmektir.

Mikro Bağlam Bileşeni: Öğretmen-Araç Etkileşimi

Argümantasyonu öğrenmek fen bilgisi içeriğini öğrenmeye dayanır. Bu da öğretmenli, alana özel olan ve alana özel olmayan öğrenme destekleri ile mümkündür. Öğretmenin öğretimi nasıl sunduğu ve onu öğrencilere nasıl açık hale getirdiği önemlidir. Öğretmenin argümantasyonu tanımlama ve modelleme, bireysel ve tam sınıf dönütü sağlama, onun günlük söylem ile bağlantısını kurma ve öğrencilerin ön bilgisine dayanarak öğretimi uyarlama yolunun tamamı öğretimi şekillendirir.

Mikro Bağlam Bileşeni: Öğretmen-Öğrenci Etkileşimi

Öğrencilerin öğretmenleri ile etkileşimi sorular sorma ve yanıtlama, argümanların nasıl kurulacağına, modelin bileşenlerinin nasıl kullanılacağına ve öğrenci günlüklerine nasıl yazılacağına dair açıklamalara sahip olma, bir yöne sahip olma ve öğretmenleri tarafından teşvik edilme yoluyla mümkündür. İhtiyaç analizinin yürütülmesi gerekir ve böylece sorun alanları tanımlanabilir ve bir

çözüm oluşturulabilir. Anlamada herhangi bir zorluk olduğu takdirde karmaşıklığın, görevleri parçalara bölerek ve öğrenci motivasyonunu artırarak azaltılması gerekir. Son olarak, yeni bir çözüm ve yeni etkileşim modelinin revize edilmesi gerekir. Öğrencilerin öğretmenlerini ve akranlarını da dikkatle dinlemesi ve konuyu anlaması gerekir.

Mikro Bağlam Bileşeni: Araç-Öğrenci Etkileşimi

Araçlar, öğrencilerin argümantasyon kurmaya yönelik becerilerini iyileştirmek amacıyla görevin daha zorlayıcı bir bölümüne odaklanmasına yardım etmektedir. Çalışma sırasında, öğrenciler nadiren çürütmeler kullanmasına rağmen, alana özel olmayan öğrenme destekleri öğrencileri argümantasyon modelinin bileşenlerinin hepsini kullanmaya zorlamıştır. Bu nedenle, teknolojiyi kullanmada öğrencilerin ne tür zorluklarla karşılaştığını görmek için bir kez daha bir ihtiyaç analizinin yürütülmesi gerekir ve bir çözümün oluşturulması gerekir. Daha sonra ise yeni bir çözümün ve yeni etkileşim modelinin uygulanması ve son olarak revize edilmesi gerekir.

IV.VI. Çalışmanın Sınırlılıkları

Çalışmanın katılımcıları, Türkiye’de diğer Türk okullarından farklı bir öğrenci profiline sahip olan BLIS’teki öğrencilerdir. BLIS, geleneksel bir kurum olmayıp daha ziyade IBPYP, IGCSE ve IBDP’den en son eğitim uygulamalarını yansıtmayı ve tüm dünyada lider üniversitelerde öğrencilerini başarıya hazırlamayı amaçlayan bir model okuldur. Bu nedenle, çalışmanın sonuçları, sadece benzer misyonları olan diğer uluslararası okulların öğrencilerine genelleştirilebilir. Ayrıca, pilot çalışmalarda ve gerçek çalışmada aynı öğretmenin yer almaması ve uygulamaları gerçekleştirirken bu anlamda bir isteksizlik oluşması bir sınırlılık olarak sayılabilir. Diğer sınırlılıklar ise TELE’lerde argümantasyonu uygulama zorluğu ve videonun öğretmen-öğrenci-araç etkileşimine açık bir şekilde yakından odaklanamamasıdır. Bu nedenle, veri toplama ve veri analizi prosedürleri, öğrencinin ne istediği ve öğretmenin nasıl yanıt verdiği ile öğrencinin bilhassa argümana ne yazdığı konusundaki açıklık eksikliği ile sınırlı olabilir.

IV.VII. Gelecekteki Çalışma

Bu çalışma, öğrencilerin argüman kurma becerilerini iyileştirmede öğretmenin rolünün teknolojininki kadar anlamlı olduğunu göstermiştir. Teknoloji ve öğretmenli öğrenme desteği sağlama arasındaki etkileşim kolay bir görev olmadığı için araştırmacı gelecekte teknoloji ile öğretmenli öğrenme desteği sağlamanın nasıl dengeleneceğini daha yakından incelemek istemektedir; çünkü her ikisi de teknoloji ile zenginleştirilmiş bir öğrenme ortamında kaçınılmazdır. Sonuçlar bu çalışmada öğrencilerin argümanlarında çürütme bileşenini nadiren kullandığını da gösterdiği için öğrencilerin çürütmeleri nasıl daha iyi kullanacağı gelecekteki başka bir ilgi konusu olacaktır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Kim-Hannafin vd.’nin (2007) çerçevesine göre, öğrenci-araç etkileşimi, öğretmenlerin araçlarla etkileşimi, öğretmenin teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenme ortamındaki kolaylaştırıcı rolü ve teknoloji ve öğretmenli öğrenme desteği sağlama arasındaki dengelyi yönetmek ile ilgili çok fazla araştırma olmamıştır. Öğrenci-araç etkileşimlerinin ne zaman anlamlı olduğu, öğrencilerin araçları nasıl kullandığı ve öğrencilerin teknoloji kullanımındaki eksiklikler ve öğrencilerin bilimsel argümantasyonuna öğrenme desteği sağlamada öğretmenin rolü hakkında çok az şey bilinmektedir. Ayrıca, teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenme ortamlarında argümantasyona öğrenme desteği sağlama konusunda Türkiye’deki araştırmalarda da boşluk bulunmaktadır. Bu nedenle, bu araştırma,

çeşitli öğrenme desteklerinin Türkiye’de ortaokul öğrencilerinin bilimsel argümantasyonu üzerindeki etkisinin bir analizine dayanmaktadır. Araştırmacı, teknoloji tabanlı öğrenme destekleri ile öğretmenli öğrenme destekleri arasındaki sinerjik ilişkiyi de incelemiş ve onların nasıl etkileştiğini ve öğrencilerin argümantasyon yeteneklerine nasıl katkıda bulunduğunu ve öğrenci merkezli, sorgulama odaklı, teknoloji ile zenginleştirilmiş bir öğrenme ortamında Web tabanlı sorgulamalı fen bilgisinde argümanlar kurmak üzere öğrencilerin öğrenme desteklerini nasıl kullandığını anlamaya teşebbüs etmiştir.

Bu çalışma, WISE-SenseMaker’in özelliklerinin öğrencilerin bilimsel argümantasyonun genel çerçevesini anlamasını sağladığını göstermiştir. Öğrenciler, argümantasyon için ek destek sağlayan öğrenci günlükleri ve ipuçları ile de desteklenmiştir. Öğretmen desteği, araç ile sağlanan öğrenme destekleri ile sinerjiktir. Bu da öğrencilerin bilimsel argümanlar yazmayı öğrendiklerini ve yeteneklerini geliştirdiklerini göstermiştir. Öğretmen desteği ile teknolojik öğrenme destekleri arasındaki güçlü etkileşim ve uyum olmadan, öğrencilerin öğrenemeyeceği ve tutarlı argümanlar kurma yeteneklerini geliştirecek sinerjik bir ilişkinin olamayacağı açıktır. Çalışmanın sonuçları, öğretmenin ve teknolojinin rollerinin, öğrenci-arac, öğrenci-öğretmen ve öğretmen-arac arasındaki etkileşimlerin analiz edilmesi gerektiğini ve öğrenme desteği sağlamanın dikkatle tasarlanması gerektiğini göstermiştir. Bu amaçla, çalışma öğrencilerin öğrenmesini ve argümantasyon kurmasını kolaylaştırmak için teknoloji ile zenginleştirilmiş öğrenme ortamında öğrenme destekleri tasarlamaya yönelik yol gösterici ilkeler ve stratejiler sunmuştur.

KAYNAKÇA

- Albe, V. (2008). When Scientific Knowledge, Daily Life Experience, Epistemological and Social Considerations Intersect: Students’ Argumentation in Group Discussions on a Socio-scientific Issue. *Research in Science Education*, 38(1), 67-90.
- Bell, P., & Linn, M. C. (2000). Scientific arguments as learning artifacts: designing for learning from the web with KIE. *International Journal of Science Education*, 22(8), 797-817.
- Bell, P. & Davis, E.A. (2000). Designing Mildred: Scaffolding Students' Reflection and Argumentation Using a Cognitive Software Guide. In B. Fishman & S. O'Connor-Divelbiss (Eds.), *Fourth International Conference of the Learning Sciences* (pp. 142-149). Mahwah, NJ: Erlbaum
- Belland, B. R. (2010). Portraits of middle school students constructing evidence-based arguments during problem-based learning: the impact of computer-based scaffolds. *Educational Technology Research and Development*, 58(3), 285-309.
- Belland, B. R., Glazewski, K. D., & Richardson, J. C. (2011). Problem-based learning and argumentation: Testing a scaffolding framework to support middle school students’ creation of evidence-based arguments. *Instructional Science*, 39(5), 667-694.
- Bogdan, R. C. & Biklen, S. K. (2007). *Qualitative Research for Education* (5th ed.). Boston: Pearson.
- Bulu, S.T. (2008). *Scaffolding middle school students’ content knowledge and ill-structured problem solving in a problem-based hypermedia learning environment*. Texas A&M University. Retrieved from ProQuest Dissertations & Theses. (AAT 3321651).
- Cavagnetto, A. R. (2010). Argument to Foster Scientific Literacy. *Review of Educational Research*, 80(3), 336-371.
- Cerbin, B. (1988). *The nature and development of informal reasoning skills in college students*. 12th National Institute on Issues in Teaching and Learning Conference, April 24-27, Chicago, IL.
- Chin, C. & Osborne, J. (2010). Students' questions and discursive interaction: Their impact on argumentation during collaborative group discussions in science. *Journal of Research in Science Teaching*, 47(7), 883-908.
- Cho, K., & Jonassen, D. H. (2002). The effects of argumentation scaffolds on argumentation and problem solving. *Educational Technology Research and Development*, 50(3), 5-22.
- Chiu, C.-H., Wu, C.-Y., Hsieh, S.-J., Cheng, H., & Huang, C. (2013). Employing a structured interface to advance primary students' communicative competence in a text-based computer mediated environment. *Computers & Education*, 60 (1), 347-356. <http://dx.doi.org/10.1016/j.compedu.2012.09.002>

- Cuthbert, A. J. & Slotta, J. D. (2004). Designing a web-based design curriculum for middle school science: the WISE 'Houses In The Desert' project. *International Journal of Science Education*, 26(7), 821-844.
- Dawson, V. M., & Venville, G. (2010). Teaching strategies for developing students' argumentation skills about socioscientific issues in high school genetics. *Research in Science Education*, 40(2), 133-148.
- Demetriadis, S. N., Papadopoulos, P. M., Stamelos, I. G. & Fischer F. (2008). The effect of scaffolding students' context-generating cognitive activity in technology-enhanced case-based learning. *Journal of Computers and Education*, 51(2), 939-954.
- Duschl, R. (2008). Science education in three-part harmony: Balancing conceptual, epistemic, and social learning goals. *Review of research in education*, 32(1), 268-291.
- Duschl, R. (2008b). Science education in three-part harmony: Balancing conceptual, epistemic, and social learning goals. In *What Counts as Knowledge in Educational Settings: Disciplinary Knowledge, Assessment, and Curriculum*, 32, 268-291.
- Er, N. & Ardaç, D. (2008). Design and development of a web-based learning tool for middle-level science students: a study on particulate nature of matters for six graders. Retrieved December 21, 2009, from <http://ietc2008.home.anadolu.edu.tr/ietc2008.html>
- Erduran, S., Simon, S., & Osborne, J. (2004). TAPping into argumentation: Developments in the application of Toulmin's argument pattern for studying science discourse. *Science Education*, 88(6), 915-933.
- Evagorou, M. & Avraamidou, L. (2008). Technology in support of argument construction in school science. *Educational Media International*, 45(1), 33-45.
- Ge, X. & Land, M. (2003). Scaffolding students' problem-solving processes in an ill-structured task using question prompts and peer interactions. *Educational Technology Research and Development*, 51(1), 21-38.
- Hannafin, M. J., Land, S. M. & Oliver, K. (1999). *Instructional-Design Theories and Models: A new paradigm of instructional technology*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hsu, P.-S., Van Dyke, M., & Chen, Y. (2015). The effect of a graph-oriented computer-assisted project-based learning environment on argumentation skills. *Journal of Computer Assisted Learning*, 31 (1), 32-58. <http://dx.doi.org/10.1111/jcal.12080>
- Iordanou, K. & Constantinou, C. P. (2015). Supporting Use of Evidence in Argumentation Through Practice in Argumentation and Reflection in the Context of SOCRATES Learning Environment. *Science Education*, 99(2), 282-311.
- Jiménez-Aleixandre, M. P., Rodríguez, A. B., & Duschl, R. A. (2000). "Doing the lesson" or "doing science": Argument in high school genetics. *Science Education*, 84(6), 757-792.
- Kim, M. C., Hannafin, M. J. & Bryan, L. A. (2007). Technology-Enhanced Inquiry Tools in Science Education: An Emerging Pedagogical Framework for Classroom Practice. *Science Education*, 91(6), 1010-1030.
- Kim, M. C. & Hannafin, M. J. (2011). Scaffolding 6th graders' problem solving in technology-enhanced science classrooms: a qualitative case study. *Instructional Science*, 39(3), 255-282.
- Kuhn, D. (1993). Science as argument: Implications for teaching and learning scientific thinking. *Science education*, 77(3), 319-337.
- Land, S. M. & Zembal-Saul, C. (2003). Scaffolding reflection and articulation of scientific explanations in a data-rich, project-based learning environment: an investigation of progress portfolio. *ETR&D*, 51(4), 65-84.
- Lee, H. S. & Songer, N. B. (2004) *Expanding an Understanding of Scaffolding Theory Using an Inquiry-Fostering Science Program*. Paper presented at the Annual Meetings of the American Educational Research Association, San Diego, CA.
- Lim, C.P. (In Press). Formulating guidelines for instructional planning in technology enhanced learning environments. *Journal of Interactive Learning Research*.
- Linn, M. C., Clark, D., & Slotta, J. D. (2003). WISE design for knowledge integration. Wiley Periodicals, Inc. *Science Education*, 87(4), 517-538.
- McNeill, K.L. (2006). *Supporting Students' Construction of Scientific Explanation through Curricular Scaffolds and Teacher Instructional Practices (University of Michigan)*. Retrieved from ProQuest Dissertations & Theses. (AAT 3238032).

- McNeill, K. L., Lizotte, D. J., Krajcik, J. & Marx, R. W. (2006). Supporting Students' Construction of Scientific Explanations by Fading Scaffolds in Instructional Materials. *Journal of Learning Sciences*, 15(2), 153-191.
- Onyancha, K. M. & Anderson, C. W. (2010). *Matter and Energy Transformation: An Investigation into Secondary School Students' Arguments*. Environmental Literacy Research Project.
- Patton, M. Q. (2002). *How to Use Qualitative Methods in Evaluation*. California: SAGE Publications.
- Puntambekar, S. & Kolodner, J. L. (2005). Toward implementing distributed scaffolding: helping students learn science from design. *Journal of Research in Science Teaching*, 42(2), 185-217.
- Puntambekar, S. & Hübscher, R. (2005). Tools for Scaffolding Students in a Complex Learning Environment: What Have We Gained and What Have We Missed? *Educational Psychologist*, 40(1), 1-12.
- Raes A., & Schellens, T. (2016). The effects of teacher-led class interventions during technology-enhanced science inquiry on students' knowledge integration and basic need satisfaction. *Computers & Education*, 92-93, 125-141.
- Reiser, B. J. (2004). Scaffolding complex learning: The mechanisms of structuring and problematizing student work. *The Journal of the Learning Sciences*, 13(3), 273-304.
- Sampson, V. & Clark, D. B. (2008). Assessment of the ways students generate arguments in science education: Current perspectives and recommendations for future directions. *Science Education*, 92(3), 447-472.
- Sandoval, W. A., & Reiser, B. J. (2004). Explanation-driven inquiry: Integrating conceptual and epistemic scaffolds for scientific inquiry. *Science Education*, 88(3), 345-372.
- Sharma, P. & Hannafin M. J. (2007). Scaffolding in Technology-Enhanced Learning Environments. *Interactive Learning Environments*. 15(1), 27-46.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2008). Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques. (3rd ed.). Newbury Park, CA: Sage.
- Tabak, I. (2004). Synergy: A complement to emerging patterns of distributed scaffolding. *Journal of the Learning Sciences*, 13(3), 305-335.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1998). Introduction to qualitative research methods: A guidebook and resource. (3rd ed.). New York: Wiley
- Toulmin, S. E. (1958). *The Uses of Argument*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Toulmin, S. E. (2003). *The uses of argument*. Cambridge University Press.
- Van Dijk, A. M. & Lazonder, A.W. (2016). Scaffolding students' use of learner-generated content in a technology-enhanced inquiry learning environment. *Interactive Learning Environments*. 24(1), 194-204. DOI: 10.1080/10494820.2013.834828.
- Von Aufschnaiter, C., Erduran, S., Osborne, J., & Simon, S. (2007). Argumentation and the Learning of Science. *Contributions from Science Education Research*, 8, 377-388.
- Walker, K. A. & Zeidler, D. L. (2007). Promoting Discourse about Socioscientific Issues through Scaffolded Inquiry. *International Journal of Science Education*. 29(11), 1387-1410.
- Wang, F. & Hannafin, M. J. (2005). Design-based research and technology-enhanced learning environments. *Educational Technology Research and Development*. 53(4), 5-23.
- White, B. Y. & Frederiksen, J. R. (2000). Technological tools and instructional approaches for making scientific inquiry accessible to all. In M. J. Jacobson & R. B. Kozma (Eds.) *Innovations in science and mathematics education* (pp. 321-356). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
- WISE (1998). Wise web page, Introduction. Retrieved July 10, 2011, from <<http://www.wise.berkeley.edu/pages/intro/wiseFlashIntro.php>>

ESNAF VE SANATKÂR İŞLETMELERİNİN SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ: ÇORUM İLİNDE BİR ARAŞTIRMA *

Ömür DEMİRER¹
Gökben BAYRAMOĞLU²
Yasin ŞEKER³
Fatih KONAK⁴
Menekşe ŞAHİN⁵

Özet

Esnaf, ticaretin ilk dönemlerinden bu yana iş hayatı içerisinde etkili bir rol oynamaktadır. En genel tanımıyla esnaf; kısıtlı bir sermaye ile daha çok beden gücüne dayanarak iş yapan, bağımsız girişimciler olarak tanımlanmaktadır. Ekonomi içerisinde yerine getirdiği işlevlere rağmen esnaf işletmeleri, hem makroekonomik hem de yapısal sorunlarından kaynaklanan nedenlerle rekabette her geçen gün daha çok kan kaybetmektedir. Bu çalışmada Çorum ilinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkâr işletmelerinin sorunlarını tespit etmeye yönelik saha çalışması yapılmıştır. Araştırma bulgularının görselleştirilerek daha kolay anlaşılabilmesini sağlamak amacıyla, faaliyet gösterilen sektörler bazında tespit edilen sorunlar ve olası çözüm önerileri "algı haritası" üzerinde gösterilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Esnaf, Sanatkâr, Mikro İşletme, Esnaf ve Sanatkârların Sorunları

Jel Sınıflandırılması: M10

PROBLEMS AND POSSIBLE SOLUTIONS OF CRAFTSMAN AND ARTISANS: A RESEARCH ON CORUM PROVINCE

Abstract

Craftsmen, artisans and micro- businesses have been playing a crucial role in business life since the first period of the trade. The most general definition of the craftsmen, artisans and micro- businesses is independent entrepreneurs who are doing business on the basis of more body strength with a limited capital. Despite the functions performed by artisan enterprises in the economy, they are losing a lot of blood every day for reasons of both macroeconomic and structural problems. This research is aimed at identifying the problems of craftsmen, artisans and micro- businesses operating in the Çorum, Turkey. Research outcomes are visualized, in order to enable easier understanding of research findings. In that context, problems and possible solutions that have been identified in certain sectors have shown on "perception map".

Key Words: Craftsmen, Artisans, Micro Businesses, Craftsmen and Artisans' Problems

Jel Classification: M10

* Bu çalışma Hitit Üniversitesi BAP Koordinatörlüğü tarafından desteklenmiş, Proje Kod No: IBF19002.15.003 olan bilimsel araştırma projesinden türetilmiştir.

¹ Yrd. Doç. Dr. Hitit Üniversitesi, İİBF, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Yönetimi Bölümü, omurdemirer@hitit.edu.tr

² Yrd. Doç. Dr. Hitit Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, gokbenbayramoglu@hitit.edu.tr

³ Arş. Gör. Hitit Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, yasinseker@hitit.edu.tr

⁴ Yrd. Doç. Dr. Hitit Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, fatihkonak@hitit.edu.tr

⁵ Yrd. Doç. Dr. Hitit Üniversitesi, İİBF, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkiler Bölümü, meneksesahin@hitit.edu.tr

GİRİŞ

Esnaf, en genel tanımıyla kısıtlı bir sermaye ile daha çok beden gücüne dayanarak iş yapan ve bağımsız çalışan girişimciler olarak tanımlanabilmektedir (Çoban-Irmis, 2013). Esnaf, tacir sıfatını kazanabilecek düzeyde sermayeye sahip olmayan ve daha çok emeğe dayalı olarak gelir elde eden ve bağımsız çalışan kişidir (Çelik-Akgemci, 1998: 7). Esnaf işletmeleri, genellikle tek kişi tarafından kurulan, çalışan sayısı 10 kişi veya altı olan mikro işletmelerdir. Bu nedenle sahip/yönetici ile işletme bütünleşmiştir (Çelebi vd., 2009). 5362 Sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanununun 3. maddesinin a bendinde esnaf ve sanatkârlar şu şekilde tanımlanmaktadır (TESK, 2005):

- Esnaf ve Sanatkâr meslek kollarına dâhil olan,
- Ekonomik faaliyetini bedeni çalışmasına dayandıran,
- Elde ettiği gelir, tacir ya da sanayici sıfatını kazandıracak düzeyde olmayan,
- Basit usulde vergilendirilen veya vergiden muaf tutulan,
- İşletme usulü defter tutmakla yükümlü meslek ve sanat sahibi kişilerdir

Esnafın, tacir ile işgören arasında bir konuma sahip olduğu söylenebilmektedir. Tacire oranla daha az olmakla birlikte sermayesinin olması ve bağımsız çalışması, esnafın tacire benzediği noktaları ifade etmektedir. Ayrıca tacirlerin tabi olduğu hükümlerin bazıları esnaf için de geçerlidir. Diğer yandan ise gelirlerini kendi emeklerine dayalı olarak elde etmeleri bakımından da işgörenlerle benzerlik taşımaktadır (Çelik-Akgemci, 1998: 7).

Küçük ve orta ölçekli işletmeler, gerek ekonomik faaliyetlerinin yaygınlığı gerekse sayısal çoklukları nedeniyle ekonomik büyüme ve istihdamın artırılmasında tüm ekonomiler için büyük önem taşımaktadır. Genellikle küçük ya da mikro ölçekli işletmeler grubunda ele alınan esnaf ve sanatkârların ülke ekonomisi açısından taşıdığı önem şu şekilde sıralanabilmektedir (TESK, Esnaf ve Sanatkarların Sorunları Çözüm Önerileri, 2012):

- Genellikle emek yoğun teknolojileri kullanmaları nedeniyle Türkiye çapında istihdamı arttırmak ve özellikle işsizliğin azaltılmasında etkili bir rol oynamak
- Ülke içerisinde bölgelerin dengeli bir şekilde gelişmesine ve büyümesine aracılık etmek
- Büyük işletmelerin tedarikçisi ve tamamlayıcısı durumunda olmak
- Usta-çırak kültürü ile nitelikli elemanların yetişmesine yardımcı olmak
- Esnek yapıları sayesinde rekabet koşullarına hızlı bir şekilde uyum sağlayabilmek
- Ülkenin gelir dağılımı içerisinde orta sınıfı oluşturmaları bakımından denge unsur olmak

10. Kalkınma Planı kapsamında Esnaf ve Sanatkârın Güçlendirilmesi Özel İhtisas Komisyonu Raporunda KOBİ, Esnaf ve Sanatkârlar ve Kooperatiflere ilişkin veriler ise şu şekildedir (DPT, 2001):

- Toplam işletme sayısının % 99,9'unu,
- İstihdamın %78'ini,
- Faktör maliyetiyle katma değer yüzde 55'ini oluşturduğu ifade edilmektedir.
- Ayrıca bu kapsamda bu işletmeler cironun %65'ini, maddi mallara ilişkin yatırımların % 41'ini, ihracatın %60'ını, ithalatın %40'ını, maaş ve ücretlerin yüzde 51,5'ini, banka kredilerinin yüzde 24'ünü, Ar-Ge harcamalarının %14,5'ini sağlamaktadır.
- KOBİ'lerin ticari kesim Ar-Ge harcamalarındaki payı %37,7'dir.

İfade edilen tüm işlevlerine rağmen sanatkâr işletmeleri; makroekonomik nedenlerin yanı sıra aşağıda belirtilen bazı yapısal özellikleri nedeniyle gün be gün daha fazla sorun yaşadıkları bilinmektedir (TESK, ESDEP):

- Küreselleşmenin yarattığı aşırı rekabetin gereklerini karşılayamama
- Sermaye ve finansal kaynaklara erişim yetersizliği
- Tüketici taleplerindeki değişimlere ayak uydurma konusunda yetersiz kalma
- Yatırım ve istihdam maliyetlerinin yüksek olması

- Yenilikçi ve teknolojik kapasite ve bilgi teknolojisi kullanma yetersizliği

Esnaf ve sanatkâr işletmelerinin sorunlarının çözümüne ilişkin hükümet politikalarının arttırılmasına yönelik beklentiler giderek daha büyük bir kamuoyu oluşturmaktadır. Ülkenin stratejik yol haritasının belirlenmesinde büyük bir etkisi olan Kalkınma planlarında esnaf ve Sanatkârlara ilişkin olarak ilk kez ciddi bir inceleme yapılması, 5. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989) dönemine rastlamaktadır. Bu planda esnaf ve sanatkârların hizmet, yan sanayi ve sanayi sektörlerinde bir üretim ve istikrar unsuru olduğu ifade edilmiştir. Kısıtlı sermayelerine rağmen toplumun istikrarının sağlanmasındaki katkılarının sürdürülebilmesi için gerekli olan politika tedbirlerinin alınacağı ifade edilmiştir. Bu kapsamda alınması düşünülen önlemler şu şekilde sıralanmıştır (Devlet Planlama Teşkilatı, 1984):

1. 507 Sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Kanununun yeniden düzenlenmesi ve Esnaf ve Sanatkâr tanımının belirlenmesi
2. İstihdamın yaklaşık %38'ini meydana getiren esnaf, sanatkârlar ve küçük sanayicilerin toplam istihdam içerisindeki payını arttırmaya yönelik tedbirlerin alınması
3. Bu kesimin özellikle mülkiyetin yaygınlaştırılması konusundaki rolü nedeniyle üretim gücünün arttırılması ve gerek yurt içi gerekse yurt dışı pazarlara ulaşabilme konusunda mali ve teknik destek sağlanması
4. Esnaf, sanatkâr ve küçük sanayicileri geliştirme faaliyetleri kapsamında iş kollarının yeniden düzenlenmesi
5. Faaliyet gösteren tüm esnaf ve sanatkârların "Esnaf ve Sanatkâr Sicili" altında kayıt altına alınması
6. Büyük sanayinin destekleyicisi konumunu daha etkin bir şekilde sürdürebilmesi için teşvik politikaları uygulanması
7. Küçük sanayide kalite kontrol kavramının geliştirilmesi için gerekli organizasyon yapısını oluşturması
8. Özellikle aile tasarruflarının yatırıma dönüşmesinde büyük bir rol oynayan küçük sanayi sitelerinin ve küçük sanayi potansiyellerini geliştirilmesi
9. Küçük sanayi potansiyelini geliştirmek üzere yaygın teknik eğitim ve iş başı eğitim sistemlerinin birlikte yürütüleceği bir eğitim sisteminin oluşturulması
10. Esnaf ve Sanatkârların birlikler oluşturma ve teşkilatlanarak üretim güçlerini arttırmalarına yardımcı olunması
11. El sanatların gelişmesini sağlayacak bir eğitim ve üretim planlaması geliştirmek ve özellikle pazarlama olanaklarını arttırmak
12. Orta öğretim müfredatında el sanatlarına ilişkin derslerin koyulması
13. Sektöre ilişkin güvenilir, tam zamanlı ve tutarlı bir istatistik oluşturabilmek için her yıl işyeri sayımı yapılması
14. Esnaf ve Sanatkârlara ilişkin olarak devlet desteği ile ucuz tesis ve işletme kredisi imkânlarının sunulması hükümlerine yer verilmiştir.

Daha sonra 6. Beş Yıllık Kalkınma Planında benzer şekilde, küçük sanayi sitesi olabile potansiyeline sahip alanlara küçük sanayi sitelerinin yapımının yoğunlaştırılması, küçük sanayinin orta ve büyük sanayilerle bütünleştirilmesi ve özellikle yan sanayi olarak geliştirilmesi hedeflenmiştir. Ayrıca AB'ne giriş sürecine uyum politikalarının başladığı bir süreç olarak bu dönemde uluslararası standartlarda ve rekabet düzeyi yüksek olan mal ve hizmet üretiminin gerekliliği vurgulanmaya başlanmıştır. Ayrıca bu dönemde öncelikle finans olmak üzere girişimcilik eğitimi programlarına başlanması ve gereksinim duyulan nitelikli işgücünün eğitilmesi için çıraklık eğitim programlarının yürürlüğe konması da bu plan dönemi içerisinde yer alan hedefler arasındadır.

1994 krizi ve sonrasında alınan 24 Ocak kararları gereği kamu harcamalarının kısılmasına yönelik tedbirler, kalkınma planlarını da etkilemiş 7. Plan dönemi genellikle tasarruf tedbirlerini içeren bir yapıda hazırlanmıştır. Esnaf ve sanatkârların faaliyetlerinin ve rekabet güçlerinin arttırılmasına yönelik olarak ilgili kurum ve kuruluşlar arasında koordinasyon istenen düzeyde sağlanamamıştır (Devlet Planlama Teşkilatı, 2000: 112)

1990 yılından itibaren hızla artan rekabet koşullarına ve değişen toplumsal yapıya uyum sağlamakta zorluklar yaşayan esnaf ve sanatkârların sorunlarının; bakanlık, üniversite, meslek

kuruluşları ve bu alanda fikirlerine büyük önem ve değer atfedilen kanaat önderleri ile birlikte çözüm yolları bulunması ve ulusal düzeyde yürütülecek politikaların geliştirilmesine gereksinim duyulmuştur. Bu kapsamda ilki 1990 yılında olmak üzere dört yılda bir Esnaf ve Sanatkarlar Şurası toplanmasına yönelik karar alınmıştır (TESK, 1998). Şuranın aldığı kararların hayata geçirilmesi ise 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (Devlet Planlama Teşkilatı, 2000) Sanayi ve Ticaret Bakanlığı koordinatörlüğündeki Şura İzleme Komitesi tarafından izlenmesine karar verilmiştir.

2000 yılında ise Sanayi ve Ticaret Bakanlığı bünyesinde "Esnaf, Sanatkarlar ve Küçük İşletmeler Genel Müdürlüğü" kurulmuştur. Yine 8. Plan döneminde esnaf ve sanatkarlara yönelik olarak Halk Bankasından kredi sağlanması, KOBİ özelliğini taşıyan esnafların KOBİ kredilerinden ve vergi muafiyetlerinden yararlandırılması da kapsama alınmıştır. Ayrıca Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri plasman miktarları da arttırılmıştır (Devlet Planlama Teşkilatı, 2000: 112).

Son olarak 10. Plan döneminde KOBİ, esnaf ve sanatkar ve kooperatiflere ilişkin olarak eylem planı yürürlüğe girmesi sağlanmıştır. Esnaf ve sanatkarların değişen ekonomik ve sosyal şartlara uyum sağlayabilmesi için gerekli yapısal dönüşümlerinin desteklenmesi ve alışveriş merkezlerinin küçük esnaf ve sanatkarlara yönelik olumsuz etkilerinin giderilmesi bu plan döneminde hedefler arasında belirlenmiştir (Devlet Planlama Teşkilatı, 2013: 92).

I. LİTERATÜR TARAMASI

Esnaf ve sanatkarların sorunlarının tespiti ve çözüm önerilerinin belirlenmesine ilişkin olarak literatürde çok az sayıda çalışmaya rastlanılmaktadır. KOBİ'lerle ilgili çalışmaların görece olarak fazla olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu konuda literatürde bir boşluk olduğu görülmektedir. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaflar Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanmış ve yayınlanmış bir çalışma olmaması da dikkat çekicidir. TESK (2008) tarafından yapılan çalışmada özellikle politika yapanlar ve kanun koyucular açısından esnaf ve sanatkarın içinde bulunduğu duruma ve ülke için taşıdığı öneme dikkat çekilerek, esnaf ve sanatkar kesiminin sorunlarını çözmek yönünde yapılan çalışmaların hız kazanmasının gerekliliği vurgulanmıştır.

Baykul (2009) ise çalışmasında Isparta il merkezinde gıda hizmet sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve mikro ölçekli işletmelerin ulusal ve bölgesel bazda yaşadığı sorunları araştırmış ve ayrıca bu işletmelerin yerel ekonomi ile ilişkisini saptamaya çalışmıştır. Yerel ekonomi ile ilişkilerin; kamu kurum ve kuruluşları, tedarikçiler ve müşteriler açısından değerlendirildiği bu çalışmada, Isparta ilinde faaliyet gösteren bu kesimin ulusal ve bölgesel bazda yaşanan ekonomik sorunlardan etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır. Baykul ve Dulupçu (2009), Isparta il merkezinde gıda hizmet sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve mikro ölçekli işletmelerin ulusal ve bölgesel bazda yaşadığı sorunları araştırmıştır.

Çelebi vd. (2009), Türkiye'de esnaf ve sanatkarların; tarihi gelişimi, Türk toplumu için taşıdığı önem, temel politikalar, yapısal ve konjonktürel sorunları ve Avrupa Birliğine üyelik sürecine uyumlarını analiz etmişlerdir. Bu kapsamda Manisa İli merkez ve ilçelerinde esnaf ve sanatkâra ve tüketicilere anket çalışması uygulayarak kapsamlı bir rapor halinde düzenlenmiştir.

Aydemir-Ateş (2011), Bilecik Küçük Sanayi Sitesi'nde faaliyet gösteren işletme sahiplerinin birbirleriyle, çalışanlarıyla, müşterileriyle ve diğer paydaşlarıyla ilişkileri "Ahilik" ve "Kurumsal Sosyal Sorumluluk" bağlamında incelemişlerdir. Bu çalışmada, işletmelerin yeterli sayıda çırak, kalfa ve usta yetiştiremedikleri; mesleki konularla ilgili olarak bir araya gelerek birlikte hareket edemedikleri ve kentin sağlık, eğitim ve kültür gibi gereksinimlerini yeterince karşılayamadıkları tespit edilmiştir. Bu eksikliklere karşın, sitede faaliyet gösteren işletme sahiplerinin müşterilere sorumluluk bilinciyle hizmet verdikleri, insani konularda kendi aralarında yapıcı ilişkiler geliştirdikleri, işyerlerini "besmele" ile açtıkları, "çalışmayı ibadet" işyerlerini ise "ekmek teknesi" olarak gördükleri, işyerlerinde "helal kazanç elde etmeyi" önemsedikleri anlaşılmaktadır. Sonuç olarak, Bilecik Küçük Sanayi Sitesi'ndeki işletme sahiplerinin (her ne kadar bazı konularda sorunlar

yaşıyorlarsa da), sosyal sorumluluk konusunda iyi oldukları, Ahilik geleneğini belli ölçüde sürdürdükleri tespit edilmiştir.

Yıldız vd. (2013), Muğla'nın Dalaman ilçesinde faaliyet gösteren esnafın karşılaştığı sorunların tespit edilmesi ve çözüm önerileri sunulmasını amaçladıkları çalışmalarında, Dalaman esnafının belediyenin ilgisizliğinden yakındıkları ve gelirlerinin giderlerini karşılamadığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca esnafın geçmişe göre finansal açıdan daha kötü durumda olduğu, kredi geri ödemesinde sorun yaşadığı, sigorta primlerinin ve vergi oranlarının yüksek bulunduğu, devletin eğitime yeterli desteği vermediğini ve nitelikli eleman bulmakta nispeten sorun yaşadıklarını tespit etmişlerdir. Bunlara ilave olarak esnafın çok fazla sayıda işyeri olmasından kaynaklanan haksız ve aşırı rekabetten şikâyetçi olduğu ve aynı meslek faaliyetini yürüten işyeri sayısına bir sınırlandırma getirilmesinin gerektiğini düşündüklerini ifade etmişlerdir.

Çoban ve Irmis (2013), yaptıkları dar kapsamlı çalışmada; girişimciliği, sermayenin mal ve hizmet üretimine dönüştürülmesi bağlamında ele almışlardır. Üretilen mal ve hizmetin son müşteriye ulaştırılması konusunda yatırım yapan, risk alan ve ekonominin can damarını oluşturan esnafın öncelikli sorunun finans sorunu olduğunu tespit etmişlerdir.

II. ESNAF VE SANATKÂRLARININ SORUNLARININ TESPİTİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: ÇORUM İLİ ÖRNEĞİ

Çalışmanın amaç, materyal ve yöntem, bulgular ve analizleri aşağıda verilmiştir.

II.I. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Çorum ticari hayatının önemli unsurlarından olan esnaf ve sanatkarların sorunlarını detaylı bir şekilde ortaya koymak ve çözüm önerilerini geliştirmektedir.

II.II. Araştırmanın Önemi

Faaliyet ölçeklerinin küçüklüğü nedeniyle rekabette dezavantajlı durumda olan esnaf ve sanatkarlar, küreselleşmenin yarattığı acımasız rekabetle birlikte gün be gün ekonomik hayattan çekilmektedir. KOBİ'lere yönelik akademik ve politik ilgi çok yüksek olmasına rağmen esnaf ve sanatkarların sorunlarını detaylı bir şekilde ortaya koymak ve çözüm önerilerini geliştirmektedir. Bu bağlamda çalışma, Çorum ili açısından esnaf ve sanatkarlara yönelik ilk derinlemesine ve çok yönlü bir analiz olması açısından da önem taşımaktadır. Ayrıca bu çalışma, esnaf ve sanatkarların sorunlarını ve olası çözüm önerilerine ilişkin algılarını faaliyet gösterdikleri sektörler bakımından ortaya koyması açısından da somut bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

II.III. Materyal ve Yöntem

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın ana küntlesini 31.07.2015 tarihi itibarıyla Çorum ilinde faaliyet gösteren 13 bin 903 esnaf ve sanatkar işletmeleri oluşturmaktadır. Bu çalışma bilimsel araştırma türlerinden "keşifsel" araştırma kapsamına girmekte olup, herhangi bir hipotez test edilmemiştir. Keşifsel araştırmalarda genellikle yüzde ve frekanslar yardımıyla değerlendirilen veriler, bu araştırmada farklı olarak birçok tablonun vereceği bilgileri tek bir harita üzerinde özetlenmesine olanak sağlayan "uyum haritaları" kullanılarak değerlendirilmiştir.

Anket formunun hazırlık aşamasında literatürden elde edilen bilgilerin yanı sıra pilot bir çalışma yapılarak, katılımcıların görüşlerinin alınmasına olanak sağlayacak “derinlemesine görüşmeler” gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine görüşmelerin, saha çalışmasında uygulanacak nihai anket sorularının geliştirilmesinde, araştırma amaçlarına uygunluk sağlanmasında, yanıtların sınıflandırılmasında ve soru/maddelerin nasıl algılanıp yorumlandığı konusunda dönüş sağlanması açısından yararlı olacağı düşünülmüştür. Bu bağlamda araştırmanın ana kütlesi kapsamında hedeflenen gruptan rasgele örneklem seçimi yöntemi kullanarak 20 denekle derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Daha sonra esnaf ve sanatkârların sorunlarını tespit etmeye yönelik kapalı uçlu anket soruları hazırlanmıştır.

Araştırma örneklemini oluşturulurken olasılıklı örnekleme yöntemlerinden ağırlıklandırılmış katmanlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. ÇESOB veri tabanına kayıtlı 40 meslek odası katman olarak kabul edilmiş, her odanın ana kütledeki ağırlığı oranında örnek kütleye birim seçimi yapılmıştır. Bu ağırlıklar belirlendikten sonra basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak her bir katmana ana kütlede seçimler yapılmıştır. Bu seçimin yapıldığı ve her bir odanın toplam üye sayısı, odanın yüzdesel dağılımı ve değerlendirilmeye alınacak üye sayısına ilişkin bilgiler Tablo-1’de yer almaktadır.

Örnekleme hacminin belirlenmesinde ana kütledeki birim sayısının bilinmesi durumunda örnekleme hacminin belirlenmesine ilişkin aşağıdaki formül kullanılmıştır:

$$n = \frac{(Nt^2 pq)}{(d^2 (N - 1) + t^2 pq)}$$

Örnekleme hacminin hesaplanmasında güven düzeyi %95 ve örnekleme hatası %1,4 olarak alınmıştır. Bu bilgiler ışığında yapılan hesaplama sonucu örnekleme hacmi 498 olarak hesaplanmış ancak 500 olarak değerlendirilmeye alınmıştır.

Tablo 1: Örnekleme Dâhil Edilen Katmanlar ve Ağırlıkları

| Sayı | Örnekleme Seçilen Odalar | Toplam Üye Sayısı | Toplam İçinde Yüzdesele Dağılım | Değerlendirmeye Alınacak Üye Sayısı |
|------|---|-------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| 1 | İskilip Marangozlar Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 114 | % 0,82 | 4 |
| 2 | Ortaköy Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 116 | % 0,83 | 4 |
| 3 | Çorum Dikici ve Kunduracılar Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 118 | % 0,85 | 4 |
| 4 | Çorum Terziler Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 123 | % 0,88 | 4 |
| 5 | Mecitözü Şoförler ve Nakliyeciler Esnaf Odası | 139 | % 1,00 | 5 |
| 6 | Sungurlu Kahveciler Lokantacılar Esnaf Odası | 154 | % 1,11 | 6 |
| 7 | Çorum Çilingir Sobacı ve Tenekeçiler Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 157 | % 1,13 | 6 |
| 8 | Çorum Kasaplar ve Celepler Esnaf Odası | 166 | % 1,19 | 6 |
| 9 | Sungurlu Terziler Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 172 | % 1,24 | 6 |
| 10 | Oğuzlar Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 186 | % 1,34 | 7 |
| 11 | Kargı Şoförler ve Nakliyeciler Esnaf Odası | 188 | % 1,35 | 7 |
| 12 | Çorum Yorgancılar, Çeyizlik Eşya, Perde İmalat ve Satıcıları E.O. | 198 | % 1,42 | 7 |
| 13 | Çorum Marangozlar Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 198 | % 1,42 | 7 |
| 14 | Alaca Şoförler ve Nakliyeciler Esnaf Odası | 224 | % 1,61 | 8 |
| 15 | Dodurga Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 227 | % 1,63 | 8 |
| 16 | Çorum Kalaycılar ve Hırdavatçılar Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 228 | % 1,64 | 8 |
| 17 | İskilip Bakkallar Tuhafiyeciler ve Benzerleri Esnaf Odası | 249 | % 1,79 | 9 |
| 18 | Çorum Fırıncılar ve Simitçiler Esnaf Odası | 277 | % 1,99 | 10 |
| 19 | Sungurlu Madeni Sanatkârlar Odası | 288 | % 2,07 | 10 |
| 20 | İskilip Şoför ve Nakliyeciler Esnaf Odası | 206 | % 1,48 | 7 |
| 21 | Mecitözü Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 309 | % 2,22 | 11 |
| 22 | Osmancık Şoförler ve Nakliyeciler Odası | 327 | % 2,35 | 12 |
| 23 | Çorum Aşçı ve Lokantacılar Odası | 337 | % 2,42 | 12 |
| 24 | Bayat Esnaf ve Sanatkârlar, Şoförler ve Otomobilciler Esnaf Odası | 343 | % 2,47 | 12 |
| 25 | Kargı Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 346 | % 2,49 | 12 |
| 26 | Çorum Mobilyacılar Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 362 | % 2,60 | 13 |
| 27 | Sungurlu Bakkal ve Bayiler Esnaf Odası | 374 | % 2,69 | 13 |
| 28 | Çorum Sebzeçiler ve Pazaracılar Esnaf Odası | 381 | % 2,74 | 14 |
| 29 | Çorum Kahveciler Esnaf Odası | 418 | % 3,01 | 15 |
| 30 | Sungurlu Şoförler ve Otomobilciler Esnaf Odası | 433 | % 3,11 | 16 |
| 31 | Çorum Hazır Elbiseciler Esnaf Odası | 446 | % 3,21 | 16 |
| 32 | Çorum Elektrik ve Tesisat Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 458 | % 3,29 | 16 |
| 33 | Alaca Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 482 | % 3,47 | 17 |
| 34 | İskilip Tamirci, Ekmekçi, Kahveci Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 519 | % 3,73 | 19 |
| 35 | Çorum Berberler ve Kuaförler Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 540 | % 3,88 | 19 |
| 36 | Çorum Taksiciler, Minibüsçüler ve Servisçiler Esnaf Odası | 655 | % 4,71 | 24 |
| 37 | Çorum Şoförler ve Nakliyeciler Odası | 746 | % 5,37 | 27 |
| 38 | Çorum Bakkal ve Bayiler Esnaf Odası | 784 | % 5,64 | 28 |
| 39 | Osmancık Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 921 | % 6,62 | 33 |
| 40 | Çorum Oto Tamirciler Esnaf ve Sanatkârlar Odası | 994 | % 7,15 | 36 |
| | TOPLAM | 13.903 | % 100 | 500 |

II.IV. Analiz ve Bulgular

Analiz ve bulgular kısmında ilk olarak araştırma örnekleme dâhil edilen esnaf ve sanatkârlara ilişkin tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir. Daha sonra ise çoklu uyum analizi yöntemi ile esnafların sorunlarına ve olası çözüm yöntemlerine ilişkin olarak algı haritası oluşturulmuştur.

a. Esnaf ve Sanatkârlara İlişkin Durum Tespiti

Bu bölümde öncelikle araştırmaya katılan esnafların demografik özellikleri ile işletmelerine ilişkin genel bilgilere yer verilmiştir. Bu bilgiler örneklem dağılımının homojenliğini göstermek adına önemli bilgiler sunmaktadır. Tablo-2 ankete katılan esnaf ve sanatkârlara ilişkin tanımlayıcı istatistikleri göstermektedir.

Tablo 2: Tanımlayıcı İstatistikler

| Değişkenler | Kategoriler | Frekans | % | Değişkenler | Kategoriler | Frekans | % |
|-----------------|-------------|---------|-----|---------------|-----------------------|---------|------|
| Cinsiyet | Erkek | 487 | 98% | Eğitim Düzeyi | Cevapsız | 14 | 3% |
| | Kadın | 11 | 2% | | Okur- yazar | 7 | 1% |
| Yaş | 18-31 | 96 | 19% | | İlkokul | 139 | 28% |
| | 32-45 | 214 | 43% | | Ortaokul | 129 | 26% |
| | 46-59 | 149 | 30% | | Lise | 153 | 31% |
| | 60 ve üzeri | 39 | 8% | | Meslek Lisesi | 11 | 2% |
| Faaliyet Süresi | 1-17 | 312 | 63% | | Önlisans | 31 | 6% |
| | 18-34 | 126 | 25% | | Lisans | 12 | 2% |
| | 35 ve üzeri | 60 | 12% | | Lisansüstü | 2 | 0,4% |
| Faaliyet Türü | Hizmet | 255 | 51% | | Toplam Çalışan Sayısı | 0 | 78 |
| | Ticaret | 215 | 43% | 1-7 | | 408 | 82% |
| | İmalat | 28 | 6% | 8 ve üzeri | | 12 | 2% |

Tablodan da anlaşılacağı üzere ankete katılan esnafların büyük bir çoğunluğu erkek, 32-59 yaş arasında, ağırlıklı olarak ortaokul/lise mezunu kişilerden oluşmaktadır. Ankete katılan esnafların yarısı hizmet sektöründe faaliyet gösterirken, imalat sektörü örneklem içerisinde en az grubu oluşturmaktadır. Toplam çalışan sayısına bakıldığında ise 7 kişiden az personel çalıştıran işletmelerin oranı %98'dir. Bu durum, ankete katılan işletmelerin; mikro işletme sınıfında yer aldıklarını göstermektedir. Tablo-3 ise esnafların, mesleğe giriş ve işletme kurma süreçlerine ilişkin temel verileri içermektedir.

Tablo 3: Esnafların Mesleğe Giriş ve İşletme Kurma Süreçlerine İlişkin Temel Bilgiler

| Değişkenler | Kategoriler | Frekans | % |
|--|------------------------------|---------|-----|
| Mesleğinizi hangi yolla öğrendiniz? | Cevap yok | 8 | 2% |
| | Kendi olanaklarımla | 270 | 54% |
| | Aile | 93 | 19% |
| | Çıracılık | 118 | 24% |
| | Mesleki Kurslar | 3 | 1% |
| | Meslek lisesi-Yüksekokul | 6 | 1% |
| İşletmenizin kuruluş sermayesini nereden temin ettiniz? | Cevap yok | 3 | 1% |
| | Özkaynak | 339 | 68% |
| | Akraba ve arkadaşlardan borç | 106 | 21% |
| | Banka kredisi | 43 | 9% |
| | Devlet destekleri | 2 | 0% |
| | Diğer | 5 | 1% |
| İşletmenizi kurmadan önce girişimcilik eğitimi aldınız mı? | Cevap yok | 6 | 1% |
| | Evet | 59 | 12% |
| | Hayır | 433 | 87% |
| Kuruluş yerinin tespiti araştırması | Cevap yok | 17 | 3% |
| | Evet | 208 | 42% |
| | Hayır | 273 | 55% |
| Müşteri kitlesinin tespiti araştırması | Cevap yok | 17 | 3% |
| | Evet | 200 | 40% |
| | Hayır | 281 | 56% |
| Tahmini aylık işletme maliyetleri araştırması | Cevap yok | 18 | 4% |
| | Evet | 228 | 46% |
| | Hayır | 252 | 51% |
| Tahmini kuruluş maliyetleri araştırması | Cevap yok | 18 | 4% |
| | Evet | 233 | 47% |
| | Hayır | 247 | 50% |
| Tahmini aylık satış miktarı araştırması | Cevap yok | 18 | 4% |
| | Evet | 226 | 45% |
| | Hayır | 254 | 51% |
| Rakip analizi araştırması | Cevap yok | 20 | 4% |
| | Evet | 173 | 35% |
| | Hayır | 305 | 61% |

Tablo-3'te görüleceği üzere esnafların %54'ü mesleği kendi olanakları ile öğrendiğini ifade etmektedir. İkinci sırada ise "çıracılık" deneyimi gelmektedir. Meslek liseleri ya da kurslar aracılığıyla mesleği öğrenen kişilerin oranının sadece %2 düzeyinde olduğu görülmektedir. Bu ise Türkiye'de esnaf ve sanatkârlığın mesleki bir kritere/yeterliliğe dayandırılmadığını göstermektedir. Türkiye'de esnaf ve sanatkârlık faaliyetlerini yürütecekler için ustalık belgesi zorunluluğu TESK'e bağlı odalar için yasal bir zorunluluktur. Ancak TOBB'a bağlı oda kayıtları için ise mesleki bir belge

zorunluluğu bulunmamaktadır. Özellikle sanatsal bir beceriyi icra etmek üzere kurulan sanatkâr işyerlerinde yasal zorunluğa rağmen mesleki ehliyet ve niteliklerin eksikliği mesleki faaliyetlerin gelişimini sınırlandırmaktadır.

Türkiye’de eğitimin öneminin sürekli vurgulandığı, okullaşma oranının artırılmasının bir hükümet politikası olarak belirlendiği ve bu kapsamda neredeyse her il/ilçede üniversite kurulduğu bir dönemde elde edilen mesleki bilgilerin uygulamaya geçirilememektedir. Üniversiteleşme oranının yükseltilmesinin yanı sıra meslek lisesi/yüksekokullarının etkinliğinin artırılması ve “staj” olanaklarının etkinleştirilmesi büyük bir önem taşımaktadır. 12 yıllık zorunlu eğitim sistemi nedeniyle çırak bulmakta büyük güçlük çektiğini ifade eden esnafların, meslek lisesi/yüksekokul mezunlarını sektöre çekebilmesinin yolunun açılması gerekmektedir. Müfredat düzenlemeleri ve eğitim-sanayi bağlarının güçlendirilmesi, işgücü arz/talebi arasındaki dengesizliğin çözümlenmesi için başlangıç noktasıdır.

İkinci konu “kuruluş sermayesinin teminine” ilişkindir. Esnafların büyük bir çoğunluğu kuruluş sermayesini kendi olanakları ya da yakın çevresinden borç olarak temin etmiştir. Bu konuda herhangi bir devlet teşvikinden yararlanan esnafın olmaması dikkate değer bir unsurdur. Yeni işletme kuruluş süreçlerini desteklemeye yönelik devlet teşviklerinin(örnek; KOSGEB Yeni Girişimci Desteği vb.) önemli derecelerde arttığı düşünülürse, bu konuda Çorum düzeyinde esnaflarda henüz bir farkındalık oluşmadığı söylenebilmektedir. Ayrıca esnafların %87’sinin işletmelerini kurmadan önce herhangi bir girişimcilik eğitimi almadığı da görülmektedir. Esnafların %69’u desteklerle ilgili olarak telefon yoluyla bilgilendirilmek istediklerini belirtmişlerdir. Bunların dışında kuruluş yerinin ya da müşteri kitlesinin tespitine ilişkin detaylı bir araştırma yapılmamakta ve rekabet analizleri, gelir beklentileri ve maliyet hesapları da ciddi bir inceleme süreci olmadan gerçekleştirilmektedir. Diğer bir deyişle esnafların çoğunluğu; işletmenin giderlerini minimize etme ve gelirlerini maksimize etme stratejisinin temel unsuru olan kuruluş yeri seçimini tamamen yüzeysel verilerle belirlemekte ve kârlılıkları/sürdürülebilirliklerini önemli ölçüde sekteye uğratmaktadır. Esnafların, küresel rekabet koşullarında her geçen gün güç kaybetmeleri, esnaflara yönelik destek politikalarına yönelik beklentileri arttırmıştır.

Özellikle 10. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde KOBİ, esnaf ve sanatkâr ve kooperatiflere ilişkin olarak eylem planı yürürlüğe girmesi sağlanmış ve esnaf ve sanatkârların değişen ekonomik ve sosyal şartlara uyum sağlayabilmesi için gerekli yapısal dönüşümlerinin desteklenmesi ve alışveriş merkezlerinin küçük esnaf ve sanatkârlara yönelik olumsuz etkilerinin giderilmesi hedeflenmiştir (Devlet Planlama Teşkilatı, 2013, s. 92). Tablo-4, esnafları desteklemeye yönelik hükümet politikalarının sonucu olarak büyük bir artış gösteren destek ve teşviklerden yararlanan esnaflara ilişkin verileri ortaya koymaktadır.

Tablo 4: Desteklerden Yararlanan Esnaflar

| Değişkenler | Kategoriler | Frekans | % |
|-------------------------------------|-------------|---------|-------|
| KOSGEB destekleri | Evet | 60 | 12,0% |
| | Hayır | 438 | 88,0% |
| Bölgesel Yatırım Desteği | Evet | 8 | 1,6% |
| | Hayır | 490 | 98,4% |
| İstihdam Desteği | Evet | 1 | 0,2% |
| | Hayır | 497 | 99,8% |
| Dış Ticaret Müsteşarlığı Destekleri | Evet | 2 | 0,4% |
| | Hayır | 496 | 99,6% |

| | | | |
|--------------------------------|-------|-----|-------|
| Eğitim Yardımı | Evet | 2 | 0,4% |
| | Hayır | 496 | 99,6% |
| Vergi, Resim, Harç istisnaları | Evet | 10 | 2,0% |
| | Hayır | 488 | 98,0% |
| Danışmanlık Hizmetleri | Evet | 4 | 0,8% |
| | Hayır | 494 | 99,2% |
| Yurt içi/dışı Fuar Desteği | Evet | 3 | 0,6% |
| | Hayır | 495 | 99,4% |

Hiçbir destekten yararlanmadığını belirten esnaf ve sanatkárlara ilişkin bilgiler ise Tablo-5 verilmiştir.

Tablo 5: Desteklerden Yararlanmayan Esnaflar

| Değişkenler | Kategoriler | Frekans | % |
|--------------------------------------|--|---------|-------|
| Hiçbir destekten yararlanmadım | Evet | 338 | 67,9% |
| | Hayır | 160 | 32,1% |
| Hiçbir destekten yararlanmama sebebi | Cevap yok | 133 | 26,7% |
| | Destekler konusunda bilgi sahibi olmamam | 154 | 30,9% |
| | ÇalıŐsan sayısı kısıtlaması | 9 | 1,8% |
| | Sektör kısıtlaması | 49 | 9,8% |
| | Destek miktarının yetersizliği | 32 | 6,4% |
| | Bürokratik işlemlerin karmaşıklığı | 29 | 5,8% |
| | Proje yazma konusunda bilgisizlik | 11 | 2,2% |
| | Diğer | 81 | 16,3% |

Tablo-5'te görüleceği üzere hiçbir destekten yararlanmadığını belirten esnafların oranı %68 düzeyindedir. Destekler konusunda bilgi sahibi olmayanların oranı ise %30'dur. Burada ilginç bir durum ise ankete katılanların yaklaşık %27'sinin bu soruya cevap vermemeyi tercih etmesidir. Buradan esnafların aslında destekler konusunda bilgi sahibi olmasına rağmen, yararlanma konusunda yeterince bir isteğe sahip olmadıkları sonucu çıkartılabilmektedir. İŞlerini büyütme konusunda esnaf, genellikle "kendi yağında kavrulma" diye de tanımlanabilecek durgun büyüme stratejilerini benimsemektedir. Bu konuda yeterince bilgilendirme ve cesaretlendirme yapılırsa, esnafların bu yönde faaliyete geçirilmeleri olanaklı olacaktır. Esnafların yararlandığı kredi türleri ise Tablo-6'da verilmektedir.

Tablo 6: Esnafların Yararlandığı Krediler

| Değişkenler | Frekans | Yüzde |
|---|---------|--------|
| Halkbank Kredileri | 58 | 11,60% |
| TESKOMB (Esnaf Kefalet Koop. Kredileri) | 116 | 23,20% |
| Diğer Banka Kredileri | 134 | 26,90% |
| Hiçbiri | 191 | 38,30% |
| Toplam | 498 | 100 |

Esnafların yararlandığı kredilerin başında TESKOMB kredileri gelmektedir. Halkbank'ın esnaf ve KOBİ'lere yönelik sunduğu özel kredi olanakları nedeniyle özellikle tercih edilen bankalar içerisinde başta gelmektedir. Hiçbir krediden yararlanmayan esnafın oranı ise %38,3 olup, yararlanmama nedenleri de Tablo-7'de verilmiştir.

Tablo 7: Kredilerden Yararlanmama Nedenleri

| Değişkenler | Frekans | Yüzde |
|---|---------|--------|
| Kredilerde teminat şartları ağır olması | 80 | 16,10% |
| Faizlerin yüksek olması | 132 | 26,50% |
| Yüksek oranlı kesintiler yapılması | 97 | 19,40% |
| Prosedürler çok fazla olması | 54 | 10,80% |
| Mali tabloların yetersiz görülmesi | 34 | 6,90% |
| Vadelerin kısa olması | 59 | 11,90% |
| Diğer | 42 | 8,40% |
| Toplam | 498 | 100 |

Esnafların kredi kullanmalarının önündeki en önemli etkenler “kredi teminat şartlarının ağırlığı, faizlerin yüksekliği ve kesintilerin fazlalığıdır”. Bu durum esnafra yönelik kredi düzenlemelerinin tekrar gözden geçirilmesini gerektirebilir. Özellikle nakit akışlarında ciddi sıkıntılar yaşayan esnafın, ödeme koşullarının daha hassas belirlendiği kredi türleriyle desteklenmesi gerekmektedir.

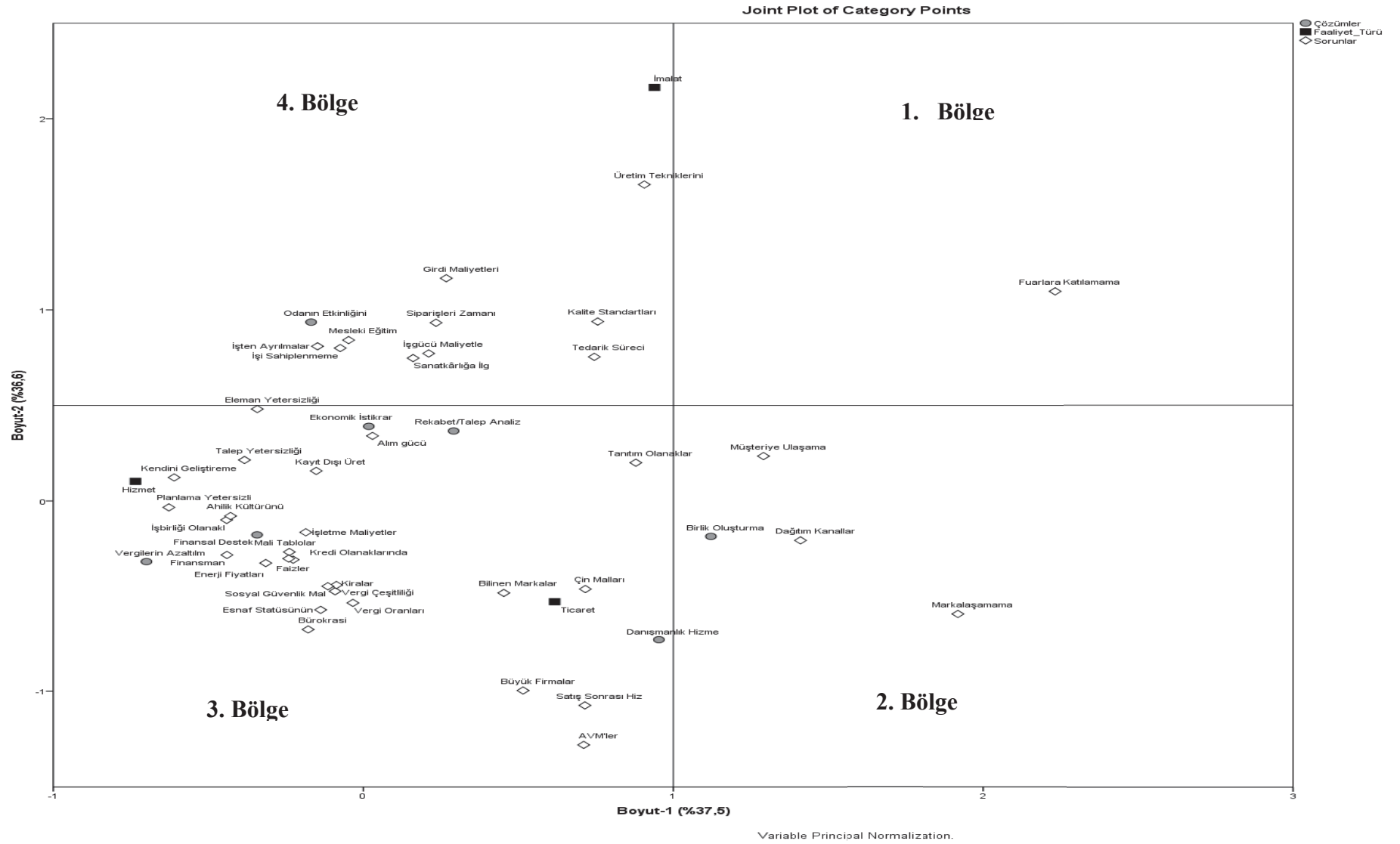
b. Çoklu Uyum Analizi

Uyum (algı) haritalarının oluşturulmasında “*çok değişkenli uyum analizi*” (multiple correspondence analysis) tekniğinden yararlanılmıştır. Bu teknik, ikiden fazla nominal ölçümle elde edilmiş değişken veya değişkenlerin kategorileri arasındaki ilişkiyi iki boyutlu uzayda gösteren bir tekniktir. Analizde kullanılan değişkenler ise “*işletmelerin faaliyet türü, sorunları ve olası çözüm önerileri*”dir. Şekil-1’de ise esnaf ve sanatkârların sorunları ve olası çözümlere ilişkin algı haritasını gösterilmektedir. Şekilde de görüleceği üzere her iki boyut toplamda değişkenler arasındaki ilişkinin %74’nü açıklamaktadır. Bu değişim miktarının %37,5 birinci boyut %36,5 ise ikinci boyut tarafından açıklanmaktadır.

Haritanın yorumlanırken noktalar arasındaki yakınlık kullanılmaktadır. Sektörde faaliyet gösteren işletmeler hangi sorun ve çözüm önerilerine daha yakınsa o değişkenin kendileri için daha önemli olduğu sonucuna varılmaktadır. Haritanın okunmasını kolaylaştırmak adına orijin temel alınarak dört temel bölge oluşturulmuştur. 1. Bölgede sektör bulunmamakta; sadece neredeyse tüm sektörlerin en önemsiz gördüğü “Fuarlara katılmama” ifadesi yer almaktadır. İmalat işletmeleri 4. Bölgede, ticaret ve hizmet işletmeleri ise 3. Bölgede yer almaktadır. Haritada da görüleceği üzere imalat, hizmet ve ticaret sektörlerinde faaliyet gösteren işletmelerin önem verdikleri sorunlar ve çözüm önerileri birbirinden oldukça farklıdır.

Noktaların yoğunluğu açısından değerlendirildiğinde en çok sorun yaşayan ve bunların çözümü için çeşitli alternatifler üreten grup 3. Bölgede yer alan “hizmet” sektörüdür. Bu durum örnekleme katılan işletmelerin yarısının hizmet işletmesi olmasından da kaynaklanabilir. Ancak, burada unutulmaması gereken husus hizmet sektörünün emek yoğun bir sektör olmasıdır. Piyasaya girişin (büyük sermaye yatırımlarına gereksinim duyulmaksızın) diğer sektörlerle oranla daha kolay olduğu hizmet sektörü, rekabetin en yoğun yaşandığı sektörlerin başında gelmektedir. Hizmet sektörüne en yakın noktalar; “kendini geliştirememe, planlama eksikliği, talep/alım gücünün yetersizliği ve kayıt dışı üretimdir. Bu durum, yukarıdaki ifadeyi destekler niteliktedir. Biraz zanaat bilen ve biraz da sermayesi olan herkes, talebin yeterli olup olmadığını yeterince araştırmadan pazara girebilmektedir. Bunun sonucunda ise ortaya çıkan aşırı rekabet işletmelerin “kayıt dışı” alternatiflere yönelmesine ve bu yolla kârlarını arttırmaya çalışmasına neden olmaktadır. Bu duruma “yüksek işletme maliyetleri, vergilerin çeşitliliğinin yanı sıra ahilik kültürünün yok olması/işbirliği olanaklarının yetersizliği” de eklenmesiyle birlikte hizmet işletmelerinin mücadele etmesi gereken pek çok sorunla yüzyüze gelmeleri kaçınılmaz hale gelmiştir. Hizmet sektöründe faaliyet gösteren bu işletmelerin, sorunlarının çözümüne yönelik en önemli beklentileri öncelikli olarak “ finansal desteklerin” arttırılmasıdır. Daha sonra ise “ekonomik istikrarın ve ekonomik büyümenin sağlanması” ve “ aynı semtte açılacak işletmeler için piyasadaki mevcut talep ve rekabet koşullarının dikkate alınması” gerektiğini ifade etmişlerdir.

Şekil 1: Algı Haritası



3. bölgede yer alan ticaret işletmelerini en çok etkileyen sorunların başında “Çin malları, müşterilerin bilinen markaları tercih etmesi, büyük firmaların varlığı, satış sonrası hizmetlerin yetersizliği ve AVM’ler” gelmektedir. Ölçek ekonomisinden yararlanma olanağına sahip büyük işletmeler/gross marketler, ticaretle uğraşan esnaf için ciddi bir rekabet tehdidi oluşturmaktadır. Sunduğu fiyat olanakları ile müşterilerin kendilerini seçmesini sağlayan bu işletmeler, her geçen gün küçük esnafın rekabete yenik düşmesine ve piyasadan çekilmesine neden olmaktadır. Aynı şekilde neredeyse tüm alanlara yayılmış olan Çin Malları da benzer bir etkiye sahiptir. Bu sorunların yanı sıra “SGK maliyetleri, vergi çeşitliliği ve yüksekliği, kiralarn yüksekliği, işbirliği olanaklarından yararlanamama ve dağıtım kanallarında yaşanan sorunlar” da ticaret işletmelerini etkileyen sorunlar arasındadır. Küçük esnaf, bu sorunların çözümünde yardımcı olacak çeşitli desteklerin varlığından haberdar olmakla birlikte bürokratik engellerin fazlalığından dolayı desteklerden yararlanmayı başaramamaktadır. Bu nedenle ticaret işletmelerinin en öncelikli çözüm beklentisi “danışmanlık ve eğitim hizmetlerinin yaygınlaştırılması” olarak ifade edilmiştir.

4. bölgede yer alan imalat işletmelerinin yaşadığı en önemli sorun “üretim yöntem ve tekniklerinin yetersizliği” olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra “girdi maliyetleri, siparişleri zamanında karşılayamama, mal ve hizmet üretiminde istenilen kalite standartlarını karşılayamama ve girdi tedarik sürecinin uzun olması” imalat işletmelerini etkileyen faktörler olarak görülmektedir. Hizmet ve imalat işletmelerinin ortak denebilecek sorunlar ise (her iki sektöre de nispeten eşit mesafede olan) “mesleki eğitimin yetersiz olması, nitelikli eleman bulamama, var olan elemanların ise çalışma konusunda yeterince azimli olmaması, işe ilgilerinin düşük olması ve işten ayrılma eğilimlerinin fazla olmasıdır”. Açık uçlu sorularda da SGK ve vergi yüklerinden sonra en çok belirtilen sorunların başında “nitelikli eleman eksikliği” gelmektedir. Zorunlu temel eğitimin 12 yıla çıkması, çıraklık kültürünün neredeyse tamamen ortadan kalkmasına neden olmuştur. Çırak bulma konusunda büyük güçlükler yaşayan esnaf, varolan elemanları da işe ve işletmeye bağlama konusunda başarılı olamamaktadır. Hizmet işletmeleri “finansal desteklerin artırılmasına önem” verirken imalat işletmeleri ise öncelikli olarak “oda faaliyetleri ve bilgilendirmelerinin etkinliğinin artırılması” konusuna vurgu yapmaktadır.

Harita da dikkat edilmesi gereken bir diğer husus ise 2. Bölgede yer alan ve hiçbir sektöre yakın olmayan, diğer bir deyişle hiçbir esnaf tarafından önemli bir sorun olarak algılanmayan “Markalaşamama” konusudur. Büyük işletmelerle rekabette büyük sorun yaşayan esnafın, ürünlerini markalaştırma gereksinimi duymaması oldukça önemli bir noktaya işaret etmektedir. Aslında esnaf ve sanatkârların, rekabette kendilerine uygun bir alan yaratmalarına yardımcı olacak “niş stratejisini” (büyük işletmeler için kârlı olmayan küçük pazar paylarına sahip olma) hayata geçirmelidir. Bu stratejinin uygulanabilmesi için ise müşterinin zihninde ürüne ve markaya ilişkin bir bilincin oluşması gerekmektedir. Rekabet konusunda büyük problemler yaşayan esnafın “markalaşmanın” önemi konusunda bilgilendirilmesi gerekmektedir.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Bu çalışma, Çorum ilinde faaliyet gösteren esnafın mevcut durumunu ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda esnafın içerisinde bulunduğu duruma ilişkin olarak şunlar söylenebilir:

- Esnaf ve sanatkâr işletmelerinin % 85’inde çırak statüsünde, % 75’inde kalfa olarak çalışan işgören bulunmaması ve esnaf ve sanatkârlık mesleğinin çoğunlukla düşük eğitim seviyesine sahip kişilerce yürütülmesi esnaf işletmelerinin beşeri kaynak yapısının zayıflığını doğrulamaktadır.
- İşletmelerde çalışan kalfa ve çırak sayılarında önemli bir düşüş söz konusudur. Bu durumun en önemli sebeplerinin başında 12 yıllık zorunlu eğitim sisteminin çırak bulma olanaklarını önemli ölçüde azaltmasıdır.
- Esnaflık mesleğinin genellikle kendi olanakları ya da çıraklık sistemiyle öğrenildiği ve mesleki kuruluşlar/meslek lisesi/yüksekokulları gibi kuruluşların yeterince etkin olmadığı görülmüştür.

- Kuruluş sermayesinin temininde genellikle öz sermayenin tercih edildiği görülmüş, yabancı kaynak kullanımıyla yatırım yapma ve geliştirme alternatiflerinin yeterince değerlendirilmediği tespit edilmiştir.
- Esnafın işyeri açarken fizibilite çalışmalarını tamamen yüzeysel bir şekilde gerçekleştirdikleri ve fizibilite çalışmalarının temel mantığını kavramakta zorlandıkları düşünülmektedir.
- Esnaf ve sanatkârlara yönelik devlet teşvikleri hakkında büyük bir çoğunluğun bilgi sahibi olmadığı ve bu bilgilendirmenin daha çok telefon yoluyla yapılması beklendiği görülmüştür. Katılımcıların %71'i hiçbir destekten yararlanmazken, KOSGEB desteği (%13), bölgesel yatırım desteği (%2) ve vergi resim ve harç istisnaları (%2) gibi destek türlerinden yaralandıkları görülmüştür.
- Katılımcıların %38'i hiç kredi kullanmamış olup, kullananların ise %12'si Halkbank, %27 diğer banka kredileri ve %23 ise TESKOMB kredilerini kullanmışlardır. Kredi kullanımına ilişkin en önemli sorunlar faizlerin yüksekliği, kesintilerin fazlalığı ve kredi teminat şartlarının ağırlığıdır. Bu durum esnaf ve sanatkârlara ilişkin özel kredi koşullarının daha kapsamlı olarak incelenmesi gerektiği sonucunu doğurmaktadır.
- Esnafın banka kredileri dışında finans kaynaklarından haberdar olmadığı, faktöring, risk sermayesi, franchising ve finansal kiralama olanaklarından yararlanan esnafın oranı %10 ile sınırlıdır. Bu alan söz konusu finans kuruluşları için de büyük bir potansiyel pazardır. Bu iki taraf arasında iletişimi güçlendirecek bir sistem kurulması yararlı olacaktır.
- Esnafın %77'sinin hiçbir danışmanlık hizmeti almadığı ve "teknik ve mali danışmanlık" konusunda danışmanlık talep ettikleri görülmüştür.
- Esnafın kendisinden sonra işyerinin kime devredileceği konusunda tam bir belirsizlik söz konusu olduğu için mesleğin devamı ve istihdamın sürekliliğinin sağlanması konusunda büyük sıkıntılar yaşanacağı tahmin edilmektedir.
- Hizmet sektörü açısından en önemli sorunlar; "kendini geliştirememesi, planlama eksikliği, talep/alım gücünün yetersizliği ve kayıt dışı üretim"dir. Hizmet sektöründe faaliyet gösteren bu işletmelerin, sorunlarının çözümüne yönelik en önemli beklentileri öncelikli olarak "finansal desteklerin" arttırılmasıdır. Daha sonra ise "ekonomik istikrarın ve ekonomik büyümenin sağlanması" ve "aynı semtte açılacak işletmeler için piyasadaki mevcut talep ve rekabet koşullarının dikkate alınması" gerektiğini ifade etmişlerdir.
- Ticaret işletmelerini en çok etkileyen sorunların başında "Çin malları, müşterilerin bilinen markaları tercih etmesi, büyük firmaların varlığı, satış sonrası hizmetlerin yetersizliği ve AVM'ler" gelmektedir. Bu sorunların yanı sıra "SGK maliyetleri, vergi çeşitliliği ve yüksekliği, kiraların yüksekliği, işbirliği olanaklarından yararlanamama ve dağıtım kanallarında yaşanan sorunlar" etkili olmaktadır. Ticaret işletmelerinin en öncelikli çözüm beklentisi "danışmanlık ve eğitim hizmetlerinin yaygınlaştırılmasıdır".
- İmalat işletmelerin yaşadığı en önemli sorun ise "üretim yöntem ve tekniklerinin yetersizliği" olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra "girdi maliyetleri, siparişleri zamanında karşılayamama, mal ve hizmet üretiminde istenilen kalite standartlarını karşılayamama ve girdi tedarik sürecinin uzun olması" imalat işletmelerini etkileyen faktörler olarak görülmektedir.
- Meslek odaları "müşteri ilişkileri yönetimi" mantığına uygun bir şekilde yeniden yapılandırılmalı ve esnafa gerek mevzuata gerekse günlük faaliyetlerine ilişkin doğru, tam, geçerli ve güvenilir bir yönlendirme sağlanmalıdır.
- Hiper/süper market/AVM kurulumunun engellenemeyeceği aşikârdır. Ancak, kuruluş yeri belirlenirken yalnızca kurucu şirketin elde edeceği kâr boyutunun dışında, esnaf ve sanatkârlar üzerindeki negatif dışsallık göz önüne alınarak karar verilmelidir.

- Çin malları ile rekabet edebilmek için yerli üretim desteklenirken ithal edilecek mallarda uygulanacak kota benzeri uygulamalara yer verilebilir. Ayrıca kooperatiflerin üyeler adına toplu alımlar yapması sağlanarak hammadde/girdi maliyetlerinin düşürülmesi ve ölçek ekonomisinden yararlanılması kolaylaştırılmalıdır.
- Esnaf ve sanatkâr işletmelerine sağlanacak sigorta prim veya vergi destekleri ile istihdam yaratma kapasiteleri artırılabilir gibi kayıtlı istihdamı teşvik etmek söz konusu olabilecektir. Ayrıca bu tür işletmelerin istihdam kapasitelerinin artırılmasına yönelik teşvikler işsizlik sorununun azalmasına da önemli ölçüde katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Aydemir M., Ateş M. (2011). Küçük Sanayi Sitelerinde Kurumsal Sosyal Olgusu: Bilecik Küçük Sanayi Sitesi Örneği, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:30, Ağustos
- Baykul A. (2009). Isparta İl Merkezindeki Esnaf Sorunları ve Esnafın Yerel Ekonomi ile İlişkisi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Isparta
- Baykul A., Dulupçu M.A. (2009). Isparta İl Merkezindeki Gıda Hizmet Sektöründe Çalışan Esnafın Sorunları Üzerine Bir İnceleme”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:2, No:10
- Çelebi, A. K., Yanıkkaya, H., Gökbnar, R., Gülova, A. A., & Pala, M. (2009). Avrupa Birliği Yolunda Esnaf ve Sanatkârlar, Manisa: Manisa Celal Bayar Üniversitesi
- Çelik, A., Akgeçici, T. (1998). Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Çoban, H., İrmis, A. (2013). Girişimcilik Kültürü Açısından Geleneksel Alış-Veriş Yerlerindeki Esnaf ile Modern Avm'lerdeki Esnafın Karşılaştırılması. V Enternational Congress On Entrepreneurship, s: 66-72). Almaata: <http://www.researchgate.net/publication/269391334>.
- DPT. (1984). 5. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989). Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı.
- DPT. (2000). Uzun Vadeli Strateji ve 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005). Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı
- DPT. (2001). KOBİ'lerin, Esnaf ve Sanatkârın Güçlendirilmesi Özel İhtisas Komisyon Raporu
- DPT. (2013). 10. Beş Yıllık Kalkınma Planı (2014-2018). Kalkınma Bakanlığı
- DPT. (2013). KOBİ'lerin ve Sanatkârın Güçlendirilmesi Özel İhtisas Komisyon Raporu. Ankara: Kalkınma Bakanlığı.
- TESK. (1998). III. Esnaf ve Sanatkârlar Şurası, 10-11Aralık. Erişim Tarihi; 05/03/2016 <http://www.tesk.org.tr/tr/mevzuat/98/98091.php>
- TESK. (2008). Mevcut Durum, Sorunlar, Öneriler, Kasım, Ankara
- TESK. (2005). 5362 Sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu. Erişim Tarihi: 09/09/2015 <http://www.tesk.org.tr/tr/5362/5362.php>
- TESK. (2012). Esnaf ve Sanatkârların Sorunları Çözüm Önerileri. Erişim Tarihi: 09/05/2015 <http://www.tesk.org.tr/tr/guncel/talep.pdf>

TESK. (tarih yok). ESDEP. Strateji Belgesi ve Eylem Planı:
<http://www.tesk.org.tr/tr/mevzuat/10/ESDEP.pdf>

Yıldız Ali, Gavcar Erdoğan, Kavacık Mustafa (2013). Dalaman Esnafının Sorunları ve Çözüm Önerileri, Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi Dergisi, Sayı:31, Güz, s:122-134

TÜKETİCİLERİN İNTERNET PERAKENDECİLİĞİNDE ETİK KONUSUNDAKİ DEĞERLENDİRMELERİ

Ramazan KURTOĞLU¹
Alperen Timuçin SÖNMEZ²

Özet

İnternet perakendeciliği tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de çok hızlı bir şekilde gelişmektedir. Bu hızlı gelişim birtakım etik sorunları da beraberinde getirmektedir. Tüketicilerin internet perakendeciliğinde yaşanması muhtemel etik sorunlar hakkındaki değerlendirmelerini tespit etmek ve çözmek bu alanda faaliyet gösteren perakendeciler için önemli bir konudur. Bu çalışmada tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmelerini ve bu değerlendirmelerin tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amaçlanmıştır. Veriler anket yöntemi kullanılarak, Yozgat il merkezinde yaşayan tüketicilerden toplanmıştır. Çalışma sonucunda, tüketicilerin genel anlamda internet perakendecilerinin etik davranış sergilemeleri konusunda olumlu değerlendirmelere sahip oldukları ve bu değerlendirmelerin cinsiyet, meslek ve gelir durumlarına göre farklılık gösterdiği; öğrenim, yaş ve medeni duruma göre ise farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Etik, perakendecilik, internet perakendeciliği

Jel Sınıflandırılması: M31, L81, M10

CONSUMERS' EVALUATIONS OF ETHICS IN ONLINE RETAILING

Abstract

In our country, online retailing is developing very quickly as well as all over the world. This quick development also brings about some ethical problems. Defining and solving consumers' evaluations of potential ethical problems in online retailing, is an important subject for retailers. Purpose of this study is to identify consumers' evaluations of ethical problems in online retailing and to determine whether these evaluations differ according to different types of socio-demographic characteristics. Data were collected using survey from consumers who live in Yozgat city centre. Findings of the study show that consumers generally have positive evaluations on ethical behaviors of online retailers and these evaluations differ according to their genders, occupations and incomes and don't differ according to their ages, educations and marital status.

Key Words: Ethics, retailing, online retailing

Jel Classification: M31, L81, M10

¹ Yrd. Doç. Dr. Bozok Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, r.kurtoglu@bozok.edu.tr

² Öğrt. Gör. Bozok Üniversitesi, Sağlık MYO, alpereentimucin.sonmez@bozok.edu.tr

GİRİŞ

Etik sözcüğünün kökeni Yunanca “*ethos*” sözcüğüne dayanır ve karakter veya adet, örf, gelenek, alışkanlık, davranış biçimi gibi anlamlara gelir (Bennett-Alexander, Harrison and Hass, 1996: 98). Etik, diğer varlıklarla insan arasındaki ilişkilerde ortaya çıkacak eylemlerde uyulması gereken ilkeler, normlar, değerler ve kurallar bütünüdür ifade eder (Cevizci, 2002: 3). Bir diğer açıdan etik yarar, iyi, kötü, doğru gibi kavramlar üzerinde incelemelerde bulunan ve insanın doğru ve yanlış davranışlarını belirleyen ahlâki ilkeler, değerler ve standartlar sistemi şeklinde tanımlanabilir (Oyman, 1999: 290). Bu tanımlamalara göre etiği insan davranışlarını yönlendiren bir rehber olarak değerlendirilmek mümkündür.

Etik kavramına günümüzde hemen hemen her alanda rastlamak mümkündür. Özellikle pazarlama faaliyetlerinin topluma yönelik olması nedeniyle bu alanda da etik konusunda çeşitli tartışmalar yaşanmaktadır. Pazarlamanın dağıtım alt karmasında yer alan perakendecilik alanında da birçok etik sorunlar yaşanmaktadır. Son yıllarda internet perakendeciliğinin gelişmesi ve giderek geleneksel perakendeciliğin yerini almaya başlamasıyla birlikte geleneksel perakendecilikte yaşanan etik problemlere ilave bazı problemler de açığa çıkmıştır (İnternet sitesi ile ilgili güvenlik, kişisel bilgilerin korunması vb).

I. KONU İLE İLGİLİ LİTERATÜR

İnternet perakendeciliğinde etik konusunda ilgili literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında, internet perakendeciliği etiğinin nasıl algılandığından çok etiksel sorun tespitlerinin yapıldığı dikkat çekmektedir. Çalışmanın bu bölümünde internet perakendeciliğinde etik konusu ile ilgili araştırmaların bazılarını özetlenerek değinilmiştir.

Kurt ve Hacıoğlu (2008), Kurt (2013) tarafından yapılan çalışmada sanal perakendecilerin müşteriler tarafından algılanan etik tutum ve davranışlar ile müşteri güveni, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati arasındaki ilişkileri araştırılmıştır. Araştırma sonucuna göre etik, güveni doğrudan etkilemekte; güven etiğin memnuniyet üzerindeki etkisine aracılık etmekte, memnuniyet de bu etkiyi sadakat üzerine aktarmaktadır.

Dubovyk (2014) tarafından yapılan çalışmada ise, Amerika Birleşik Devletleri, Büyük Britanya ve Avustralya'daki e-perakendecilik alanındaki girişimlerin pazarlama iletişimiyle ilgili sosyal ve pratik gelişmelerin ortaya çıkardığı metodolojik sorunlar incelenmiş ve sektör için çıkarımlar yapılmıştır. Bilimsel ve pratik araştırmalar kontrolünde yapılan çalışmanın sonuçlarına göre online pazarlama iletişimi geleneksel anlayışın süreçlerine şu şekilde dahil edilmesiyle gelişmektedir:

- Pazarlama araştırmasında yazılım ve donanım bileşimleri toplumsal etik dikkate alınarak şekillenmektedir.
- Online mağaza veya kişiselleştirilmiş siteler geliştirilirken, etik etkileşimler ancak müşteriler veya geliştiricilerin tolerans düzeyine bağlı olarak esnetilebilmektedir.
- Online firmaların pazarlama iletişimde etik normlar uzun vadeli olarak ele alınmaktadır.
- Sitede tasvir edilen ticari marka güveni, hizmet kalitesi, güvenilirlik ve veri tabanı genişletme konularındaki tercihler ticari işletmelerin amaç kriterlerini belirlemektedir.

Harris ve Spence (2002) ise yaptıkları çalışmada e-perakendecilik etiğini bankacılık sektörü üzerinden ele almıştır. Yazarlar Avrupa'da bankacılık sektöründe e-hizmet dönemine geçiş yapan bir bankaya yaşanan etik sorunları gösterebilmek için vaka incelemesi yapmışlardır. Çalışmanın sonuçlarına göre, işlemlerde şeffaflığın -kişisel bilgilerin mahremiyeti gerekçesiyle- kısıtlanması kara para aklama, dolandırıcılık ve yanıltıcılık gibi etik ve kanuni olmayan durumları ortaya çıkarmakta, e-hizmetlerdeki kısıtlamalar müşterilerin seçim özgürlüğünü kısıtlamakta ve vadeli işlemlerde kanuni ve ticari güven sarsılmaktadır. Bu sayılan hususların sürekli yenilenen teknoloji

alanında çeşitli türevlerinin oluşabileceği de göz önüne alındığında bankacılık sektöründe faaliyet gösteren firmaların teknik ve kurumsal açıdan profesyonelleşmesi etik sorunlarla baş edebilmesi için yardımcı olacaktır.

Murphy (2009) ise bir inceleme yaparak 2000’li yıllarla birlikte yaşanan toplumsal değişmelerin pazarlama etiğine etkilerini ele almıştır. Çalışmanın e-perakendecilik ile ilgili bölümü etik sorunlar olarak özellikle çevrim içi kişisel bilgilerin gizliliği ve güvenliğini içermektedir. Yazar e-perakendecilik ile ilgili bu etik sorunların seyrinin “*tarla olgunlaşmaya başladı*” ifadeleri ile pozitif yönlü değiştiğini ve toplumsal değişimlere uyumlaştığını ifade etmiştir.

Gauzenthe ve Ranchhod (2002)’un çalışmasında ise etik pazarlamanın internet üzerinde rekabet avantajı sağlaması açısından incelenmiştir. Elde edilen sonuca göre, internet üzerinde rekabet avantajı sağlayabilmek için etik pazarlama haber, seçim, iletişim, güvenlik, erişim, ufuk ve müdahalecilik olmak üzere yedi kritere sahiptir. Her bir kriter için ödenecek bedel, firmanın etik pazarlama ile etkileşimini yansıtmaktadır. Bunun dışında firmalar müşterilerin bireysel özerklik egemenlik isteklerini de anlamalıdır. Ayrıca uzun vadede tüketicilerle etik etkileşim artırılarak firma memnuniyeti ve rekabet avantajı sağlanabilmektedir.

Nardal ve Şahin (2011) tarafından yapılan çalışmada, tüketicilerin internet perakendeciliğinde yaşanabilecek etik problemler hakkında algılamaları ölçülmüş ve güvenlik, kişisel bilgilerin gizliliği, aldatmama ve güvenilirlik konularında yaşanan etik problemlerin internet perakendeciliğinin gelişmesinde engel olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Varinli ve Öz (2006) tarafından yapılan çalışmada, yeni gelişmeler ışığında elektronik ticarete yaşanan etik konular “Kişisel bilgilerin gizliliği”, “İzinsiz ticari e-posta (SPAM)”, “Çocuklara yönelik e-ticaret uygulamaları” ve “E-Ticaret etiği ile ilgili diğer konular” başlıkları altında bütünsel bir bakış açısıyla incelenmiştir.

Arjoon ve Rambocas (2011) tarafından yapılan çalışmada, internet perakendeciliğinde etik konusunda tüketicilerin algılamaları temelinde etik ile müşteri sadakati arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma sonucunda, site güvenliği ve güvenilirliğinin, internet perakendecilerinin etik uygulamaları konusunda tüketicilerin algılarını önemli bir şekilde etkilediği ortaya çıkmıştır. Çalışmada ayrıca, tüketicilerin internet perakendecilerinin etik davranışları hakkındaki algılamaları ile müşteri sadakati arasında doğrudan pozitif bir ilişki olduğu da tespit edilmiştir.

II. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ, AMACI VE KAPSAMI

Son yıllarda bilişim ve ulaşım sektöründeki hızlı gelişmeler ve internetin yaygınlaşması nedeniyle internet üzerinden perakendecilik sektörü çok hızlı büyümüştür. Gelecekte bu sektörün daha etkileşimli bir hale geleceği, sanal gerçeklik uygulamaları sayesinde dijital ürün testinin hatta ürünü koklamanın bile mümkün hale gelebileceği öngörülmektedir (www.ortakalan.com.tr).

İnternet perakendeciliği yapısı gereği çeşitli etik sorunların yaşanması muhtemel bir alandır. Çünkü bu tür perakendecilikte tüm işlemler sanal olarak gerçekleştirilmektedir. Müşteri ile perakendeci yüz yüze gelmemekte, müşteri ürünü eline alıp inceleyememekte, ürün konusunda sadece sitede yazan bilgilere ve görsellere güvenmek, alışverişin gerçekleşmesi için birtakım kişisel bilgilerini paylaşmak ve kapıda ödeme seçenekleri hariç ürün eline geçmeden ödeme işlemini yapmak kısacası internet perakendecisi tarafından sunulan bilgi ve taahhütlere güvenmek zorunda kalmaktadır.

Bahsedilen bu durumlarda birtakım etik problemlerin yaşandığı da bilinmektedir. Etik problemler konusunda daha hassas olan, bu tür problemleri en aza indirgeyen ve ortaya çıkan problemleri de müşteri lehine hızla çözen perakendecilerin müşteri sadakati yaratma konusunda başarılı olacakları söylenebilir. Bu noktadan hareketle araştırmanın amacı, “tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmelerini tespit etmek” olarak belirlenmiştir. Bunun yanında tüketicilerin değerlendirmelerinin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek araştırmanın alt amacıdır.

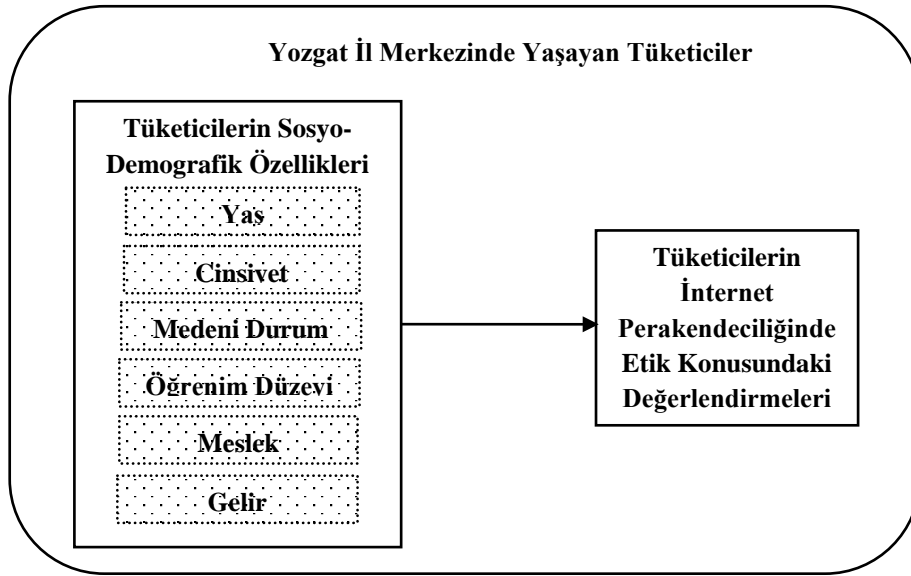
Araştırma kapsamında, Yozgat il merkezinde yaşayan tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmeleri araştırılmıştır. Araştırmanın alan olarak sınırı ise Yozgat il merkezidir. Araştırma, zaman ve maddi kısıtlar nedeniyle Yozgat il merkezinde yaşayan tüketiciler üzerinde yapılmıştır. Bu nedenle, araştırma sonuçlarını tüm tüketicilere ve tüm Türkiye'ye genelleştirmek mümkün değildir.

III. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Tanımlayıcı araştırma modelinin kullanıldığı bu çalışmanın araştırma modeli Şekil 1.'de gösterilmiştir.

Araştırma modeline göre, araştırma kapsamında yer alan tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmeleri ölçülmekte ve bu değerlendirmelerin sosyo-demografik özelliklerine (yaş, cinsiyet, medeni durum, öğrenim düzeyi, meslek ve gelir) göre farklılaşp farklılaşmadığı test edilmektedir.

Şekil 1. Araştırmanın Modeli



IV. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Tanımlayıcı nitelik taşıyan bu çalışmada, Yozgat il merkezinde yaşayan tüketiciler üzerinde anket yöntemi kullanılarak, birincil veriler toplanmıştır.

IV.I. Örneklemin Belirlenmesi

Araştırmada tesadüfi (ihtimalli) olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme uygulanmıştır. Araştırmanın ana kitlesini, Yozgat il merkezinde yaşayan tüketiciler oluşturmaktadır. TÜİK verilerine göre 2014 yılı için Yozgat il merkezi nüfusu 96831 kişidir. (www.nufusu.com). Yani araştırmanın ana kitle büyüklüğü N=96831'dir. Bu ana kitle büyüklüğüne göre, %95 güven

sınırında ve varyansın 0,21 (0,3x0,7) olduğu varsayımı altında örnek hacmi n=321 olarak tespit edilmiştir (Kurtuluş, 1998:236). Bazı anketlerin boş bırakılabileceği veya hatalı doldurulabileceği düşünülerek toplamda 350 adet anket formu dağıtılmıştır. Bunlardan 252 anket formu geri toplanabilmiştir. 8 adet anketin uygun olmadığına karar verilmiş ve böylece değerlendirmeye alınan anket formu sayısı 244 adet olmuştur.

IV.II. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu 2 kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda, daha önce Román (2007) tarafından geliştirilen CPEOR (Consumers' Perceptions Regarding the Ethics of Online Retailers) ölçeğinin ülkemiz şartlarına uyarlanması sonucu oluşturulan 13 ifadeden oluşan ölçek yer almaktadır. Ölçekte, tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmeleri, 5=Kesinlikle katılıyorum, 4=Katılıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 1=Kesinlikle katılmıyorum şeklinde derecelendirilmiş olan 5'li Likert Ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Anketin ikinci kısmında ise tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik sorular yer almaktadır.

Anket formu, 20 tüketici üzerinde ön teste tabi tutularak gerekli düzeltmeler yapılmış ve anket formuna nihai şekli verilmiştir. Konu ile ilgili kısa bir açıklama yapıldıktan sonra anketler tüketicilere dağıtılmış, tüketiciler anketleri doldurduktan sonra toplanmıştır.

IV.III. Araştırmada Test Edilen Hipotezler

Literatürde internet perakendeciliğinde etik konusunda yapılan çalışmalarda, tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki algılamaları ile müşteri memnuniyeti, güveni ve sadakati (Kurt, 2013; Kurt ve Hacıoğlu, 2008), algılanan müşteri değeri (Kurt ve Hacıoğlu, 2010), müşteri sadakati (Arjoon and Rambocas, 2011) ve internet deneyimi ve ağızdan ağıza iletişim (WOM) (Román ve Cuestas, 2008) arasındaki ilişki incelenmiştir.

Tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerinin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmeleri üzerindeki etkisi konusunda çalışmaya rastlanmamıştır. Halbuki sosyo-demografik özellikler, tüketicilerin değerlendirmelerini etkileyen potansiyel faktörler arasında önemli bir yere sahiptir. Bu çalışmada tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerinin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmeleri üzerindeki etkileri de araştırılmıştır. Bu noktadan hareketle hipotezler aşağıdaki şekilde geliştirilmiştir:

H₁: Tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmeleri *cinsiyetlerine* göre farklılaşmaktadır.

H₂: Tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmeleri *öğrenim durumlarına* göre farklılaşmaktadır.

H₃: Tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmeleri *mesleklerine* göre farklılaşmaktadır.

H₄: Tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmeleri *gelir durumlarına* göre farklılaşmaktadır.

H₅: Tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmeleri *yaşlarına* göre farklılaşmaktadır.

H₆: Tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmeleri *medeni durumlarına* göre farklılaşmaktadır.

V. VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

Araştırma sonucu elde edilen verilerin analizinde İstatistik Paket Programı kullanılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen verilere, araştırmanın amaçları doğrultusunda çeşitli istatistik analizler uygulanmıştır. Verilere uygulanan analizler ve bu analizlerde kullanılan değişkenler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Verilere Uygulanan Analizler

| Değişkenler | Amaçlar | Uygulanan Analizler |
|--|---|--------------------------------|
| İnternet perakendeciliğinde etikle ilgili ifadeler | İnternet perakendeciliğinde etikle ilgili ifadelerin aralarındaki tutarlılığı ve kullanılan ölçeğin güvenilirliğini tespit etmek | Güvenilirlik Analizi |
| İnternet perakendeciliğinde etikle ilgili ifadeler | Tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmelerini tespit etmek | Ortalamalar, Standart sapmalar |
| İnternet perakendeciliğinde etikle ilgili ifadeler | Tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmelerine yönelik boyutları tespit etmek | Faktör Analizi |
| Sosyo-demografik Özellikler (Bağımsız değişken), İnternet perakendeciliğinde etikle ilgili değerlendirmelere yönelik boyutlar (Bağımlı değişken) | İnternet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmelerin tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek | Tek Yönlü MANOVA |

V.I. Sosyo-Demografik Özellikler

Araştırma kapsamında yer alan tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri ile ilgili sonuçlar Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Tüketicilerin Sosyo-Demografik Özellikleri

| <u>Cinsiyet</u> | <u>Frekans</u> | <u>Yüzde</u> | <u>Medeni Durum</u> | <u>Frekans</u> | <u>Yüzde</u> |
|-----------------------|----------------|--------------|---------------------|----------------|--------------|
| Kadın | 121 | 49,8 | Evli | 105 | 43,2 |
| Erkek | 122 | 50,2 | Bekar | 138 | 56,8 |
| Toplam | 243 | 100,0 | Toplam | 243 | 100,0 |
| <u>Öğrenim Durumu</u> | <u>Frekans</u> | <u>Yüzde</u> | <u>Yaş</u> | <u>Frekans</u> | <u>Yüzde</u> |
| Ortaöğretim | 30 | 12,3 | 25 ve altı | 84 | 34,6 |
| Yükseköğretim | 42 | 17,3 | 26-30 arası | 69 | 28,4 |
| Lisans | 120 | 49,4 | 31-35 arası | 44 | 18,1 |
| Y.Lisans/Doktora | 51 | 21,0 | 36 ve üstü | 46 | 18,9 |
| Toplam | 243 | 100,0 | Toplam | 243 | 100,0 |
| <u>Gelir</u> | <u>Frekans</u> | <u>Yüzde</u> | <u>Meslek</u> | <u>Frekans</u> | <u>Yüzde</u> |
| 1500₺ ve altı | 59 | 25,7 | Memur | 149 | 62,1 |
| 1501₺-2500₺ | 104 | 45,2 | Öğrenci | 64 | 26,7 |
| 2501₺ ve üstü | 67 | 29,1 | Diğer* | 27 | 11,3 |
| Toplam | 230 | 100,0 | Toplam | 240 | 100,0 |

*İşçi, esnaf, işsiz, ev hanımı

Araştırma kapsamında yer alan tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde, %50,2'sinin erkek, %56,8'inin bekar olduğu görülmektedir. Yani cinsiyet ve medeni durum açısından dengeli bir dağılım söz konusudur denilebilir. Öğrenim durumu açısından bakıldığında üniversite düzeyinde öğrenim gören tüketicilerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Gelir açısından ise çoğunluğun 1501-2500 TL arasında gelire sahip olduğu görülmektedir. Yaş açısından bakıldığında ise genç tüketicilerin daha ağırlıkta olduğu görülmektedir. Son olarak meslek açısından bakıldığında ise memurların diğerlerine göre daha çoğunlukta olduğu görülmektedir.

V.II. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

İnternet perakendeciliğinde etikle ifadelerin aralarındaki tutarlılığı ve kullanılan ölçeğin güvenilirliğini tespit etmek amacıyla güvenilirlik analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda Cronbach Alfa değeri 0.810 olarak bulunmuştur. Bu sonuç, ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğunu göstermektedir.

V.III. Tüketicilerin İnternet Perakendeciliğinde Etik Konusundaki Değerlendirmeleri

Tablo 3'te tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmelerine yönelik ortalama ve standart sapmalar yer almaktadır. Bu sonuçlara göre;

Tüketiciler internet perakendecilerinin sitelerinde belirtilen fiyatlarla fatura fiyatları arasında fark bulunmadığı, ödeme yöntemlerinin güvenilir olduğu, internet perakendecilerinin alışveriş öncesinde alışverişle ilgili koşulları tüketiciye belirttikleri, sipariş edilen üründen farklı bir ürün gelmediği ve alışveriş için gerekli olanlar dışında kişisel bilgilerin istenmediği konularında internet perakendecilerinin yüksek derecede etik davranış sergiledikleri şeklinde değerlendirmeye sahip oldukları söylenebilir. Nitekim bu konularla ilgili ifadeleri katılma derecelerinin ortalamalarını 4'ün üzerinde olduğu görülmektedir.

Bunun yanında tüketicilerin internet perakendecilerinin ürünlerinin özellikleri abartmaları, ürün satabilmek için tecrübesiz müşterilerin bu zafiyetlerinden faydalanmaları ve müşterileri ihtiyaçları olmayan ürünleri satın almaya teşvik etmeleri konularında internet perakendecilerinin etik davranış sergilemeleri konusunda kararsızlık yaşadıkları söylenebilir.

Tablo 3. Tüketicilerin İnternet Perakendeciliğinde Etik Konusundaki Değerlendirmeleri

| | İfadeler | N | Ort. | Std. Sapma |
|----|---|----------|-------------|-------------------|
| 1 | Alışveriş yapmadan önce, online alışveriş koşullarını tüketiciye göstermektedir. | 243 | 4,17 | 0,877 |
| 2 | Güvenilir ödeme yöntemleri sunmaktadır. | 244 | 4,23 | 0,818 |
| 3 | Yeterli güvenlik özelliklerine sahiptir. | 244 | 3,95 | 0,894 |
| 4 | Kullanıcıların kişisel bilgilerinin hangi amaçla kullanılacağını net olarak açıklamaktadır. | 244 | 3,61 | 1,007 |
| 5 | Sadece alışverişin tamamlanması için gerekli olan kişisel bilgileri istemektedir. | 244 | 4,03 | 0,813 |
| 6 | *Sunduğu ürünlerin fayda ve özelliklerini abartmaktadır. | 244 | 3,09 | 1,149 |
| 7 | *Tecrübesiz müşterilere ürün satmak için onların tecrübesizliklerinden faydalanmaktadır. | 244 | 3,39 | 1,200 |
| 8 | *Müşterileri ihtiyaçları olmayan şeyleri satın almaya teşvik etmektedir. | 244 | 3,01 | 1,285 |
| 9 | Ürünlerin sitede gösterilen fiyatları ile gelen faturadaki fiyatları arasında fark yoktur. | 244 | 4,30 | 0,879 |
| 10 | Taahhüt ettiği şeyleri zamanında yerine getirir (Tedarik, teslim süresi vb.) | 244 | 3,82 | 1,062 |

| | | | | |
|--|--|-----|------|-------|
| 11 | Siteden sipariş ettiğiniz ürünü aynen teslim alırsınız (Siparişinizden farklı ürün gelmez) | 244 | 4,07 | 0,985 |
| 12 | Sitede gizlilik politikası hakkındaki bilgiler açık bir şekilde sunulmaktadır. | 244 | 3,77 | 0,904 |
| 13 | Sitenin güvenlik politikasının anlaşılması kolaydır. | 244 | 3,57 | 0,968 |
| 5=Kesinlikle katılıyorum, 4=Katılıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 1=Kesinlikle katılmıyorum | | | | |
| *Bu ifadeler olumsuz olduğu için, analiz öncesi değerler ters çevrilmiştir. | | | | |

V.IV. Faktör Analizi Sonuçları

Tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmelerine yönelik boyutları tespit etmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Düşük ortak varyansa sahip olan değişkenler analizden çıkarılarak faktör analizi tekrarlanmıştır. Faktör analizi sonucunda, KMO testi 0.829 çıkmıştır. Bartlett testi ise anlamlıdır (Sig.=0.000). Bu sonuçlar değişkenler arasında yüksek korelasyonlar olduğunu ve veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 4’te, 3 faktör altında toplanan ifadelerin faktör yükleri, faktörlerin özdeğerleri ve açıkladıkları varyans yüzdeleri verilmiştir.

Araştırmada kullanılan CPEOR ölçeğinin geliştirildiği çalışmada (Román, 2007) ve daha sonra Román ve Cuestas (2008) ve Kurt (2013) tarafından yapılan çalışmalarda “Güvenlik”, “Kişisel bilgilerin gizliliği”, “Aldatmama”, ve “Taahhüt/güvenilirlik” olarak isimlendirilen dört faktör tespit edilmiştir. Aynı ölçeğin kullanıldığı diğer bazı çalışmalarda da hemen hemen aynı isimlerde dört faktör tespit edilmiştir (Nardal ve Şahin, 2011; Kurt ve Hacıoğlu, 2008).

Bu çalışmada ise faktör analizi sonucunda, literatürde yer alan çalışmalarda ayrı faktörler olarak tespit edilen “güvenlik” ve “gizlilik” faktörleri “güvenlik ve kişisel verilerin gizliliği” olarak isimlendirilen tek bir faktör olarak ortaya çıkmış ve böylece “Güvenlik ve kişisel bilgilerin gizliliği”, “Aldatmama”, ve “Güvenilirlik” olarak isimlendirilen üç adet faktör tespit edilmiştir.

Tablo 4. Tüketicilerin İnternet Perakendeciliğinde Etik Konusundaki Değerlendirmelerine Yönelik Boyutları Tespit Etmek İçin Yapılan Faktör Analizi Sonuçları

| Faktörler ve Faktörleri Oluşturan İfadeler | Faktör Yükleri | Özdeğer | Varyans % |
|---|----------------|---------|---------------|
| Faktör 1: Güvenlik ve Kişisel Bilgilerin Gizliliği | | | |
| Kullanıcıların kişisel bilgilerinin hangi amaçla kullanılacağını net olarak açıklamaktadır. | ,832 | 3,492 | 35,839 |
| Alışveriş yapmadan önce, online alışveriş koşullarını tüketiciye göstermektedir. | ,824 | | |
| Yeterli güvenlik özelliklerine sahiptir. | ,701 | | |
| Güvenilir ödeme yöntemleri sunmaktadır. | ,700 | | |
| Sitede gizlilik politikası hakkındaki bilgiler açık bir şekilde sunulmaktadır. | ,602 | | |
| Sitenin güvenlik politikasının anlaşılması kolaydır. | ,532 | | |
| Faktör 2: Aldatmama | | | |
| Tecrübesiz müşterilere ürün satmak için onların tecrübesizliklerinden faydalanmaktadır. | ,869 | 1,824 | 16,584 |
| Sunduğu ürünlerin fayda ve özelliklerini abartmaktadır. | ,831 | | |
| Müşterileri ihtiyaçları olmayan şeyleri satın almaya teşvik etmektedir. | ,798 | | |
| Faktör 3: Güvenilirlik | | | |
| Ürünlerin sitede gösterilen fiyatları ile gelen faturadaki fiyatları arasında fark yoktur. | ,886 | 1,059 | 9,627 |
| Siteden sipariş ettiğiniz ürünü aynen teslim alırsınız (Siparişinizden farklı ürün gelmez) | ,657 | | |
| TOPLAM | | | 62,050 |

KMO: 0.806; Bartlett:878.294, Sig.: 0.000

Güvenlik ve kişisel bilgilerin gizliliği (Faktör 1): İlk sırada yer alan bu faktör, 6 ifadeden oluşmakta ve toplam varyansın %35,839'unu açıklamaktadır. Faktörü oluşturan ifadelerle bakıldığında, internet perakendeciliğinde en önemli etik sorunlardan ikisi olan site güvenliği ve tüketicilerin özel bilgilerinin başkaları tarafından görülmemesi için gerekli olan kişisel bilgilerin gizliliği ilgili ifadeler olduğu görülmektedir. Bu nedenle bu faktör “güvenlik ve kişisel bilgilerin gizliliği” şeklinde isimlendirilmiştir.

Aldatmama (Faktör 2): Bu faktör, 3 ifadeden oluşmakta ve toplam varyansın %16,584'ünü açıklamaktadır. İkinci sırada yer alan bu faktörü oluşturan ifadeler incelendiğinde, bunların tüketicileri aldatmaya yönelik etik dışı uygulamalarla ilgili olduğu görülmektedir. Bu nedenle bu faktör “aldatmama” olarak isimlendirilmiştir.

Güvenilirlik (Faktör 3): 2 ifadeden oluşan bu faktör toplam varyansın %9,627'sini açıklamaktadır. Bu faktörü oluşturan ifadeler incelendiğinde ise, ifadelerin internet perakendecisinin tüketicilere sunduğu fiyat ve ürün konusundaki güvenilirlikle ilgili olduğu görülmektedir. Bu nedenle bu faktör “güvenilirlik” olarak isimlendirilmiştir.

V.V. Tüketicilerin Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre İnternet Perakendeciliğinde Etik Konusundaki Değerlendirme Farklılıkları

Faktörler itibarıyla tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmelerinin sosyo-demografik özelliklerine (cinsiyet, öğrenim durumu, meslek, gelir durumu, yaş ve medeni durum) göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla Tek Yönlü MANOVA analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda, cinsiyet, gelir durumu ve mesleklere göre tüketicilerin değerlendirmelerinin farklılaştığı; öğrenim durumu (Hotelling's T= 1.050, p=0.399), yaş (Hotelling's T= 1.614, p=0.107) ve medeni duruma (Hotelling's T= 1.201, p=0.310) göre ise farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Buna göre, araştırma hipotezlerinden 1, 3 ve 4 numaralı hipotezler kabul edilmiş, diğerleri reddedilmiştir. Kabul edilen hipotezlerle ilgili ayrıntılı sonuçlar aşağıda açıklanmıştır.

Tablo 5. Cinsiyete Göre Tüketicilerin İnternet Perakendeciliğinde Etik Konusundaki Değerlendirmelerinin Farklılaşıp Farklılaşmadığını Ölçen Tek Yönlü MANOVA Analizi Sonuçları

| Faktörler | Cinsiyete Göre Ortalamalar | | F | Anlamlılık |
|--|----------------------------|-------|--------|------------|
| | Kadın | Erkek | | |
| Güvenlik ve kişisel bilgilerin gizliliği | 3,96 | 3,80 | 3,200 | 0,075 |
| Aldatmama | 3,39 | 2,93 | 12,565 | 0,000 |
| Güvenilirlik | 4,26 | 4,11 | 2,308 | 0,130 |

Hotelling's T= 4.514, p=0.004

Tek yönlü MANOVA analizi sonuçlarına göre; faktörler itibarıyla cinsiyete göre tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmelerinin 0.004 anlamlılık düzeyinde (Hotelling's T= 4.514, p=0.004) farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Faktörler bazında bakıldığında, 0.000 anlamlılık düzeyinde, “Aldatmama” ve 0.075 anlamlılık düzeyinde “Güvenlik ve kişisel bilgilerin gizliliği” faktörlerinde tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmelerinin farklılaştığı görülmektedir.

Ortalamalara bakıldığında; her iki faktör açısından da kadınların ortalamalarının erkeklerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Buna göre, internet perakendeciliği konusunda kadınların etiksel değerlendirmelerinin erkeklere göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 6. Gelir Durumuna Göre Tüketicilerin İnternet Perakendeciliğinde Etik Konusundaki Değerlendirmelerinin Farklılaşp Farklılaşmadığını Ölçen Tek Yönlü MANOVA Analizi Sonuçları

| Faktörler | Gelir Durumuna Göre Ortalamalar | | | F | Anlamlılık |
|--|---------------------------------|---------------------|---------------|-------|------------|
| | 1500₺ ve altı | 1501₺ - 2500₺ arası | 2500₺ ve üstü | | |
| Güvenlik ve kişisel bilgilerin gizliliği | 4,13 | 3,72 | 3,96 | 7,540 | 0,001 |
| Aldatmama | 3,31 | 3,02 | 3,14 | 1,601 | 0,204 |
| Güvenilirlik | 4,25 | 4,11 | 4,33 | 2,012 | 0,136 |

Hotelling's T= 2.926, p=0.008

Tek yönlü MANOVA analizi sonuçlarına göre; faktörler itibarıyla gelir durumlarına göre tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmelerinin 0.008 anlamlılık düzeyinde (Hotelling's T= 2.926, p=0.008) farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Faktörler bazında bakıldığında, 0.001 anlamlılık düzeyinde, "Güvenlik ve kişisel bilgilerin gizliliği" faktöründe tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmelerinin farklılaştığı görülmektedir.

Ortalamalara bakıldığında; orta gelir grubunda (1501₺ - 2500₺ arası) yer alan tüketicilerin etiksel değerlendirmelerinin diğerlerine göre daha düşük olduğu görülmektedir.

Anlamli farklılık tespit edilen güvenlik ve kişisel bilgilerin gizliliği faktöründe farkın kaynağını tespit etmek amacıyla çoklu karşılaştırmalar testi (Tukey testi) yapılmıştır. Buna göre farklılığın düşük gelir grubunda (1501₺ ve altı) yer alan tüketicilerle orta gelir grubunda (1501₺ - 2500₺ arası) yer alan tüketiciler (Tukey testi anlamlılık değeri:0.001) ve orta gelir grubunda (1501₺ - 2500₺ arası) yer alan tüketicilerle yüksek gelir grubunda (2501₺ ve üstü) yer alan tüketiciler (Tukey testi anlamlılık değeri:0.085) arasındaki değerlendirme farklılığından kaynaklandığı tespit edilmiştir.

Tablo 7. Mesleklerine Göre Tüketicilerin İnternet Perakendeciliğinde Etik Konusundaki Değerlendirmelerinin Farklılaşp Farklılaşmadığını Ölçen Tek Yönlü MANOVA Analizi Sonuçları

| Faktörler | Mesleklere Göre Ortalamalar | | | F | Anlamlılık |
|--|-----------------------------|---------|---------------------------------------|-------|------------|
| | Memur | Öğrenci | Diğer (İşçi, esnaf, işsiz, ev hanımı) | | |
| Güvenlik ve kişisel bilgilerin gizliliği | 3,85 | 4,05 | 3,73 | 3,029 | 0,050 |
| Aldatmama | 3,06 | 3,45 | 2,83 | 4,854 | 0,009 |
| Güvenilirlik | 4,21 | 4,19 | 4,13 | 0,142 | 0,868 |

Hotelling's T= 2.376, p=0.028

Tek yönlü MANOVA analizi sonuçlarına göre; faktörler itibarıyla mesleklerine göre tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmelerinin 0.028 anlamlılık düzeyinde (Hotelling's T= 2.376, p=0.028) farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Faktörler bazında bakıldığında, 0.009 anlamlılık düzeyinde, "Aldatmama" ve 0.050 anlamlılık düzeyinde de "Güvenlik ve kişisel bilgilerin gizliliği" faktöründe tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmelerinin farklılaştığı görülmektedir.

Ortalamalara bakıldığında; her iki faktör açısından da öğrencilerin etiksel değerlendirmelerinin diğerlerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Anlamlı farklılık tespit edilen faktörlerde farkın kaynağını tespit etmek amacıyla çoklu karşılaştırmalar testi (Tukey testi) yapılmıştır. Buna göre "Aldatmama" faktöründe farklılığın öğrencilerle memurlar (Tukey testi anlamlılık değeri:0.028) ve yine öğrencilerle diğer (işçi, esnaf, işsiz, ev hanımı) meslek gruplarında yer alan tüketiciler (Tukey testi anlamlılık değeri:0.019) arasındaki değerlendirme farklılığından kaynaklandığı ortaya çıkmıştır. "Güvenlik ve kişisel bilgilerin gizliliği" faktöründe ise farklılığın öğrencilerle diğer (işçi, esnaf, işsiz, ev hanımı) meslek gruplarında yer alan tüketiciler (Tukey testi anlamlılık değeri:0.088) ve yine öğrencilerle memurlar (Tukey testi anlamlılık değeri:0.0097) arasındaki değerlendirme farklılığından kaynaklandığı tespit edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İşletmelerin vitrini, müşteriye en yakın noktası olan pazarlama sosyal, kültürel, teknolojik, ekonomik, siyasal çevrede yaşanan her türlü gelişim ve değişimden de en çabuk etkilenen ve yeni durumlara en çabuk uyum sağlaması gereken işletme fonksiyonudur. Çünkü bir işletmenin sahip olduğu tüm fonksiyonlar ele alındığında, varlık sebebi ve birinci derece amacı olan ana faaliyet gelirini sağlayan tek fonksiyonu pazarlama fonksiyonudur. Konu bu ekseninde ele alındığında, pazarlamada yaşanacak operasyonel ve teknik aksaklıklar ya da çevreye uyum sağlanamamasından kaynaklanacak sorunlar tüm işletme üzerindeki etkisini azami düzeyde gösterecektir.

Pazarlamada ürünün nihai tüketiciye ulaşması için en fazla tercih edilen ve en etkili yöntem perakendeciliktir. Perakendeciliği klasik anlamda ele aldığımızda üreticiler açısından ürünün daha geniş pazarlara hitap etmesi, araçlar açısından zaman, yer, mülkiyet faydası yaratarak katma değer sağlamak, tüketiciler açısından da ürünü görme, satışı ile doğrudan iletişime geçebilme gibi çeşitli avantajlarından söz etmek mümkündür.

Son yirmi yılda takibi zor bir hızla tüm dünyadaki herkes üzerinde inkâr edilemeyecek şekilde etkisini en fazla gösteren çevresel faktör olan teknoloji, insanları bilgi edinme alışkanlıklarından günlük zaman yönetimine, tüketim ve alışveriş davranışları ve yaşama biçimlerine kadar etkilemeyi ve yönlendirmeyi başarmıştır.

Pazarlama dağıtım alt karmasında yer alan perakendecilik de bu gelişmelerin uzağında kalmamış ve mekânlardan dijital ortama taşınmıştır. Burada bahsedilen aslında fiziki bir taşınmadır. İşletmeler fiziki ortamdaki mağazalarını internet ortamına taşıyarak daha geniş pazarlara dijital yollarla açılmayı hedeflemiştir. Bu yeni pazarlama biçimi klasik perakendeciliğin hem müşterilere hem de satıcılara sağladığı bir takım avantajları sarsmıştır. Alıcı ile satıcının birbirinden uzaklaşması, ürünün somut olarak müşterinin önüne konulamaması özellikle güven ve etik değerlerin uygulanması noktasında şüphelere yol açmıştır. İnternet perakendeciliğinin sanal işlemleri etik sorunlarla karşılaştırılması açısından geniş bir potansiyele sahiptir.

Bu çalışmada da Yozgat il merkezinde yaşayan tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusundaki değerlendirmeleri ölçülmüş ve bu değerlendirmelerin sosyo-demografik özelliklerine göre (yaş, cinsiyet, medeni durum, öğrenim düzeyi, meslek ve gelir) göre farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmiştir.

Yapılan istatistik analizlerin ardından tüketicilerin internet perakendeciliği ile ilgili fiyat, sunulan ürünün güvenilirliği, ödeme ve satış koşullarının kendisine sunulması konusunda internet perakendecilerinin yüksek derecede etik davrandığı değerlendirilmesinde buldukları görülmektedir. Buna karşın kişisel güvenlik, kişisel bilgilerin güvenliği, ürünün anlatımı, tecrübesiz tüketicilerin yanlış yönlendirilmesi, müşterilerin bilinçsiz alışverişe teşvik edilmesi, tedarik, teslim gibi konularda taahhüdünü yerine getirmesi, gizlilik ve güvenlik konularında internet perakendecilerinin etik davrandığı konularında ise kararsızlık yaşamıştır.

Yapılan faktör analizi sonucunda, literatürde yer alan çalışmalarda ayrı faktörler olarak tespit edilen “güvenlik” ve “gizlilik” faktörleri “güvenlik ve kişisel verilerin gizliliği” olarak isimlendirilen tek bir faktör olarak ortaya çıkmış ve böylece “Güvenlik ve kişisel bilgilerin gizliliği”, “Aldatmama”, ve “Güvenilirlik” olarak isimlendirilen üç adet faktör tespit edilmiştir.

Faktörler itibarıyla tüketicilerin değerlendirmelerinin sosyo-demografik özelliklere göre farklılaşmış farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla Tek Yönlü MANOVA analizi yapılmıştır. Tüketicilerin internet perakendeciliğinde etik konusunda yaptıkları değerlendirmeler cinsiyetlere göre ele alındığında, güvenlik ve kişisel bilgilerin gizliliği ile aldatmama boyutlarında değerlendirme farklılığı olduğu, kadınların erkeklere göre her iki boyutta da internet perakendecilerinin daha etik davrandığını düşündüğü gözlemlenmektedir. Gelir durumuna göre bakıldığında sadece güvenlik ve kişisel bilgilerin gizliliği boyutunda istatistiki olarak anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmektedir. Burada en yüksek gelir düzeyine sahip olan grubun internet perakendecilerine bu konuda en az güvenen grup olduğu gözlemlenmektedir. Tüketiciler meslek gruplarına göre ele alındığında ise, güvenlik ve kişisel bilgilerin gizliliği ve aldatmama boyutlarında değerlendirme farklılığı olduğu görülmekte, internet perakendecilerinin etik davrandığına en fazla inanan grubun ise öğrenciler olduğu gözlemlenmektedir.

Çalışmadan çıkarılacak bir başka sonuç ise, yapılan faktör analizinde güvenlik ve kişisel bilgilerin gizliliği boyutunun toplam varyansın %35.39’unu oluşturması, tüketicilerin internet perakendeciliğinde en fazla kişisel bilgilerinin güvenliğinden şüpheye düştüğünü göstermesidir. Bu açıdan tüketicilerin klasik perakendeciliğin kendilerine sağladığı avantajları internet perakendeciliğinin de sağladığını düşündüğü, etik uygulamalarla ilgili asıl şüphelerinin ise, yapılan sanal işlemlerde istenen kişisel, mali ve finansal bilgilerinin güvenle saklanması ve uygulanan sanal yöntemlerde yeterli güvenlik önlemlerinin alınması hususunda olduğu görülmektedir.

Araştırma alan olarak Yozgat il merkezi ile sınırlıdır ve buradaki tüketicilerin değerlendirmelerini sunmaktadır. Konu hakkında farklı bölgelerde yapılacak araştırmalar, bütünü anlamak açısından faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Arjoon s., and Rambocas M., (2011). Ethics and Customer Loyalty: Some Insights into Online Retailing Sevices, *International Journal of Business and Social Science*, 2 (14), 135-142.
- Bennett-Alexander D.D., .A., Harrison L. F. and Hass M.E, (1996) *The Legal, Ethical and Regulatory Environment of Business*, Cincinnati: South-Western College Publishing.
- Cevizci A., (2002), *Etîge Giriş*, İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Dubovyk, T., (2014). Ethics Of Online Marketing Communications of Trade Business, *Economics and Management of Enterprises*, 21, 94-97.
- Gauzenthe, C., Ranchhod, A., (2002). Ethical Marketing for Competitive Advantage on the Internet, *Academy of Marketing Science Review*, 2001(10), 1-7.
- Harris,L., Spence, L., J., (2002). The Ethics of E-Banking, *Journal of Electronic Commerce Research*, 3(2), 59-66.

<http://www.nufusu.com/il/yozeat-nufusu>, Erişim Tarihi: 30.12.2015.

<http://www.ortakalan.com.tr/haberler/yarinin-dunyasinda-perakende-19093#1>,
Tarihi:18.01.2016.

Erişim

Kurt G., Hacıoğlu G. (2010). Ethics as a Customer Perceived, Value Driver in The Context of Online Retailing, *African Journal of Business Management*, 4(5), 673-677.

Kurt, G., (2013). The Impact of E-Retailers' Ethics on Customer Loyalty: Perceived Trust and Perceived Satisfaction as Mediators, *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi İUYD*, 4(2), 50-68.

Kurt, G., Hacıoğlu, G., (2008), *Sanal Perakendecilik Etiğinin Tüketici Davranışlarına Etkisi*, 13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Nevşehir, 25-29 Ekim.

Kurtuluş K. (1998), *Pazarlama Araştırmaları*, İstanbul: İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayını.

Murphy, P., E., (2009). *Marketing Ethics at the Millennium: Review, Reflections and Recommendations*, International Marketing Trends Conference, Venice, 21-23 January.

Nardal S., ve şahin A., (2011). Ethical Issues in E-Commerce on the Basis of Online Retailing, *Journal of Social Sciences*, 7 (2), 190-198.

Oyman, M., (1999), *Pazarlamada Etiksel Karar Alma*, 4. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiriler Kitabı, Mustafa Kemal Üniversitesi, İ.İ.B.F., Hatay, 18-20 Kasım.

Román, S., (2007). The Ethics of Online Retailing: A Scale Development and Validation from the Consumers' Perspective, *Journal of Business Ethics*, 72, 131-148. DOI:1001007/s10551-006-9161-y.

Román, S., and Cuestas P.J., (2008). The Perceptions of Consumers Regarding Online Retailers' Ethics and Their Relationship with Consumers' General Internet Expertise and Word of Mouth: A Preliminary Analysis, *Journal of Business Ethics*, 83, 641-656, DOI:10.1007/s10551-007-9645-4.

Varinli, İ., ve Öz M., (2006). Elektronik Ticarete Etiksel Açıdan Bakış, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3 (2), 69-84.

İŞ YÜKÜ ALGISI VE KARIYER BAĞLILIĞININ ÖRGÜTSEL BAĞLILIK ÜZERİNE ETKİSİ: BEŞ YILDIZLI OTEL ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

İbrahim İNAN¹

Özet

Küreselleşen dünyada artan rekabet, işletmelerde en önemli üretim faktörlerinden birinin bilgi olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır. Günümüzde bilgi-temelli ekonomiye olan yönelim, iş yaşamında insan odaklı bir anlayışın oluşumunu da beraberinde getirmiştir. Bu süreçle; iş yükü, çalışan motivasyonu, örgütsel bağlılık ve kariyer bağlılığı öne çıkmaktadır.

Çalışmada iş görenlerin iş yükü algısı ve kariyer bağlılığı ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Adana ilindeki beş yıldızlı otellerde 100 çalışana anket uygulaması gerçekleştirilmiş ve sonuçlar uygun istatistiksel paket program ile analiz edilmiştir.

Çalışmanın bulgularına göre; örgütsel bağlılığın, kariyer bağlılığı ile istatistiksel açıdan pozitif ilişki içinde olduğu gözlemlenirken, iş yükü algısı ile arasında herhangi bir anlamlı ilişki tespit edilememiştir.

Anahtar Kelimeler: İş Yükü Algısı, Örgütsel Bağlılık, Kariyer Algısı.

Jel Sınıflandırılması: M12

THE PERCEPTION OF WAGE EARNER'S WORK LOAD AND THE REATIONSHIP BETWEEN CARRIER COMMITMENT AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT: THE INVESTIGATION ON THE WORKERS OF FIVE STAR HOTELS

Abstract

In the globalized Word, the conditions of increasing competition have caused that one the most important producing factor at the businesses to emerge as knowledge. In our day the tendency to knowledge based economy, was brought with the formation of an understanding which focuses on human at the business life with the process developing at the business life the subject such as, work load, the motivation of employee, organizational commitment and career commitment have been cared about.

The aim of the study is to investigate the perception of wage earners' work load and the relationship between career commitment and organizational commitment. Accordingly with the one hundred people accepting to attend the questionnaire at working at the six, five star hotels in the province of Adana, the practice of questionnaire has been realized and the results have been analyzed with the adequate statistical package program.

As a results of the study, while that the organizational commitment and the career commitment is in a positive relationship in terms of statistics, has been viewed, any significant relationship hasn't been viewed with the perception of workload in terms of statistics.

Key Words: The Perception of Work Load, Organizational Commitment, The Perception of Career.

Jel Classification: M12

¹ Yrd. Doç. Dr. Çağ Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, ibrahiminan@cag.edu.tr

GİRİŞ

Bilim ve teknolojiye yaşanan hızlı ilerlemeler, gerek bireysel gerekse örgütsel açıdan her alanda birçok değişim yaratmıştır. Geçtiğimiz yüzyılın sonlarında örgütlerde yaşanan büyük değişimlerin başında insan kaynakları yönetimi gelmektedir. İş dünyasında rekabet koşullarının artmasıyla birlikte örgütün devamlılığını sağlayabilmesi için değişimi yönetme ve öncelikli kaynaklarından biri olan insana yönelik uygulamalar, dikkate alınması gereken en önemli konular olarak ele alınmaya başlanmıştır (Balta, 2007: 1). Bununla birlikte, örgüt yapılarında oluşan değişiklikler ve iş tanımlarında meydana gelen farklılıklar özellikle kariyer konusunu da ön plana çıkarmıştır. Bir başka ifadeyle insanın sosyal bir varlık olmasının kabulüyle birlikte, sadece görev tanımlarının yapılması; çalışanları işe bağlama ve onlardan yüksek verim alma konusunda yeterli olmamaktadır. Bu açıdan örgütlerin, çalışanların sosyal ihtiyaçlarının farkında olması, onları örgütsel boyutta desteklemesi, yaptıkları katkıların önemsediğini ve örgütün çalışanlarına bağlı olduğunun hissettirmesi iş gören verimi açısından önemli bulunmaktadır.

Örgütlerde gerçekleşen değişim çerçevesinde iş görenler için bireyselliğin önemi giderek artmış ve yaşam standartlarının yükseltilmesi düşüncesi ile örgüt içerisinde yükselme, daha iyi bir statüde iş bulabilme veya meslek değiştirme gibi imkanlar önem kazanmıştır (Kılıç - Öztürk, 2009: 57). Gerek örgütsel gerekse bireysel açıdan meydana gelen bu değişiklikler doğrultusunda kariyer yönetimi de özellikle son yıllarda üzerinde önemle durulan kavramlardan biri haline gelmiştir.

Kariyer yönetimi, insan kaynakları yöneticileri tarafından işgücü ihtiyaçlarının tatmin edilmesi ve iş görenlerin kariyer hedeflerini başarmalarını sağlayan bir süreç, olarak ele alınmaktadır. Kariyer yönetiminin etkili bir şekilde uygulandığı örgütlerde iş görenlerin, belirli periyotlarda nereye ve hangi statüye geleceklerini bilmesi veya tahmin etmesi mümkündür (Kılıç - Öztürk, 2010: 982).

Kariyer yönetimi, kariyer planlama ve kariyer geliştirme kavramlarının örgütler açısından önemli olmasının temel nedenleri; örgütsel ve bireysel amaçlar arasındaki uyumun sağlanması, takım çalışması, istihdam anlaşmalarının değişmesi ve öğrenen örgütlere doğru eğilimin artması, iş gören devir hızının düşük olması ve iş gören verimliliğinin artırılması gibi konularda belirleyici unsur olmalarıdır (Eryiğit, 2000: 1). Kariyere ilişkin bu kavramların özellikle iş gören tatmini ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi örgütler açısından oldukça önemlidir.

Kariyer bağlılığı, bireyin seçtiği meslekte devam etmesini sağlayan moral ve motivasyonu şeklinde tanımlanmaktadır (Riveros - Shir vd. 2011: 327). Başka bir deyişle kariyer bağlılığı bireyin çalışma ortamında üstlendiği görev ve sorumluluklarına karşı takındığı bir tavır olarak ifade edilebilir. Bir örgütte yaşama katılmak, bireysel kariyerin başlangıç aşamasını oluşturmaktadır. Bu açıdan kariyerin, bireyin tüm çalışma yaşamını kapsadığı ifade edilebilir (Aksoy, 2014: 2).

Kariyer bağlılığı ile etkileşim içinde olan diğer bir öge ise örgütsel bağlılıktır. Örgütsel bağlılık; bireyin örgütün amaçları ve değerlerine inanması, kabullenmesi ve kendini görev aldığı örgütün bir parçası hissetmesi şeklinde ifade edilebilir (Kılıç - Öztürk, 2010: 985). Bireylerin örgütlerine olan bağlılık duyguları ile kariyerlerine olan bağlılıklarının iş tatmin düzeylerini doğrudan etkilediği söylenebilir. Örgütsel bağlılık ile ilgili yapılan çalışmalardan Chen'in 2007 yılında yaptığı çalışmada hizmet oryantasyonu ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu gözlenmiştir (Çolakoğlu - Ayyıldız vd. 2009: 79). Yapılan bir diğer çalışmaya göre ise bireylerin yaş, eğitim ve gelir düzeyleri açısından örgütsel bağlılık ile iş doyumları arasında anlamlı farklılıklar gözlenmiştir (Çolakoğlu ve ark., 2009). Yağcı'nın yaptığı çalışma incelendiğinde çalışanların örgüte olan bağlılıklarının genel olarak davranışsal olduğu gözlemlenmiştir (Yağcı, 2007: 119). İş doyum düzeyinin, motivasyon, katılımcılık ve örgütte kalmaya devam etme isteğine pozitif yönde etki ettiği belirlenmiştir. İş değiştirme ve devamsızlık ile örgüte olan bağlılık arasında negatif yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Gül'ün aktarımına göre ise Becker'in 1990 yılında yaptığı çalışma da bireylerin, örgüte karşı duygusal olarak bir bağlılık hissetmedikleri, buna karşın örgütte çalışmaya devam ettikleri saptanmıştır.

İş gören verimliliği ve iş devir oranının azaltılmasında örgütler için önemli olan; iş görenlerin iş yükü algılarının ve kariyer bağlılığının örgütsel bağlılığa etkisini araştıran bir çalışmanın bulunmaması çalışmanın çıkış noktasını oluşturmuştur.

Günümüzde iş görenlerin büyük bir bölümünü oluşturan ve Y kuşağı olarak adlandırılan; örgütsel bağlılığı az, özgürlüğüne ve kariyer hedeflerine bağlı bir nesil ile çalışmak durumunda kalan işverenler örgüt içerisinde yüksek oranda iş gören devir hızı ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Özellikle "insan" faktörünün önemli ölçüde ayırt edici bir rol üstlendiği hizmet sektöründe bu durum daha çok üzerinde durulması ve çözüm geliştirilmesi gereken bir konu olmuştur. Lai (2012)'ye göre Y kuşağı iş görenlerin X kuşağına kıyasla iş yükü algıları arttığında örgütsel bağlılıkları azalmaktadır. (Chang – Hsu, 2012) Bu gelişmelerden yola çıkarak çalışmanın amacı; iş görenlerin iş yükü algısı ve kariyer bağlılığı ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi araştırmaktır.

Yüksek sayıda çalışana istihdam olanağı sağlayan, hizmet sektöründe önemli bir yer tutan oteller çalışma alanını oluşturmaktadır. Son yıllarda Adana ilinde açılan 5 yıldızlı otel sayısındaki artış ve oteller arasında yaşanan yüksek transfer sayısının fazlalığı ise çalışma alanı açısından belirleyici bir unsur olmuştur.

Çalışmada iş yaşamında iş gören verimi açısından önemli unsurlardan; örgütsel bağlılık, kariyer bağlılığı ve iş yükü algısı incelenmiştir. Bu doğrultuda çalışmada; beş yıldızlı otel çalışanlarının iş yükü algılarının örgütsel bağlılık ve kariyer bağlılığına olan etkilerinin araştırılması amaçlanmıştır.

I. KURAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmada ilk olarak iş yükü algısı, örgütsel bağlılık ve kariyer bağlılığı kuramsal düzeyde incelenmiş daha sonra elde edilen anket verileri ile iş yükü algısının örgütsel bağlılık ve kariyer bağlılığı ile ilişkisi analiz edilmiştir.

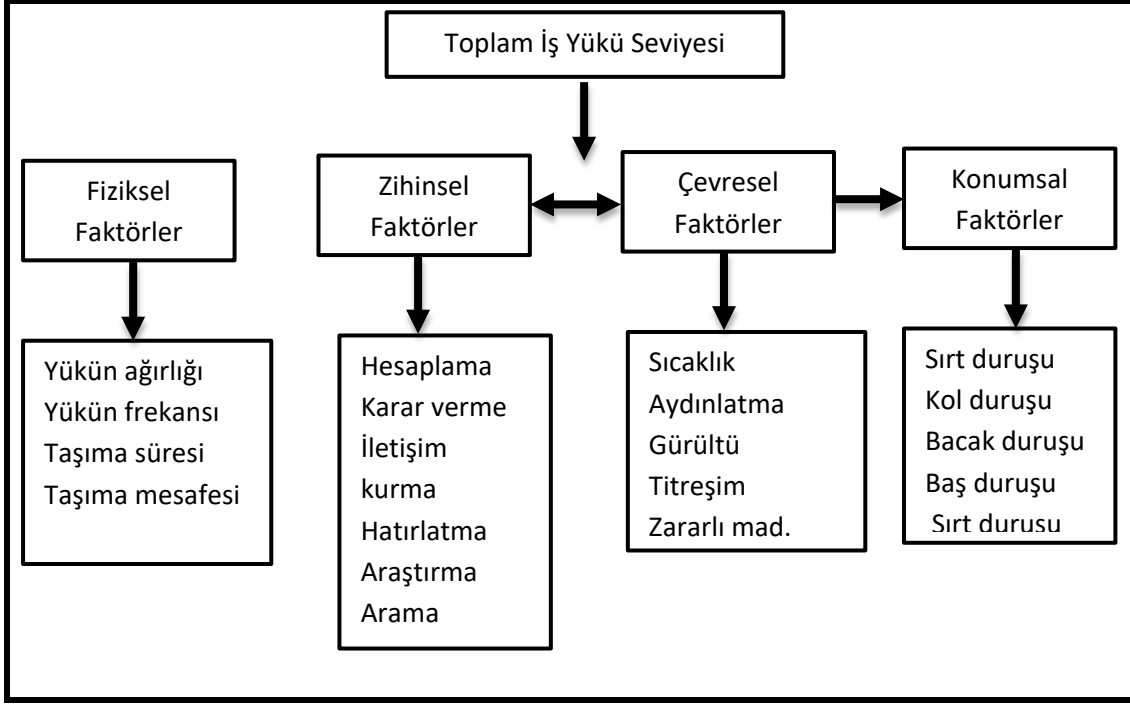
I.I. İş Yükü Algısı

Örgütler çalışma ortamlarında, çalışanların performansını, sağlığını ve mutluluğunu olumsuz yönde etkileyebilecek birçok faktör ile karşı karşıya kalmaktadırlar. İşverenler tarafından örgüt içerisinde iş görenleri ayırt etmeden her bireye gerekli iş tanımlarına göre görevler verilmesi gerekmektedir. Bu açıdan iş görenleri fazla zorlanmaya maruz bırakmadan çalışana olumsuz yönde etkileyen iş özelliklerinin tespit edilmesi ve en aza indirilerek kontrol altına alınması gerekmektedir. İş yükü kavramı, bireyin işyerinde kendisine yüklenen işin normalin üzerinde olduğuna yönelik algısıdır (Öğrüş Ildız, 2009: 33). Bir başka tanıma göre, zaman ve kişi başına düşen işin bireyi baskı altında tutması şeklinde tanımlanmıştır (Kulaklıkaya, 2013: 42). Yapılan bir çalışmada iş yükü "belirli bir zamanda, belirli kalitede yapılması gereken iş miktarı" şeklinde tanımlanmıştır (Ardıç - Polatçı, 2009: 26). Kulaklıkaya (2013)'e göre ise iş yükü bireylerin zihninde kişinin kaldırabileceğinden fazla iş anlamına gelen, "aşırı iş yükü" olarak tanımlanmaktadır. (Kulaklıkaya, 2013: 47). Bu açıdan iş yükünün, işin özelliği ve içinde çalışılan ortamın şartları ile doğrudan ilgili olduğu söylenebilir. Eroğlu (2011: 105)'nin aktarımına göre Weiner (1982) iş yükünü; genel olarak çalışanın performansına ve tepkilerine etki eden çeşitli baskılar olarak ifade etmiştir. Başka bir ifadeyle iş yükü, örgüt içerisinde bireye yüklenen işin normalden daha fazla olma durumu şeklinde tanımlanabilir.

İş yükü örgüt açısından verimliliği, bireysel açıdan ise işi yapmak için harcanan zaman ve enerjiyi ifade etmektedir (Ardıç - Polatçı, 2009: 26). Bu açıdan iş yükümlülüğü için, çalışanın işteki enerjisinin ve özverisinin sağlanmasında etkin bir yapıda olduğu söylenebilir (Süner, 2014: 1). Başka bir ifadeyle iş yükü algısı çalışanların buldukları örgütün amaçlarını benimseyip, örgütün çıkarları doğrultusunda istekli bir şekilde hareket etmesi şeklinde tanımlanabilir.

İş yükü kavramı literatürde niceliksel ve niteliksel olarak iki farklı şekilde tanımlanmaktadır (Kulaklıkaya, 2013: 47). Bu tanımlara göre niceliksel iş yükü; belirli bir zaman dilimi içerisinde birçok iş bitirme gerekliliğinde ortaya çıkmaktadır. Birey işi yapabilecek yetenek ve beceriye sahip olmasına karşın, belirli bir zaman diliminde yapma kısıtlılığı bireyin çalışma ortamında stres faktörünü arttırabilir. Niteliksel olarak tanımlanan iş yükünde ise zaman baskısı olmamasına karşın yapılacak işin bilgi ve beceri gerektiren bir durum olmasından dolayı çalışanın yaşayacağı stres faktörünü arttırabilir.

Şekil 1. Toplam İş Yükü Seviyesinin Belirlenmesine Yönelik Araştırma Modeli



Kaynak: Dağdeviren ve ark., 2005 :521

Şekil 1’de Toplam iş yükü seviyesinin belirlenmesine yönelik bir model gösterilmektedir. Bu modele göre iş yükü;

- Fiziksel iş yükü; bireye örgüt içerisinde fiziksel gücünü kullanmak zorunda olduğu kaldığı işler,
- Zihinsel iş yükü; hesaplama, karar verme, iletişim kurma, hatırlama, araştırma, arama gibi zihinsel ve algısal aktivitelerin oluşturduğu iş yükü,
- Çevresel iş yükü; çalışma ortamından kaynaklanan iş yükleri,
- Konumsal iş yükü; bireyin örgüt içerisinde aldığı görevleri yaparken yaşadığı bedensel sıkıntılara maruz kaldığı iş yükleri; şeklinde ifade edilebilir.

Örgüt içerisinde bireye yüklenen iş yükünün birey açısından tepkilerinin incelendiği araştırmalara bakıldığında; genel olarak çalışanların iş yükü algıları ile iş doyum düzeyleri arasında negatif ancak anlamlı bir ilişkinin olduğu gözlenmiştir. Bir örgütte iş yükünün gereğinden az ya da çok olmasının bireyin ruhsal sağlığını olumsuz yönde etkilediği ve iş doyum düzeyinin düşmesine neden olduğu söylenebilir. Kulaklıkaya (2013: 49)’nın çalışmasında iş yükü açısından uyum sağlanan bir örgütte; bireyler işlerini severek yaptıkları, kariyer planları geliştirdiklerini, uyguladıkları takdirde, mesleki açıdan kendilerine sunulan iş yükünden memnun olabilecekleri gözlenmiştir. Gökkaya (2012: 3)’nin aktarımına göre ise iş yükü kavramı bireyin iş ortamında

kaldıramayacağı görev ve sorumlulukların oluşmasından dolayı bireyin iş doyumsuzluğuna neden olmaktadır. Örgüt içerisinde iş görenlerin tutum ve davranışları ile ilgili diğer önemli bir olgu ise örgütsel bağlılıktır.

II. ÖRGÜTSEL BAĞLILIK

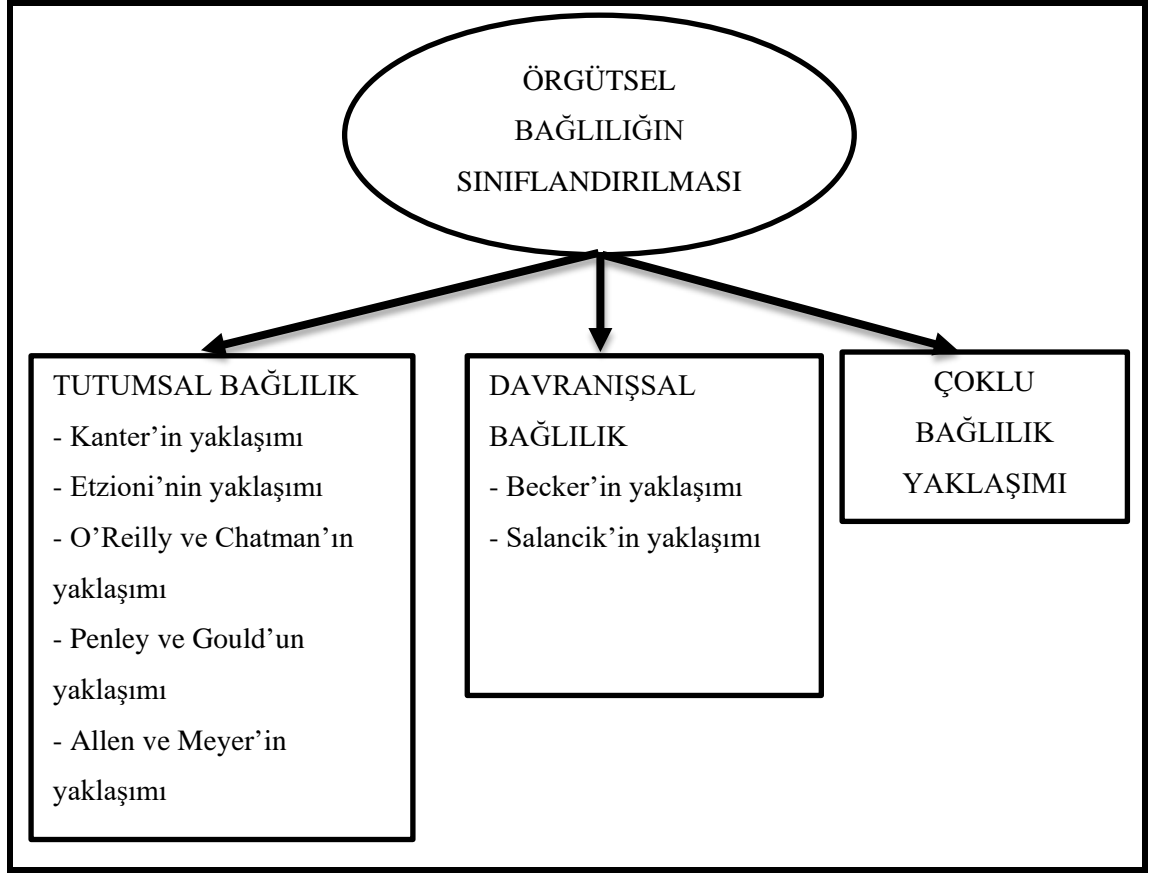
Küreselleşme akımıyla birlikte örgütlerin artan rekabet ortamında ayakta kalabilmeleri için kendilerini diğer örgütlerden daha güçlü ve farklı kılmaya zorunluluğu doğmuştur. Bu açıdan örgütlerin artan rekabet ortamında insan kaynağına verdikleri önemin artırılması gerektiği hissedilmiştir. Başka bir ifadeyle insan kaynağını örgütsel amaçlar doğrultusunda değerlendirebilmek için, örgütün çalışanlarının motivasyonlarını ve örgütsel bağlılığı artırıcı faaliyetler gerçekleştirilmesi gerekliliği saptanmıştır (Aksoy, 2014: 4).

Çolakoğlu ve ark., (2009) aktarımına göre Dale ve Fox (2008); örgütsel bağlılığı örgütsel amaçlarla özdeşleşme, örgütsel görevleri üstlenme ve örgüte sadakat hissetmeyi gerektiren bir kavram olarak tanımlamıştır. İş görenlerin; uyum, iletişim, güven, saygı, katılım, paylaşım, iş devamlılığına, politika ve stratejilere, takım çalışması ve örgütsel vatandaşlık gibi örgütsel süreçlere olan sadakat duyguları onların örgüte olan bağlılıklarını göstermektedir (Demirel, 2009: 116).

Örgütsel bağlılık kavramı literatürde örgütsel adalet algısı ve örgüt psikolojisi ile karıştırılmaktadır. Buna karşın örgütsel bağlılık genel olarak “bağlı iş gören, ne olursa olsun örgütte kalan, işine düzenli devam eden, tam bir iş gününü ve daha fazlasını kullanan, işletmenin yatırımlarını koruyan ve örgütün amaç ve vizyonunu paylaştıran” şeklinde tanımlanabilir (Yağcı, 2007: 115). Yapılan farklı bir tanıma göre ise bağlılık kelimesi örgüte yönelen duygusal yönelme ve bağlanma şeklinde ifade edilirken, bir diğer tanımda ise örgüte karşı duyulan sorumluluk hissi veya hissettiği devamlılık zorunluluğu şeklinde tanımlanmaktadır (Aksoy, 2014: 3). Örgütsel bağlılık kavramı üzerine yapılan inceleme de çok sayıda tanımla karşılaşmıştır. Buna göre örgütsel bağlılık kavramı, kişinin belirli bir örgüt ile girdiği kimlik birliği ve bağlılığın birleşik gücü şeklinde tanımlanmaktadır (Gül, 2005: 38). Başka bir ifadeyle bireyin örgüt içerisinde girdiği kimlik birliğinin derecesi ve örgütün aktif bir üyesi olmaya devam etmeye istekli olması şeklinde tanımlanabilir. Yapılan bir çalışma da örgütsel bağlılık, bireyin örgüte girişinden itibaren örgütün faaliyetlerine katılma süreciyle ilgili olup, iş görenleri örgütsel amaçlar ve değerlerle özdeşleştirmek noktasında önemli rol oynadığı şeklinde tanımlanmıştır (Kılıç ve Öztürk, 2010: 986). Araştırmacılara göre ise örgütsel bağlılık; zaman içinde oldukça durağan ve geçici olaylardan oldukça az etkilenirken; buna karşın liderlik, kültür, değerler ve normları içeren örgütsel faktörlerden önemli derecede etkilenmektedir (Balay, 2005: 238).

Örgütsel bağlılık literatürde tutumsal bağlılık, davranışsal bağlılık ve çoklu bağlılık yaklaşımı olarak üç farklı şekilde incelenmektedir. Şekil 2’de örgütsel bağlılığın sınıflandırılması gösterilmektedir.

Şekil 2. Örgütsel Bağlılığın Sınıflandırılması



Kaynak: Gül, 2005: 40

Örgütsel bağlılığın sınıflandırılması konusunda literatürde birbirinden farklı sınıflandırmaların varlığı dikkat çekmektedir. Kanter sınıflandırmasında örgütsel bağlılık; devamlılık, uyum bağlılığı ve denetim olmak üzere üç sınıfa ayrılırken; Etzioni sınıflandırmasında kavram; uzaklaştırıcı bağlılık, hesapçı bağlılık ve pozitif- moral bağlılığı olmak üzere sınıflandırılmıştır(Yağcı, 2007).

Yazında yer alan diğer bir örgütsel bağlılık sınıflandırmasının; tutumsal bağlılık ve davranışsal bağlılık olarak ikiye ayrıldığı görülmektedir (Çolakoğlu, 2009).

Tutumsal bağlılık, bireyin kimliğinin örgütle özdeşleşmesi ya da örgütün amaçları ile kişisel amaçların zamanla aynı doğrultuya yönelip bütünleşmeleri halinde ortaya çıkmaktadır (Gül, 2005: 41). Birey ile örgütün amaçlarının birbirleriyle örtüşme durumudur.

Davranışsal bağlılık, örgütten ziyade kişinin kendi davranışlarına karşı gelişmesi şeklinde tanımlanmıştır. Böylelikle kişi belli bir davranışta bulunup, bu davranışlarını devam ettirip, davranışları ile bağlılık gösterdikten sonra ona uygun veya onu meşru ve haklı çıkaran tutumlar geliştirmesi şeklinde ifade edilmektedir (Gül, 2005: 47-48). Bireyin örgüt içerisinde girmeden önceki düşünceleri ile örgüt içerisine girip kendisine verilen görevleri uygulama anında da aynı davranışları sergilemesidir.

Meyer ve Allen sınıflandırmasında ise örgütsel bağlılık; önce duygusal bağlılık ve devam bağlılığı olmak üzere iki boyutta ele alınırken zorunlu (normatif) bağlılığın eklenmesi ile üç boyutta incelenmiştir (Meyer ve Allen, 1984).

Duygusal bağlılık; iş görenin, örgüt ile arasında gelişen duygusal bağlantı olarak tanımlanmaktadır (Demircan, 2003). Bu bağa sahip olan iş görenler kendilerini örgütün bir parçası olarak görmekte ve örgüt amaçları doğrultusunda gönüllü ve istekli olarak çaba sarf etmektedirler. İş gören örgüt faydasına çalışma duygusu ile örgütte kalma isteği duymaktadır.

Devamlılık Bağlılığı; iş görenin kişisel çıkarları ve örgütten ayrılınca karşılaşacağı maliyetleri göz önünde bulundurarak örgüte olan bağlılığını devam ettirme durumudur (Bergman, 2006; 646). Burada iş gören istemese de örgütte kalmayı tercih etmektedir. Daha iyi imkanlarda iş bulamama düşüncesi, ailevi nedenler gibi etkenler bu duygunun temel nedenleri olarak görülmektedir.

Normatif (zorunlu) Bağlılık; iş görenin örgütte zorunlu olarak kalma algısından dolayı geliştirdiği bağlılık olarak tanımlanmaktadır. Birey; örgüt içerisinde almış olduğu burs, eğitim, sözleşme gibi zorunluluklardan dolayı örgütten ayrılmayacağı düşüncesi ile zorunlu olarak örgütte kalma bağlılığı göstermektedir (Özutku, 2008).

III. KARIYER BAĞLILIĞI

Kariyer sözcüğü, Türkçe'ye Fransızca "Carriere" sözcüğünden geçmiştir. Sözcük Fransızcada araba yolu anlamına gelmektedir. Fransızca' da kelime; meslek, diplomatik kariyer, bir meslekte aşılması gereken aşamalar, yaşamda seçilen yön, araba yarışına ayrılmış etrafı çevrili alan gibi anlamlarda da kullanılmaktadır (Yumuşak ve Çoban, 2012: 77). Kariyer kavramı, kişinin çalışma yaşamı boyunca sürdürdüğü işlerin bütünü olarak tanımlansa da kişinin kariyeri sadece işleri değil; örgütte kendisine verilen ise ilişkin beklenti, amaç ve duygularını gerçekleştirebilmesi için eğitim verilmesi ve edindiği bilgi, beceri ve çalışma hırsları ile örgütte ilerleyebilmesi anlamını taşımaktadır (Yoğun, 2013: 11). Yapılan bir çalışma da ise kariyer, hem örgütün birey üzerindeki etkilerini; hem de bireyin kendi iş hayatı, planlaması ve denetiminde söz sahibi olması şeklinde tanımlanmıştır (Atay, 2006: 4).

Kariyer planlaması ilk olarak bireyin iş hayatına atılmadan önce çalışma istediği ortam, üstlenmek istediği görev ve hedefleri hakkında bireysel açıdan planlamasıyla ilgilidir (Yoğun, 2013: 12). Başka bir ifadeyle bireyin meslek hayatına atılmadan önce kariyerini sürdüreceği mesleklerin, işyerlerinin ve yollarının seçimidir. Bu açıdan kariyer planlaması bireyin kariyer amaçlarının ve bu amaçların başarılması için gereken araçların belirlenmesi süreci şeklinde de ifade edilebilir (Yumuşak - Çoban, 2012: 78).

Kariyer planlama faaliyeti örgüt için nitelikli insan gücünün temin edilmesi açısından önemli olmasına karşın, bireyler için de kendi kariyerlerinde söz sahibi olabilmeleri ve kariyerlerini şekillendirilebilmeleri açısından önemli bir konuma gelmiştir (Riveros -Shir vd. 2011: 328). Bu açıdan kariyer planlaması bireyin kendisini ve içinde bulunduğu çevreyi değerlendirebilmesi açısından, iş hayatı ile ilgili hedefler belirlemesini ve bu hedeflere ulaştıracak faaliyetleri kendisinin planlamasını gerektiren bir süreç olduğu ifade edilebilir.

Günümüze gelinceye değin kariyer bağlılığı; profesyonel ve mesleki bağlılık olmak üzere iki farklı kategori de anılmaktadır. Başka bir deyişle kariyer planlamasında bireylerin mesleki bağlılıkları ve mesleklerine olan profesyonel tutumları bir bütün olarak literatürde kariyer bağlılığı adında incelenmeye başlanmıştır (Jones - Zanko vd. 2006: 8).

Literatür incelendiğinde kariyer bağlılığı; kişilerin seçmiş oldukları kariyerlerinde elde ettikleri motivasyon şeklinde tanımlanmaktadır. Yapılan bir çalışma da kariyer bağlılığı uzun vadeli bir bakış açısıyla bireyin çalışma ortamında gösterdiği subjektif ve objektif tutumları kapsamaktadır (Riveros - Shir vd. 2011: 329). Bir başka tanıma göre ise kariyer bağlılığı, kişilerin kariyer

hedeflerine ulaşmalarında ısrarcı olmalarına işaret etmektedir (Çakmak Otluoğlu, 2014: 354). Chang (1999)'ın çalışmasına bakıldığında ise kariyer bağlılığı bireylerin çalışma ortamında örgüte kattığı değeri ifade etmektedir (Chang, 1999: 1260).

Kariyer bağlılığı kavramı insan kaynakları açısından örgüt bağlılığı ve iş doyumu ile birlikte ele alınmaktadır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde kariyer bağlılığı kavramı örgütsel bağlılık ve iş doyumu ile birlikte ölçülmeye çalışılmıştır. Bu çalışmalardan en önemlisi Riveros ve arkadaşlarının aktarımına göre; Modway, Steers ve Porter'in 1979 yılında yaptığı örgütsel bağlılık ölçümü adlı çalışmadır (Riveros - Shir vd. 2011: 329).

Jones, Zanko ve Kriflik'in gerçekleştirdiği çalışmaya göre ise bireylerin çalışma hayatları boyunca çalıştıkları örgütte kalıp kalmayacaklarının belli olmamasından dolayı, bireyler çalıştıkları örgütten daha çok kendi kariyer planlamalarına daha önem vermeye başlamıştır (Jones - Zanko vd. 2006: 9). Başka bir ifadeyle bireyler çalışma ortamlarında olabilecek herhangi bir olumsuzluktan kaçınma adına bireysel kariyer planlamalarına daha çok bağlı kalmaya başlamışlardır.

IV. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

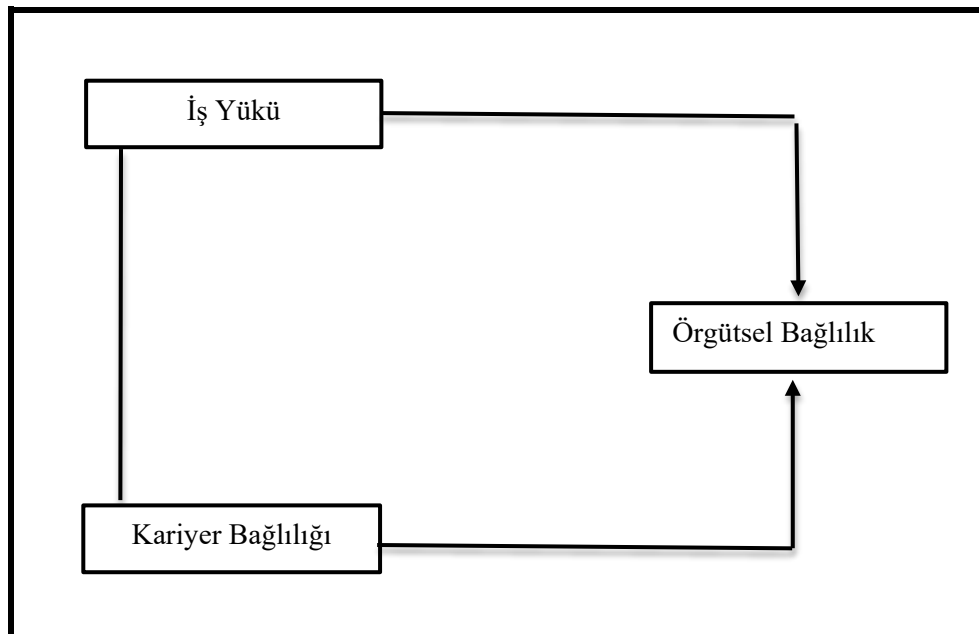
IV.I. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini hizmet sektörlerinin önemli örneklerinden biri olan; Adana ilinde yer alan beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan 760 iş gören oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise Adana ili merkez ilçeleri olan Seyhan, Yüreğir ve Çukurova ilçelerinde faaliyet gösteren beş yıldızlı 6 otel işletmesindeki iş görenlerden ankete katılmayı kabul eden 100 kişi oluşturmaktadır. Bu doğrultuda uygulanan anket formundaki sorulara katılımcılar tarafından; iş kaybı, işten çıkarılma ve işte yükseltilmeme (terfi) riski taşımadan, yanıtlar verildiği varsayımında bulunulmuştur.

a. Araştırmanın modeli

Araştırmanın modeli Şekil 3'deki gibidir:

Şekil 3. Araştırmanın Modeli



b. Araştırmanın soruları ve hipotezleri

Çalışmada iş yaşamında iş gören verimi açısından önemli unsurlardan; örgütsel bağlılık, kariyer bağlılığı ve iş yükü algısı incelenmiştir. Bu doğrultuda çalışmada; beş yıldızlı otel çalışanlarının iş yükü algısı ve kariyer bağlılığının örgütsel bağlılık düzeyine etkisi araştırılmıştır.

Bu amaç doğrultusunda araştırmanın soruları aşağıdaki şekilde belirlenmiştir;

1. İş görenin iş yükü algısı ile örgütsel bağlılık arasında bir ilişki var mıdır?
2. İş görenin kariyer bağlılığı ile örgütsel bağlılığı arasında bir ilişki var mıdır?
3. İş görenin iş yükü algısı ve kariyer bağlılığı örgütsel bağlılığı ne ölçüde etkilemektedir?

İş yükü algısı ve kariyer bağlılığının örgütsel bağlılık düzeyindeki etkisini araştırmak için kurulan hipotezler şöyledir;

H1-1: İş görenlerin iş yükü algısı ile örgütsel bağlılığı arasında bir ilişki vardır.

H0-2: İş görenlerin kariyer bağlılığı ve örgütsel bağlılığı arasında bir ilişki yoktur.

H1-2: İş görenlerin kariyer bağlılığı ve örgütsel bağlılığı arasında bir ilişki vardır.

H0-3: İş görenin iş yükü algısı ve kariyer bağlılığı örgütsel bağlılığı etkilemez.

H1-3: İş görenin iş yükü algısı ve kariyer bağlılığı örgütsel bağlılığı etkiler.

c. Verilerin toplanması

Araştırmada kariyer bağlılığı, iş yükü, iş tatmini ve örgütsel bağlılık olmak üzere dört farklı ölçek kullanılmıştır. Kullanılan ölçeklerden kariyer bağlılığı Blau (1989) tarafından geliştirilen ölçekten geçerliliği sağlanmış 7 ifade ile ölçülmüştür. Örgütsel bağlılık ölçeği Mowday, Steers ve Porter'in geliştirdiği ölçekte yer alan 9 ifade ile ölçülmüştür. İş yükü algısı ise Caplan, Cobb, French, Harrison ve Pinneau (1980) tarafından geliştirilen ölçekten 11 ifade ile ölçülmüştür. Araştırma da kullanılan anket soruları 5'li Likert ölçeğine göre hazırlanmıştır. Güvenilirlik analizi için kullanılan temel analiz Cronbach Alpha (α) değerinin bulunmasıdır. Tüm sorular için elde edilen α değeri o anketin toplam güvenilirliğini gösterir ve 0.7'den büyük olması beklenir, bu değerden düşük α değerleri anketin zayıf güvenilirliği olduğunu gösterir, $\alpha > 0.8$ olması ise anketin yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir. Yapılan araştırma da örneklem grubuna dahil olanlar için hazırlanan anket sorularının Cronbach alpha katsayı değeri 0,841 olarak bulunmuştur. Bu değer yapılan anketin oldukça güvenilir olduğunu belirtmektedir (Özdamar, 1999; George - Mallery, 2003). Araştırmacı tarafından yüz yüze görüşme yöntemi kullanılarak uygulanan anket sorularına, araştırma kapsamına dahil olanlardan, kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım, katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum ifadeleri ile cevaplanması istenmiştir.

V. BULGULAR

Tablo 1'de çalışmaya katılan katılımcıların demografik özelliklerine ait bulgular özetlenmektedir. Buna göre çalışmaya katılanların % 50,5'i kadın, % 49,5'i erkek çalışanlardan oluşmaktadır. Kullanılabilir anketlerin % 51'ini yöneticiler, % 29'unu da çalışanlar cevaplamıştır. Adana'da yer alan 5 yıldızlı otellerde uygulanan anket çalışmasında firmadaki görev alanında 20 kayıp veri bulunmaktadır. Katılımcıların yaşları açısından ele alındığında 1. Grupta yer alan katılımcıların % 38,8'i 20-30 yaş aralığında iken, 2. Grupta yer alan katılımcıların ise % 44,6'sı 31-40 yaş aralığında olduğu belirtilmektedir.

En az katılım % 16,3 ile 41-50+ yaş aralığı olan 3. grupta yer almaktadır. Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında ise % 59,9'nun evli, % 38,8'nin ise bekâr olduğu, % 3'lük kayıp veri ile değerlendirilmiştir. Ankete katılan otel çalışanlarının % 60'ı üniversite mezunu, % 30'u diğer eğitim kurumlarından mezun olarak % 6 kayıp veri ile belirlenmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

| | | Sayı (n) | Yüzde (%) |
|------------------------|-------------------|----------|-----------|
| Cinsiyet | Kadın | 50 | 50.5 |
| | Erkek | 49 | 49.5 |
| | Toplam | 99 | 100,0 |
| Yaş | 20-30 | 38 | 38.8 |
| | 31-40 | 44 | 44.6 |
| | 41-50+ | 16 | 16.3 |
| | Toplam | 98 | 100 |
| Medeni Durum | Evli | 59 | 59.9 |
| | Bekar | 38 | 38.0 |
| | Kayıp Veri | 3 | 3.0 |
| | Toplam | 97 | 100 |
| Firmadaki Görev | Çalışan | 51 | 51.0 |
| | Yönetici | 29 | 29.0 |
| | Kayıp Veri | 20 | 20.0 |
| | Toplam | 80 | 100 |
| Eğitim Durumu | Diğer | 34 | 34.0 |
| | Üniversite | 60 | 60.0 |
| | Kayıp Veri | 6 | 6.0 |
| | Toplam | 94 | 100 |

Tablo 2’de araştırmada kullanılan değişkenlere ait temel istatistiksel değerleri gösterilmektedir. Örnekleme oluşturan katılımcıların iş yükü algıları ve örgütsel bağlılıkları sırasıyla 2,27 ve 3,96’dır. Başka bir ifadeyle katılımcıların iş yükü algıları düşük düzeyde, örgütsel bağlılıkları ise daha yoğun olduğu ifade edilebilir. Kariyer bağlılığı 3,94’dir. Bu durum katılımcıların kariyer bağlılığının pozitif eğilimde olduğunu göstermektedir. Elde edilen bu bulgular ışığında katılımcıların örgütsel bağlılık, kariyer bağlılığı düzeylerinin, iş yükü algılarına göre daha güçlü olduğu ileri sürülebilir.

Tablo 2. Araştırma Değişkenlerine Ait Temel İstatistikler

| Değişken | N | Ortalama | Std. Sapma |
|-------------------|----|----------|------------|
| İş yükü algısı | 94 | 2,27 | ,59 |
| Örgütsel bağlılık | 95 | 3,96 | ,78 |
| Kariyer bağlılığı | 96 | 3,94 | ,74 |

Tablo 3 araştırmada kullanılan değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarını göstermektedir. H1 hipotezi olan iş yükü ve örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p < ,008$). H2 hipotezinde kariyer bağlılığı ve örgütsel bağlılık arasında anlamlı ve olumlu bir ilişki gösterirken ($r = ,316$; $p < ,008$) H3 hipotezinde iş yükü ve kariyer bağlılığı arasında ise negatif yönlü ilişki olduğu saptanmıştır ($r = -,190$; $p < ,008$).

Tablo 3. Araştırma Değişkenlerine Ait Korelasyon Katsayıları

| Değişken | İş Yükü | Kariyer Bağlılığı | Örgütsel bağlılık |
|-------------------|---------|-------------------|-------------------|
| İş Yükü | 1.00 | | |
| Kariyer Bağlılığı | -,190 | 1.00 | |
| Örgütsel Bağlılık | -,039 | ,316** | 1.00 |

(*) $P < .05$ (**) $P < .01$

Tablo 4 kariyer bağlılığı ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi test etmek amacıyla oluşturulan regresyon sonuçlarını göstermektedir. Görüldüğü üzere kariyer bağlılığı ile örgütsel bağlılık arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir ($F = 5,049$; $p < 0,008$). Başka bir ifadeyle kariyer bağlılığı ile örgütsel bağlılık arasında olumlu bir ilişki vardır.

Tablo 4. Kariyer Bağlılığı ve Örgütsel Bağlılık Regresyon Sonuçları

| Değişken | Katsayı | Değeri (β) | t Değeri | P |
|--------------------------|-----------|-----------------------|----------|--------------|
| Kariyer Bağlılığı | $\beta 1$ | ,337 | 3,165 | 0,002 |
| F Değeri | | | 5,049 | 0,008 |
| Düzeltilmiş R^2 değeri | | | ,085 | |

Tablo 5 iş yükü algısı ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi test etme amacıyla oluşturulan regresyon sonuçlarını göstermektedir. Elde edilen değerler sonucunda iş yükü algısının örgütsel bağlılık üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı herhangi bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir ($F = ,137$; $p < 0,713$). Başka bir ifadeyle iş yükü algısı ile örgütsel bağlılık arasında olumsuz bir ilişki vardır.

Tablo 5. İş Yükü ve Örgütsel Bağlılık Regresyon Sonuçları

| Değişken | Katsayı | Değeri (β) | t Değeri | P |
|--------------------------|-----------|-----------------------|----------|------|
| İş yükü | β_2 | ,051 | ,039 | ,713 |
| F Değeri | | | ,137 | ,713 |
| Düzeltilmiş R^2 değeri | | | ,002 | |

Tablo 6 kariyer bağlılığı ve iş yükü algısının örgütsel bağlılığa olan ilişkisini test etmek amacıyla oluşturulan regresyon sonuçlarını göstermektedir. Görüldüğü gibi kariyer bağlılığının örgütsel bağlılık ile olumlu bir ilişkiye sahipken ($t = 3,153$, $p < ,002$), iş yükünün örgütsel bağlılık üzerinde olumsuz bir ilişki olduğu gözlenmektedir ($t = ,995$, $p > ,322$, $F = 5,049$, $p < 0,008$). Bir başka ifadeyle kariyer bağlılığının örgütsel bağlılığı etki ettiği söylenebilirken, iş yükü algısının örgütsel bağlılığa herhangi bir etmediği ifade edilebilir.

Tablo 6. Kariyer Bağlılığı, İş Yükü ile Örgütsel Bağlılık Regresyon Sonuçları

| Değişken | Katsayı | Değeri | t Değeri | P |
|--------------------------|-----------|--------|----------|--------------|
| Kariyer bağlılığı | β_1 | ,329 | 3,153 | ,002 |
| İş yükü | β_2 | ,104 | ,995 | ,322 |
| F Değeri | | | 5,049 | |
| Düzeltilmiş R^2 değeri | | | | 0,008 |

TARTIŞMA VE SONUÇ

Küreselleşen dünyada artan rekabet koşulları, işletmelerde en önemli üretim faktörünün bilgi olarak ortaya çıkmasına neden olmuştur. Günümüzde bilgi-temelli ekonomiye olan yönelim, iş yaşamında çalışan odaklı bir anlayışın oluşumunu da beraberinde getirmiştir. İş yaşamında gelişen bu süreçle; iş yükü, çalışan motivasyonu, örgütsel bağlılık ve kariyer bağlılığı gibi konulara daha çok önem verilmektedir.

Özellikle hizmet sektöründe yer alan otelcilik işletmelerinin; kalite, müşteri memnuniyeti ve kurum imajı sağlanmasında en temel araç insan olarak karşımıza çıkmaktadır.

İşletmeler 1980-2000 yıllarında doğmuş; bağımsızlığına düşkün, sorgulayan, rekabetçi, yönetilmekten çok mentörlük ve koçluk uygulamalarını tercih eden bir Y kuşağını istihdam etmek ve çalışan devri oranını düşük tutmak için sistemlerinde yeniden düzenlemelere gitmektedirler. Örgütler pazarda var olan yoğun rekabet şartlarında başarılı bir ilerleme sağlama adına örgütsel bağlılığı artırıcı yaklaşımlar geliştirmektedirler.

Bu doğrultuda bağlılık kavramı: iş yükü, örgütsel bağlılık ve kariyer bağlılığı olmak üzere üç farklı kategori de incelenmiştir. Çalışma kapsamında ele alınan üç farklı bağlılıktan örgütsel bağlılığı doğrudan etkileyen bağlılık türünün, kariyer bağlılığı olduğu gözlenmiştir. Elde edilen bulgular sonucu beş yıldızlı otel çalışanlarının kariyer bağlılığına olan bakış düzeylerinin örgütsel bağlılık ile direkt ilişkili olduğu gözlenmiştir. Buna karşın iş yükü algısının ise örgütsel bağlılık ile herhangi bir ilişki içinde olmadığı saptanmıştır. Daha önce Younis ve ark. (2013)' nın yapmış olduğu örgütsel bağlılık ve kariyer bağlılık arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmada da, kariyer bağlılığının örgütsel bağlılık üzerinde pozitif anlamda etkiye sahip olduğunun bulunması çalışmanın sonucunu desteklemektedir (N., Akram, & Naseeb, 2013).

Araştırma kapsamında yer alan katılımcılara iş yükü algıları, örgütsel bağlılık ve kariyer bağlılığı ile ilgili yöneltilen sorulardan elde edilen ortalama değerleri sırasıyla; 2.27, 3.96, 3.94'dür. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların iş yükü algı düzeylerinin, örgütsel bağlılık ve kariyer bağlılıklarına göre düşük seviyede olduğu gözlenmiştir.

Araştırmadan elde edilen korelasyon matrisi sonuçlarına bakıldığında kariyer bağlılığı ve örgütsel bağlılık arasında pozitif bir ilişki olduğu gözlemlenirken, iş yükü ve örgütsel bağlılığı ile iş yükü ve kariyer bağlılığı arasında negatif yönde bir ilişki olduğu anlaşılmıştır. Witte (2006) 'ya göre iş yükü ve örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir ilişki nin bulunmaması da çalışma sonucu ile uyumluluk göstermektedir. Elde edilen bu sonuç doğrultusunda; Adana ilinde yer alan beş yıldızlı otellerde çalışanların kariyer bağlılıkları ile örgütsel bağlılıkları arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır diyebiliriz.

Çalışma kapsamında yer alan katılımcıların iş yükü algılarının, kariyer bağlılığı ve örgütsel bağlılıkları ile aralarındaki ilişkinin incelendiği regresyon analizi sonucuna göre; örgütsel bağlılığın kariyer bağlılığı ile istatistiksel açıdan pozitif ilişkiye sahip olduğu gözlemlenirken, iş yükü algısı ile istatistiksel açıdan herhangi bir ilişkinin söz konusu olmadığı saptanmıştır.

Çalışmanın uygulama alanına giren otel işletmeleri düşünüldüğünde; bu sektörde çalışan bireylerin emek yoğun yapıya sahip olmaları gerekliliğinden dolayı örgüte bağlı çalışanları işe dahil etme konusunda büyük zorluklarla karşı karşıya kaldıkları ifade edilebilir.

Günümüzde otel işletmelerinde bilgi çağına geçiş ile birlikte yaşanan rekabetin hızla artması, nitelikli iş gücü arayışı sonucu yaşanan yüksek çalışan transferi ve değişen örgütsel politikalar, iş görenler üzerinde etkili olan iş stresini de beraberinde getirmektedir.

Değerlendirme ve kariyer politikalarından liderlik tarzına; çalışanların kararlara katılım düzeyleri, örgüt içi etik iletişim, yetki - sorumluluk hataları ve iş görene uygulanan mobbing gibi farklı birçok faktörden ortaya çıkan iş stresinin nedenlerinin arasında, iş yükü sadece bir alanı oluşturmaktadır. Bu anlamda uygulanan anket çalışması sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda çalışanların iş yükü algılarının, örgütsel bağlılık üzerinde iş stresine oranla daha küçük bölümü oluşturduğu ifade edilebilir. Dolayısıyla iş yükü algısının; örgütsel bağlılık ile istatistiksel açıdan herhangi bir ilişki içinde olmamasının beklenen bir sonuç olduğu düşünülmektedir.

Daha sonra yapılacak çalışmalar için, çalışanlar tarafından algılanan, iş stresi ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin araştırılarak sonuçlarının karşılaştırılması önerilebilir. Farklı hizmet sektörlerinde de aynı uygulama yapılarak sonuçların kıyaslanmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca örgütsel bağlılığı düşük, kariyer hedefleri ön planda olarak tanımlanan; günümüz iş kesiminin önemli bir çoğunluğunu oluşturan Y kuşağı çalışanları ile de benzer çalışmanın yapılarak, sonuçlar üzerinde kuşak kavramının etkisinin de incelenmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Aksoy, M. (2014). Sağlık Çalışanlarında İş Yükünün Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini Üzerindeki Etkisi Diyarbakır Hastanelerinde Bir Uygulama, Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Mersin.
- Ardıç, K., Polatçı, S. (2009). Tükenmişlik Sendromu ve Madalyonun Öbür Yüzü: İşle Bütünleşme, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 32.
- Balay, R. (2005). İşgörenlerin Örgütsel Bağlılık Etkenleri ve Sonuçları, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.
- Balta Aydın, E. (2007). Örgütlerde Kariyer Yönetimi, Kariyer Planlaması, Kariyer Geliştirmesi Ve Bir Kariyer Geliştirme Programı Olarak Koçluk Uygulamaları, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Denizli.
- Blau, G. (1989). Testing generalizability of a career commitment measure and its impact on employee turnover. *Journal of Vocational Behavior*, 35, 88-103. In Dail L. Fields (2002), *Taking the measure of work: A guide to validated scales for organizational research and diagnosis*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, pp. 63.
- Caplan, R. D., Cobb, S., French, J. R. P., Van Harrison, R., and Pinneau, S. R. (1980). *Job Demands and Worker Health*. Ann Arbor: University of Michigan, Institute for Social Research. In Dail L. Fields (2002), *Taking the measure of work: A guide to validated scales for organizational research and diagnosis*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, pp. 90.
- Chang, E. (1999). Career Commitment as a Complex Moderator of Organizational Commitment and Turnover Intention, *Human Relations*, Vol. 52, No. 10.
- Çakmak Otluoğlu, Ö. (2014). Kariyer Bağlılığının Kariyer Başarısı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*.
- Çolakoğlu, Ü., Ayyıldız, T., Cengiz, S. (2009). Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre Örgütsel Bağlılık Boyutlarında Algılama Farklılıkları: Kuşadası'ndaki Beş Yıldızlı Konaklama İşletmeleri Örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 20, Sayı: 1.
- D, W. (2006). Autonomy and Workload Among Temporary Workers: Their Effects on Job Satisfaction, Organizational Commitment, Life Satisfaction, and Self-Rated Performance. *International Journal of Stress Management*, Vol. 13.441- 459.
- Dağdeviren, M., Eraslan, E., Kurt, M. (2005). Çalışanların Toplam İş Yükü Seviyelerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Model ve Uygulaması, *Gazi Üniversitesi Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi Dergisi*, Cilt: 20, No: 4.
- Demirel, Y. (2009). Örgütsel Bağlılık ve Üretkenlik Karşıtı Davranışlar Arasındaki İlişkiye Kavramsal Yaklaşım, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl: 8, Sayı: 15.
- Eroğlu, EK. (2011). Bir Eğitim ve Araştırma Hastanesinde İş Yükünün Hasta Güvenliği Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi, *Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi*, Ankara.
- Eryiğit, S. (2000). "Kariyer Yönetimi", *Kamu-İş Dergisi*, Cilt: 6, No: 1.
- George, D., & Mallery, M. (2003). *Using SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. Boston, MA: Allyn y Bacon.[Links].
- Gökkaya, Ö. (2012).
- Gül, H. (2005). Örgütsel Bağlılık Yaklaşımlarının Mukayesesi ve Değerlendirmesi, *Gazi Osman Paşa Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.

- Jones, ML., Zanko, M., Kriflik, G. (2006). On The Antecedents of Career Commitment, Research Online, <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2944&context=commpapers>.
- Kaya, B. (2012). Algılanan Örgütsel Destek Düzeyinin Ve Çalışanların Kariyer Tatmininin İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkileri: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- Kılıç, G., Öztürk, Y. (2009). Kariyer Yönetimi: Beş Yıldızlı Otelde Bir Uygulama, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt: 20, Sayı: 1.
- Kılıç, G., Öztürk, Y. (2010). Kariyer Yönetim Sistemi ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, Ege Akademik Bakış Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 3.
- Köse, S., Gönüllüoğlu, S. (2015). “Örgütsel Desteğin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, Dumlupınar Üniversitesi İİBF Dergisi.
- Kulaklıkaya, K. (2013). İşkolik, Tükenmişlik Sendromu ve İş Yükü Algısı Arasındaki İlişki, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Meyer, J. P. ve Allen, N. J. (1990). Affective and Continuance Commitment to the Organization: Evaluation of Measures and Analysis of Concurrent and Time-Lagged Relations, *Journal of Applied Psychology*, 75(6):710-720
- Mowday, R. T., Steers, R. M., and Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14, 224-247. In Dail L. Fields (2002), *Taking the measure of work: A guide to validated scales for organizational research and diagnosis*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, pp. 49.
- Öğrüş İldız, G. (2009). İnşaat Firmalarında Proje Müdürlerinin İş Yükü, İş Stresi, İş Tatmini ve Motivasyon İlişkisi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.
- Özdamar, K. (1999). Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- S., L., Chang J., & Hsu C. (2012). Does Effect Of Workload On Quality Of Work Life With Generation. *Asia Pacific Management Review*, 437-451.
- Riveros, AMM., Shir, T., Tsai, T. (2011). Career Commitment vs Organizational Commitment: A Comparison Between For-Profit and Non-Profit Sectors, *Econpapers*.
- Süner, Z. (2014). İş Yükümlülüklerinin İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisi, Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Hatay.
- Yağcı, K. (2007). Meyer-Allen Örgütsel Bağlılık Modeli Yaklaşımıyla Otel İşletmeleri İşgörenlerinin Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 3.
- Yumuşak, S., Çoban, M. (2012). Kariyer Yönetiminin Motivasyona Etkisi: Bandırma İlçesinde Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*.