

KIŞ 2012 CİLT: 3 SAYI: 2
WINTER 2012 VOLUME: 3 ISSUE: 2

İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ



AKADEMİK YAKLAŞIMLAR DERGİSİ JOURNAL OF ACADEMIC APPROACHES

ISSN: 2146-1740

AKADEMİK YAKLAŞIMLAR DERGİSİ
JOURNAL OF ACADEMIC APPROACHES

Uluslararası hakemli bir dergidir.

Taranılan indeksler



AKADEMİK YAKLAŞIMLAR DERGİSİ
JOURNAL OF ACADEMIC APPROACHES

Sahibi/Owner
İnönü Üniversitesi İİBF Dekanlığı Adına
Prof. Dr. Mehmet TİKİCİ

Editörler/Editors
Recep KARABULUT
Ahmet KARADAĞ

İngilizce Editörleri/Editors for English Written Papers
Ali ŞEN
Abdulkadir BAHARÇİÇEK

Hukuk Danışmanı/ Legal Consultant
Hayri KESER

Yayın Kurulu Sekreterleri/ Assistant Editors
Mehmet Ozan SARAY
Nazlı NALCI ARIBAŞ

Adres/Address
İnönü Üniversitesi İİBF
44280 MALATYA

Tel. 422 3773000
Fax. 422 3410438
e-mail. inonu.edu.tr">akademikyak@inonu.edu.tr
Web: <http://cms.inonu.edu.tr/tr/akademikyak>

ISSN: 2146-1740

ULUSLARARASI DANIřMA KURULU

İlter TURAN, İstanbul Bilgi Üniversitesi
Ümit CİZRE, İstanbul Şehir Üniversitesi
Cemil KOÇAK, Sabancı Üniversitesi
Beril DEDEOĞLU, Galatasaray Üniversitesi
M. Hakan YAVUZ, University of Utah
Ahmet İÇDUYGU, İstanbul Bilgi Üniversitesi
Hüseyin BAĞCI, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Muhittin KAPLAN, Melikşah Üniversitesi
Mustafa GÜNEŞ, Gediz Üniversitesi
Kemal YILDIRIM, Anadolu Üniversitesi
Kerem ALKİN, İstanbul Ticaret Üniversitesi
James L. BICKSLER, Rutgers, The State University of New Jersey
Metin Kamil ERCAN, Gazi Üniversitesi
Cengiz TORAMAN, Gaziantep Üniversitesi
Recep GÜNEŞ, İnönü Üniversitesi
Şaziye GAZİOĞLU, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Mustafa ERDOĞAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Enver BOZKURT, İstanbul Aydın Üniversitesi
Alaeddin YALÇINKAYA, Sakarya Üniversitesi
Michael ALLES, Rutgers, The State University of New Jersey
Shyam, SUNDER, Yale University
Levent KÖKER, Atılım Üniversitesi
Şaban ÇALIŞ, Selçuk Üniversitesi
James ALM, Georgia State University
Jorge MARTINEZ-VAZGUEZ, Georgia State University
Gordon TULLOCK, George Mason University
Mehmet DEMİRBAĞ, University of Sheffield
Nihat BOZDAĞ, Gazi Üniversitesi
Ayşe Neyran ORHUNBİLGE, İstanbul Üniversitesi
Hüseyin Öner ESEN, İstanbul Üniversitesi
Bharat SARATH, Rutgers, The State University of New Jersey
Zühtü ARSLAN, Anayasa Mahkemesi
Asaf Savaş AKAT, İstanbul Bilgi Üniversitesi
M. Naci BOSTANCI, Gazi Üniversitesi
Cavide Bedia UYARGİL, İstanbul Üniversitesi
Ahmet Cevat ACAR, İstanbul Üniversitesi
Oya ÖZÇELİK, İstanbul Üniversitesi
İhsan D. Dağı, Orta Doğu Teknik Üniversitesi
E. Fuat KEYMAN, Koç Üniversitesi
Nazım ENGİN, Yeni Yüzyıl Üniversitesi
Ekrem TATOĞLU, Bahçeşehir Üniversitesi
Murat KARAGÖZ, Yıldız Teknik Üniversitesi

YAYIN KURULU

Fikret OTLU, İnönü Üniversitesi
Ali KOÇYİĞİT, İnönü Üniversitesi
Selma KARATEPE, İnönü Üniversitesi
Mehmet GÜNGÖR, İnönü Üniversitesi
Ahmet UĞUR, İnönü Üniversitesi
Serkan BENK, İnönü Üniversitesi

**Türkiye Ekonomisinde Yatırımların Faiz ve Gelir
İlişkisinin ARDL Yaklaşımı İle Analizi**

Hakan TÜRKEY¹ Muzaffer DEMİRBAŞ²

Özet

Bu çalışmada, faiz kavram olarak tanımlanmış ve iktisat teorisinde faiz hakkındaki görüş ve düşünceler kronolojik olarak verilmiştir. Uygulama kısmında ise Türkiye ekonomisi açısından, yatırımlar ile faiz ve gelir arasındaki ilişki ARDL yaklaşımıyla incelenmiştir. Gelirdeki artışın, uzun dönemde de kısa dönemde de yatırımları olumlu etkilediği, faiz haddi ile yatırımlar arasında kısa dönemde negatif bir ilişkinin olduğu, uzun dönemde ise bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamsız olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Faiz, Yatırım, Eşbütünleşme, ARDL.

**The Analysis of Interest Rates and Income Relationship in
Turkey's Economy with ARDL Approach**

Abstract

At this paper, interest has been defined as a concept and viewpoints and ideas about the interest in theory of economics have been mentioned chronologically. At implementation part of the paper, relation between the interest and investments in respect to Turkish economy has been analysed with use of ARDL approach. As a result of the implementation it has been stated that, increase in income affects investment positively in both short term and long term, in short term there is a negative relation between interest rate and investment and in long term the mentioned relation is statistically meaningless.

Keywords : Interest, Investment, cointegration, ARDL.

¹Yrd.Doç.Dr., Cumhuriyet Üniv. İ.İ.B.F., eposta: hakanturkay@yahoo.com

²Yrd.Doç.Dr., İnönü Üniv. İ.İ.B.F., eposta: muzafferdemirbas@gmail.com

1.Giriş

Faiz, belli bir paranın iade şartı ile belli bir zaman kullanılmasına karşılık verilen kiraya denir (Topcuoğlu, 1993:424), ya da üretim faktörlerinden birisi olan sermayeye ödenen bedel, fiyat. Mali fonları belli bir süre kullanmanın karşılığı yapılan bir ödemedir. Bu faiz tanımlamalarından da anlaşılacağı üzere faiz kredi işlemleri ile birlikte ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla faizi kredinin fiyatı şeklinde kabul etmek yanlış bir görüş olmaz (Tuncer,1980:s.41). David Hume'un "düşük faiz haddi ekonomik hayatta refahın, yüksek faiz ise sıkıntıların işaretidir" (Akman,1981:32) şeklindeki ifadesi ve Sabri F. Ülgener'in "... hangi istihlal şubelerine ne miktarda sermaye yatırılması gerekeceğini en koyu kollektivist rejimler bile tepeden inme bir kararla tayin etmenin yolunu bulamadıklarına göre, faiz haddinin muhtelif istihlal ve plasman kollarında iniş çıkışlarıyla yatırımlar için yol gösterici ve istikamet çizici bir unsur ve belki tek unsur olduğunu teslim etmek mecburiyetindeyiz"(Sayar,1998:130) şeklindeki açıklaması, faiz kavramının ekonomik hayat açısından önemini ortaya koymaktadır.

2. Literatürde Faiz

Klasik iktisatın kurucusu olan A. Smith faizi, faktör geliri olarak benimsemekte ve bu geliri doğal olarak karşılımaktadır. "... Mal mevcudunu kendisi kullanmayan, ancak, başka birine ödünç veren kişinin elde ettiği gelire faiz ya da paranın kullanım hakkı adı verilir. Bu, borç alanın ödünç verene, o paranın kullanılması sayesinde eline geçen kâr etme fırsatı için ödediği karşılıktır. Doğal olarak, bu kârın bir kısmı, riski göze alıp onu kullanma yüküne giren borçluya; bir kısmı da, bu kâr fırsatını ona veren alacaklıya ait olur" (Smith,1997:54). Bu açıklamalardan anlaşılacağı üzere faiz, bir kredi işleminde, ödünç alanın, ödünç verene ödediği bir kira ya da bedeldir. Ayrıca bu bedel, ödünç alana bir kâr etme fırsatının karşılığı olduğu için doğaldır. Kredi işlemine konu olan şey ödünçverence, kendine bir sermaye olarak kabul edilmekte ve sermayesini bir kira karşılığında ödünç vermektedir. " Faizle ödünç verilen mal mevcudunu, ödünç veren her zaman bir sermaye saymaktadır. O, bunu kendisine zamanında geri ödenmesine, bu arada, ödünç alanın bunu kullanmasına karşılık kendisine belli bir yıllık kira ödenmesini beklemektedir" (Smith,1997:286). Çünkü Smith'e göre " Faizle ödünç verilen bir sermaye, yıllık ürünün belli bir bölümü üstündeki hakkın, ödünç verenden ödünç alana bir devri olarak nitelenebilir" (Smith,1997:288) şüphesiz ki söz konusu devrin olabilmesi ödünç

alanın, belli bir faiz ödemesini yapmasına ve zamanı geldiğinde ödünç aldığı miktarı geri ödemesine bağlıdır.

Yatırım yapmanın riskleri olduğunu ve kayıplarla karşılaşılabilceğini, bundan dolayı ortalama kâr oranının bu kayıpları karşılamaya yetenden biraz daha fazla olması gerektiğini belirten ve net kârın bu fazlaya eşit olduğunu söyleyen Smith, ödünç alınan sermayeye ödenecek faizin net kârdan ödenebileceğini “Borç alanın ödeyebileceği faiz oranı yalnız net kâr oranındadır”(Smith,1997:s.86) diyerek belirtmiştir. İnsanları ödünç para almaya iten zorunlulukların olduğunu ifade eden Smith, yasalarla faizin yasaklanması halinde faiz oranlarının yükseleceğini ileri sürmüştür. Ayrıca yasal boşluklardan dolayı ödünç verenin, verdiği geri alma noktasında bir kuşkusu varsa, bu durumda faiz oranını, ülkenin içinde bulunduğu ekonomik şartların gerektirdiği seviyenin üstüne çıkaracağı Smith tarafından ileri sürülmüştür (Smith,1997:86).

Klasik Okul’a mensup bir diğer iktisatçı David Ricardo, faiz konusunda farklı bir açıklama yapmamıştır. D. Ricardo, faiz oranının her zaman için kâr oranı tarafından belirleneceğini ileri sürmüştür (Ercan,1997:443).Dolayısıyla para miktarındaki değişimler faiz oranı üzerinde etkili olmayacaktır. “Mahreçler Kanunu” ile ismi birlikte anılan J.B. Say, sermayenin faizini, emeğin ücretinden farklı görmemektedir. Çünkü sermaye de insan gücü gibi çalışıp bir hizmet ifa etmekte ve emeğin yaptığından başka bir şey yapmamakta yani, sermaye de diğer faktörler gibiproduktif hizmetler yapmaktadır (Akman,1981: 43).Bu anlamda faiz, sermayenin ücretidir.

W. N. Senior’e göre faiz, sermaye sahiplerinin hemen tüketimde bulunmayarak yaptıkları fedakârlığın karşılığıdır. Bu fedakârlık “imsak” olarak ifade edilmektedir. “Senior’unimsakta kastettiği, ‘malları, gelecek yerine bugün tüketmek için var olan tercihin yenilmesi’ yani, zaman tercihinin yenilmesiydi” (Kazgan,1989:s.75). Dolayısıyla, “imsak” sermayenin oluşması için gerekli bir faktör olarak görünmekte, bu da faizin haklılığını ortaya koymaktadır. Sermayeoluşumunandeden olan ve faizi haklı kılan tüketimden uzak durma olarak ifade edebileceğimiz “imsak” ya da “sakınma” kavramını Senior şöyleaçıklamaktadır; ‘Sakınma ferдин bir davranış biçimi olup, fert ya sahip olduklarının üretken olmayan biçimde kullanılmasından kaçınır veya bilinçli bir şekilde hemen ortaya çıkacak sonuçlardan çok, uzak bir gelecekte ortaya çıkacak sonuçları tercih eder’ (Savaş,1997:369).

F. Bastiat, faiz muamelelerinde taraf olarak sermaye sahiplerini ve ödünç alanları nazar dikkate alır. Burada sermayedarın feda ettiği ödünç verdiği sermayeden kazanabileceği produktif hizmetler kaybıdır. Sermaye sahibi işte bu kaybı, ödünç alan kimseden faiz olarak ister (Akman,1981:114)Bastiat, “Tüketimin ertelenmesi kapitalist tarafından sağlanan bir hizmettir ve bu nedenle de bir ödemeye yani faize hak kazanır”(Savaş,1997:378) görüşündedir.

Klasik İktisat Teorisi’ne göre faiz oranları tasarruf ve yatırım miktarlarının birbirine eşit olduğu noktada teşekkül edecektir. Ancak madalyonun diğer yüzüne bakıldığında, mal piyasasında arz ve talep miktarının denkleştirilmesinde fiyat mekanizmasının oynadığı rolü, burada tasarruf ve yatırım miktarını denkleştiren faiz oranı yerine getirmektedir. Bu bağlamda faiz oranı, her zaman tasarruf edilen miktar ile yatırımın eşit olmasını sağlar. Tasarrufla yatırım arasındaki bu eşitlik, piyasa dengesi sağlanıncaya kadar faiz oranındaki dalgalanmalarla sağlanmaktadır. Faiz oranına böyle aktif bir rol veren Klasik Teori’de “Faiz oranı reel bir değişkendir ve denge faiz düzeyini belirleyen faktörler, tasarruf arz ve talebi (yani yatırım talebi) dir” (Keyder,1996:295).

Geliştirdiği teori çerçevesinde faizin varlığına ve kaynağına farklı bir perspektiften bakan K. Marx, faizi kârın bir parçası olarak görmekte, kârın bu parçasının sahibine verilmesi olarak tanımlamaktadır. Marx’a göre, faizin kökeninde kâr ve dolayısıyla artı-değer’in varlığı yatmaktadır; “Faiz, köken bakımından, faal kapitalistin, sanayicinin ya da tüccarın, kendi sermayesi yerine borç alınan sermayeyi kullandığında, para-sermaye sahibine ve onu ödünç verene ödemek zorunda olduğu kârın, yani artı-değerin yalnızca bir parçası gibi görünür, ve kökeninde, onun bir parçası olduğu gibi, gerçekte onun bir parçası olarak da kalır” (Marx,1997:325). Faizi, kârın bir parçası olarak değerlendiren Marx’a göre, faiz oranının üst limitini belirlemek mümkündür. Ancak faiz oranının alt sınırı belirlenemez. Ayrıca Marx, faiz oranının; (1) kâr oranı, (2) toplam kârın borç veren ile borç alan arasındaki bölünme oranı tarafından belirleneceğini ileri sürmüştür (Marx,1997:315-316).

Faizin kâr oranı tarafından belirleneceğini söyleyen Marx’a göre, kâr oranındaki dalgalanmalardan tamamen bağımsız olarak faiz oranlarında bir düşme eğilimine sebep olacak iki faktör vardır. Bunlardan ilki, özellikle ülkenin artan zenginliği ile büyüyen rantiyeler sınıfı ve bunların borç olarak verebileceği sermaye miktarındaki artışlar, ikincisi ise “kredi sistemindeki gelişme ve bununla birlikte, sanayiciler ile tüccarların, toplumun

bütün sınıflarının tasarrufları üzerinde bankerler aracılığı ile kurdukları gittikçe artan denetimleri ve para-sermaye olarak iş görebilecek bu tasarrufların miktar olarak gitgide yoğunlaşması, faiz oranı üzerinde ayrıca bir baskı yaratır” (Marx,1997:318). Ayrıca, Marx’a göre faiz oranı piyasa şartlarınca belirlenmekte ve piyasa faiz oranı aynen bir malın fiyatının ortaya çıkmasında rol oynayan arz ve talep mekanizması tarafından belirlenmektedir (Marx,1997:322).

Neo-klasik iktisatçı A.Marshall’ın faiz hakkındaki düşüncesi, yukarıdaki satırlarda açıkladığımız Klasik İktisatçıların düşüncesine paralellik göstermektedir. Marshall, “faiz kapital kullanımı bir kazanç sağladığı için, kıt bir kaynak olan kapitale yapılan bir ödemedir... Faiz, kapitalin arz ve talebini, piyasada dengeye getiren fiyattır”(Kazgan,1989:172). Marshall’a göre faiz oranının, yani tasarrufun talep fiyatının yükselmesi tasarruf miktarını arttıracaktır. Faiz, kapitali kullanmak için ödenen bir bedel olduğuna göre, piyasa denge faiz oranı öyle bir dengede oluşacaktır ki, bu oran toplam sermaye talebi ile toplam sermaye arzının birbiriyle aynı seviyede olmasını sağlayacaktır (Okyar,1954:s.20). Ayrıca Marshall, faizin sermaye sahiplerine bir “beklemenin” ödülü olarak verildiğini kabul etmektedir. Burada “bekleme” sonucu verilen ödülün daha net ifadesi gelecek kazançlar uğruna bugünkü tüketimden vazgeçerek yapılan fedakârlığın ödülüdür (Barber,1991:187).

E.Böhm – Bawerk, faiz teorisinin temel sorusu olan gelecek malların bir biriminden fazlasının neden mevcut malların bir birimiyle değiştirildiği ve neden mevcut mallar, gelecek mallardan daha değerlidir? Sorularına üç sebep ileri sürerek cevap vermiştir. Böhm-Bawerk, kapitalli üretimin veya “dolambaçlı üretimin”, dolaysız üretime göre daha verimli olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda “dolambaçlı üretim” ve dolayısıyla faize hak kazanılmasının nedeni olarak zaman fedakârlığı gözükmektedir. Zaman fedakârlığı bugün ile gelecek arasında bir tercih, yani zaman tercihi ifade etmektedir. Zaman tercihleri yapılırken, bugünkü (cari) tüketimin marjinal faydası ile gelecekteki tüketimin marjinal faydası kıyaslanacak ve zaman tercihi bunun sonucunda belirlenecektir. Zaman tercihinin bir oran olarak ifadesi; “cari tüketimin bugünkü marjinal faydası ile gelecekteki tüketimin yine bugünkü marjinal faydası arasındaki farkın, gelecek tüketimin bugünkü marjinal faydasına oranıdır. Bu oran ne kadar yüksekse birey, cari tüketimi gelecekteki tüketime o kadar fazla tercih etmektedir” (Akyüz,1980:175). Bu bağlamda, söz konusu

oran ne kadar yüksek olursa, cari tüketim gelecek tüketime daha çok tercih edileceğine göre bunun da faiz oranını artırıcı bir etkide bulunacağı söylenebilir.

Böhm-Bawerk,için faiz ödemesinin genel sebebi mevcut mallara gelecek mallardan daha fazla değer verilmesidir. Sermayeyi borç veren kimse bugünkü malları ödünç alanlara vermektedir. Bugünkü malların değeri, gelecekteki mallardan daha fazla olduğu için, gelecekte yapılacak geri ödeme bugünküyle aynı değerde olursa, borç veren bir değer kaybına uğrayacaktır. Dolayısıyla böyle bir durumda ödünç işlemi gerçekleşmeyeceği için, ödünç alanın ödünç verene, söz konusu değer kaybını ortadan kaldırıp telafi etmek amacıyla bir “acyo”, yani ilave bir değer ödemesi gerekmektedir.

Yukarıda ifade ettiğimiz üzere Böhm-Bawerk, faizin haklılığını üç nedene dayandırmaktadır. Bu nedenler (Kazgan,1989:174-175) :

1) İnsanların iyimser ve zaman ufkunun sınırlı olmasından ötürü, gelecekte gelir durumlarının daha iyi olacağını veya ihtiyaçlarının daha az olacağını varsaymalarıdır.

2) Yaşayıp yaşamayacakları belirsiz olduğu için, insanların, bugün varolan malları gelecekteki mallara tercih etmeleridir.

3) Teknik nitelikteki bu nedene göre: bugünkü üretim araçları, gelecekteki aynı miktar üretim aracına oranla (üretim tekniği veri iken) teknik bakımdan insan ihtiyaçlarının temini açısından, daha üstündür; dolayısıyla, marjinal faydası veya değeri daha yüksektir. Acyo, burada da vardır.

Yukarıdaki nedenlere göre insanlar tarafından bugünkü mallara verilen değer, gelecekteki aynı miktar mala göre daha fazladır ve bu da faizi haklı kılmakta ve insanlar, gelecekte geri ödeyecekleri bir borç için faiz ödemeye hazırdırlar.

Knut Wicksell, reel faiz analizine parasal unsurlar katarak, gerçek anlamda ilk para iktisatçısı olmuştur (Abaç,1980:12). Wicksell faiz konusundaki görüşlerini doğal faiz oranı ve piyasa faiz oranı olmak üzere iki kavramla açıklamaktadır. Wicksell’de de gerek yatırımlar, gerekse tasarruflar faiz oranına bağlıdır ve denge faiz haddi, yatırım ve tasarrufun birbirine eşit olduğu seviyede gerçekleşecektir (Hiç,1992:230). Piyasa faizi; günün şartlarına göre ödünç verilebilir fonlara uygulanan faizdir. Doğal faiz ise; tasarruf – yatırım eşitliğinde arz ve talep tarafından belirlenecek orandır. Piyasa faiz oranıve doğal faiz oranının aynı yani eşit olmasına yönelik bir zorunluluk yoktur. Wicksell’e göre, bu oranların birbirinden farklı olmaları durumunda ekonomi, bir bütün olarak bundan etkilenir ve duruma karşı tepki gösterir, fiyatlar genel düzeyinde kümülatif

yükselme veya düşmeler görülür (Öçal,1985:285).Doğal faiz oranının, piyasa faiz oranındanyüksek olması halinde ekonomide bir genişleme meydana gelecek, tersi durumda ise ekonomide bir daralma meydana gelecektir.

Keynesyen faiz teorisinin yukarıda incelemeye çalıştığımız teorilerden en önemli farkı, faiz oranını para arzı ve para talebi tarafından belirlenen parasal olarak ifade edilen bir değişken saymasıdır (Wonnacott,1974:86).Ayrıca Keynesyen teoride para sadece muamele güdüsü ile talep edilmemektedir ve para klasiklerinin söylediği gibi yansız değildir. Keynes, ekonomik süreçte paranın reel etkilerinin olduğunu ileri sürerek parayı bir değişken olarak ekonomiye sokmuştur (Demir,1996:26). Keynesyen sistemde denge geliri ya da gelirin dengede olduğunu söyleyebilmek iki şarta bağlıdır. Planlanan yatırımlar ile planlanan tasarrufların birbirine eşit olmasının yanı sıra, zamanın herhangi bir anında toplumun tutmak istediği para miktarının da para arzına eşit olması gerekmektedir. Eğer bu ikinci şart sağlanamazsa, faiz oranı yükselecek veya aksi halde düşecektir. Bu ise sonuç olarak, yatırım miktarını ve gelirin denge seviyesini değiştirecektir. Eğer verilen bir faiz oranında ve belirli bir gelir seviyesinde planlanan yatırımlar ile planlanan tasarruflar birbirine eşit ise ancak para talebi, para arzını aşarsa faiz oranı yükselecek aksi halde düşecektir. Faiz oranının yükselmesi/düşmesi gelir seviyesini düşürecek/yükseltecektir. Denge gelir seviyesine, planlanan tasarruf ile planlanan yatırımın ve aynı zamanda para talebinin para arzına eşit olmasıyla erişilecektir (Ritter,1966:163).

Keynes'e göre, faiz tüketimden kaçınmanın bir bedeli değildir; "faiz rayici, yatırım yapacak kaynakların talebi ile hemen tüketimde bulunmaktan kaçınanların eğilimini denkleştirmeye yarayan 'fiyat' değildir."(Keynes,1969:149) Keynes'e göre faiz oranı, tasarruf arzı ve yatırım talebi tarafından belirlenmez. Faiz oranını belirleyen başka faktörler vardır. Keynes, klasiklerin faiz teorisinin bağımsız değişkeni olarak tasarruf ve yatırımı kabul etmesinden dolayı hatalı bağımsız değişkenle analiz yaptıklarını ileri sürmüş ve klasikleri eleştirmiştir. "Geleneksel (klasik) analiz hatalıdır. Çünkü sistemin bağımsız değişkenlerini doğru olarak ayırmamıştır. Tasarruf ve yatırım sistem tarafından belirlenir ve sistemin determinantları değildirler. Sistemin determinantları: Tüketim eğilimi, sermayenin marjinal etkinliği şedülü ve faiz oranıdır. Yatırım ve tasarruf, bu determinantların ikiz neticeleridir. Sistemin determinantları karışık ve birbirindeki değişmeye karşı duyarlıdır. Fakat her birinin değerini bir diğerinin değerinden elde etme imkanı olmadığı için de bağımsızdırlar. Geleneksel (klasik) analiz, tasarrufun gelire

dayandığını farkına varmış, fakat gelirin yatırıma dayandığını, yatırımlar değişince gelirin, tasarrufta yatırım değişmesini eşit olacak bir değişme yaratacak şekilde değişeceğini fark etmemiştir” (Keynes,1936:183-184).

Keynes’e göre faiz, insanlar para biriktirsinler diye ödenen bir fiyat değildir. Varlıklarının fabrikalar, makineler yada buna benzer başka nakit dışı yatırım biçimlerinde tutmalarının karşılığıdır. Yani onun kendi ifadesiyle, kişilerin nakit tercihlerini alt etmek için ödenen şeydir (Galbraith,1990:274-275). Faiz oranını, mevcut nakit miktarı ile serveti nakit halde tutma arzusunu eşitleyen (Dengeyi getiren) bir “fiyat” olarak (Keynes,1969:167) kabul eden Keynesyenliteratürde “likidite tercihi” kavramının neanlamda kullanıldığını belirtmek gerekirse; “Keynes ‘likidite tercihi’ konusunda son derece geniş bir anlayışa sahip olmasına rağmen, Keynesyen literatürde bu terim dar manada ‘paraya olan talep’ anlamını kazanmış” tır (Leijonhufvud,1979:310). Serveti nakit olarak tutmanın karşılığı olmayan ancak likiditeden vazgeçmenin ödülü olarak kabul edilen faizdeki değişmeler halkın likidite tercihini etkileyecektir. Faiz oranındaki bir azalma halkın elinde daha fazla para tutma isteğini uyandıracaktır. Eğer faiz oranında bir artış olursa likidite tercihi azalacak ve böylece bireylerin ellerinde tutmak istediği para miktarı azalacaktır. Yani yüksek faiz oranlarında bireyler söz konusu faiz getirisinden mahrum kalmak istemeyeceklerdir.

KeynesyenTeori’de faiz oranı, Klasik Teori’de olduğu gibi yatırım ve tasarruf eşitliğini gerçekleştiren ve bu anlamda Mahreçler Kanunu’nun işlerliğini sağlayan bir oran olmaktan çıkmış ve faiz oranı para arzı ve talebi tarafından belirlenen bir değişken olarak ele alınmıştır. (Savaş,1994:192) Faiz oranından bağımsız olarak ve para otoritesi tarafından belirlenen para arzı ile para talebinin kesiştiği noktada denge faiz oranı teşekkül edecektir. Bu bağlamda likidite tercihinde bir değişiklik yokken para arzındaki değişme faiz oranının denge düzeyini değiştirecektir. Öte yandan para arzında herhangi bir değişiklik yok iken, yani para arzı sabitken, likidite tercihindeki bir değişme de faiz oranı üzerinde etkili olacaktır.

Tasarrufları ekonomik kalkınmanın temel değişkeni olarak kabul eden McKinnon – Shaw Hipotezine göre, gelişmekte olan ekonomilerde kalkınmayı sınırlayan temel faktör, kârlı yatırım alanlarının sınırlılığı değil, yatırımların finansmanı için gerekli olan tasarruf ve yatırılabılır fonların yetersizliğidir. Dolayısıyla tasarrufları teşvik eden yüksek faiz politikaları aynı zamanda yatırım ve büyümeyi de teşvik etmiş olacaktır.

Bu bağlamda McKinnon–Shaw hipotezinin, özel imalat sanayi yatırımları hakkındaki iddiası; özel yatırımlar üzerindeki temel zorluk borçlanmanın maliyeti değil finansal kaynakların büyüklüğüdür. Bu şartlar altında bankacılık sektöründeki daha yüksek faiz oranları daha fazla hane halkı tasarruflarını bankalara çeker ve borç verilebilir fonları artırır. Bu sonuçla da daha yüksek yatırım gerçekleşir. Böylece özel yatırım ve reel faiz oranları arasında, geleneksel teoremin öngörüsüne karşıt olarak pozitif bir ilişki vardır. (Uygur,1993:41)

McKinnon-Shaw hipotezine göre, faiz oranının üstleneceği fonksiyonları şu şekilde özetlemek mümkündür (Özeren,1997:10):

- 1) Ekonomide faiz oranı ile tasarruf arasında pozitif bir ilişki vardır.
- 2) Faiz oranının piyasada serbestçe belirlenmesi, sermayenin “etkin” çalışan finansal sistem aracılığıyla “rasyonel” kullanımına imkân tanıyacaktır.
- 3) Böylelikle, reel faiz oranındaki artış ekonomide tasarruf eğilimini artıracak gibi, fon fazlası olan birimlerin bankacılık sistemine çekilmesini sağlayacaktır.
- 4) Finans piyasalarının etkin çalıştığı varsayımı altında ekonomide kârlı/üretken alanlara aktarılabilir fon miktarı yükselecektir.

3. Veri ve Yöntem

Çalışmada kullanılan veriler Türkiye'nin Gayri Safi Sabit Sermaye Oluşumu(I), Gayri Safi Yurt İçi Hasıla(GSYH) ve reel ticari kredi faiz oranı (r) değişkenlerine ilişkin 3aylık verilerdir. Çalışmanın kapsadığı dönem 2002:I ile 2012:I arasındadır. Veriler TCMB Elektronik veri dağıtım sisteminden ve TÜİK web sayfasından elde edilmiştir. Kredi faiz oranının reelizasyonunda TÜİK toptan eşya fiyat endeksi kullanılmıştır. Reel faiz, bankalarca uygulanan ortalama ticari faiz oranından TEFE değerleri çıkarılarak oluşturulmuştur. Analize konu olan olgu yatırımlar olduğundan ticari faiz oranı tercih edilmiştir. Veriler 3 aylık olduğundan tüm değişkenler X12 ARIMA yöntemiyle mevsimsellikten arındırılmıştır.

Birim kök testleri sonucunda serileri durağan olmamakla birlikte aynı dereceden bütünleşik iseler Engle-Granger (1987) yada Johansen (1991) yöntemleri ile değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisi tahmin edilmekte ve uzun dönem ilişkisi belirlenebilmektedir. Eğer, değişkenler aynı düzeyden bütünleşik değillerse, (yani analize konu olan değişkenlerin hepsi I(1) değillerse) bu durumda söz konusu her iki yöntemde kullanılamaz. Bu durumda, Otoresif Gecikmesi Dağıtılmış (ARDL:Autoregressive

Distributed Lag) sınır testi yaklaşımı (Pesaran ve Shin, 1999 ve Pesaran vd., 2001) ile değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisi tahmin edilebilir. Bu yaklaşıma göre, değişkenlerin aynı düzeyden durağan olmaları gerekmez. Yani, değişkenlerin bir kısmı düzey durağan[I(0)], bir kısmı da birinci mertebeden bütünlük [I(1)] olsalar da yöntem kullanılabilir.

ARDL yaklaşımıyla eşbütünleşme ilişkisi tespit edilmeye çalışılırken öncelikle,

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \beta_1 Y_{t-1} + \beta_2 X_{1;(t-1)} + \beta_3 X_{2;(t-1)} + \sum_{i=1}^p \phi_i \Delta Y_{(t-i)} + \sum_{i=0}^q \theta_i \Delta X_{1;(t-i)} + \sum_{i=0}^r \lambda_i \Delta X_{2;(t-i)} + u_t \quad (1)$$

Şeklinde tanımlanan kısıtsız bir hata düzeltme modeli tahmin edilmekte ve bu hata düzeltme modelinde yer alan β katsayılarının birlikte anlamlı olup-olmadıkları Wald testi yardımıyla ve pesaranv.d.(2001)'de yer alan tablolar kullanılarak değerlendirilmektedir. Bu test işlemi sınır testi olarak adlandırılmaktadır. Test sonucunda eğer;

$$H_0: \beta_i = 0 \text{ (uzun dönem ilişkisi yoktur.)} \quad i=1,2,3$$

Hipotezi hakkında karar verilmektedir. Wald testinden hesaplanan F istatistiğinin değeri, eğer sınır değerlerinin dışında kalırsa; modelde kullanılan değişkenlerin bütünlük mertebeleri bilinmese dahi (yani bütünlük mertebelerini önceden test etmeksizin) değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkiye dair bir karar oluşturulabilir. Hesaplanan F istatistiğinin, üst sınır değerinden büyük olması durumunda, değişkenlerin bütünlük derecesi dikkate alınmaksızın [I(1) veya I(0) olması] değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin olmadığını ifade eden sıfır hipotezi reddedilebilir. Yani, değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığına karar verilir. Ancak F değerinin alt sınır değerinden küçük olması durumunda sıfır hipotezi reddedilemez. Bu durumda, değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin olmadığına karar verilir. Eğer hesaplanan F istatistiği sınır değerleri arasında kalırsa, sınır testi ile bir karar oluşturulamaz.

4. Birim Kök Testler

Bilindiği üzere, regresyon analizi ile aralarında ilişki aranacak değişkenlerin durağan olması gerekmektedir. Durağanlık şartının sağlanmadığı durumlarda değişkenler arasında sahte regresyon ilişkisi ortaya çıkmaktadır. (Granger ve Newbold,1974) Durağanlığın test edilebilmesi için farklı yöntemler geliştirilmiştir. Bunlardan en sık kullanılanı ADF(AugmentedDickey Fuller) testi olması itibariyle bu çalışmada da kullanılmıştır. Ancak, ADF testinin veri kümesinde yapısal kırılmaların olduğu durumlarda

başarısız olduğunu Perron (1989) göstermiştir. Bu nedenle, yapısal kırılmaları dikkate alan Zivot-Andrew(1992) ve Perron(1997) tarafından geliştirilen birim kök testleri de kullanılarak durağanlık araştırılmıştır. Değişkenlere ilişkin ADF, Perron ve Zivot-Andrews testi sonuçları Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1

Birim Kök Testleri Sonuçları

	Değişkenler	Sabit	%5 Eşik Değeri	Sabit ve Trend	%5 Eşik Değeri
ADF Birim Kök Testi	lnI	-1,3073	-2,93	-2,3519	-3,53
	lnGSYH	-1,6676		-2,0853	
	r	-2,0622		-3,8259*	
ADF Birim Kök Testi (Birinci farklar)	ΔlnI	-4,8324*	-2,93	-4,7386*	-3,53
	ΔlnGSYH	-4,7141*		-4,7108*	
	Δr	-5,9735*		-3,1598	
Perron Birim Kök Testi	lnI	-3,6018	-5,23	-3,0555	-5,59
	lnGSYH	-5,5304*		-5,5946*	
	r	-5,6937*		-4,1533	
Zivot-Andrews Birim Kök Testi	lnI	-3,4381	-4,93	-2,9491	-5,08
	lnGSYH	-5,4447*		-4,9741	
	r	-5,7737*		-4,9142	

* % 5 anlamlılık düzeyinde durağan olan değişkenleri göstermektedir.

Tablo 1’de yer alan birim kök testleri sonuçları topluca değerlendirildiğinde değişkenlerin aynı düzeyden durağan olmadıkları görülmektedir. Bu nedenle, Engle-Grangeryada Johanseneşbütünleşme analizlerinin yapılması uygun görünmemektedir. Buna bağlı olarak Sınır Testi yardımıyla eş bütünleşme olgusu analiz edilmiştir

5. Sınır Testi

Sınır testi için kullanılan (1) nolu denklemin çalışmamıza uyarlanmış hali,

$$\Delta(\ln I)_t = \alpha_0 + \beta_1(\ln I)_{t-1} + \beta_2(\ln \text{GSYH})_{t-1} + \beta_3(\text{rf})_{t-1} + \sum_{i=1}^p \phi_i \Delta(\ln I)_{t-i} + \sum_{i=0}^q \theta_i \Delta(\text{GSYH})_{t-i} + \sum_{i=0}^r \lambda_i \Delta(\text{rf})_{t-i} + u_t \quad (2)$$

şeklindedir. Burada; lnI Gayri safi sermaye oluşumunun doğal logaritmasını, lnGSYH Gayri Safi Yurt İçi Hasılanın doğal logaritmasını ve rf reel faiz haddini göstermektedir. Denklem (2) bağlamında uygulanan ve aşağıda verilen Wald testi sonuçları Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2

Wald Testi

		%5 Anlamlık Düzeyinde Sınır Değerler	
F İstatistiği	Serbestlik Derecesi	I(0)	I(1)
4,923123	2	3,79	4,85

Serbestlik derecesi modeldeki açıklayıcı değişken sayısına eşittir.

Tablo2’de görüldüğü gibi hesaplanan F değeri üst eşik değeri 4,85’den daha büyüktür. Buna göre; değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki yoktur hipotezi reddedilebilir. Dolayısıyla, söz konusu değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu söylenebilir.

6. ARDL Regresyonu ve Uzun Dönemli İlişkinin Tahmini

ARDL modelinde öncelikle gecikme uzunluğunun belirlenmesi gerekir. Model seçme kriterlerinden birine göre (AIC,SBC veya HQ kriterlerine göre) en küçük değeri sağlayan gecikme uzunluğu modelin gecikme uzunluğu olarak seçilir. Seçilen gecikme uzunluğu ile oluşturulan modelin ardışık bağımlılık sorunu taşıması halinde, ikinci en küçük değeri sağlayan gecikme uzunluğu alınır, eğer ardışık bağımlılık sorunu hala devam ediyorsa, ardışık bağımlılık ortadan kalkana kadar bu işleme devam edilir (Karagöl vd., 2007:76). Çözümleme de maksimum gecikme sayısı 4 olarak alınmış ve değişkenlere ilişkin uygun gecikme uzunlukları Akaike Bilgi kriterine göre belirlenmiştir. Bu kriter gere ARDL (3,2,2) modeli belirlenmiş olup modelin tahmini Tablo 3’de verilmiştir.

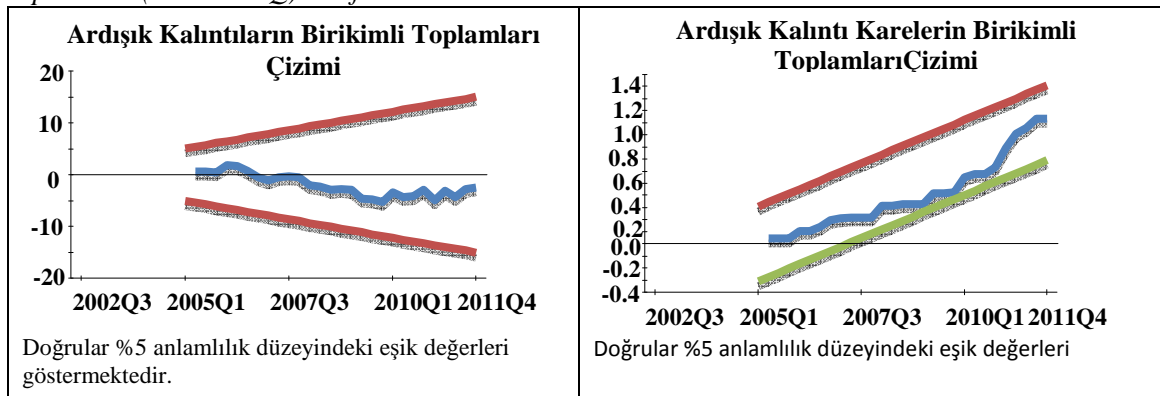
Tablo 3

ARDL(3,2,2) Modeli Tahmini ve Uzun Dönem Katsayıları

Bağımlı DeğişkenlnI	Değişkenler	Katsayılar	Standart Hata	t-Değeri [Olasılık]	
	lnI(-1)	0,9915	0,14663	6,7619 [0,000]	
	lnI(-2)	-0,027831	0,18555	-0,14999 [0,882]	
	lnI(-3)	-0,19805	0,11056	-1,7914 [0,084]	
	lnGSYH	1,2901	0,2787	4,6291 [0,000]	
	lnGSYH(-1)	-0,62608	0,4470	-1,4006 [0,172]	
	lnGSYH(-2)	-0,36823	0,3473	-1,0602 [0,298]	
	rf	-0,0046626	0,001765	-2,6417 [0,013]	
	rf(-1)	0,0039144	0,0018734	2,0895 [0,046]	
	rf(-2)	0,0013062	0,0013249	0,9859 [0,332]	
	Sabit	-1,3986	1,3907	-1,057 [0,323]	
Uzun Dönem Katsayıları					
Değişkenler	Katsayılar	Standart Hatalar	t-Değeri [Olasılık]	R ² =0,98468 R ² = 0,97792 F=207,0802 [0,000]	
lnGSYH	1,2622	0,25404	4,9684 [0,000]		
rf	0,002380	0,00458	0,52036 [0,607]		
Sabit	-5,9673	4,3158	-1,3827 [0,177]		
Test İstatistikleri		LM	[Olasılık]	F	Olasılık]
Otokorelasyon testi		$\chi^2_{BG}(4) = 9,2167$	[0,056]	1,9341	[0,136]
Model Kurma Hatası		$\chi^2_{RAMSEY}(1) = 0,17342$	[0,677]	0,12506	[0,726]
Değişen Varyans Testi		$\chi^2_{WHITE}(1) = 2,0555$	[0,152]	2,0586	[0,160]
Normallik Testi		$\chi^2_{JB}(1) = 1,2929$	[0,524]		

Tahmin edilen modelin hata terimlerinin ardışık bağımlılığının (otokorelasyonun) olmadığı ve değişen varyans sorununun olmadığı görülmektedir. Uzun dönem modelinden elde edilen katsayı tahminlerine göre lnGSYH değişkenin lnI değişkenini pozitif yönde etkilediği ve bu parametrenin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. rf değişkenin lnI değişkeni üzerindeki etkisini gösteren katsayı pozitif bulunmuştur, ancak bu katsayının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir.

Ardışık Kalıntıların Birikimli Toplamları (CUSUM) ve Ardışık Kalıntı Karelerin Birikimli Toplamları (CUSUMSQ) Grafikleri



Şekil 1.

Uzun dönem modeline ilişkin CUSUM ve CUSUMSQ testleri tahmin edilen uzun dönem ARDL katsayılarının istikrarlı olduğunu göstermektedir.

ARDL(3,2,2) Modeli İçin Hata Düzeltme Modeli

Değişkenler	Katsayılar	Standart Hata	T-Değeri [Olasılık]	
$\Delta \ln I(-1)$	0,22588	0,14153	1,5960 [0,121]	$R^2 = 0,73123$ $\bar{R}^2 = 0,64782$
$\Delta \ln I(-2)$	0,19805	0,11056	1,7914 [0,083]	
Δrf	-0,00466	0,001765	-2,6417 [0,013]	$F=11,2713$ [0,000]
$\Delta rf(-1)$	-0,00131	0,001325	-0,98592 [0,332]	
$\Delta \ln GSYH$	1,2901	0,2787	4,6291 [0,000]	
$\Delta \ln GSYH(-1)$	0,36823	0,3473	1,0602 [0,297]	
ECM(-1)	-0,23438	0,087824	-2,6687 [0,012]	

Hata düzeltme modelinin tahmin edilen sonuçlarına göre, hata düzeltme teriminin(ECM) katsayısı negatif ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. ECM'nin katsayısının 0,23438 olması kısa dönemde, değişkenlerin uzun dönem ilişkisindeki bir sapmanın yaklaşık 4 dönemde (1yıl sürede) düzeleceğini göstermektedir. Kısa dönemde reel faiz ile yatırımlar arasındaki ilişkinin negatif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Gelir-yatırım ilişkisi kısa dönemde de pozitif ve anlamlı bulunmuştur.

7. Sonuç

Türkiye de 2002Q1 ile 2012Q1 dönemi için, yatırımların gelir ve faiz ile olan ilişkisinin incelendiği bu çalışmada, uzun dönemde de kısa dönemde de gelir artışlarının yatırımları artıracığı sonucuna ulaşılmıştır. Faiz oranlarının ise yatırımlarla olan ilişkisi kısa dönemde negatif bulunmuş ancak, uzun dönemde bu katsayının pozitif ve istatistiksel olarak anlamsız olduğu görülmüştür. Kısa dönemde, negatif olan reel faizlerin katsayısının pozitifte dönmesi ve istatistiksel olarak anlamsızlaşması, McKinnon-Shaw hipotezini doğrular niteliktedir. Faiz artışlarının uzun dönemde kredi imkânlarının genişlemesine yol açacağı bu genişlemenin de yatırımların daha rahat fonlanabileceği ve böylece de yatırımlardaki artışın daha rahat gerçekleşebilmesi sonucunu getireceği bir ortamı oluşturacağı söylenebilir. Bu bağlamda Türkiye ekonomisinde, yatırımların teşviki ve belirli sektörlere yatırımların yönlendirilmesi için kullanılacak önemli enstrümanlardan birisinin de faiz haddi olduğu söylenebilir. Netice olarak, Sabri F. Ülgener'in ifadesiyle; faiz haddinin muhtelif istihsal ve plasman kollarında iniş çıkışlarıyla yatırımlar için yol gösterici ve istikamet çizici bir unsur olduğu gerçeği Türkiye ekonomisinde de gözlemlenmektedir.

Kaynaklar

Abaç, S. (1981). *Para Teorisinde faiz oranları ve Türkiye'deki uygulama*. İstanbul: Binbir direk matbaacılık.

Akman, A. N. (1981). *Gelir dağılımı teorileri kaynak fikirler*, Erzurum: Atatürk Üniversitesi, İşletme fakültesi.

Akyüz, Y. (1980). *Sermaye bölüşüm büyüme*. 2. Baskı, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları. No: 453, Ankara: Ankara Üniversitesi basımevi.

Aren, S. (1987). *İstihdam Para Veiktisadipolitika*, 8.Baskı, Ankar.:Savas Yayınları.

Barber, W. J. (1991). *İktisadi düşünc etarihi*, (Çev: Hasan Durdu), 1.Baskı, İstanbul: Çıdam yayınları.

Demir, Ö.(1996). *Kurumcu iktisat*, 1.Baskı, Ankara: Vadi yayınları.

Dickey, D.A. ve Fuller, W.A. (1979). Distribution Of the estimators for autoregressive time series with a unit root, *Journal Of The American Statistical Association*, 74: 427-431.

Engle, R. F. ve Granger, C. W. J. (1987). Co-integration and error correction: representation, estimation, and testing, *Econometrica*, 55: 251-276.

Ercan, F. (1997). *Para ve kapitalizm*, 1.Baskı, İstanbul: Ceylan yayıncılık: 23.

Galbraiht, J. K. (1990). *Para nereden gelir nereye gider ?* N. Himmetoglu ve B. Çorakçi (Çev.), 1.Basım, İstanbul: Altın kitaplar yayınevi.

Granger, C. ve Newbold, P. (1974). Spurious Regressions In Econometrics, *Journal Of Econometrics*, 2: 111-120

Johansen, S. (1995) *Likelihood-based inference in cointegrated vector autoregressive models*, Oxford: Oxford University Press.

Johansen, S. (1991). estimation and hypothesis testing of cointegration vectors in gaussian vector autoregressive models, *Econometrica*, 59: 1551-1580.

Johansen, S. & Juselius, K.(1990). Maximum likelihood estimation and inferences on cointegration-with applications to the demand for money, *Oxford Bulletin Of Economicsandstatistics*, 52: 169-210.

Karagöl, E., Erbaykal, E.&Ertugrul, H. M. (2007). Türkiye'de ekonomik büyüme ile elektrik tüketimi ilişkisi: Sınır testi yaklaşımı, *Dogus Üniversitesi Dergisi*, 8 (1): 72-80.

Kazgan, G. (1989). *İktisadi düşünce veya politik iktisadın evrimi*, 4.Basım, İstanbul: Remzi kitabevi

Keyder, N. (1996). *Para, Teori-Politika-Uygulama*, 5.Baskı, Ankara: Bizim büro basımevi.

Keynes, J. M. (1936). *The General Theory Of Employment, Interest And Money*, London: Macmillan And Co. Limited St. Martin's Street.

Keynes, J. M. (1969). *İstihdam, Faizve Para Genelteorisi*, A. Baltacıgil (Çev.), İstanbul: Fakülteler matbaası.

Kologlu, M. (1996). *Ekonomikdoktrinlertarihi*, Ankara: Dogus matbaacılık ve ticaret limited sirketi matbaası.

Leijonhufvud, A. (1979). Keynes And The Keynesians: A Suggested Interpretation, *Modern Macroeconomics*, İçinde, Panayotis G. Korliras-Richard S. Thorn, Harper & Row, Publishers, Inc.

Marx, K. (1997). *Kapital*, 3. Cilt, A. Bilgi (Çev.). 3.Baskı, Ankara: Sol Yayınları.

- Okyar, O. (1954). *Neo-Klasikteoriden Keynes Teorisine*, İstanbul Üniversitesi yayınlarından: No: 590 İktisat fakültesi No: 71, İstanbul: İsmail Akgün matbaası,
- Öçal, T. (1985). *Para Teorisivepolitikası*, Gaziüniversitesiyayın No: 66, İ.İ.B.F.Yayın No: 33, Ankara: Ankara Üniversitesi basımevi.
- Özeren, S. (1997). *Finansal serbestlesmenin tasarruflar üzerine etkisi*, Yayınlanmamış doktora tezi, Ankara: Gazi üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü.
- Perron, P.(1989). The Great Crash, The Oil Price Shock And The Unit Root Hypothesis, *Econometrica*, 57 (6): 1361-1401.
- Pesaran, M. H. ve Pesaran, B. (1997). *Working With Microfit 4.0, Interactive Econometric Analysis*, Oxford: University Press.
- Pesaran, M. H., Shin, Y. ve Smith R. J. (2001). Bound Testing Approaches To The Analysis Of Long Run Relationships,*Journal Of Applied Econometrics*, Special Issue, 16: 289-326.
- Ritter, L. S. (1976). The Role Of Money In Keynesian Theory, *Readings In Macroeconomics*, içinde, Edited By M.G. Mueller, Holt, Rinehart And Winston.
- Savas, V. (1994). *Politik iktisat*, 2.Baskı, İstanbul: Beta Basım yayın dag. A.S.
- Savas, V. F. (1997). *İktisatın tarihi*, Liberal Düşüncetopluluğu Yayınları:10, İstanbul: Avcıol basım-Yayın.
- Sayar, A. G. (1998). *Bir iktisatçının entellektüel portresi Sabri F. Ülgener*. İstanbul: Eren yayıncılık.
- Smith, A. (1997). *Ulusların zenginliği*, A.Yunus &M. Bakirci (Çev.). 2.Baskı, İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Topçuoglu, N. (1993).*Ekonomi ansiklopedisi*, İstanbul: Paymasyayınları.
- Toprak, M. (1997).*Yeni iktisat*, İstanbul: İzyayıncılık.
- Tuncer, S. (1980). Türkiye’de faiz hadleri artarken, *Yeni is dünyası dergisi*, Sayı: 5.
- Uygun, E. (1993). *Financial Liberalization And Economic Performance In Turkey*, Ankara: Central Bank Of The Republic Of Turkey.
- Wonnacott, P. (1974). *Macroeconomics*, Richard D. Irwin, Inc. Homewood, Illinois 60430, Irwin Dorsey Limited Georgetown, Ontario L7g4b3.

Tekstil İşletmelerinde Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) Kullanımındaki Memnuniyet Düzeyi ve Malatya İlinde Bir Araştırma

Berkant DULKADİR¹

Özet

Süratli bir şekilde küreselleşen dünyada, rekabet nedeniyle coğrafi sınırlar önemini kaybetmeye başlamıştır. Bu da şirketlerin hızlı ve doğru karar vererek rekabet üstünlüğü sağlamaları için sektörel ve teknolojik gelişmeleri yakından takip etmelerini zorunlu kılmaktadır. Bu ihtiyaç gün geçtikçe artarak belirginleşmiştir. Bunun sonucunda teknolojiye hızlı gelişime paralel olarak bilgi teknolojilerinde de bir dizi önemli ilerlemeler kaydedilmiştir. Böylece yönetim bilgi sistemleri meydana getirilmiş ve birçok işletmede kullanılmaya başlanmıştır. Gelişmekte olan ülkemizde işletmelerin ulusal, uluslararası piyasalarda rekabetini artırabilmesini ve bu ortamda yer bulabilmesini sağlamak için ERP kullanması gerekmektedir. Bu çalışmada bunun için gerekli nedenler açıklanarak bundan duyulan memnuniyetin önemi belirtilmiştir. Yüksek maliyetler ile kurulan bu yazılımın gelecekte işletmelerin başarısını etkileyeceği kesindir. Bu bağlamda işletmelerde kullanılan ve yüksek koordinasyon özelliği ile işletmelere ciddi değer katma potansiyeline sahip ERP ile ilgili çalışmanın akademik alana, ulusal literatüre ve ülke ekonomisine faydalı olacağı kanısındayım.

Anahtar Sözcükler: ERP, İşletme, Sistem, Kurumsal Kaynak Planlaması

Textile Businesses Enterprise Resource Planning (ERP) Level of Satisfaction in the Use of A Research and Malatya Province

Abstract

On fastly globalising world geographical borders are losing its importance because of competition. This necessitate businesses to follow sectorel and technologic developments closely in order to decide quickly and correct to provide competitive advantages. This necessity increasingly clarified day by day. As a result of this, parallely to the quick development of technology, a range improvements noticed on information technologies. Thus, management information systems generated and had been used on many businesses. On our developing country, to increase competative advantages on local and international markets and to get a place on this environment, our businesses must use ERP. On this study its importance is explained with necessary causes. It is clear that in future this high-costing software will effect the success of businesses. Concordantly; I believe that this study that is about ERP which is used in businesses and have serious value adding potential to the businesses will come in useful for country economy, academic field national literature.

Key Words: ERP, Business, System, Enterprise Resource Planning

¹ Öğr. Gör. Artvin Çoruh Üniversitesi, Artvin MYO.

1. Giriş

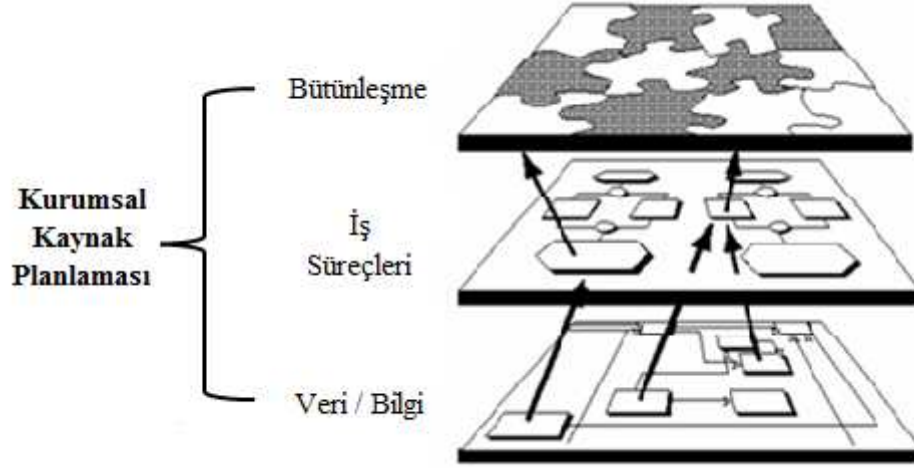
Küreselleşmiş bir dünyada 21. yüzyılı yaşadığımız bu günlerde işletmelerin rekabet ortamında ayakta kalması ve bu varlıklarını sürdürebilmeleri üç ana unsur önem taşır. Bunlar; kalite, verimlilik ve maliyet kriterleridir. Bu üç unsura son zamanlarda, etkiye hızlı tepki verme de eklenmiştir. Tüm bunların yapılabilmesi eldeki ve kıt olan kaynakların etkin olarak kullanılmasına bağlıdır. Bu kaynaklar' da hammadde, işgücü, makine, teçhizat ve finansman unsurlarıdır. Bu kaynakların etkin, verimli, gerçekçi kullanılması üretim planlama ve kontrol faaliyetleri ile mümkün olmaktadır. Sürekli değişim içinde olan rekabet ortamında başarılı olmak için değişen iş koşullarını önceden tahmin edebilmek ve bunlara hızla yanıt verebilmek önemlidir. Bunun sağlanması ve devamı için güçlü, esnek ve sağlam bilgi sistemlerine gerek duyulmaktadır. Bütün bunları ise ERP sistemleri ile yapmak mümkün olmaktadır.

ERP sistemleri günümüz teknolojilerini kullanarak, işletmelerin kaynak planlamasını planlı bir şekilde çalışmayı sağlar. Rekabet ortamının bulunduğu bu pazarda en küçük maliyet kaybının olmaması işletmeler için önem taşımaktadır. Bu nedenle işletmeye güç katması için alınan ERP sistemlerinin işletmeyi zarara değil de kar' a ulaştırması için sorun çıkarmadan istenilen amaca ulaşılması gerekmektedir. Bu çalışmada ise Malatya ilinde tekstil sektöründe faaliyet gösteren ve ERP sistemi kullanan firmaların beklentilere göre sistemden memnuniyet düzeyi ölçülmüştür

2. ERP Sistemlerinin Tanımı

Uluslararası literatürde, uygulamalarda ve iş dünyasında ERP (Enterprise resource Planning) terimi ile ifade edilen kurumsal kaynak planlaması, işletmelerin sahip oldukları kaynakları etkin kullanmaları amacına hizmet eden; işletmenin stratejik amaç ve hedefleri doğrultusunda müşteri isteklerini en uygun şekilde karşılayabilmek, farklı coğrafi bölgelerde bulunan tedarik, üretim ve dağıtım kaynaklarının en verimli şekilde planlanması, koordinasyonu ve kontrol edilmesi fonksiyonlarını bulunduran bir yazılım sistemidir (Acar, 2001 : 201). İşletme birimlerinin birbirleri ile iletişim ve bilgi paylaşımı temeline dayanan ERP sistemleri işletmelerin finans, üretim, satın alma, satış, lojistik, insan kaynakları vb. iş süreçlerinin entegre edilerek tek çatı altında toplanmasını sağlar (Keçek ve Yıldırım, 2002 : 3). Amaç, tüm bu fonksiyonel alanlar arasındaki işbirliğini ve etkileşimi geliştirmektir. ERP sistemi şirket içi süreçleri geliştirmenin yanında, özellikle uluslararası şirketlerin farklı coğrafi bölgelerde bulunan birimlerinin eş zamanlı planlamasını sağlar (Gök, 2005 : 400).

ERP sistemleri gelen verileri işleyip daha sonra bir veri bütünü oluşturarak işletmenin istemiş olduğu raporlar şeklinde Şekil 1.1' deki süreçte görüldüğü şekilde düzenlemektedir.



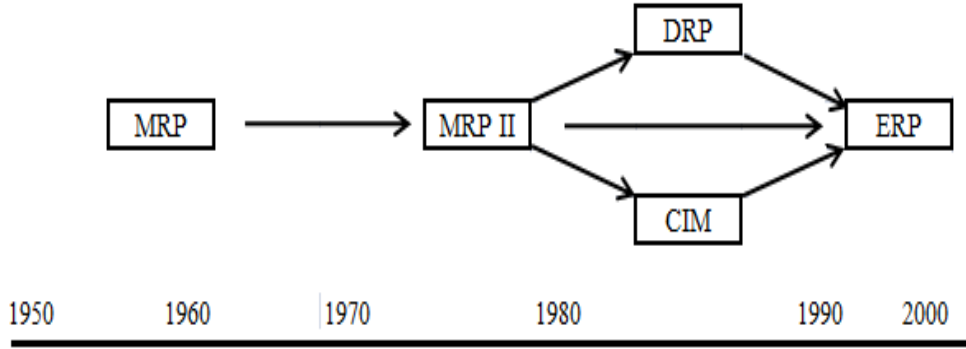
Şekil 1.1 : Kurumsal Kaynak Planlaması Uygulayan İşletmelerde Veri/Bilgi İş Süreçleri ve Bütünleşme

Kaynak : El, A.C. (2006). ERP Yazılımlarının KOBİ' lere Uyarlanabilirliği, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Balıkesir. s.26

2.1. ERP Sistemlerinin Ortaya Çıkışı Ve Gelişim Süreci

ERP kavramı malzeme ihtiyaç planlaması (MRP) ve üretim kaynakları planlaması (MRPII) terimlerinden türeyip bunların anlamsal birleşimlerinden oluşmuştur. Malzeme kaynak planlaması, malzeme ihtiyacını daha etkin bir biçimde hesaplayıp bu yönde olumlu kararlar almak için geliştirilmiş sistemdir. Bu sistem sonradan genişletilerek; satış planlama, kapasite yönetimi ve çizelgeleme gibi işlevlerini de kapsayan üretim kaynakları planlaması sistemi şeklinde olmuştur. Üretim kaynakları planlaması o zamanlar, etkin imalat planlama ve etkin bir üretim için bir sonraki adım olarak görülmüştür. Bununla birlikte firmalar karlılık ve müşteri memnuniyeti gibi amaçların sadece üretim değil tüm işletmeyi ilgilendiren kavramlar olduğunu anlamakta geç kalmamış ve finans, satış, dağıtım ve insan kaynakları işlevlerinin de dahil olduğu, ilişkisel olarak irtibat kurmak için bu tarz sistemlere ihtiyaç duyulmaya başlandı. Bu arada, ürün geliştirme safhasının teknik işlevleri ile üretim sürecini bütünleştiren bilgisayar bütünleşik imalat (CIM) sistemleri ile firmaların ürün dağıtım kanallarını ile ürün dağıtımlarını planlamalarını ve yönetmelerini sağlayan dağıtım kaynakları planlama (DRP)

sistemleri gelişerek zaman içerisinde ortaya çıkmıştır. Günümüzde bunların tamamını kapsayıp tüm birimler arasında bağlantı kuran ERP ortaya çıkmıştır (Özcan, 2006: 7-8). Şekil 1.2' de ise ERP sistemlerinin artan öneminden yola çıkılarak, tarihsel gelişimi verilmiştir.

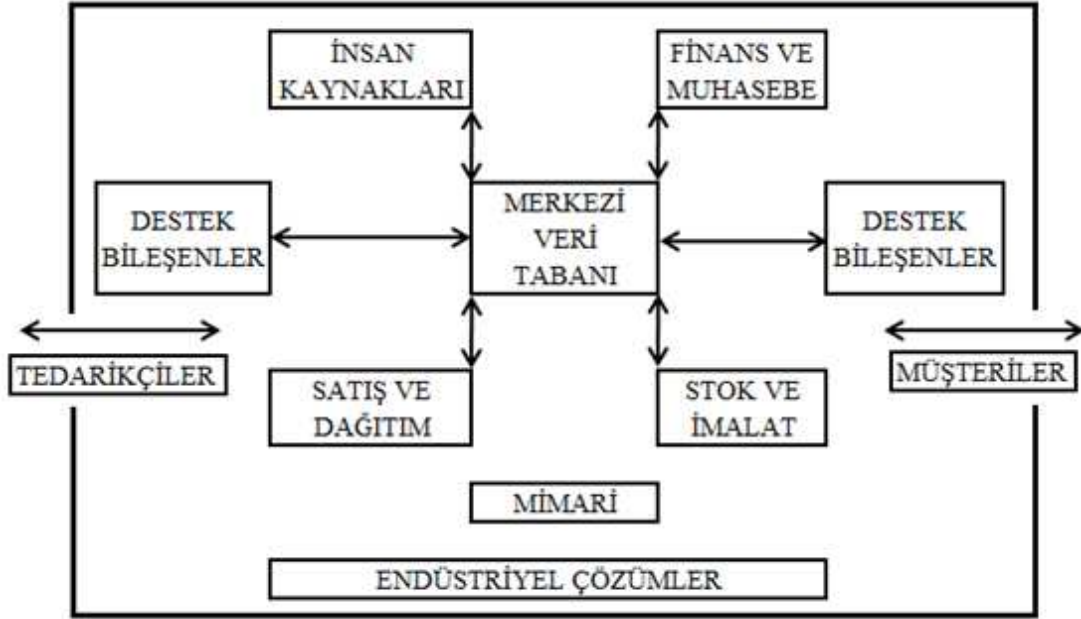


Şekil 1.2 : Kurumsal Kaynak Planlamasının Tarihsel Gelişimi

Kaynak : Aydın, A.O. (2003). Kurumsal Kaynak Planlama Yazılımlarının Kalite Özgüllüklerinin Belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara. s.29

2.2. ERP Sisteminin Bileşenleri

ERP sistemleri birbirinden farklı şekillerde bileşenlerden oluşmuştur. Bu bileşenlerden bazıları temel bileşenler iken bazıları ise istekler doğrultusunda hazırlanan özel bileşenlerdir. Bu bileşenler her iş birimi için geliştirilen fonksiyonel sistemlerdir. ERP sistemlerinin bileşenleri kurumların talepleri doğrultusunda hazırlanır. Yazılım programlarında ise işlev bakımından birbirine yakın bileşenler genelde yan yana ya da alt alta olacak biçimde ve Şekil 1.3' deki gibi sıralanarak kullanıcılar bu konuda kolaylık sağlamaktadır. ERP sistemlerinin temel bileşenleri ve genel yapısı Şekil 1.3' de verilmiştir.



Şekil 1.3 : Kurumsal Kaynak Planlamasının Temel Bileşenleri ve Genel Yapısı

Kaynak : Aydoğan, E. (2008). "Kurumsal Kaynak Planlaması", Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, s.114

2.3. İşletmeleri Erp Sistemlerini Kullanmaya Zorlayan Faktörler Ve Beklenen Faydalar

İşletmeleri ERP sistemlerini kullanmaya iten bir çok farklı neden olmakta olup, literatürdeki araştırmalara da dayanarak bu nedenlerin en önemlileri şu şekilde özetlenebilir (Aracıoğlu ve Demirhan, 2010 : 79).

- 1) Verilerin gerçek zamanlı olarak kullanıma sunulmasını sağlayarak bilgi işlenmesini merkezde toplamayıp işletme içine yaymak
- 2) Yönetim raporlarının oluşturulmasını basitleştirmesi
- 3) Tekrarlamalardan kaçınmak, sinerji sağlamak ve performansı kriterlerini yönetebilmek üzere fonksiyonlar arasında entegrasyon sağlamak
- 4) Maliyetleri azaltmak üzere belli başlı müşteriler ile elektronik olarak bilgi değişimi ve sipariş alımını gerçekleştirmek
- 5) Rakipleri yakalamak veya onları geçmek üzere yeni teknolojileri uygulama
- 6) İş süreçlerinin standardizasyonunu ve yeniden yapılandırılmasını sağlamak
- 7) Faaliyetleri ve verileri entegre etmek
- 8) Tedarik zincirini ve stokları optimal hale getirmek
- 9) Çalışan sayısını azaltarak verimliliği arttırmak

Genellikle işletmelerin ERP sistemlerinden beklediği faydalar; ürün güvenilirliği, müşteri hizmetleri ve bilgi yönetimi gibi kilit noktalarda verimlilik ve kalite artışının sağlanmasıdır. İşletmeler ERP sistemlerinin verimlilik ve etkinlik faydaları yoluyla işletme performansını ve piyasa değerini artıracaklarını düşünmektedirler. Bu tür beklentiler ile ERP kurulmasına karar veren işletmelerin bir kısmı bu beklentilerine ulaşırken, diğer hiç de az olmayan bir orandaki işletmeler ise çeşitli faktörler nedeniyle bu beklentilerini karşılayamamaktadır. Genel olarak ERP sistemini başarı ile kuran işletmelere ERP sistemlerinin getirdiği faydalar şöyledir (Aracıoğlu ve Demirhan, 2010 : 80).

- 1) Stok düzeylerinde azalma
- 2) Gereksiz veri ve prosedürlerin azaltılıp verilere daha doğru ve hızlı ulaşım
- 3) Veri girişi ve ulaşımında sağlanan kolaylık nedeniyle kırtasiye masraflarında azalma
- 4) Müşteri hizmetlerinin kalitesinin artırılması ve müşteri tatmini düzeyinde artış
- 5) İş süreçlerinin yeniden yapılandırılması ile rekabet gücünde artış sağlanması
- 6) Karar verme sürecinin verilere anında ve doğru şekilde desteklenmesi
- 7) Sipariş, alacak ve borç yönetiminin etkinleştirilmesi,
- 8) Farklı vergi, faturalama, para cinsi, muhasebe yöntemleri ve dilleri destekleyerek uluslararası entegrasyonunu kuvvetlendirmesi
- 9) Verimlilik artışı
- 10) İletişim, lojistik, sistem bakım ve onarım giderlerinde azalma
- 11) Gelirlerde artış

2.4. İşletmelerin Erp Sisteminden Beklenti ve Memnuniyetleri

İşletmelerin, ERP sistemlerini kurulumu öncesinde sistemden tam olarak ne tarz beklentilerinin olduğu, ERP sistemini kullanımından duyulan memnuniyet seviyesini önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Beklenti seviyesinin yüksek olduğu bir alanda sistem, beklenenin çok altında fayda sağladığı durumlarda tatmin seviyesinin düşmesi kaçınılmaz olur. Beklenti seviyesinin yanı sıra, beklentinin ne olduğu da ERP sistemi kullanımından duyulan tatmini etkileyen bir alan halindedir (Kılıç, 2009 : 34).

Genelde ise işletmelerin ERP sistemlerinden beklentileri büyük oranda benzerlik taşımaktadır. Bu beklentilerin birbirine çok yakın olmasına rağmen işletmeleri ERP sistemleri kurmaya iten sebepler oldukça farklılıklar gösterebilmektedir. Bu farklılıklar işletmelerin

kendi içindeki üretim verilerine ve iş akışlarını nasıl yönettiklerine bağlı olarak değişmektedir. Aslında bu beklentilerin temelinde iş süreçlerini bir iyileştirme ve düzen getirmek vardır. ERP sistemiyle sağlanacak olan bütünleşik yapıyla elde edilecek olan bütünleşik bilgi, işletmenin kaynaklarının daha etkin kullanılmasını sağlayacaktır. Kaynakların etkin kullanımı işletmede direk fayda sağlamak demektir (Aydoğan, 2008 : 115)

ERP sistemi seçimi, kurulumu ve uygulaması sonrasında artık işletmeler, ilk başta belirledikleri ihtiyaçlara paralel beklentilerinin gerçekleşmesini beklemeye başlarlar. İlk verilerin alınmaya başlamasıyla ERP sisteminin etkileri kendini gösterir. Çok büyük bir oranda pozitif yönde olan bu değişimler, bazen değişim oranında azlık gösterirken bazen de ölçeklendirilebilecek bir değişim göstermeyecektir. Ama hiçbir zaman ERP sistemleri işletmeleri doğru kullanıldığında zarara uğratmaz (Aydoğan, 2008 : 116).

Bazı işletmeler için ilk ERP sistemi uygulaması ile kazanılan verimlilik artışları, genellikle bu işletmelerin daha fazla fonksiyonellik elde etme isteğini artırır. ERP sisteminde yapılan çok küçük düzeydeki üst sürüme yükselme çalışmaları bile önemli olumlu değişiklikler yaratır. ERP sisteminin üst sürüme yükseltilmesi, önemli verimlilik artışlarına, işlerin daha etkin yapılmasına, bilginin daha hassas olmasına neden olmaktadır (Düzakın ve Sevinç, 2002 : 207). ERP sisteminin kurulumundan sonra işletme çalışanlarının buna bakış açısı bile faaliyetleri olumlu yönde etkileyecektir. Bunun yanında yazılımın görselliği, kullanımında kolaylık ve buna benzer durumlar olumlu yönde etkileyecektir.

2.5. ERP Sistemlerinin Tekstil Sektöründe Kullanımı

Tekstil gibi dinamik ve hızlı bir sektörde ayakta kalmanın önemli bir unsuru, Operasyonun nasıl ilerlediğinden hızla haberdar olmak ve işi kontrol edebilmek. Müşterilerin beklentilerinin bu kadar hızlı değiştiği, moda ve diğer trendlerin çok fazla etkisinde olan bu sektörde süreçlerin herhangi bir anda hangi noktada olduğunu bilmek kadar pazarın ve rakiplerin nasıl ilerlediğini öngörmek de önem kazanıyor. Taleplerin ne yönde değişeceğini öngörmek ve o yönde konumlanmak için de bu talepleri yaratanları yani müşterileri çok iyi tanımak gerekiyor. Tekstil sektöründe en önemli şeylerden biri, bir sipariş alırken hangi ürünün hangi renk ve bedeninden ne kadar üretileceği, hangi kumaş ve aksesuarlar kullanılacağı, toplam kumaşın kaçta kaçını hangi renklere boyanacağı (varyant yapısı) gibi sorulara hızlı cevap vermektir. Tekstil sektörünün belli özelliklerden bazıları: varyant kartları, ürün ağaçları, ürün etiketleme, proseslerin değişkenliği, yıllık 2 den fazla sezon, ön koleksiyon, değişik malzemeler, farklılaştırıcı süslemeler, aksesuar ve ürün renkleri, model ve

beden, tasarım, farklı fiyatlandırma kalemleri, bir ürünün aynısının tekrar neredeyse hiç yapılmaması, malzeme kalite bazında sınıflandırmadır (Cebeci ve Kanarya, 2007 : 2-3).

3. Malatya’da Tekstil Sektöründe Bir Araştırma

3.1. Araştırmanın Amacı

Hızla küreselleşen dünyada rekabet hızlanmış bu ortamda ise hızlı ve doğru karar almak için doğru bilgiye istenilen zamanda, istenilen şekilde ulaşmak önem arz etmektedir. Bu ihtiyacın gün geçtikçe artmasıyla teknolojideki hızlı gelişime paralel olarak bilgi teknolojilerinde önemli ilerlemeler kaydedilerek yönetim bilgi sistemleri meydana getirilmiş ve birçok işletmede kullanılmaya başlanmıştır. Bu anlamda ERP sistemini kullanımındaki memnuniyet seviyesi ölçülerek işletmelerin buna göre bir yol çizmesi amaçlanmıştır. ERP sistemindeki memnuniyete göre gelişmekte olan ülkemizde işletmelerin piyasalarda daha iyi yerlere gelmesi için ERP sistemini kullanımındaki memnuniyet ön plana çıkarılarak bunun önemi belirtilmiştir.

3.2. Araştırmanın Kapsamı Ve Kısıtları

Araştırmanın evrenini Malatya ilinde tekstil sektöründe faaliyet gösteren işletmeler oluşturmuş olup, tekstil işletmesi sayısının fazla olması ve firmaların referans yakınlığıyla anket yaptırılabilmesinin kolay olmasından araştırma için Malatya ilinde bulunup üretim yapan tekstil işletmeleri seçilmiştir. Bu illerin seçilme sebebi ise araştırma yapılan ilin Güneydoğu Anadolu bölgesi ve Çukurova bölgesinde yetişen tekstil sektörünün hammaddesi olan pamuğa yakın olmasından dolayı sektörün bu şehirde yoğun olmasındandır.

Gerçekleştirilen anket çalışmasında Malatya' da ERP sisteminin memnuniyetinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu anlamda 5 ana başlık altında toplam 21 soru hazırlanarak ERP sistemini kullandığını tespit ettiğimiz, tekstil sektöründe hizmet gösteren 32 işletmede araştırma gerçekleştirilmiştir. Ancak 5 işletmeden gelen veriler istenen amaçlara uygun bulunmadığından 27 işletme üzerinde değerlendirme yapılmıştır. Bu çalışma ilgili şehirleri kapsamakla birlikte diğer şehirler için yakından bir sonuç teşkil eder ama birebir aynı sonuçları vereceği kesin değildir.

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Malatya faaliyet gösteren tekstil işletmelerinde çalışan ve bu sistemi kullanan personeldir. ERP sisteminin kullanımındaki memnuniyet, örneklem olarak belirlenen işletmelerde yazılımı kullanan çalışanlar üzerinde uygulanmıştır. Örneklem

seçilirken rastgele seçim yöntemi kullanılmıştır. Sonuçların yüksek gerçekçiliğe sahip olması hedeflendiğinden, katılımcıların sistemi birebir kullanıyor olması gerektiği vurgulanmıştır.

3.4. Veri Toplama Yöntemi ve Araçlar

Araştırmanın veri toplama tekniği anket uygulamasıdır. Anket soruları katılımcıların demografik özelliklerini, ERP sistemini kullananların, kullanımındaki memnuniyet durumlarını ölçecek nitelikte hazırlanarak hem mail yoluyla gönderilmiş olup hem de işletmelere elden verilmiştir.

Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özellikleri ve işletmeye ait bilgileri belirlemeye yönelik 6 adet soru bulunmaktadır. İkinci bölümde ise ERP sisteminin memnuniyet seviyesini ölçmek amacıyla önem sırası ve yaşanan sorunlar ile ilgili olarak 3 adet soru vardır. Üçüncü bölümde ise Likert ölçeğine göre hazırlanmış 12 adet soru ile ERP sistemini kullanımındaki memnuniyet ile sağlanan faydalar, kesinlikle katılmıyorum, Katılmıyorum, az katılıyorum, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum şekli ile ölçülme yoluna gidilmiştir. Bu çalışmada, anketlerden elde edilen veriler öncelikle SPSS 16.0 (Statistical Package for Social Sciences) programına girilmiştir. SPSS 16.0 ve Office Excel 2007 aracılığıyla frekans tabloları ile açıklanmıştır.

3.5. Araştırma Bulguları ve Değerlendirme

Bu bölümde işletme çalışanlarının ve işletmenin demografik değişkenlerine ait frekans dağılımları, değerlendirilmesi ve anket sonuçlarının istatistiği incelenmiştir.

3.5.1. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Demografik Özelliklerine Göre Değerlendirilmesi

Bu bölümde cinsiyet, yaş, eğitim durumu, işlemedeki çalışan sayısı, ERP sistemini kullanım yılı ve kaç kişi tarafından kullanıldığı ile ilgili demografik değişkenlere ait frekans dağılımları tablolar eşliğinde gösterilmektedir.

Tablo 3.1: Araştırmaya Katılanların Cinsiyet Frekansı Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)
Erkek	22	81.48
Kadın	5	18.52
Toplam	27	100

Tablo 3.1’ de görüldüğü gibi anket çalışmasına katılanların % 81,48’ i erkek, % 18,52’ si ise kadındır. Araştırmanın yapıldığı işletmelerde daha çok erkek personelin çalıştığı anket

sonuçlarında kendini belli etmiştir ki bu sebepten kadın kullanıcı sayısı erkek kullanıcı sayısına göre düşüklüğü belirgindir.

Tablo 3.2: Araştırmaya Katılanların Yaş Frekansı Dağılımı

Yaş Dağılımı	Frekans	Yüzde (%)
20-29 Yaş	5	18.51
30-39 Yaş	20	74.08
40-49 Yaş	2	7.41
Toplam	27	100

Tablo 3.2' de görüldüğü üzere 30-39 yaş arasındaki katılımcılar örneklemin % 74,08' dir. ERP sistemi kullanıcılarının daha çok 20-29 ve 30-39 yaş aralığında ki kişiler tarafından kullanıldığı ve 40-49 yaş aralığının az kullandığı kendini göstermiştir.

Tablo 3.3: Araştırmaya Katılanların Eğitim Durumu Frekansı Dağılımı

Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde (%)
Lise	1	3.71
Üniversite	19	70.38
Lisansüstü	7	25.91
Toplam	27	100

Tablo 3.3' de görüldüğü gibi ERP sisteminin üniversite mezunları tarafından daha çok kullanıldığı ve bunun % 70,38 olduğu tespit edilmiştir. Lise mezunlarının kullanım seviyesinin çok düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 3.4: Araştırmaya Katılan İşletmelerin Çalışan Sayılarına Göre Frekansı Dağılımı

Çalışan Sayısı	Frekans	Yüzde (%)
50-199 Kişi	6	22.22
200-299 Kişi	9	33.33
300-399 Kişi	5	18.52
400-499 Kişi	1	3.71
500 Kişi ve Üstü	6	22.22
Toplam	27	100

Tablo 3.4' de görüldüğü gibi işletmelerin çalışan sayıları % 33,33 ile 200-299 kişi üzerinde yoğunlaştığı, 400 - 499 kişi çalışan sayısı ise % 3,71 ile en az olduğu görülmektedir.

Tablo 3.5: Araştırmaya Katılan İşletmelerin ERP Sistemini Kullanım Yılına Göre Frekans Dağılımı

ERP Kullanım Yılı	Frekans	Yüzde (%)
1-5 Yıl	10	37.04
6-11 Yıl	16	59.25
12-17 Yıl	1	3.71
Toplam	27	100

Tablo 3.5' de görüldüğü gibi ERP sistemini kullanım yılı şirketlerin 6-11 yıl üzerinde yoğunlaştığı ve bununda % 59,25 oranında olduğu gözükmektedir. 1-5 yıl arasında olan bölümde ise işletmelerin ERP sisteminin uzun süredir kullanıldığı gözükmektedir ki buda işletmelerin bu konuda bilinçli davranıp avantajlarını fazlasıyla kavradığını göstermektedir.

Tablo 3.6: Araştırmaya Katılan İşletmelerde ERP Sisteminin Kaç Kişi Tarafında Kullanıldığına Göre Frekans Dağılımı

ERP Kullanan Kişi Sayısı	Frekans	Yüzde (%)
1-5 Kişi	5	18.52
6-12 Kişi	15	55.55
13-19 Kişi	4	14.82
20-29 Kişi	3	11.11
Toplam	27	100

Tablo 3.6' da görüldüğü gibi 6-12 olan grupta % 55,55 ile yoğunluk fazladır. İşletmeler büyüdükçe ERP sistemini kullanan kişilerin sayısı da fazlalaşmaktadır. İşletmelerin eleman sayısı azaldıkça kullandıkları ERP sistemi kullanıcı sayısı da azalmaktadır

3.5.2. Araştırmaya Katılan İşletmelerin ERP Sisteminden Beklentilerinin Önem Sırasının Değerlendirilmesi

Araştırmaya katılan işletme ile çalışanlarının verdiği cevaplardan yola çıkılarak ERP sisteminden, beklentilerinin frekans dağılımı Tablo 3.7' de verilmiştir.

Tablo 3.7: ERP Sistemlerinden Beklentilerin Önem Sırasının Frekans Dağılımı

Sıra No	KKP' den Beklentilerin Önemi	KKP' den Beklentilerin Önemi 1		KKP' den Beklentilerin Önemi 2		KKP' den Beklentilerin Önemi 3		KKP' den Beklentilerin Önemi 4		KKP' den Beklentilerin Önemi 5		KKP' den Beklentilerin Önemi 6		KKP' den Beklentilerin Önemi 7		KKP' den Beklentilerin Önemi 8		KKP' den Beklentilerin Önemi 9		KKP' den Beklentilerin Önemi 10			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Kaynakların verimli kullanımı	6	22.22	11	40.74	0	0.00	2	7.41	5	18.52	0	0.00	1	3.70	0	0.00	2	7.41	0	0.00		
2	İşletme birimleri ve fonksiyonları arasındaki koordinasyonda artış	5	18.52	3	11.11	8	29.63	3	11.11	1	3.70	1	3.70	3	11.11	1	3.70	0	0.00	1	3.70	2	7.41
3	Üretimle ilgili her bilgiye anında ulaşılabilmesi	5	18.52	7	25.93	4	14.81	6	22.22	1	3.70	2	7.41	2	7.41	2	7.41	0	0.00	0	0.00	0	0.00
4	Üretim sisteminin kontrol altına alınması	4	14.81	1	3.70	9	33.33	1	3.70	3	11.11	3	11.11	2	7.41	5	18.52	1	3.70	1	3.70	0	0.00
5	Kapasite kayıplarının önlenmesi	2	7.41	3	11.11	2	7.41	4	14.81	2	7.41	2	7.41	2	7.41	3	11.11	3	11.11	4	14.81	2	7.41
6	Stoklarda minimum seviyede ulaşma	0	0.00	1	3.70	0	0.00	1	3.70	1	3.70	1	3.70	1	3.70	5	18.52	9	33.33	1	3.70	8	29.63
7	İş süreçlerinin entegrasyonu	3	11.11	0	0.00	2	7.41	4	14.81	4	14.81	4	14.81	2	7.41	1	3.70	3	11.11	5	18.52	3	11.11
8	Hızlı sipariş yönetimi	1	3.70	0	0.00	2	7.41	4	14.81	4	14.81	1	3.70	4	14.81	2	7.41	2	7.41	7	25.93	4	14.81
9	Hızlı teslimat süreci	0	0.00	1	3.70	0	0.00	1	3.70	1	3.70	0	0.00	5	18.52	5	18.52	3	11.11	6	22.22	6	22.22
10	Müşteri memnuniyeti	1	3.70	0	0.00	0	0.00	1	3.70	1	3.70	9	33.33	5	18.52	2	7.41	6	22.22	0	0.00	3	11.11

Tablo 3.7' deki verilerden yola çıkarak şu açıklamaları yapabiliriz. Anket formunda birinci sırada yer alan “Kaynakların Verimli Kullanılması” ile ilgili olarak, ERP sisteminden beklenen öneme göre; anketimize cevap verenler arasında önem sırasına göre ikinci sırada yer

alan % 40,74 ile 27 örneklem içinde 11 örneklemle en önemli unsur olduğu, en az olarak ise 0 örneklem sayısı ile üç, altı, sekiz ve onuncu önem sırası olarak tespit edilmiştir.

Anket formunda ikinci sırada yer alan “İşletme Birimleri ve Fonksiyonları Arasındaki Koordinasyonda Artış” ile ilgili olarak, ERP sisteminden beklenen öneme göre; anketimize cevap verenler arasında önem sırasına göre üçüncü sırada yer alan % 29,63 ile 27 örneklem içinde 8 örneklemle en önemli unsur olduğu, en az olarak ise 0 örneklem sayısı ile sekizinci önem sırası olarak tespit edilmiştir.

Anket formunda üçüncü sırada yer alan” Üretim İle İlgili Her Bilgiye Anında Ulaşabilme” ile ilgili olarak, ERP sisteminden beklenen önem sırasına göre anketimize cevap verenler arasında önem sırasına göre ikinci sırada yer alan % 25,93 ile 27 örneklem içinde 7 örneklemle en önemli unsur olduğu, en az olarak ise 0 örneklem sayısı ile sekiz, dokuz ve onuncu önem sırası olarak tespit edilmiştir.

Anket formunda dördüncü sırada yer alan “Üretim Sistemlerinin Kontrol Altına Alınması” ile ilgili olarak, ERP sisteminden beklenen önem sırasına göre anketimize cevap verenler arasında önem sırasına göre üçüncü sırada yer alan % 33,33 ile 27 örneklem içinde 4 örneklemle en önemli unsur olduğu, en az olarak ise 0 örneklem sayısı ile onuncu önem sırası olarak tespit edilmiştir.

Anket formunda beşinci sırada yer alan “Kapasite Kayıplarının Önlenmesi” ile ilgili olarak, ERP sisteminden beklenen önem sırasına göre anketimize cevap verenler arasında önem sırasına göre dördüncü ve dokuzuncu sırada yer alan % 14,81 ile 27 örneklem içinde 4 örneklemle en önemli unsur olduğu, en az olarak ise 2 örneklem sayısı ile altıncı ve onuncu önem sırası olarak tespit edilmiştir.

Anket formunda altıncı sırada yer alan “Stoklarda Minimum Seviyeye Ulaşma” ile ilgili olarak, ERP sisteminden beklenen önem sırasına göre anketimize cevap verenler arasında önem sırasına göre sekizinci sırada yer alan % 33,33 ile 27 örneklem içinde 9 örneklemle en önemli unsur olduğu, en az olarak ise 0 örneklem sayısı ile birinci ve üçüncü önem sırası olarak tespit edilmiştir.

Anket formunda yedinci sırada yer alan “İş Süreçlerinin Entegrasyonu” ile ilgili olarak, ERP sisteminden beklenen önem sırasına göre anketimize cevap verenler arasında önem sırasına göre dokuzuncu sırada yer alan % 18,52 ile 27 örneklem içinde 5 örneklemle en önemli unsur olduğu, en az olarak ise 0 örneklem sayısı ile ikinci önem sırası olarak tespit edilmiştir.

Anket formunda sekizinci sırada yer alan “Hızlı Sipariş Yönetimi” ile ilgili olarak, ERP sisteminden beklenen önem sırasına göre anketimize cevap verenler arasında önem sırasına göre dokuzuncu sırada yer alan % 25,93 ile 27 örneklem içinde 7 örnekleme en önemli unsur olduğu, en az olarak ise 0 örneklem sayısı ile ikinci önem sırası olarak tespit edilmiştir.

Anket formunda dokuzuncu sırada yer alan “Hızlı Teslimat Süreci” ile ilgili olarak, ERP sisteminden beklenen önem sırasına göre anketimize cevap verenler arasında önem sırasına göre dokuzuncu ve onuncu sırada yer alan % 22,22 ile 27 örneklem içinde 6 örnekleme en önemli unsur olduğu, en az olarak ise 0 örneklem sayısı ile birinci ikinci ve üçüncü önem sırası olarak tespit edilmiştir.

Anket formunda onuncu sırada yer alan “Müşteri Memnuniyeti” ile ilgili olarak, ERP sisteminden beklenen önem sırasına göre anketimize cevap verenler arasında önem sırasına göre beşinci sırada yer alan % 33,33 ile 27 örneklem içinde 9 örnekleme en önemli unsur olduğu, en az olarak ise 0 örneklem sayısı ile ikinci, üçüncü ve dokuzuncu önem sırası olarak tespit edilmiştir. Diğer seçeneğini işaretleyen olmadığından ilgili bir istatistiksel inceleme yapılmamıştır.

3.5.3. Araştırmaya Katılan İşletmelerin ERP Sistemini Kullanımında Yaşadıkları Sorunlar

Araştırmaya katılan işletme ve çalışanlarının verdiği cevaplardan yola çıkılarak, ERP sisteminden kaynaklı ve kurulmasından itibaren yaşanan sıkıntılar Tablo 3.8' de verilmiştir.

Tablo 3.8: ERP Sisteminin Kullanımında Yaşanan Sorunların Frekans Dağılımı

Sıra No	ERP Sisteminin Kullanımında Yaşanan Sorunlar			
	Yaşanan Sorunlar	Kabul	Frekans	Yüzde (%)
1	Çalışanların Yazılıma Adaptasyonundaki Problemler	Evet	17	62.96
		Hayır	10	37.04
2	Çalışanlarda Motivasyon Eksikliği	Evet	14	51.85
		Hayır	13	48.15
3	Yazılımın İşletmeye Adaptasyonundaki Problemler	Evet	14	51.85
		Hayır	13	48.15
4	Danışman Firmanın Kalitesinin Yetersizliği	Evet	15	55.56
		Hayır	12	44.44
5	Önceki Sistemi Benimsemiş Olmak	Evet	12	44.44
		Hayır	15	55.56
6	Kullanıcıların Eğitimi	Evet	12	44.44
		Hayır	15	55.56
7	Yazılım Hataları	Evet	7	25.93
		Hayır	20	74.03
8	Alt Yapı Yetersizliği	Evet	6	22.22
		Hayır	21	77.88
9	İş Süreçlerinin Değiştirilmesinin Gerekliği	Evet	4	14.81
		Hayır	23	85.19

Tablo 3.8' de ki verilerden yola çıkarak şu açıklamaları yapabiliriz. Tabloda yaşanan sıkıntılar; çok yaşanan sıkıntıdan az yaşanan sıkıntıya göre sırasıyla verilmiştir. ERP sisteminin kullanımında ankete katılanların en büyük sorununun birinci sırada yer alan “Çalışanların Yazılıma Adaptasyonundaki Problemler” olduğu ve bunun 27 örneklem içinde % 52.96 ile 17 örneklemin buna olumlu cevap verdiği gözükmektedir. İkinci sıra ve devamında yer alan diğer faktörler ise sorunun motivasyon ve adaptasyona yönelik unsurların fazlasıyla bir sıkıntı gösterdiği anlaşılmaktadır. Bunu önceden kullanılan bir yazılım programı

varsa ondan kaynaklıda olduğunu söylemek mümkündür. En az yaşanan sorun ise ERP sistemini pazarlayan “İş Süreçlerinin Değiştirilmesinin Gerekli” gelmektedir. Diğer seçeneğini işaretleyen olmadığından ilgili bir istatistiksel inceleme yapılmamıştır.

3.5.4. Araştırmaya Katılan İşletmelerin ERP sistemini Yönetiminde Yaşanan Sorunlar

Araştırmaya katılan işletme ve çalışanlarının verdiği cevaplardan yola çıkılarak, ERP sisteminin yönetiminde yaşanan sorunlar Tablo 3.9' da verilmiştir

Tablo 3.9: ERP Sisteminin Yönetiminde Karşılaşılan Sorunların Frekans Dağılımı

Sıra No	ERP Sisteminin Yönetiminde Karşılaşılan Sorunlar		
	Yaşanan Sorun	Frekans	Yüzde (%)
1	Herhangi Bir Sorunumuz Yok	13	48.15
2	Kullanıcıların Bilgi İhtiyaçları Beklenen Düzeyde Karşılanamadı	9	33.33
3	Kullanıcılardan Kaynaklanan Nedenlerden Dolayı Beklenen Kullanım Düzeyi Gerçekleştirilemedi	9	33.33
4	Sistemlerle İlgili Gerekli Bakım ve Destek Yapılmadı	4	14.81

Tablo 3.9' da ki verilerden yola çıkarak şu açıklamaları yapabiliriz. Tabloda yaşanan sorunlar çok yaşanan sorundan az yaşanan soruna göre sırasıyla verilmiştir. ERP sisteminin kullanımında ankete katılanların verdiği cevapta birinci sırada yer alan “Herhangi Bir Sorunumuz Yok” cevabı 27 örneklem içinde % 48,15 ile 13 örneklem ile ispatlanarak sorunlarının olmadığını kabul etmiştir. ERP sisteminin yönetiminden sorumlu olan kişi ve kullanıcıların verdiği cevaplara bakılarak “Sistemlerle İlgili Gerekli Bakım ve Destek Yapılmadı” cevabı ise en az karşılaşılan sorun olarak görülmüştür. Diğer seçeneğini işaretleyen olmadığından ilgili bir istatistiksel inceleme yapılmamıştır.

3.5.5. Araştırmaya Katılan İşletmelerin ERP Sisteminden Memnuniyet Düzeyi

Araştırmaya katılan işletme ve çalışanlarının verdiği cevaplardan yola çıkılarak, ERP sisteminin memnuniyeti ile sağlanan faydalar Tablo 3.10' da verilmiştir

Tablo 3.10: ERP Sisteminin Kullanımındaki Memnuniyet İle Sağlanan Faydaların Frekans Dağılımı

Sıra No	İşletmeleri Kurumsal Kaynak Planlamasından Memnuniyet Nedenleri	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Az Katılıyorum		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
1	KKP maliyetleri azalır	0	0	0	0	1	3.71	20	74.07	6	22.22
2	KKP ile doğru veriye ulaşılır	0	0	0	0	3	11.11	20	74.07	4	14.81
3	KKP ile tüm raporlama işlemleri kısa sürede, düzenli ve doğru yapılır	0	0	2	7.41	5	18.52	19	70.37	1	3.71
4	KKP ile farklı yerlerdeki birimler aynı verilere ulaşır ve değerlendirme yapar	0	0	0	0	1	3.71	23	85.18	3	11.11
5	KKP ile müşteri talep ve takipleri kolayca yapılır	0	0	0	0	3	11.11	17	62.96	7	25.92
6	KKP müşteri memnuniyetini artırır	0	0	2	7.41	3	11.11	16	59.25	6	22.22
7	KKP işletmenin büyüme stratejisini planlar	0	0	3	11.11	6	22.22	14	51.85	4	14.81
8	KKP stratejik kararlarda iyileşme beklentisi sağlar	0	0	1	3.71	2	7.41	21	77.77	3	11.11
9	KKP iş takibini kolaylaştır	0	0	2	7.41	5	18.52	16	59.25	4	14.81
10	KKP üretimdeki fire kayıplarını azaltır	0	0	0	0	1	3.71	17	62.96	9	33.33
11	KKP yapılacak tüm işlemlerde hata oranı azalır	0	0	1	3.71	1	3.71	19	70.37	6	22.22
12	KKP sipariş - tedarik süreci hızlandırılıp ve kolaylaştırılır	0	0	2	7.41	2	7.41	17	62.96	6	22.22

Tablo 3.10' da görüldüğü gibi ERP sisteminin faydalarından yola çıkarak bunların memnuniyet seviyesi Likert ölçeğine göre frekans analizi ile tespit edilmiştir. Tabloda' da görüldüğü gibi kesinlikle katılmıyorum cevabı hiç yok iken, katılıyorum cevabı ise en fazla yüzdeye sahiptir. Buda ERP sisteminin sağladığı faydaların fazla olduğunu göstermektedir ki memnuniyet seviyesinin de böylece fazla olduğu görülmektedir.

4. SONUÇ

Bilgi teknolojilerindeki hızlı ilerlemenin modern yönetim bilimlerine uygulanmasının sonucu olarak meydana gelen yönetim bilgi sistemleri, işletme yöneticilerine, ihtiyaç duydukları bilgiyi, doğru yerde, doğru zamanda ve güvenli bir şekilde sağlamayı hedeflemektedir. Dünyada ve Türkiye’de hızla yayılan ERP sistemleri, yönetim bilgi sistemlerinin en fazla kullanılan araçlarından biridir.

Bu çalışmada işletmelerin ERP sistemini kullanmasından kaynaklı memnuniyet durumu araştırılmış ve anket ile bu sorulara cevap aranmıştır. Anketin birinci kısmında işletmelerde ERP sisteminin kullanım bilgileri ve işletmede çalışanlara ait bilgiler istenmiştir. Anketin ikinci kısmı ile ilgili olarak ERP sistemi kullanımından memnuniyet seviyesinin derecesi istenmiş ve sonuç olarak cevap veren kişiler kaynakların verimli kullanılması, birimler arasındaki koordinasyon, üretimdeki kayıpları ve hataları azaltma konularını daha çok önem derecesinde ön sıralara yer vermiştir. Bu şekilde tercih yapanlar bu yazılımın öncelikli olarak kurulma amacına uygunluğunu bir kez daha onaylamışlardır. Bu konuda önerilecek olan bu şekilde maliyetleri azaltıcı konuların öncelikli olmasıdır. İkinci bölümün devamında yer alan ERP sisteminden kaynaklanan sorunlar dikkate alındığında en çok yaşanan sorunun yazılımın işletmeye adaptasyonu ve kişilerin yazılım programına karşı olan motivasyonları en büyük problemler olarak görülmüştür. Bu tarz sorunu aşmak için uygulanan aşamalı geçiş olmasına rağmen yine de adaptasyon ve motivasyonda yaşanan sorunların aşılamadığı, eski sistemin benimsenmiş olması ve kişilerin yeni sistemi benimsemesinin zaman alması sorunları sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sorunların aşılması için kullanacak kişilere adaptasyon ve motivasyon yaşamalarını önleyici yönde eğitimler verilmesi, yeni sistemin ya da ilk kez kurulan bir sistemin faydalarından ve getireceği kolaylıklardan bahsetmek doğru olacaktır. Bu kısımdan sonra yer alan ve ERP sisteminin yönetiminde yani kurulduktan sonra bu yazılımın kullanılmasını yönlendiren kişilerin yaşadığı sorunlarda ise herhangi bir sorunun olmadığı fazlasıyla ağır basan cevap olarak karşımıza çıkmaktadır. Zaten bu programı yazan ve satan firmalar sorun çıktığında referanslarının olumsuz yönde etkileneceklerini ve pazardaki yerlerinde düşüş yaşayacaklarını bildikleri için bu konuda gerekli hassasiyeti göstermektedirler. Bu konuda satıcı firmalar iyi bir analiz yaparak firmanın ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde çalışmalı firmalarda kendi ihtiyaçlarını yazılımcı firmaya iyi bildirmelidir ki tarz sorunların yaşanılmasının önüne geçilsin. Anketin üçüncü kısmında yer alan ERP sisteminin faydalarından kaynaklı

memnuniyet durumu değişik yönleri ile ele alınmış ve bunlar arasında fark olup olmadığına bakılmıştır. ERP sistemi karmaşıklığı önlemek için çalışan sayısı fazla olan şirketlerde kesinlikle kullanılmalıdır. Yazılımın uzun süre kullanılması da işletmenin bundan büyük ölçüde fayda sağladığını ve sürekli bu konuda kendini yenilemesi gerekmektedir. Yine yazılımın kaç kişi tarafından kullanıldığı da işletmenin büyüklüğüne göre değişecektir ve o derecede fayda sağlayacaktır.

ERP sistemi gibi büyük yatırımlar yapan işletmelerin konuya daha bilinçli yaklaşarak hedeflerini tespit etmiş olması, performans değerlendirme sistemi kurmuş olması, kontrol mekanizması ile sıkıntılarını ortadan kaldırmış olması sonucu beklenmektedir. Kullanıcı işletmeler yazılımlardan memnun olduklarını belirtirken, yaşadıkları sıkıntıları göz ardı etmekte ve durumun tezatlığını fark etmemiş görünmektedirler.

Sonuç olarak ERP sistemleri tekstil sektöründe gerek kullanıcı, gerekse potansiyel kullanıcı işletmeler için daha bilinçli bir şekilde tanıtılmalıdır. Tekstil sektörünün ERP sistemlerine bakış açılarının sektöre kazandırdıklarının kesin olarak ortaya konması için zaman gerekli olup bu konuda çalışmaların devam etmesi gerekmektedir.

Kaynaklar

- Acar, N. (2001). *Üretim Planlaması Yöntem ve Uygulamaları*, Ankara: MPM Yayınları.
- Aracıoğlu, B. & Demirhan, D. (2010). İşletmelerde Kurumsal Kaynak Planlama Sistemlerinin Kullanımı ve Finansal Performans Üzerine Etkileri. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (1): 77-96.
- Aydın, A.O. (2003). Kurumsal Kaynak Planlama Yazılımlarının Kalite Özgüllüklerinin Belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Aydoğan, E. (2008). Kurumsal Kaynak Planlaması. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (2), 107-118.
- Cebeci, U. İsmail, K. (2007). ERP Yazılımlarının Sektörlere Göre Seçim Kriterlerinin belirlenmesi, Yöneylem Araştırması ve Endüstri Mühendisliği Ulusal Kongresi, 30 Haziran – 2 Temmuz - İstanbul
- Düzakın, E. & Sevinç, S. (2002). “Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP), Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi”, 21(1): 189-218.
- El, A.C. (2006). ERP Yazılımlarının KOBİ’ lere Uyarlanabilirliği, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Balıkesir.
- Gök, M. Ş. (2005). "ERP Sistemlerinin Firma Performansına Etkileri Üzerine Bir Saha Araştırması", V. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 25-27 Kasım - İstanbul
- Keçek, G. & Yıldırım, E. (2010). “Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) Sisteminin Analitik Hiyerarşi Süreci AHP İle seçimi: Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15(1): 193-211.
- Kılıç, M. (2009). Türkiye’ de ERP Tatminini Etkileyen Faktörlerin Analizi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Özcan, M.O. (2006). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler İçin Web Tabanlı ERP Uygulamaları, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Balıkesir.

Üniversite Öğrencilerinin Radyo Reklamlarına Bakış Açılarını Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma

Mustafa GÜLMEZ¹ Şükran KARACA² Bekir Gökhan DOĞAN³

Özet

Günümüzde ürün ve hizmetlerin hızlı ve etkili bir şekilde tanıtılması ve tutundurma faaliyetinin yürütülebilmesi konusunda çok çeşitli alternatifler oluşmuştur. Geçmişten günümüze birçok reklam araçlarıyla gerçekleşen bu faaliyetlerden en eski olanlarından birisi, radyo reklamlarıdır. Ancak radyo reklamlarının etkili olup olmadığı konusu her zaman reklam veren için merak konusu uyandırmış ve reklam etkinliğini ölçebilmek için çeşitli yöntemler geliştirilmiştir. Yayın yapan reklam ortamları içinde çoğu zaman televizyonun gölgesinde kalan radyo, reklamlar doğru şekilde hazırlandığında oldukça etkili bir reklam ortamı olabilir. Bu bağlamda bu çalışma, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerin radyo reklamlarına bakış açılarını tespit etmek amacıyla yapılmış ve Cumhuriyet Üniversitesinde okuyan 300 öğrenciye yüz yüze anket uygulanmıştır. Sonuçlar SPSS 17.0 programında değerlendirilerek, öğrencilerin verdiği cevapların frekans ve yüzdeleri alınmış ve cevaplar t testi ve varyans analizi ile değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Reklam, Radyo, Radyo Reklamları, Radyo Reklamlarının Etkisi

A Research Towards Measuring University Students' Point Of View At Radio Advertisements

Abstract

Nowadays many different alternatives are formed in the field of introducing the products and services effectively and conducting promotion activities. Up to now, one of the oldest activities that comes true with many advertisement means are radio advertisements. Advertisers always wonder whether radio advertisements are effective or not, so various methods are improved to measure the advertisement's activity. Radio, which is mostly overshadowed by television among other broadcasting advertisement environments, can be a quite effective advertisement environment when it's prepared properly. This study is made in order to determine university students' point of view at radio advertisements and a face to face questionnaire is applied on 300 students who have education at Cumhuriyet University in Sivas. The outcomes are evaluated on the programme SPSS 17.0, the frequency and percentage of students' answer are taken and they're evaluated with t-test and variance analysis.

Key Words: Advertisement, Radio, Radio Advertisements, Effects of Radio Advertisements

¹ Doç. Dr. Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, mgulmez@akdeniz.edu.tr

² Yrd. Doç. Dr. Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, sukrankaraca@gmail.com

³ Sivas Hürdoğan Gazetesi Muhabiri, bgokhandogan@gmail.com

1. Giriş

Reklamcılık, her geçen gün boyutları ve maliyetleri açısından giderek büyüyen bir sektördür. Bunun yanı sıra pazar ortamında da büyük bir hızla aynı tür ürün ve hizmet üreten işletmeler tarafından, gerek kitlesel tüketim mallarında gerekse de hizmetler anlamında yine birbirine benzeyen, birbirini ikame edebilecek pek çok ürün ve hizmet tüketicinin beğenisine sunulmaktadır. Durum böyle olunca tek hedefi tüketici olan tüm bu etkinliklerin pazar ortamını bir rekabet arenasına dönüştürmeleri pek de zor olmamıştır. Böyle bir arenada üretici firmaların, aracılardan kendilerini ve ürettiklerini ya da pazarladıkları mal ve hizmetleri tüketicilere duyurmak, kabul ettirmek ve rakiplerinden farklılaşmak amacıyla kullanabilecekleri en önemli duyurum, tanıtım amacı reklam olmaktadır. Bu nedenle reklam ve reklamcılık etkinlikleri de giderek artan bir önemle var olmaya devam edecektir. Gelişmiş ülkelerde reklamın önemi anlaşılmış hatta bu doğrultuda reklamı “kısa vadede satışları arttıran faaliyet” olarak değil de “uzun dönemli bir yatırım” olarak tanımlanmaktadır (Broadbent, 1997: 9).

Yeni teknolojilerin de katkısıyla günümüz radyosu geçmiştekinden çok farklı bir görünümündedir. Bilgisayar teknolojisi vasıtasıyla radyolar; daha hızlı ve güvenilir bir şekilde habere ulaşma ve bu haberleri dinleyicilere aktarabilme olanağı bulduğundan bu gün son derece dinamik bir kitle iletişim aracıdır. Diğer kitle iletişim araçlarına göre daha basit bir teknik alt yapı ile yayın yapabilmeye olanağına sahip olan radyo çok yüksek olmayan bir maliyetle kurulup, iletileri yollayabilme olanağına sahiptir (Arslan ve Yılmaz, 2007: 2).

Radyolar, dinleyicilerle birebir ilişki kurmaktadır. Onlarla her program türünde etkileşim halinde olmakta ve gün içerisinde dinlenmektedir. Diğer mecralarda yapılan reklamların tüketicilere ulaşması, ancak tüketicilerin o tip mecraları takip ettiği zamanlarda mümkün olabilmektedir. Fakat radyo reklamlarında durum böyle olmamakta ve günün her saatinde, dinleyicilere firmaların reklamlarını iletmektedir. Radyo reklamları, tüketicileri günlük işleyişin içinde, yani tüketicilerin günlük hengâmesinin içinde yakalamaktadır. Trafikte, iş yerinde, alışverişte, tatilde, evde ve her yerde bulabilmektedir. Radyo reklamlarının bu özelliği, reklamın uygulandığı hiçbir mecrada bulunmayan bir özelliktir. Dinleyiciler radyolarını sevmekte ve orada dinledikleri reklamlara dikkat etmektedirler. Radyo reklamlarının işitsel olması, bazı yönden dezavantajlar sağlasa da, çok önemli bir özelliği bulunmaktadır. Dinleyiciler, radyo reklamlarını dinlerken konsantrasyonlarını

dağıtan, başka bir etkileyici unsur bulunmamaktadır. Bu durum ise radyo reklam mesajlarının daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır (“Radyo Reklamlarının Avantajları Yönleri”, www.radyo.reklam.com.tr, 24.03.2011).

Bu çalışma Cumhuriyet Üniversitesi öğrencilerinin radyo reklamlarına yönelik tutumlarını tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Bu amaca yönelik olarak önce konu ile ilgili literatür taranmış ve ardından bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir.

2. Reklamlar ve Radyo Reklamları

Reklam firmaların, kurum ve kuruluşların kendi markalarını veya ürettikleri ürün ve hizmetlerinin sahip olduğu özelliklerin, tüketiciler tarafından bilinmesi, tercih edilmesi amacıyla tanıtılması faaliyetidir. Reklamın tüketicilerine kitle iletişim araçlarını kullanarak ulaşması, en etkin ve en yaygın kullandığı alanlar arasında bulunmaktadır (Radyo reklamı nedir?”, www.radyo.reklam.com.tr, 24.03.2011). Kitle iletişim araçları içerisinde yer alan radyo, geniş kitlelere ulaşabilen ve neredeyse her yerde dinlenebilen pratik bir araçtır (Ertike, 2009:110). Radyo sözler, ses efektleri, müzik ve reklamın tonu ile dinleyicinin orada “ne olduğuna dair” kendi senaryosunu yaratmasına olanak tanımaktadır. Bu yüzden radyo bir “düşünsel tiyatro” olarak da tanımlanabilir (Wells vd., 1992: 272).

Radyo, televizyona ve yazılı basına göre zaman satın alımı açısından çok ucuz bir reklam ortamıdır. Bunun yanında reklam yapım maliyetinin de televizyon ile ölçülemeyecek boyutlarda daha az masraflı olduğu öne sürülmektedir. Reklamın radyo istasyonları tarafından hazırlanabilmesi yerel üreticilere cazip gelmektedir. Radyonun hem yapım hem de zaman satın alımı aşamasında bu kadar ucuz olması yerel reklamcılıkta radyoyu ana reklam ortamı yapmaktadır. Televizyon gibi pahalı bir reklam ortamına ulaşamayan küçük işletmeler için de radyo vazgeçilmez bir kitle iletişim aracıdır (Dural, 1999: 65-66). Televizyona göre daha ucuz olmasına rağmen, televizyon reklamı yapmadan sadece radyo reklamıyla tüketiciyi etkilemek çok da kolay değildir. Bu yüzden radyo reklamları, televizyon reklamları ile paralel ve onları destekler nitelikte olmalıdır. Radyonun görsellik eksikliği bunu zorunlu hale getirmektedir (Ertike, 2009: 110).

Radyo, en yaygın medya aracı olması, her yerde ve her ortamda dinlenebilmesi ve kullanımının kolay olması dolayısıyla, reklam yayını açısından çok önemli bir araçtır (Çakır, 2005: 112). Televizyonun aksine, insanı bulunduğu ortama hapsetmeyen radyo, insan yaşamının her alanına girmekte ve adeta yaşamın fon müziği şeklinde kendini konumlandırabilmektedir. Kitle iletişim araçlarının içinde erişilebilirlik ve ayrılmazlık anlamında, gün boyu tüketilmeyen yegâne araçtır.

İyi bir radyo reklamı, dinleyici ile ilişki kurabilmeli, onu hikâyesinin içine alarak hayal gücünü kullanmasını sağlamalıdır. Dinleyiciye reklamı yapılan markaya karşı olumlu duygular besletmeli, yapılan tekrarlar sonucunda dinleyiciyi sıkmamalıdır. Radyonun duygusal boyutu kullanılarak, tüketicilere sadece bağırarak bir şeyleri anlatmak yerine, onların zekâsına ve beğenilerine güvenerek mesajlar iletilmeye çalışılmalıdır (Hertz, 2004: 41).

3.Radyo Reklamlarının Avantaj Ve İşlevleri

Radyoların belli başlı avantaj ve işlevleri şöyle ifade edilebilir (Kuruoğlu, 2002: 7):

1-Hız ve basitlik: Radyo, gelişen olaylar hakkında kamuoyunu anında bilgilendiren en önemli bilgi kaynakları arasındadır. Çünkü radyo nispeten az bir teknoloji ile haber hikâyesine ilişkin gelişmeleri güncel olarak dinleyicilerine aktarabilmektedir. Radyodaki üretim sürecinde yer alan personel sayısının diğer medya yapılanmalarına göre azlığı aynı zamanda esnekliği ve hızlı reaksiyon gösterebilme becerisini beraberinde getirmektedir (Chantler ve Harris, 1997: 5). Bu kitle iletişim aracında; kameralara, ışıklara, pahalı stüdyolara ihtiyaç yoktur. Bu ise hızlı ve basit bir yapıyla dinleyicilere ulaşmayı sağlamaktadır.

2-Hayal gücü: Radyo, spikerlerin sesiyle insanların hayal gücünü harekete geçiren bir kitle iletişim aracıdır. Televizyon ekranındaki gibi görsel imgelerin belirli bir boyutu yoktur. Radyo aracılığıyla yaratılan görsel imgelerin boyutu sadece insan ufkunun boyutlarıyla sınırlıdır.

3-Bireysellik: Radyo kişisel bir araçtır ve doğrudan dinleyici ile iletişim kurar. Televizyondan farklı olan radyo ortamında sesler ve görüntüler dinleyici ile oluşturulur. Ayrıca işitsel medyanın yazılı medyaya karşı en büyük üstünlüğü sestir. Radyo yayınında sunucu, ne anlatmak istiyorsa onu sesinin tonuna ve vurgularına yükleyerek dinleyiciye iletebilir (Arslan ve Yılmaz, 2007: 5).

4.Radyo Reklamlarının Türleri

Radyoda farklı reklam türlerinden söz etmek mümkündür. Bunlardan kısaca bahsetmek gerekirse;

1- Drama reklamları: Dramatik reklamlarda amaç, dinleyicinin kafasında orijinal fikirler oluşturmaktır. Radyo oyunu temelde tiyatro, sinema ve roman gibi dramatik bir yapı arz eder. Her dramatik eserde üç temel bölüm vardır. Serim, düğüm, çözüm ya da giriş, gelişme, sonuç olarak adlandırılan bu bölümlerin sıralaması değiştirilerek çok sayıda

dramatik yapı kurulabilir. Burada unutulmaması gereken şey eserin aslında yazarın kafasında ön notları ile bitmiş olmasıdır (Çakır, 2005: 89).

Radyo oyunlarında istenilen oyuncu karakterleri diyaloglarla, müzik ve efekt yardımı ile kolayca çizilebilir. Uygun seslerin seçimi yapılırken, görüntü öğesinin dikkate alınmaması avantaj sağlayan bir durumdur. Aynı şekilde istenilen yer, zaman ve hava da yine konuşmalar, müzik ve özellikle efektlerin yardımı ile dekor, giysi, makyaj, grafik gibi ek çalışmalara gereksinim olmadan kolayca sağlanabilir (Aziz, 2007: 181).

2- Spor Programları: Radyo programları içinde, geniş kitlelerce benimsenen ve önemsenen bir program türü de spor programlarıdır. Spor programları radyoda; spor haberleri, spor-magazin programları, spor programları ve yerinden canlı (naklen) yayımlar biçiminde yer alır. Bu tür yapımlar, dinleyicinin yurtda ve dünyada meydana gelen önemli spor olaylarından haberdar olmasını sağlar ve spor etkinliklerine ilginin artmasına yol açar (Çetinok, 2007: 30).

Belgesel ve İnceleme Programları: Günümüzde radyo yayıncılığında bu türe pek önem verilmesine de, istisnai olarak, nitelikli, yayıncılık anlayışını benimseyen bazı radyolarda bu türde programlara rastlamak mümkündür. İnceleme programları radyonun sahip olduğu tüm kaynakları kullanabilir. Programcılar bu türün, radyo tiyatrosundan sonra, yapılacak en zor program olduğu konusunda birleşir. İnceleme türü için özetle, tarihin büyük olaylarının yeniden yaratılması denilebilir (Kaye ve Popperwell, 2001: 92).

3- Reklam ve kamu ilanı: Spiker tarafından okunur reklam duyurusudur. Reklam metni doğrudan seslendirilir, müzik ya da efektlerin kullanımına nadir rastlanır ("Radyo Reklam Çeşitleri, www.blog.reklam.com.tr, 28.03.2011).

4- Programlı reklamlar: Genellikle program içerisinde eğitici, eğlendirici program bölümü ile birlikte reklamların bulunduğu ve reklam ajanslarının hazırladıkları programlardır. Bu tür programlar ikiye ayrılır: Birincisi, reklam veren işletme tarafından hazırlanan veya hazırlattırılan ve içinde sadece o işletmenin ürettiği ve/veya pazarladığı hizmet ya da ürünün yapıldığı programlardır. İkincisi ise; reklam ajansları tarafından hazırlanan ve içinde birçok işletmeye ait reklam bulunan programlardır (Radyo Reklam Çeşitleri, www.blog.reklam.com.tr, 28.03.2011).

5- Özel tanıtıcı reklam programları: Bir ürün ya da hizmetin tanıtılması veya kültür, eğitim, turizm vb. hizmetler için hazırlanmış olan programlardır. Bu programlar da, bir kez yayınlanan ve programın bütününe işletmenin ürettiği ya da pazarladığı malın ya da hizmetin tanıtımı için kullanılan programlar ve belirli bir süre boyunca yayınlanan ve

sadece programın başında ve sonunda reklam verenin tanıtıcı duyurularının bulunduğu programlar olarak ikiye ayrılır (“Radyo Reklam Çeşitleri, www.blog.reklam.com.tr, 28.03.2011).

5. Araştırmanın Amacı

Radyo programlarının dinleyicileriyle bire bir etkileşim halinde olması, dinleyicilerin radyolarını istedikleri zaman arayabiliyor ve düşüncelerini aktarabiliyor olması, dinleyicilerin radyolarına karşı daha sıcak duygular beslemesini sağlamaktadır. Firmaların bu radyo mecralarına yönelik reklam vermesi, radyonun avantajlarının hepsinden yararlanması anlamına gelmektedir. Radyo reklamları, firmalara hem az maliyetli hem de kısa sürede etkili reklamların tasarlanmasına imkân sağlamaktadır. Radyo reklamlarının günün her saatinde, hedeflenen dinleyici kitlelerine ulaşması diğer mecralara nazaran daha kolay olmaktadır.

Radyoların programları genellikle, dinleyicilerin katılımı sağlanarak yapılmaktadır. Bu durum ise radyoları diğer kitle iletişim araçlarından ve reklamın diğer mecralarından daha avantajlı konuma getirmektedir. Dinleyiciler herhangi bir programa katıldıkları zaman, hem kendileri hem de diğer dinleyiciler, ilgili radyolara karşı samimi duygular beslemektedir. Genellikle kendilerini radyoya daha yakın hissetmekte ve güvenmektedirler. Dolayısıyla buradaki reklam kuşaklarını daha etkin dinleyebilmekte ve reklamın mesajlarını algılamaktadırlar. Özellikle sevilen programlarda reklamların kullanılması, dinleyicilerin reklamın mesajlarını bütünüyle dinlemelerini sağlamaktadır.

Araştırma kapsamında öğrencilerin cinsiyeti ile radyo reklamlarını dinleme ve hatırlama düzeyleri arasında fark olup olmadığını tespit etmek amacıyla t testi yapılmıştır. Ayrıca öğrencilerin cinsiyeti ve öğrenim gördükleri alan itibarıyla radyo reklamlarından etkilenip etkilenmediklerini test etmek amacıyla da Anova analizi yapılmıştır. Bu analizlerin yanı sıra bu çalışmada üniversite öğrencilerinin radyo reklamlarına bakış açıları ve düşünceleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

6. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma için gerekli veriler yüz yüze anket yöntemiyle toplanmıştır. Anket son şeklini almadan önce araştırma örneğini temsil edecek şekilde 20 kişiye pilot çalışma uygulanmıştır. Bu test sonucunda ankete son şekli verilmiştir.

Bu araştırma 2010 yılı Haziran ayı içerisinde Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nin çeşitli fakülte ve yüksekokullarında öğrenim görmekte olan 300 öğrenciye haftanın değişik

gün ve saatlerinde görüşülerek yapılmıştır. Görüşmeler kolay yoldan örnekleme yöntemiyle yüz yüze gerçekleştirilmiştir.

Anket formunda öğrencilerin demografik özelliklerini tespit edici sorular, çoktan seçmeli, iki şıklı sorular, 5'li Likert ölçeği soru tarzı (1: Kesinlikle Katılmıyorum,....., 5: Kesinlikle Katılıyorum) ve açık uçlu sorular kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde SPSS istatistik paket programı kullanılmıştır.

7. Araştırmanın Kısıtları

Bu çalışma Sivas Cumhuriyet Üniversitesi merkez kampüste öğrenim görmekte olan öğrencilere yapılmıştır. Cumhuriyet Üniversitesi merkez ve ilçelerindeki Meslek Yüksek Okulları zaman ve kaynak kısıtlaması nedeniyle araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Dolayısıyla bu çalışma sadece Sivas Cumhuriyet Üniversitesi ile sınırlı tutulmuştur. Bu nedenle sonuçların tüm evrene genellenmesi söz konusu değildir.

8. Araştırmanın Hipotezleri

H₁: Kız öğrenciler ve erkek öğrencilerin radyo reklamları dinleme oranı arasında fark vardır.

H₂: Kız öğrenciler ve erkek öğrencilerin radyo reklamlarını hatırlama düzeyleri arasında fark vardır.

H₃: Kız öğrenciler ve erkek öğrencilerin radyo reklamlarından etkilenmeleri arasında fark vardır.

H₄: Öğrencilerin öğretim (Sosyal, Fen ve Sağlık) alanları ile radyo reklamlarından etkilenmeleri arasında fark vardır.

9. Araştırmanın Bulguları Ve Değerlendirmeler

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde öğrenim gören ve araştırmaya katılan 300 kişinin demografik özellikleri ile ilgili sonuçlar ve değerlendirmeler bu başlık altında incelenmiştir.

Tablo 1

Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri

Yaş Dağılımı	f	%	Aylık Ortalama Gider Dağılımı	f	%
18 – 21	185	62	100-200 TL	73	24.3
22 – 25	96	32	201-400 TL	150	50.1
26 – 29	9	3	401-600 TL	43	14.3
30 ve üzeri	10	3	601-800 TL	19	6.3
			801 TL ve üzeri	15	5
Toplam	300	100	Toplam	300	100
Cinsiyet Dağılımı	f	%	Bilim Dallarına İlişkin Dağılım	f	%
Erkek	160	53	Sosyal Bilimler	100	33.3
Kadın	140	47	Fen Bilimleri	160	53.4
			Sağlık Bilimleri	40	13.3
Toplam	300	100	Toplam	300	100

Araştırmaya katılanların %53'ü erkek, %47'si kız öğrencilerden oluşmaktadır. Öğrencilerin yarısından fazlası başka bir ifadeyle, %62'si 18-21 yaş aralığında yer almaktadır. Öğrencilerin aylık ortalama gider dağılımına bakıldığında yarısı (%50.1) 201-400 TL arasında bir harcama yapmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin %53.4'ü fen bilimleri, %33.3'ü sosyal bilimler ve %13.3'ü sağlık bilimleri öğrencilerinden oluşmaktadır.

Tablo 2

Radyo Dinlemeye İlişkin Dağılım

Radyo dinlemeyi sever misiniz?	f	%
Evet	244	81.3
Hayır	56	18.7
Toplam	300	100

Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir kısmı (%81.3) radyo dinlemeyi sevdiğini ifade ederken, %18.7'si radyo dinlemeyi sevmediklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 3

Cevaplayıcıların Radyo Dinleme Sıklıklarının Dağılımı

Radyo dinleme alışkanlıkları	%
Çok	16.7
Bazen	43
Az	40.3
Toplam	100

Araştırmaya katılan öğrencilerin radyo dinleme sıklıklarına bakıldığında birinci sırada %43 oranı ile bazen cevabı yer alırken, ikinci sırada %40.3 oranı ile az seçeneği ve son sırada %16.7 oranı ile sürekli seçeneği tercih edilmiştir. Sonuç olarak öğrenciler radyo dinlemeyi genel olarak sevmektedir diyebiliriz.

Tablo 4

Dinlenen Müzik Türüne İlişkin Dağılım

Dinlenen müzik türü	%*
Müzik ayırt etmem	32.3
Pop	40.3
Türk Halk Müziği	31
Türk Sanat Müziği	15
Klasik	11.7
Arabesk	16.7
Rock	28
Jazz	1.3
Diğer	12.3

* Bu soruya birden fazla cevap verildiği için toplam %100'ü geçmektedir.

Tablo 4'teki sonuçlara göre öğrencilerin ilk olarak tercih ettikleri müzik türü pop müzik (40.3) olurken, son tercih ettikleri müzik türü jazz müzik (%1.3) olmuştur. Araştırmanın ana kütlesi genç ve dinamik öğrencilerden oluştuğu için bu seçeneğin ilk sırada yer alması gayet doğaldır denilebilir.

Tablo 5

Radyo Dinlenen Yerlerin Dağılımı

Radyo dinlenen yerler	%
Fakülteye giderken	10.7
Ders aralarında	6.7
Evde/yurtta	47
Kantinde	5
Arkadaşlarla beraber	5.3
Ders çalışırken	7.3
Yatarken	33.3
Diğer	13.3
Toplam	100

Tablo 5'e göre öğrencilerin radyo dinledikleri yer olarak ilk sırada evde/yurt seçeneği %47 oranıyla ilk sırada yer alırken, son sırada % 5 ile kantinde seçeneği tercih edilmiştir.

Tablo 6

Öğrencilerin Günün Hangi Saatlerinde Radyo Dinlediklerine İlişkin Dağılımı

Radyo Dinleme Saatleri	%
08.00–12.00	8.7
12.01–16.00	12.7
16.01–20.00	13.7
20.01–24.00	61
Toplam	100

Tabloya göre öğrencilerin çoğunluğu 20.01–24.00 saatleri arasında radyo dinlemekte iken bunu sırası ile 16.01-20.00, 12.01-16.00 saatleri arası takip ederken, son sırada ise 08.00-12.00 saat arası seçeneği yer almaktadır.

Tablo 7

Öğrencilerin Radyoyu En Çok Dinledikleri Zaman Dilimine İlişkin Dağılım

Cevaplayıcıların Radyo Dinleme Dilimleri	%	
Hafta içi	15	
Hafta sonu	21	
Her ikisi de	61	
Toplam	97	

Araştırmaya katılan öğrencilerin %62’si hem hafta içi hem de hafta sonu radyo dinlemektedirler. %22’lik bir kesim hafta sonu radyo dinlemeyi tercih ederken, %16’sı ise, hafta içi radyo dinlemeyi tercih etmektedirler.

Tablo 8

Radyo Özelliği Olan Cep Telefonunun Radyo Fonksiyonunu Kullanıp Kullanmaya İlişkin Dağılım

Cep telefonundan radyo dinleme	%	
Evet, dinlerim	56	
Evet, radyolu ama radyosunu dinlemem	10.7	
Hayır, dinlemem	12.3	
Hayır, radyolu değil ama olsa dinlerdim	19	

Öğrencilerin “Radyo özelliği olan cep telefonunun radyo fonksiyonunu kullanıp kullanmaya ilişkin” soruya ilişkin cevaplarına bakıldığında; cep telefonundan öğrencilerin büyük bir kısmı (%56) radyo dinlemektedir. Radyolu cep telefonuna sahip olup da dinlemeyenlerin oranı ise %24’tür. Cep telefonunda radyo fonksiyonu olduğunda dinleyeceklerin oranını da dinleyenlerinkine ilave ettiğimizde %76 gibi büyük oranda öğrenci kesimi cep telefonundan radyo dinlemektedir diyebiliriz.

Tablo 9

Öğrencilerin En Çok Dinledikleri Radyo Kanalını Dinleme Nedenlerine İlişkin Dağılım

Radyo kanalı dinleme sebepleri	%*
Müzikleri güzel	44
Sevdiğim tarz müzikleri çıktığı için	53.7
Yayın akışı kaliteli	29.7
Sunucular iyi	19.7
Program akışı sürükleyici	20.7
En iyi o kanal çektiği için	3.7
Haberleri için	9
Herkese hitap ettiği için	16
Canlı yayınları güzel olduğu için	9.3
Reklam kuşakları az süreli olduğu için	9.7

* Bu soruya birden fazla cevap verildiği için toplam %100'ü geçmektedir.

Öğrencilerin radyo kanalı tercih sebepleri arasında sevdiğim tarz müzikler çıktığı için cevabı ilk sırada (%53.7) yer alırken, son sırada ise %3.7'lik bir oran ile en iyi o kanal çektiği için cevabı yer almaktadır. Zaten bir radyo programının var olmasında etkili olan iki temel unsur “söz ve müzik”tir.

Tablo 10

Radyo Reklamlarını Dinlemeye İlişkin Dağılım

Radyoda çıkan reklamları dinler misiniz?	%
Evet	25.3
Hayır	74.7
Toplam	100

“Radyoda çıkan reklamları dinler misiniz?” sorusuna öğrencilerin %74.7’si hayır cevabını verirken, %24.7’si evet cevabını vermiştir. Sonuç itibariyle, öğrencilerin yaklaşık dörtte üçünün radyo reklamlarını dinleme konusunda olumlu olduklarını söyleyemeyiz.

Tablo 11

“Radyo Dinlerken Reklam Kuşağına Geçtiğinde Radyoyu Kapatırım” İfadesine İlişkin Dağılım

Reklam kuşağında radyoyu kapatır mısınız?	%
Evet	53
Hayır	47
Toplam	100

Radyo dinlerken reklam kuşağı geçtiğinde radyoyu kapatan öğrenci oranı %53 iken, kapatmayan öğrenci oranı %46’dır.

Tablo 12

“Radyo Dinlerken Reklam Kuşağına Geçtiğinde Radyo Kanalını Değiştiririm”

İfadesine Verilen Cevapların Dağılımı

Reklam kuşağında radyo kanalını değiştirir misiniz?	%
Evet	69
Hayır	31
Toplam	100

Tablo 12’ye göre, radyo dinlerken reklam kuşağı geçtiğinde radyo kanalını değiştiren öğrencilerin oranı %69 iken, radyo kanalını değiştirmeyen öğrenci oranı %30’dur.

Tablo 13

Öğrencilerin Reklamları Takip Etmeye İlişkin Verdikleri İfadelerin Dağılımı

Radyo Reklamlarını Takip Eder misiniz?	%
Evet	44.7
Hayır	55.3
Toplam	100

Tabloya göre, radyoda çıkan herhangi bir ürün reklamı için sadece müziğinden veya içinde geçen konuşmadan dolayı takip ettiği reklamlar olduğunu söyleyen öğrenci oranı yaklaşık %45 iken, bu soruya hayır diyenler %55 oranındadır.

Tablo 14

Radyoda Çıkan Reklamların Beğeni Düzeyine İlişkin Dağılım

Radyoda çıkan reklamları beğeni düzeyi	%
Çok ilgi çekici	3.3
İlgi çekici	7.3
Bazen ilgi çekici bazen değil	48
İlgi çekici değil	10
Hiç ilgi çekici değil	29

Öğrencilerin yaklaşık yarısı (%48) radyo reklamlarını “bazen ilgi çekici bazen ilgi çekici değil” olarak değerlendirmişlerdir. Radyo reklamlarını çekici bulmayanların oranı ise %39’dur.

Tablo 15

Radyoda Çıkan Reklamları Hatırlama Oranlarına İlişkin Dağılım

Radyoda çıkan reklamları hatırlama oranları	%
Evet	44.3

Hayır	55.7
Toplam	100

Araştırmaya göre öğrencilerin %55.7'si radyoda çıkan reklamları hatırlamıyor iken, %44.3'ü radyodaki reklamları hatırlamaktadırlar. Radyo reklamlarını hatırlamayanların oranı hatırlayanlara göre daha fazladır.

Tablo 16

“Radyo reklamlarında en fazla hangi ürün / hizmet dikkatinizi çeker?” Sorusuna Verilen Cevaplara İlişkin Dağılım

Radyo Reklamlarında Dikkat Çeken Ürün/Hizmetler	%*
Yiyecek, içecek	15.3
Teknoloji ürünleri	37.3
Otomobil	21
Eğitim	31.3
Banka/Finans	13
Basın	17.3
Kişisel bakım kozmetik	19.3
İnşaat konut gereçleri	4.7
Giyim	38
Eğlence mekânları	20.7
Sağlık ve temizlik ürünleri	13
Diğer	3.7

* Bu soruya birden fazla cevap verildiği için toplam %100'ü geçmektedir.

Tabloya göre, radyo reklamlarından en çok giyim ürünleri(%38) ile ilgili radyo reklamları dikkati çekerek birinci sırada yer alırken, bunu sırası ile teknoloji ürünleri (%37.3), eğitim (%31.3), otomobil (%21), eğlence mekanları (%20.7), kişisel bakım-kozmetik (%19.3), basın (%17.3), yiyecek-içecek (%15.3), banka- finans (%13) ve sağlık-temizlik ürünleri (%13), inşaat-konut gereçleri (%4.7) ve son sırada diğer (%3.7) seçeneği yer almıştır.

Tablo 17

Üniversite Öğrencilerinin Radyo Reklamlarına İlişkin Cevaplarının Frekans ve Yüzde Dağılımı

Radyo Reklamlarına İlişkin İfadeler	5	4	3	2	1
1. Radyo reklamlarında duyduğum ürünü satın alırım	123 %41	80 %26.7	75 %25	16 %5.3	6 %2
2. Radyo reklamlarında duyduğum ürünü merak ederim	60 %20	66 %22	80 %26.7	75 %25	19 %6.3
3. Radyo reklamlarında konuşan ses ilgimi çeker	62 %20.7	46 %15.3	56 %18.7	85 %28.3	51 %17
4. Ünlülerin seslendirdiği radyo reklamları dikkatimi çeker	74 %24.7	60 %20	58 %19.3	68 %22.7	40 %13.3
5. Radyo reklamlarının müziği ilgimi çeker	43 %14.3	36 %12	61 %20.3	95 %31.7	65 %21.7
6. Radyo reklamlarında mizah/komedi özelliğinin olması reklama ilgimi artırır	42 %14	31 %10.3	49 %16.3	92 %30.7	85 %28.3
7. Radyo reklamlarını dinlemek eğlenceli olduğu için hoşuma gider	98 %32.7	80 %26.7	66 %22	36 %12	20 %6.7
8. Radyoda yayınlanan reklamları TV reklamlarına nazaran inandırıcı bulurum.	98 %32.7	84 %28	76 %25.3	33 %11	9 %3
9. Radyoda verilen ürün/hizmet reklamları TV reklamlarına göre daha etkilidir	100 %33.3	94 %31.3	74 %24.7	22 %7.3	10 %3.3
10. Radyo programlarına sponsor olan firmalar/markalar dikkatimi çeker	64 %21.3	67 %22.3	79 %26.3	68 %22.7	22 %7.3
11. Radyo reklamlarında sıklıkla duyduğum bir ürün bana güven verir	74 %24.7	88 %29.3	76 %25.3	44 %14.7	17 %5.7
12. Radyo reklamları sıkıcıdır	47 %15.7	54 %18	73 %24.3	56 %18.7	69 %23
13. Radyoda dinlediğim kampanya /indirim reklamları ilgimi çeker	59 %19.7	53 %17.7	70 %23.3	91 %30.3	27 %9
14. Kullandığım ürünlerin radyo reklamlarını dikkatle dinlerim	68 %22.7	57 %19.0	68 %22.7	71 %23.7	35 %11.7
15. Radyoda reklamı kötü hazırlanan bir ürün/marka hakkında olumsuz düşünürüm	60 %20	68 %22.7	83 %27.7	50 %16.7	39 %13
16. Radyo reklamlarının ürünler hakkında bilgi verme düzeyini yeterli buluyorum	81 %17	65 %21.7	100 %33.3	28 %9.3	26 %8.7

1= Kesinlikle Katılmıyorum,.....5=Kesinlikle Katılıyorum

Tabloya göre, “Radyo reklamlarında duyduğum ürünü satın alırım” ifadesine öğrencilerin %41’i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermişlerdir. Öğrencilerin büyük bir kısmı ürün satın alırken radyo reklamlarından etkilenmemektedirler. “Radyo reklamlarında duyduğum ürünü merak ederim” ifadesine en çok katılım %26.7 oranı ile “ne katılıyorum ne de katılmıyorum” şeklindedir. Radyoda ürünü yapılan reklamlar öğrencilerin dikkatlerini çekmemektedirler. “Radyo reklamlarında konuşan ses ilgimi çeker” ifadesine en çok katılım %28.3 ile “katılıyorum” seçeneği iken, “Ünlülerin seslendirdiği radyo reklamları dikkatimi çeker” ifadesinde ise öğrencilerin çoğu %24.7 oranı ile “kesinlikle katılmıyorum” seçeneğini işaretlemişlerdir.

“Radyo reklamlarının müziği ilgimi çeker” ifadesine en çok katılım %31.7 oranı ile “katılıyorum” seçeneği olmuştur. “Radyo reklamlarında mizah/komedi özelliğinin olması reklama ilgimi artırır” ifadesine %30.7 oranı ile en çok katılım “katılıyorum” seçeneği olmuştur. Müzik radyonun üçayağından biridir. Konuşma ve efektlerle sesin sacayağını oluştururlar. Müzik, özellikle popüler müzik, Avrupa’da radyo yayıncılığının ana unsurlarından biridir ve hep böyle olmuştur.

“Radyo reklamlarını dinlemek eğlenceli olduğu için hoşuma gider” ifadesine ise öğrencilerin çoğu %32.7 oranı ile “kesinlikle katılmıyorum” cevabını vermişlerdir. Bu durum öğrencilerin radyo reklamlarını eğlenceli bulmadıklarını göstermektedir. “Radyoda yayınlanan reklamları TV reklamlarına nazaran inandırıcı bulurum” ifadesine ise %32.7 oranı ile en çok katılım “kesinlikle katılmıyorum” cevabı olmuştur. “Radyoda verilen ürün/hizmet reklamları TV reklamlarına göre daha etkilidir” ifadesine en çok katılım ise %33.3 ile “kesinlikle katılmıyorum” seçeneği olmuştur. Öğrenciler TV reklamlarını radyo reklamlarına nazaran daha inandırıcı ve daha etkili bulmaktadırlar.

“Radyo programlarına sponsor olan firmalar/markalar dikkatimi çeker” ifadesine en çok katılım %26.3 oranı ile “ne katılıyor ne de katılmıyorum” cevabı olur iken, “Radyo reklamlarında sıklıkla duyduğum bir ürün bana güven verir” ifadesine en fazla katılım %29.3 oranı ile “katılmıyorum” cevabı olmuş, “Radyo reklamları sıkıcıdır” ifadesine ise en fazla katılım %24.3 ile “ne katılıyor ne de katılmıyorum” cevabı olmuştur. “Radyoda dinlediğim kampanya /indirim reklamları ilgimi çeker” ifadesine %30.3 oranı ile “katılıyorum” olur iken, “Kullandığım ürünlerin radyo reklamlarını dikkatle dinlerim” ifadesine en çok katılım %23.7 oranı ile “katılıyorum”, “Radyoda reklamı kötü hazırlanan bir ürün/marka hakkında olumsuz düşünürüm” ifadesine en çok katılım %27.7 “ne katılıyor ne de katılmıyorum” olur iken, “Radyo reklamlarının ürünler hakkında bilgi verme düzeyini yeterli buluyorum” ifadesine ise en çok katılım ise %33.3 oranı ile “ne katılıyor ne de katılmıyorum” cevabı olmuştur.

Tablo 18

Radyo Reklamlarını Dinleme Oranlarının Cinsiyete Göre T Testi Sonuçları

Cinsiyet	n	Ort.	St.Sp	F	p
Kız	160	1.73	0.445	1.732	0.189
Erkek	140	1.76	0.426		

Yapılan t testi sonuçlarına göre “H₁: Kız öğrenciler ve erkek öğrencilerin radyo reklamları dinleme oranı arasında fark vardır” hipotezi red edilmiştir. Başka bir ifadeyle, kız öğrenciler ile erkek öğrencilerin radyo reklamlarını dinleme oranı arasında istatistiksel açıdan herhangi bir fark yoktur.

Tablo 19

Radyo Reklamlarını Hatırlama Düzeylerinin Cinsiyete Göre T Testi Sonuçları

Cinsiyet	n	Ort.	St. Sp	F	p
Kız	160	1.54	0.500	0.901	0.343
Erkek	140	1.57	0.497		

Tablo 19’a göre, “H₂: Kız öğrenciler ve erkek öğrencilerin radyo reklamlarını hatırlama düzeyleri arasında fark vardır” hipotezi red edilmiştir. Radyo reklamlarını hatırlanması cinsiyete göre farklılık göstermemektedir.

Tablo 20

Öğrencilerin Cinsiyetine Göre Radyo Reklamlarından Etkilenmeleri Arasında Fark Olup Olmadığının Test Edilmesi

Radyo Reklamlarına İlişkin İfadeler	Cinsiyet	Ortalama	St. Sapma	I	p	
Radyo reklamlarında duyduğum ürünü satın alırım	Kız	160	1,88	0,91	7,518	Desteklendi p= 0,006
	Erkek	140	2,15	1,14		
Radyo reklamlarında duyduğum ürünü merak ederim	Kız	160	2,84	1,16	2,439	Desteklenmedi p=0,119
	Erkek	140	2,66	1,26		
Radyo reklamlarında konuşan ses ilgimi çeker	Kız	160	3,25	1,40	0,213	Desteklenmedi p=0,645
	Erkek	140	2,84	1,36		
Ünlülerin seslendirdiği radyo reklamları dikkatimi çeker	Kız	160	2,88	1,42	1,036	Desteklenmedi p=0,310
	Erkek	140	2,71	1,34		
Radyo reklamlarının müziği ilgimi çeker	Kız	160	3,42	1,33	0,013	Desteklenmedi p=0,908
	Erkek	140	3,26	1,33		
Radyo reklamlarında mizah/komedi özelliğinin olması reklama ilgimi artırır.	Kız	160	3,56	1,50	0,378	Desteklenmedi p=0,539
	Erkek	140	3,46	1,35		
Radyo reklamlarını dinlemek eğlenceli olduğu için hoşuma gider	Kız	160	2,28	1,27	1,083	Desteklenmedi p=0,299
	Erkek	140	2,40	1,19		
Radyoda yayınlanan reklamları TV reklamlarına nazaran inandırıcı bulurum.	Kız	160	2,24	1,13	0,246	Desteklenmedi p=0,620
	Erkek	140	2,24	1,09		
Radyoda verilen ürün/hizmet reklamları TV reklamlarına göre daha etkilidir.	Kız	160	2,11	1,05	0,551	Desteklenmedi p=0,458
	Erkek	140	2,21	1,10		
Radyo programlarına sponsor olan firmalar/markalar dikkatimi çeker	Kız	160	2,63	1,24	0,555	Desteklenmedi p=0,457
	Erkek	140	2,84	1,22		
Radyo reklamlarında sıklıkla duyduğum bir ürün bana güven verir.	Kız	160	2,39	1,16	0,240	Desteklenmedi p=0,625
	Erkek	140	2,57	1,19		
Radyo reklamları sıkıcıdır.	Kız	160	3,25	1,34	0,355	Desteklenmedi p=0,552
	Erkek	140	3,05	1,42		
Radyoda dinlediğim kampanya /indirim reklamları ilgimi çeker	Kız	160	3,04	1,30	0,082	Desteklenmedi p=0,775
	Erkek	140	2,76	1,23		
Kullandığım ürünlerin radyo reklamlarını dikkatle dinlerim	Kız	160	2,87	1,35	0,040	Desteklenmedi p=0,841
	Erkek	140	2,78	1,32		
Radyoda reklamı kötü hazırlanan bir ürün/marka hakkında olumsuz düşünürüm	Kız	160	2,74	1,32	0,940	Desteklenmedi p=0,333
	Erkek	140	2,86	1,27		
Radyo reklamlarının ürünler hakkında bilgi verme düzeyini yeterli buluyorum	Kız	160	2,44	1,23	0,093	Desteklenmedi p=0,761
	Erkek	140	2,59	1,22		

Yapılan Anova analizi sonucuna göre; “H₃: Kız öğrenciler ve erkek öğrencilerin radyo reklamlarından etkilenmeleri arasında fark vardır” hipotezi sadece “Radyo reklamlarında duyduğum ürünü satın alırım” ifadesi bakımından istatistiksel olarak farklı çıkmış, diğer ifadeler bakımından herhangi bir fark çıkmamıştır. Sonuç itibarıyla

öğrencilerin cinsiyetlerine göre radyo reklamlarından etkilenmeleri arasında bir fark yoktur diyebiliriz.

Öğrencilerin öğrenim alanlarına göre radyo reklamlarından etkilenmeleri arasında fark olup olmadığının test edilmesi amacıyla (ANOVA) yapılmıştır. Yapılan Anova analizi sonuçlarına göre, “H₄: Öğrencilerin öğrenim gördükleri alanlar ile radyo reklamlarından etkilenmeleri arasında fark vardır” hipotezi radyo reklamlarına ilişkin tüm ifadeler bakımından ret edilmiştir.

10. Sonuç ve Öneriler

Günümüzde radyonun kendi doğasından kaynaklanan kulağa hitap etme özelliğiyle okuma yüzdesi düşük, okuma alışkanlığı az olan büyük kitleyi kavraması, güncel olaylarla bağlantılı reklam yapılabilmesi, hızlı bir şekilde büyük kitlelere ulaşabilmesi, her yaştan, her sosyo-kültürel gruptan, her cinsiyetten olan hedef kitleye reklam mesajlarının gönderilebilmesi, televizyona oranla çok daha az maliyetler gerektirmesi gibi sebeplerle reklamcılar tarafından yoğun şekilde tercih edilen bir reklam aracı konumundadır. Radyolar her bölgede, her yerde, hatta en ücra kesimlerde yaşayan insanların evlerinde bulunmakta ve dinlenmektedir. Her insan, günün belirli saatlerinde, bir şekilde radyo dinlemektedir. Ayrıca radyo, teknolojilerin gelişimiyle beraber internet üzerinden, cep telefonlarından, otomobillerde, işyerlerinde, açık havalarda çalışırken dinlenmekte ve tüketicilerle sürekli bir etkileşim halinde bulunmaktadır.

Cumhuriyet Üniversitesi’nde öğrenim görmekte olan 300 öğrenci ile yapılan yüz yüze anket sonuçlarına göre; öğrencilerin büyük bir kısmı radyo dinlemeyi sevdiklerini ifade etmiştir. Fakat öğrenciler, radyoda çıkan reklamları dinlemeyi çok tercih etmediklerini, reklam kuşaklarında radyoyu kapattıklarını ya da radyo kanalını değiştirdiklerini dile getirmişlerdir. Öğrencilerin büyük bir kısmı radyoda çıkan reklamları bazen ilgi çekici bazen de ilgi çekici bulmamakta ve radyoda çıkan reklamları hatırlamamaktadırlar. Radyo reklamlarında en çok giyim ürünleri ile ilgili reklamlar dikkati çekmektedir. Radyo reklamlarına ilişkin likert tipi sorulara baktığımızda öğrencilerin, genel olarak radyo reklamlarına karşı olumlu bir tutum içinde olmadıkları görülmüş, sadece radyo reklamlarının müzik ve mizah/komedi özellikleri dikkat çekmektedir.

Öğrencilerin cinsiyeti ile radyo reklamlarını dinleme ve hatırlama düzeyleri arasında fark olup olmadığını test etmek amacıyla t testi yapılmış ve istatistiksel olarak anlamlı bir fark çıkmamıştır. Ayrıca öğrencilerin cinsiyeti ve alanlarına göre radyo reklamlarından

etkilenme düzeylerini tespit etmek amacıyla da Anova analizi yapılmıştır. Anova analizi sonucuna göre öğrencilerin cinsiyeti ve radyo reklamlarından etkilenme düzeyleri arasında “Radyo reklamlarında duyduğum ürünü satın alırım” ifadesi bakımından fark çıkarken, öğrencilerin alanları bakımından herhangi bir fark çıkmamıştır.

Sonuç olarak, öğrencilerin radyo reklamlarına karşı olumlu bir tutum içinde oldukları söylenemez. Televizyonun gündelik yaşamımıza girmesi ve teknolojik gelişmelerin sonucunda internet gibi yeni reklam mecralarının da giderek artmasıyla birlikte, radyo giderek güç kaybetmiştir. Reklamsal açıdan da son sırada düşünülen bir destek mecrası haline dönüşen radyonun, reklam gelirlerinden aldığı pay da giderek azalmıştır. Bu nedenle, çıkan sonuçlar gayet doğaldır. Ancak, reklam ajanslarının daha etkili çalışmalar gerçekleştirip müşteri beklenti ve istekleri doğrultusunda hizmet sunması ile hem radyo dinleyicilerinin tutumu olumlu yönde çevrilebilir hem de firmaların ticari hayattaki faaliyetlerine katkı sağlanabilir.

Piyasa uygulayıcılarına yönelik önerimiz; üniversite öğrencilerinin yoğun bir şekilde dinledikleri radyo kanalları tespit edilip, bu radyolara reklamlar verilmelidir. Örneğin bu çalışmada daha çok reklamı dinlenen ürünler ya da hizmetler şu şekilde olmuştur. Giyim, teknoloji ürünleri, eğitim, eğlence mekânları, otomobil, kozmetik ürünler, vd.’dir. Dolayısıyla bu araştırmanın sonuçlarına göre radyo reklamlarının dinlenilmesi konusunda şanslı şirketler, yukarıda ismi geçen ürün ya da hizmetleri üreten şirketlerdir diyebiliriz. Ayrıca, hangi sektör olursa olsun radyo reklamlarının üniversite öğrencileri tarafından dinlenebilmesi için reklam verenlerin öğrencilerin sevdikleri müzikleri çalan radyo kanallarını tercih etmesi gerekmektedir.

Kaynaklar

Arslan, E., Yılmaz S. (2007). İşletmelerin hedef kitlelerine ulaşabilmeleri için yerel radyo ve reklamların kullanımı ve etkinliği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 18, 83-98.

Aziz, A. (2007). *Radyo yayıncılığı*, 3. Baskı, Ankara: Nobel Yayınevi.

Broadbent, S. (1997). *Accountable advertising, admap publications*. H. Mesci (Çev.). Reklamcılık Vakfı Yayınları.

Chantler, P. ve Harris, S. (1997). *Local radio journalism*. England: Focal Press.

Çakır, H. (2005). *Tüm yönleriyle radyo*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Çetinok, N. (2007). *Radyo bilgisi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları.

Dural, Ç.D. (1999). *Medya planlaması ve reklam verenin ajans seçimi*. İstanbul.

Ertike, A. S. (2009). *Reklam [temel kavramlar, teknik bilgiler, örnekler]*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Hertz, T. (2004). Ne kadar değil, nasıl yaratıcısın?. *Marketing Türkiye*, 65, 31-57.

Kaye, M. ve Popperwell, A. (2001). *Radyo dersleri*. 2. Baskı. T. Eryılmaz (Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Kuruoğlu, H. (2002). *Radyoda yayın yapım ve türler*. İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.

Radyo reklam çeşitleri, 28.03.2012 tarihinde <http://blog.reklam.com.tr/category/radyo-reklam> adresinden erişildi.

Radyo reklamı nedir?, 24.03.2011 tarihinde <http://radyo.reklam.com.tr/yazilar/radyo-reklam-nedir/8> adresinden erişildi.

Radyo reklamlarının avantajları yönleri, 24.03.2011 tarihinde <http://radyo.reklam.com.tr/yazilar/radyo-reklamlarinin-avantajli-yonleri/131> adresinden erişildi.

Wells, W., Moriarty, S. & Burnett, J. (1992). *Advertising principles and practice*. 2. Ed. New Jersey, Prentice Hall Editions.

Küreselleşmenin Muhasebe Uygulamalarına Etkisi*

Recep Güneş¹ Ahmet Fethi Durmuş² Bilal Solak³

Özet

Son 50 yılda yapılan uluslararası anlaşmalarla ülkelerin siyasi sınırları korunurken, ekonomik sınırlar kaldırılarak küreselleşme süreci başlamıştır. Küreselleşme süreci, ekonomik ve sosyal birimlerin bütünü etkilemiş ve bu etkileşim artarak devam etmektedir. Değişimin olduğu alanlardan biride sermayedir. Küreselleşmeyle birlikte sermaye hareketleri hızlanmıştır. Mevcut değişim, muhasebe uygulamalarında da değişimi zorunlu kılmış, her ülkede farklı bir muhasebe dilinin yerini dünyada ortak bir muhasebe dilinin uygulanmasını beraberinde getirmiştir. Çalışmanın birinci bölümünde muhasebe uygulamalarının Dünyada ve Türkiye’de gelişim süreci incelenmiş, literatür taraması yazılmış, ikinci bölümde dünyada ortak bir muhasebe dilinin geliştirilmesi amacıyla oluşturulan Uluslararası Muhasebe Standartları ve Küçük ve Orta Boy İşletmeler için Muhasebe Standartları açıklanarak Tek Düzen Muhasebe Uygulaması arasındaki farklar ampirik olarak ortaya konacaktır.

Çalışma, sonuç ve önerilerle bitirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Uluslararası Muhasebe Standartları, KOBİ Muhasebe Standartları

The Effects of Globalization on Accounting Applications

Abstract

Through the agreements made in the last 50 years, the process of globalization has started by removing the economical boundaries while the political boundaries of countries have been protected. The process of globalization has affected all of economical and social units, and this interaction is going on increasingly. One of the fields in which change takes place is capital. Capital movements have gained speed with the globalization. Current change necessitated changing in accounting applications, and a common accounting language started to be used in the world instead of different accounting languages in each country.

In the first part of the study, the development process of accounting applications in Turkey and in the world has been examined, and literature review has been written down. In the second part, for the International Accounting Standards and Small and Medium size Enterprises composed to improve a common accounting language in the world, the differences between International Accounting Standards and Uniform Accounting Standards are going to be expressed empirically through explaining Accounting Standards. It has been completed with the study, result and suggestions.

Keywords: Globalization, International Accounting Standards, SME Accounting Standards

* Bu makale Turgut Özal Uluslararası Ekonomi ve Siyaset Kongresi II’de bildiri olarak sunulmuştur.

¹ Prof.Dr.İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, recep.gunes@inonu.edu.tr

² Araş.Gör.İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, ahmet.durmus@inonu.edu.tr

³ Araş. Gör. İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, bilal. solak@inonu.edu.tr

1. Giriş

Pek çok alanda kendisini hissettiren küreselleşme olgusu, işletmeleri de farklı boyutlarda etkilemektedir. İşletmelerin yapıları, yönetim anlayışları ve üretim biçimleri gibi pek çok değişik konu ya hızlı bir gelişim süreci içine girmekte veya tamamen yenilenmektedir. İşletmelerin küreselleşme ile birlikte yapıları daha fazla etkilenmekte ve değişikliğe uğramaktadır (Tağraf, 2002:34). Dünyada ki gelişmelere paralel olarak çoğu bilimsel sistem olduğu gibi muhasebe sistemi de değişime uğramakta, ya da en azından koşullar bu dönüşümü dayatmaktadır. Dünyada ki gelişmelere karşı, muhasebe sistemlerinin birer parçası olan hesap planları da bu gelişmelere uyum sağlayacak bir yapıya kavuşmalıdır (Güneş, 2008:3).

Muhasebe tarihi, Milattan Önceki dönemlerde yapılan kil tabletlere kadar uzanmaktadır. Diğer bir ifade ile uygarlıkların oluşumu ile muhasebe tarihinin oluştuğunu söylenmek mümkündür (Selimoğlu vd, 2009:220). 19. Yüz yıldan itibaren muhasebe sanat veya teknik olma yapısından bilim olma yoluna girdiğinde, İtalya, Fransa ve daha sonra Almanya'da ortaya çıkan muhasebe okulları, çift yanlı kayıt yöntemini 20. yüzyılın karışık düzenine hazırlamak ile uğraşmışlardır. Bu hazırlık evresinde muhasebe bilim olurken, ilke ve kuralları da oluşmuştur. Bu uğraş boyunca da muhasebe literatürü doğmuş ve gelişmiştir. Etkin literatürün doğuş noktası kuşkusuz 1794 yılında, yani 18. yüz yılın sonlarında İngiliz Jones'un İngiliz Sistemi ile Defter Tutma adı ile kaleme aldığı kitabı olmuştur. Jones'un bu yapıtı, batı ülkelerinde 19. yüzyıl boyunca muhasebe düşüncesinin gelişimine hareket veren atılım olmuştur (Güvemli ve Aslan, 2009:32).

Çalışmamızın birinci bölümünde, küreselleşme sürecine yer verilmiş, ikinci bölümde 10 Yüzyıldan'dan günümüze kadar olan kitlesel değişimler ve bu değişimlerin muhasebe uygulamalarına yönelik etkileri araştırılmıştır. Çalışmamız, sonuç ve önerilerle bitirilmiştir.

2. Küreselleşme

Küreselleşme son dönemlerde sosyal bilimler literatüründe sıklıkla kullanılan, ancak belirsizliklerle dolu, net bir biçimde tanımlanamamış kavramlardan biridir. Küresel sözcüğünün yaklaşık 400 yılı aşan bir tarihi olmasına karşılık küreselleşme kavramı 1960'larda kullanılmaya başlanmıştır. 1980'li yıllardan itibaren de kullanımı sıklaşmıştır (İçli, 2001:163). Küreselleşme ya da global bütünleşme, global entegrasyon, ülkeler arasındaki iktisadi, siyasi, sosyal ilişkilerin yaygınlaşması ve gelişmesi, ideolojik ayrımlara dayalı kutuplaşmaların çözülmesi, farklı toplumsal kültürlerin, inanç ve beklentilerin daha iyi

tanınması, ülkeler arasındaki ilişkilerin yoğunlaşması gibi farklı görünen ancak birbirleriyle bağlantılı olguları içerir (DPT, 1995:1).

Küreselleşme bir anlamda, milli ekonomik, politik, kültürel yapının bir dizi uluslararası gelişme ile koalisyonudur ve bir ideoloji olarak da her ülkenin bir değerini etkilemesini sağlamaktadır (Mittelman,1997:3, Akt. Akdiş, 2002). Bu etkileşimin finansal karakterli işlem ve davranışlara da yansımaları avantaj ve dezavantajları beraberinde getirmektedir (Akdiş,2002:1).

Küreselleşme sürecinden etkilenen alanların başında gelen finansal sistem; belirli kişi ve kurumların, piyasaların, araçların ve organizasyonların, beraberce çeşitli fonksiyonları yerine getirmek üzere bir araya gelmeleri sonucunda oluşan bir bütündür. Tasarrufların yatımlara aktarılması işlevi finansal sistem aracılığıyla gerçekleşmektedir. Paranın ve değişik düzeylerde paranın fonksiyonlarını gören çeşitli finansal araçların üretildiği ve ekonominin işleyişi içine sokulduğu bu sistem, aynı zamanda ekonominin mikro ve makro performansının da belirleyicisi durumundadır (Afşar,2007:189).

Küreselleşme sürecinin oluşturduğu yeni durumun temelinde, işletmelerin dünyanın bütün bölgelerinde hiçbir kısıtlamaya maruz kalmadan tek bir pazar gibi faaliyet gösterebilmesi çabası yatmaktadır. Dünya geneli tek bir pazar gibi faaliyet gösterebilmek için ülke yönetimlerinin ülke gümrüklerini daha geçirgen bir yapıya dönüştürmeleri arzu edilir. Bu çerçevede gelişmiş ülkeler tarafından yönlendirilen Dünya Ticaret Örgütü gibi kimi kurumların oluşturduğu uluslararası ticaretteki yeni düzenlemeler ile empoze edilmektedir (Tağraf, 2002:34).

Sosyal ve beşeri bir bilim ve ayrıca değişen işletme faaliyetlerine sürekli yenilerek cevap veren muhasebe süreci, işletmelerin gelişim serüveninde bazen yeniliği açan bazen de yenilikten etkilenerek gelişimini sürdürmüş, küresel gelişmelere de kayıtsız kalmamıştır.

3. Küreselleşme Sürecinin Muhasebe Uygulamalarına Etkisi

İnsanlar var olduğu günden itibaren; yaşamlarını sürdürmek, yaşam kalitelerini artırmak, merak duygularının oluşturduğu gizemleri gidermek amacıyla mal ve hizmet gereksinimleri doğmuştur. İlk çağlarda, insanlar, daha çok yaşamları için zorunlu olan gündelik ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik malları kendileri üretip yine kendileri tüketmektedirler. Yüzyıllar geçtikçe, sadece kendi için üretip tüketenden ziyade belirli bir toplumun ihtiyaçları kadar üreten ve satan işletmeler oluşmaya başladığı görülmektedir.

Bu gelişmelerin önemli bir kısmı ise hem coğrafik hem de siyasi nedenlerden dolayı en fazla görüldüğü Avrupa da ki işletmelerdir. Tek bir kişi veya aile firmasının elinde olduğu,

bazen ortaklık veya işlerinin yönetimi bir grup yöneticiye devretmiş olan bir grup yatırımcıya ait olan firmalarda bulunmaktadır. Mevcut birimlerin çoğu, modern çağın başlangıcındaki işlerin çoğunu yürütebilecek yeteneğe sahiptir; fakat uzun vadeli yatırımlar için ihtiyaç duyulan büyük sermaye miktarları, onları sürekli sermayesi ve aktarılabılır stokları olan hisseli şirketler kurmaya ve bu alanda uzmanlaşmaya sürüklemiştir (Heaton, 2005:309). Mevcut süreç hızlı işlemiş özellikle Güney Avrupa da, İtalya’da her birinin faaliyet süresi yüzyıldan daha fazla sürmekte olan çok sayıda büyük işletme kurulmuştur. Bunların birçok şubelerini ve bürolarını da hesaba katmamız gerekmektedir. Öte yandan, ticari iş olgularının giderek daha karışık bir yapıya sahip olmaya başladığını, satışların vadeli yapılması ve perakende satışlar yanında belirli bir komisyon karşılığında toptan satışlarında ortaya çıktığını ve kar-zarar hesaplarına gereksinme duyulmaya başlandığını görülmektedir (Güvemli, 2007:4). Bu süreçte muhasebe uygulamalarında tek yanlı kayıt yöntemi görülmektedir. Tek yanlı kayıt yöntemi, on beşinci yüzyıl ortalarına kadar Batı Avrupa ülkelerinde muhasebe düzenine egemen olan anlayıştı. Basit kayıt yöntemi de denilen tek yanlı kayıt yönteminde de belirli bir tarihte dönem sonlarında mali tablo düzenlenmesi söz konusudur. Envanter çıkarılır, yani bütün varlıklar, kasa, alacaklar, stoklar, duran varlıklar alt alta yazılır ve toplanır. Bunların altına sıra ile borçlar yazılır ve borçların tutarları da toplanır. Aradaki fark öz sermayedir. Ama öz sermaye kavramı yoktur ve öz sermaye tutarına da yer verilmez (Güvemli, 2007:1).

İşletme kavramının gelişmesi ile, muhasebenin asıl uygulama ve gelişme alanı ortaya çıkmış ve muhasebe tüccara, diğer bir deyişle tek bir kişiye özgü olmaktan çıkıp işletmeye ait olma niteliğine kavuşmuştur (Güvemli, 2000:11). Ticaretteki mevcut gelişmeler muhasebe uygulamasında çift yanlı kayıt yönteminin de habercisi olarak görülmelidir (Güvemli, 2007:4).

Bugünkü muhasebe teorisinin temelini oluşturan çift taraflı kayıt yönteminin (Muzaaf Muhasebe Metodu) on üçüncü yüzyıldan itibaren İtalya’da kullanılmaya başlandığı, 1296 tarihinde floransada tutulmuş kayıtlardan anlaşılmaktadır. Ancak bu kayıt sisteminin daha önceleri doğuda kullanılmış olması ihtimalide mevcuttur (Sevilengül, 2007:13).

Sanayi devrimi, İngiltere’de 18. Yüzyılda buhar makinesinin tekstil üretimine uyarlanmasıyla gerçekleşerek, sanayi kapitalizminin tarihi süreci başlamıştır (Ceylan, 2010:72). Deniz seferleriyle elde edilen hammaddeler, deniz ticaretiyle oluşan pazarlar, geniş bir sömürü piyasası, yeterli sermaye, bol ve ucuz emek ve siyasal yapının desteklenmesiyle

bütün Avrupa'da çok hızlı bir şekilde gelişmiştir. Pamuk, tekstil, demir ve çelik sanayi devriminin en fazla talep gören ürünleri olmuşlardır (Çetin, 2002:89).

İşletme ekonomisinde uygulanan muhasebenin gelişmesi, 18.yüzyıl İngiliz ekonomistleri ve 19.yüzyıl Amerikalı sanayicileri tarafından sağlanmıştır. Fransızların rolü de azımsanmayacak kadar fazladır. Anselme Payen (1817) den, Guilbault'a (1865) kadar bir muhasebe düşünürü topluluğu sanayi muhasebesinin ana hatlarını ortaya koymuşlardır. Bu gelişmeler işletmelerin savunulabilir ve açıklamalı sonuçlarına ve işletmenin ekonomik birimlerin değerlendirilmesine götürecektir. Ancak işletmenin aktiflerinin değerlendirme yöntemleri için gerekli ticari fiyatların belirlenmesinde ihtiyaçlara cevap verilmesi güçlüklerle dolu olmuştur. Aynı güçlük sınai faaliyetlerin kontrolü amacı ile duyulan ihtiyaçlar açısından da geçerlidir (Durand, 2009:200).

İkinci dünya savaşından sonra, dünya ticaretini serbestleştirme eğilimleri ortaya çıkmaya başlamış ve bu süreç hızlı bir şekilde serbestleştirme süreci devam etmektedir. Dünya ticaretinin serbestleştirilmesi amacıyla iki ayrı süreç olduğu gözlenmektedir. Birincisi, General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) çerçevesindeki çok yanlı görüşmelerle, ticaretin serbestleştirilmesine dayanan küresel yaklaşımdır. Bu aynı zamanda bugün küreselleşme adı verilen gelişmelerinde başlangıcını oluşturmaktadır. İkincisi ise, iktisadi birleşme hareketlerini kapsar burada genellikle belirli bir coğrafi bölgede yerleşik ve yakın ekonomik ilişki içinde bulunan ülkeler arasındaki dış ticaret ve diğer ekonomik faaliyetleri serbestleştirmek üzere (Avrupa Ekonomik Topluluğu gibi) iktisadi gruplaşmaların oluşturulması söz konusudur (Seyidoğlu, 2007:215).

Günümüz dünyasında yaygınlık kazanan ekonomik bütünleşme hareketi, önce, 1950 ve 1960'lı yıllarda, uluslararası ticaret alanında etkisini göstermeye başlamıştır. GATT sistemi içerisinde kodifiye edilen kurallar, uluslararası mal ticaretini bir disiplin altına almaya çalışmışlardır. 1970 ve 1980'li yıllarda başlayan mali ve diğer hizmet piyasalarının, yatırımların entegrasyonu süreci ise, yine GATT içerisinde belirli kurallara bağlanmak aşamasındadır. Bu gelişmeler de küreselleşmeye yeni bir ivme kazandırmaktadır (DPT, 1995:2).

1980'li yıllardan itibaren dünyada hızlı bir küreselleşme süreci yaşanmaya başlanmıştır. İletişim ve haberleşme teknolojilerindeki gelişmelerle ülkelerin içi piyasalar üzerine koydukları engel ve kısıtlamaları kaldırmaları bütün piyasaları birleştirici etki yapmıştır. Küreselleşme, ticaretin serbestleştirilmesinden ziyade, üretimin küreselleşmesi

şeklinde çok uluslu işletmelerin üretiminin dış dünya ülkelerine taşınması ve mali piyasaların serbestleşmesi biçiminde ortaya çıkmıştır (Seyidoğlu, 2007:1).

Küresel ve diğer işletmelerin gelişmeleri ve sürekliliklerini sağlamada muhasebe uygulamaları önemli bir rol oynamıştır. Uluslararası ticaretin yaygınlaşmasıyla birlikte her ülkede farklı olan muhasebe uygulamalarının uyumlaştırılması gerekliliği 1972 yılında uluslar arası muhasebe standartlarının temelinin atılmasıdır.

1973 yılında Avusturya, Kanada, Fransa, Almanya, İngiltere, Japonya, Meksika, Hollanda, İrlanda ve Amerika olmak üzere Uluslar arası Muhasebe Standartları Komitesini (IASC) kurma kararını vererek uluslar arası muhasebe standartlarının oluşturulmasına yönelik çalışmalar başlatılmıştır.

Ticarette ibrenin uluslararası göstermesi, muhasebe sistemlerinde de bütün ulusların ortak bir muhasebe dili kullanmasını zorunlu kılmıştır. Bu nedenle uluslararası muhasebe standartları geliştirilerek ortak bir dil oluşturulması yolunda azımsanmayacak bir yol kat edilmiştir. Kısa bir süre sonra Çin’de hazırlanan bir bilançoğu hiçbir destek almadan okuyup anlayabileceğimiz gibi, ülkemizde hazırlanan bir gelir tablosu da Şili’de aynı şeffaflık içinde okunabilecektir. Bu aynı zamanda ülkelerin ve insanların birbirini daha iyi anlaması, daha doğru ilişkiler kurmasını da sağlayacaktır (Polat, 2009:2).

Küreselleşme süreciyle birlikte gündeme gelen konulardan bir tanesi de ülkeler arasında uluslararası düzeyde anlaşılabilir ve çok yönlü iletişime olan ihtiyaçtır. Bu iletişim ihtiyacının en çok hissedildiği alan şüphesiz uluslararası ticarete ortaya çıkan finansal verilerdir. Nitekim bu ihtiyacı karşılamak amacıyla Uluslararası Muhasebe Standartları Komitesi’nce (IFAC) “Uluslararası Muhasebe Standartları” hazırlanmış ve tüm dünya ülkelerinin kabulüne sunulmuştur (Kaya ve Dinç, 2007:343).

Ekonominin küreselleşmesine yol açan gelişmeler, ekonomi ile yakından ilgili muhasebe bilgisini kullanan taraflardan özellikle Çok Uluslu İşletmeleri (ÇUI), çok uluslu muhasebe ve denetim işletmelerini, yatırımcılar ve yatırım analistlerini yeni sorunlarla karşı karşıya getirmiştir. Uluslararası muhasebe alanında çalışmalar yapan araştırmacıların hemen hepsi ortaya çıkan sorunların gerisinde ülke muhasebe sistemlerindeki farklılıkların olduğu konusunda hemfikir olmuşlardır. Günümüz muhasebe sistemleri, ölçme yöntemleri, bilgi açıklama uygulamaları ve denetim yöntem ve uygulamaları konusunda farklılıklar göstermektedir (Ağça ve Aktaş, 2007:3).

2000 li yıllarda yaşanan muhasebe skandalları, yatırımcıların hem finansal piyasalara hem de muhasebecilik mesleğine olan güvenini derinden sarsmıştır. Yaşanan skandallardan

sonra, yatırımcılar için, şirketlerin daha şeffaf finansal raporlama yapması ve denetçilerin daha etik davranışlarda bulunması önem kazanmıştır (Arsoy, 2008:18). ENRON, ve PALMANAT skandallardan en önemlileri arasındadır. Bu iki skandal sonrasında, yatırımcıların doğru ve güvenilir bilgi alma noktasında önemli eksikliklerin olduğu ortaya çıkmıştır.

Finans ve ekonomi dünyası için devrim niteliğinde bir gelişme olarak nitelendirilen Standartların uygulamaya girmesi yalnızca ülkemizde yaşanan bir olgu değildir. Ülkemizle neredeyse eş zamanlı olarak, bugün başta AB ülkeleri olmak üzere gelişmiş veya gelişmekte olan pek çok ülkede Muhasebe Standartlar uygulamaya girmiş durumdadır (Özkan ve Acar, 2010:52). Uluslararası Muhasebe Standartlarının yayınlanması ve birçok ülkede yürürlüğe girmesini müteakip, ekonomik faaliyetlerin lokomotifi niteliğindeki Küçük ve Orta Ölçekli Şirketlere (KOBİ) yönelik olarak uluslar arası muhasebe standartlarına yönelik olarak çalışmalar başlatmıştır.

Çalışmalar çok kısa bir sürede sonuç vermiş, Uluslararası Muhasebe Standartları Komitesi, Küçük ve Orta Ölçekli Şirketler (“KOBİ”) için Uluslararası Finansal Raporlama Standartları’nı (“UFRS”) Temmuz 2009’da yayımlamıştır. Buna istinaden bugüne kadar sermaye piyasalarında işlem gören şirketlerin sağladığı avantajları, bundan sonra KOBİ’ler için UFRS’yi kullanan şirketlerin de, daha şeffaf ve yeknesak uygulamaların olduğu finansal tablolar aracılığı ile şirket sahipleri, yatırımcılar ve kredi kuruluşları da kullanabileceklerdir (Durmuş vd, 2011: 176).

4. Sonuç ve Öneriler

İnsanoğlu var olduğu günden günümüze kadar, yaşamsal ihtiyaçlarını karşılamak ve refah seviyesini artırmak için sürekli bir arayış içinde olmuştur. Mevcut arayıştan, ticari faaliyetlerde kaçınılmaz olarak etkilenmiştir. En önemli ticari yenilik, sanayi devriminin beraberinde getirdiği kitlesel üretim ve profesyonel işletmecilik faaliyetlerinin başlaması olmuştur. İşletmelerin önemli bir fonksiyonu olan muhasebe çok kısa bir sürede bilimsel alanda da gelişimine başlamıştır. Bütün süreçlerde muhasebe sistemi kendini yenilemeyi başarmıştır.

Literatürde, 1960’lardan itibaren küreselleşme sürecinin başladığı ancak 1980’lerden itibaren bütün alanlarda varlığı görülmüştür. Muhasebe bilim insanları küreselleşme sürecinin muhasebe uygulamalarına getireceği yenilikler göz önüne alınarak 1973 yılında Dünyanın bütün ülkelerinden katılan bilim insanların Uluslararası Muhasebe Standartlarının oluşturulmasını tartışmaya açmışlardır. Ülkemizde 1980’den sonra serbest piyasa

ekonomisine geçiş beraberinde küresel etkilerin bütün alanlarda hissedilmesinde önemli bir rol oynamıştır. Muhasebe uygulamalarında Küresel değişime önemli bir adaptasyon olarak görülen muhasebe standartları Türkiye’de de uygulamaya başlanmıştır.

Küreselleşme olgusunun gelişmesinde önemli bir rol oynayan iletişim ve/veya bilgi aktarımı ve bilgi aktarımında şeffaflık, dünyadaki ticari ilişkilerde de kendini hissettirmiştir. Ticari işlemler finansal bilgilerin ilgili taraflar arasındaki aktarımı oluşturularak, finansal tablolar ile yapılmaktadır. Finansal tabloların düzenlenmesi önemli bir parçasını uygulanan muhasebe sistemleridir.

Küreselleşmenin bir sonucu olarak, muhasebe uygulamaları da ticari işlemlerde ki gelişmelere paralel olarak gelişmiş, son çeyrek yüzyılda dünyada işletmeler arasında kullanılan tek bir dil olarak kullanılmaya başlanmıştır. Mevcut sürecin bir parçası olarak, ülkelerin ticari uygulamalarına ve yaşam biçimine yön veren yasal mevzuatta çok önemli değişiklikler ortaya çıkmıştır.

Ülkemizde de dünyadaki gelişmelere paralel olarak birçok yasal alt yapı düzenlemesi yapılmıştır. Ancak, uygulamaların yasalara uygun hale getirilmesi için çalışmaların sürdürülmesi gerektiği düşünülmektedir.

Kaynaklar

- Afşar A. (2007). Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme arasındaki İlişki, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Sayı:36, 188-198
- Ağca A. and Aktaş R. (2007). Muhasebe/Finansal Raporlama (IAS/IFRS) Standartları İMKB’de Yer Alan Firmaların Finansal Tablolarını Nasıl Etkiledi?, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Ağustos, 18, 1-17
- Arsoy Poroy A. (2008). Kurumsal Şeffaflık ve Muhasebe Standartları, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, X (II), 17-35
- Ceylan C. (2010). Küreselleşmenin Sektörel Etkileri, Araştırma Projesi, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No:2010-98
- Çetin H. (2002). Liberalizm Tarihsel Kökenleri, *C. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(1), 79-96
- Devlet Planlama Teşkilatı, (1995). Dünyada Küreselleşme ve Bölgesel Bütünleşmeler Alt Komisyon Raporu, Ocak, Kitap:2
- Durand R. (2009). Yönetim Muhasebesinin Gelişiminde Yedi Tarih Dersi, (Çev. Güvemli O. Arzova, B.) *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 36, 198-2001
- Durmuş A. F. Solak B. Güneş R. (2011). KOBİ TFRS ve Vergi Usul Kanununda Değerleme İlkelerinin Karşılaştırılması ve Sonuçlarının Değerlendirilmesi, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, Aralık, 13(4), 175-202
- Güneş H. N. (2008). Tek Düzen Hesap Planının Muhasebe Standartlarına Uygunluğu SPK-TFRS-UFRS’na Uygun Mali Tablo Düzenleme Uygulaması, İstanbul: İSMMMO Yayınları, Yayın no:102
- Güvemli O. (2000). Türk Devletleri Muhasebe Tarihi Osmanlı İmparatorluğu’na Kadar, I. Cilt, (2. Baskı), İstanbul: İstanbul YMM Odası Yayınları
- Güvemli O. (2007). Mali Tabloların Evrimi, İstanbul: Avcıol Basım Yayın
- Güvemli O. Aslan Ü. (2009). Muhasebe ve Finansman Öğretim Üyeleri Kendi Branşlarının Tarihi ile Meşgul Olmalı mı?, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 41, 30-41
- Heaton H. (2005). Avrupa İktisat Tarihi, (Çev. M. Ali Kılıçbay, Osman Aydoğuş) Ankara: Paragraf Yayınevi
- İçli G., (2001), Küreselleşme ve Kültür, *C. Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, Aralık, 25(2), 163-172

- Kaya U. Dinç E. (2007). Türkiye Muhasebe Standartlarına göre Maddi Duran Varlıkların Değerlenmesi ve Muhasebeleştirilmesi, *Ç. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 343-364
- Özkan S. Acar Erdener E. (2010). Uluslararası Muhasebe/Finansal Raporlama Standartlarının Finansal Tablolar Analizi Üzerindeki Etkilerine Genel Bir Bakış, *Mali Çözüm Dergisi*, 97, 49-86
- Selimoğlu Kardeş S. Aslan Ü. Güvemli B. (2009). 12. Dünya Muhasebeciler Kongresinde Sunulan Türk Akademisyenler ve Uygulamacıların Bildirileri; Bir Literatür İncelemesi, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 42, 217-228
- Sevilengül O. (2007). Genel Muhasebe, Ankara: Gazi Kitapevi
- Seyidoğlu H. (2007). Uluslararası İktisat, (16. Baskı), İstanbul: Güzem Can Yayınları
- Tağraf H., (2002). Küreselleşme Süreci ve Çokuluslu İşletmelerin Küreselleşme Sürecine Etkisi, *C. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt:3(2), 33-47

Yerel Siyasetin Liderleri Olan Belediye Başkanlarına Yönelik Hizmetkâr Liderlik Ölçeği Uyarlama Çalışması *

Erkan T. Demirel¹, Ahmet Yatkın², Muhammet Düşükcan¹, Neslihan Derin³, Arzu Çakınberk⁴, Mehmet Güven⁵

Özet

Bu çalışma, Türkçe yazına, yerel siyaset liderleri olarak kabul edilen belediye başkanlarının hizmetkâr liderlik davranışlarının ölçümüne yönelik bir ölçek kazandırma amacıyla yapılmıştır. Hedef kitle (evren), TRB-1 Bölgesi'nde yer alan illerin (Elazığ, Malatya, Bingöl, Tunceli) merkezlerinde yaşayan seçmenlerdir. Çalışma, "ölçülecek tutumun (özeliğin) tanımlanması, deneme ölçeğinin düzenlenmesi ve deneme uygulaması, deneme ölçeğinden elde edilen verilerin analizi" aşamaları izlenerek tamamlanmıştır. Öncelikle, hizmet kalitesi ve belediye hizmet kalitesine ilişkin yazın taramasından sonra ölçekle ilgili madde havuzu oluşturulmuştur. Madde havuzu, uzman görüşüne sunulmuş ve akabinde hedef kitleden bir grupla tartışılmıştır. İlerleyen adımda ise pilot uygulama yapılmıştır. Pilot uygulamadan elde edilen ham veriler; betimleyici testler, güvenilirlik testi, "madde-toplam korelasyonu testi", alt-üst %27 fark testi" ve "doğrulamalı faktör analizi" ile analiz edilmiştir. Sonuçta, ölçeğin dört faktörden oluştuğu ve bu dört faktörün toplam varyansın %49,42'sini açıklayabildiği bulgusuna erişilmiştir. Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik açısından kabul edilebilir sınırların içerisinde olduğu görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Liderlik, Hizmetkâr Liderlik, Siyasi Liderlik, Ölçek Uyarlama, Ölçek Geliştirme

A Study on the Adaptation of A Servant Leadership Scale For The Leaders in Local Politics, the Mayors

Abstract

The present study was conducted in order to provide the literature of Turkish local politics with a scale for measuring the public service leadership behaviors of mayors who are thought of as local political leaders. The target population of the study is the electors who live in the cities located in the TRB-1 region (Elazığ, Malatya, Bingöl, Tunceli). The study was completed after the processes of defining the attitudes to be measured, preparing the trial scale, trial application and the analysis of the data obtained from the trial scale. Firstly, a pool of items concerning the scale was formed after a review of the literature concerning service quality and municipality service quality in particular. The item pool was presented to experts; and then discussed with a group from the target population. In the next step, a pilot application was made. The raw data obtained from the pilot application were analyzed with descriptive tests, a reliability test, a "item-total correlation test", a lower-upper 27% difference test and confirmatory factor analysis. As a result, it was concluded that the scale consisted of four factors (confidence, strengthening, service, vision) and these four factors explained 49.42% of the total variance. It was found that the scale was within acceptable limits in terms of validity and reliability.

Anahtar kelimeler: Leadership, Servant Leadership, Politics Leadership, Scale Adaptation, Scale Development

* Bu çalışma, TÜBİTAK desteği ile Fırat Üniversitesi'nde yürütülen 110K461 numaralı ve "Hükümdarlık – Hizmetkârlık Bağlamında Belediye Başkanlarının Liderlik Özelliklerinin Belediye Hizmetlerinin Kalitesi ve Vatandaş Tatmini Üzerindeki Etkileri: TRB – 1 Bölgesi İl Merkezi Belediyeleri Örneği" isimli çalışmanın pilot uygulamasından elde edilen verilerden üretilmiştir. Söz konusu proje henüz tamamlanmamıştır.

¹ Yrd. Doç. Dr., Fırat Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

² Doç. Dr., Fırat Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

³ Yrd. Doç. Dr., İnönü Üniversitesi Kale Meslek Yüksekokulu

⁴ Yrd. Doç. Dr., Tunceli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

⁵ Yrd. Doç. Dr., Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

1.Giriş

İnsanlığın zihnini meşgul eden en eski kavramlardan biri olan liderlik, çok uzun zamandan beri araştırmacılar tarafından üzerinde tartışılan ve açıklık kazandırılmaya çalışılan oldukça önemli bir konudur. Liderlik kavramını anlamak ve açıklayabilmek, hem karmaşık hem de duygusal bir süreç içermektedir. Bu nedendir ki, liderlikle ilgili çalışmalar, zamanla azalmak yerine artış göstermektedir. Bu artışın nedeni tutarlı ve genel kabul gören bir liderlik tanımının olmamasıdır. Liderliğin güncelliğini koruyan bir araştırma konusu olmasının ardında, liderleri daha etkin kılabilmek için geliştirilebilecek unsurların olması da yatmaktadır. Geliştirilebilecek unsurlar, liderlik etkinliği açısından karşılaşılan bireysel farklılıklardır. Konuyla ilgili bilimsel çalışmalar, bahsedilen bu farklılıkları tanımlamak ve kaynaklarını belirlemek hedefinin etrafında şekillenmektedir (Horner, 1997:275).

Lider ve liderlik kavramları için farklı tanımlar yazında yer almaktadır. Lider ve liderlik için genel geçer bir tanım ve özellikler listesi verilememektedir. Yazında görülen tanımlar ve özellikler, çeşitli liderlik teorileri ile açıklanmaktadır. Liderlikle ilgili birçok teoriden söz edilebilir. Bunlar; *Evensel liderlik teorileri* (özellikler teorisi, X-Y teorisi, sistem 4 yaklaşımı...) ve *durumsallık teorileri* (durumsallık yaklaşımı, yol-amaç teorisi...) şeklinde örneklendirilebilir (Koçel, 2010:575). Yazında bu teorilerle birlikte *çağdaş liderlik yaklaşımları* olarak adlandırılan (Örneğin; karizmatik liderlik, dönüşümcü liderlik, kalite liderliği, otantik liderlik, hizmetkâr liderlik, kendi kendine liderlik...) liderlik tanımlarına da rastlanmaktadır.

Bu çalışma, çağdaş liderlik yaklaşımlarından hizmetkâr liderlik anlayışı, yerel siyaset liderleri olan belediye başkanlarının liderlik davranışlarının analizine yönelik olarak ele alınmıştır. Siyasi liderler için uygulanabilecek hizmetkâr liderlik ölçeği yazında bulunamadığı için yazına ölçek kazandırmak amaçlanmıştır. İlerleyen kısımlarda da görülebileceği üzere, öncelikle liderlik, siyasi liderlik ve hizmetkâr liderlik ile ilgili teorik çerçeve çizildikten sonra alana uyarlanmaya çalışılan ölçekle ilgili geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarının sonuçları aktarılmıştır.

2.Liderlik

Liderlik; insanları amaçlar etrafında bir araya getiren ve amaçlara ulaşabilmek için onları harekete geçiren bilgi ve tecrübelerin toplamıdır. Lider ise ait olduğu grubun üyelerinin hissettikleri ancak net olmayan amaç ve düşünceleri benimsenecek şekilde ortaya çıkarabilen ve grup üyelerinin güçlerini bu amaçların etrafında faaliyet gösterecek hale getiren kimsedir (Eren, 2001:465). Liderlik; üretici, yönetici ve lider rollerinin hangisinin insanın bulunduğu

statüde en büyük katkıyı sağlayabildiğini bilmeyi gerektirir. Üreticiler, işe odaklanırlar. Yöneticiler, insanların oluşturduğu karmaşık sistemlere yön vermeye çalışırlar. Liderler, insanların değerleri, hedefleri ve örgütün vizyonu ile ilgilenirler. Üretim ve sistemden çok sonuçlara odaklanırlar (Tompkins, internet:27.12.2005). Örgütün geçmişten daha iyi işlemesi; liderin, problemlerin çözümü ve süreçlerin işlemesi ile ilgili tüm görüşleri incelemesine bağlıdır. Bu doğrultuda; çalışanlara, beklentiler ve takip eden taahhütler açık ve güçlü bir şekilde ifade edilmelidir. Lider; önderlik eder, birlikteliğe güvenir, “biz” der, güven yaratır, nasıl olacağını gösterir, coşkunluğa neden olur, hatayı ortaya çıkarır ve ilgi çeken işi yapar (Total Quality Leadership, internet:27.12.2005).

George ve Jones (1995: 404), lider kavramına; “örgütlerin amaçlarına ulaşmalarını sağlamak için üyeleri etkileyen kişi” tanımını getirmişlerdir. Krausz’da (1986: 86) lider için, “başka insanların faaliyetlerini etkileyen güç” demiştir. Koçel’e göre “izleyenler, şartlar arasındaki ilişkilerin oluşturduğu karmaşık bir fonksiyondur, liderlik” (Koçel, 2010: 575).

Lider, bağlı bulunduğu grubun amaçlarını belirleyen ve bu amaçlar doğrultusunda grup üyelerini etkileyen ve davranışa sürükleyen kişidir. Lider, grup üyeleri tarafından hissedilen ancak açıklığa kavuşmamış olan ortak düşünce ve arzuları, benimsenir bir amaç biçiminde ortaya koyan ve grup üyelerinin potansiyel güçlerini bu amaç etrafında faaliyete geçiren kimsedir. Lider, içinde bulunduğu gruptan doğar ve aynı grubu davranışa yöneltir (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2005: 204-205).

Liderlik; özellikler teorisi, davranış teorisi ve durumsallık teorisi ile açıklanmıştır. Özellikle 1980’li yıllarla birlikte iş dünyasının koşullarının değişmesiyle, insanlarla birlikte örgütler ve örgütlerin ihtiyaçları da değişmiştir. Çağdaş olmak isteyen örgütler, yapıları ve çalışma yöntemlerinde büyük değişimleri sık sık yapmak durumunda kalmaktadırlar. (Jacobsen ve House, 2001:75) Bu gelişmelere bağlı olarak liderlik davranışlarında da değişimler yaşanmaya başlamış ve buna bağlı olarak liderliği açıklamaya yönelik yeni teoriler geliştirilmiştir/geliştirilmektedir. Bu teorilerde, dönüşümcü / işlevsel liderlik, karizmatik liderlik, kültürel liderlik, e-liderlik, akademik liderlik, stratejik liderlik, hizmet eden liderlik (Avolio vd., 2001:615-668; İbicioğlu ve Doğan, 2002:374-382; Fındıkçı, 2009:368-460) vb. kavramlardan söz edilmektedir.

3. Siyasi Liderlik

Siyasi liderlik, dinamik bir çevrede stratejik kararlar alabilmeyi, uygulayabilmeyi ve belirlenen misyon ile hedefler doğrultusunda takipçilerini hedefe kilitleyebilmeyi içerir. Lider,

hizmet ettiği topluma bağlı olmalı ve çıkar önderliğini bu topluluğa ve topluluğun geleceğine vermelidir (Erzen, internet:29.01.2012).

Halk, liderde kutsallık veya kahramanlık ya da örnek alınacak üstün bir kişilik simgesi gördüğü için ona bağlanır. Liderin gerçekte bu niteliklere sahip olup olmaması çok önemli değildir. Önemli olan halkın buna inanmış olmasıdır (Uztuğ, 2002: 142).

Tarhan'a göre siyasi liderler şu özellikleri taşırlar (akt: Akiş, 2004:151-153):

- 1) Çalışkandır.
- 2) Rahatları hep ikinci plandadır.
- 3) Hizmet etmekten zevk alırlar ve yorulmazlar.
- 4) Bir fikri benimserler ve genellikle davranışları o fikir etrafındadır. Bu özellik, belirliliği ve duyulan güveni artırır.
- 5) Paylaşmayı severler ve bencil değildirler.
- 6) Güvenilir olmaları nedeniyle onlarla işbirliği yapmaktan çekinilmez.
- 7) Zamanları değerlidir, önemliyi ve önemsizi ayırt eder ve buna göre davranırlar.
- 8) Nelerin gerçekleştirilebilir ve gerçekleştirilemez olduğunun da farkındadırlar.

Bu yetenekleri, onları hayalcilikten uzaklaştırır.

- 9) Zekidirler.
- 10) Olaylara geniş perspektiften bakabilirler. Kendi eksiklerini görüp bu noktaların üzerine giderler.
- 11) Kendilerini geliştirirler ve bilgiye açıktırlar.
- 12) Uzlaşmacı ve yakındırlar.
- 13) Samimiyetleri, onları rol yapmaktan uzaklaştırır.
- 14) Olduklarından daha iyi görünmek için kendilerini zorlamazlar.
- 15) Hizmet ettikleri toplumun çıkarları; kendileri ve ait oldukları partinin çıkarlarının önündedir.
- 16) Devlet adamı kimlikleri, siyasetçi kimliklerinin önüne geçer.
- 17) Yanlarında çalışanlarla iletişim halindedirler. Onların duygu ve düşüncelerine önem verirler.
- 18) Karar alırken takipçilerine danışırlar.
- 19) Birleştirici rol oynarlar.
- 20) Ahlaki değerlere önem verir ve bunu davranışlarında da gösterirler.
- 21) Adaletsizlik yapmazlar.

4. Hizmetkâr Liderlik

Greenleaf'ın 1970 yılında ortaya attığı dünyada 40 yıldan beri, ülkemizde ise çok daha yakın bir geçmiş içerisinde kabul gören lider tanımlarından biri de “hizmetkâr liderliktir”. Greenleaf, kâhyalık teorisinden yola çıkarak yaptığı “benlik duygusunu aşmış, haz aldığı için hizmet etmeye istekli olan kişi” şeklindeki tanımla hizmetkâr lideri işaret etmektedir (Aslan ve Özata, 2010:586-596). Fındıkçı'da (2009) benzer bir ifade ile hizmetkâr lideri, “kendi benliği (ego) ile başa çıkmış, benliğini kontrol edebilmiş, içgüdülerini disipline etmiş ve toplumsal benliği kendi benliğinin önüne geçirmiş kişi” şeklinde tanımlamaktadır.

Hizmetkâr liderlik, doğal olarak ortaya çıkan hizmet etme isteği ile başlar. Bilinçli bir tercihe yol açan bu his lideri yüksek öncelikli ihtiyaçlara hizmet etmeye yönelir. Kendini izleyenleri geliştirir, daha sağlıklı, daha bilge, daha özgür ve daha özerk hale getirir (Spears, 2004:7-11). Hizmetkâr, diğerlerinin ve kurumun birincil ihtiyaçlarına odaklanarak kendini bir lidere dönüştürür. Hizmetkâr lider, bir farklılık yaratabilmek için diğerlerine hizmet etmek amacıyla bir şirkete, kulübe, cemiyete ya da sosyal harekete katılan ve öncülük eden kişidir (Akiş, 2004:33-39).

Yazında görülen bazı hizmetkâr liderlik tanımları aşağıda aktarılmıştır:

Hizmetkâr lider, “bir yol gösterici olmaktan öte, hizmet etmeye istekli” (Greenleaf, 2002:27) ve “ortak iyilik için, belirlenen hedeflere yönelik şevkli iş yapmada, insanları etkileme becerisine sahip” kişidir (Cecil, 2004:1). Hizmetkâr liderlik, “ortak iyiliği sağlama, hedeflere ulaşma ve diğerlerinin gelişimlerini sağlamada öncelikli amacın, diğerlerine hizmet etme olduğu bir liderlik şekli” anlamını da taşımaktadır (Taylor, 2002:16).

Dönüşümcü Liderlik Teorisi'nin bir uzantısı olan Hizmetkâr Liderlik Teorisi, birincil olarak takipçilere, ikincil olarak da organizasyona odaklanan” liderlik anlayışına dayanmaktadır (Waddell, 2008:2). Hizmetkâr liderlerdeki hizmet odaklılığını doğuran güç, ruhani değerlerin tümü anlamına gelen faziletten kaynaklanmaktadır. Fazilet Teorisi, insanların haklarını vurgulayan bir yaklaşımdır ve Aristotle'nin etiğine dayanır (Patterson, 2003:6). Aristotle'ye göre etik, insanın günlük hayatında yararlı olacak davranışların keşfidir (Daly ve Mattilla, internet:29.01.2012). Daha geniş bir tanımlamayla etik; “yarar, iyi, kötü, doğru ve yanlış gibi kavramları inceleyen, bireysel ve grupsal davranış ilişkilerinde neyin iyi neyin kötü olduğunu belirleyen ahlaki ilkeler, değerler ve standartlar sistemidir” (Hatcher, 2004:358). Bu bakış açısına göre lider, kendi gücünü artırma yerine, organizasyondaki tüm

üyelerin kendi potansiyellerinin farkına varmalarını sağladığı takdirde, çevredeki fırsatlar daha iyi değerlendirilebilir (O'toole, 2008).

Barbuto ve Wheeler (2006:300-326), hizmetkâr liderliğin dönüşümsel liderlik, karizmatik otorite ve kişisel karizmatik ün (tanınırlık) bileşiminden oluştuğunu ifade etmektedir.

Spears (2004:7-11) hizmetkâr liderlerin özelliklerini aşağıda görülen şekilde sıralamaktadır:

Dinleme: Kişinin sessiz kalarak, yüksek kavrayışla ve kişiselleştirmeden aktif dinleyebilmesidir.

Empati: Bir durumu, diğer kişinin perspektifinden görebilme ve insanların eşsizliğinin farkında olmadır.

İyileştirme: İnsanların tam anlamıyla bütünlüğe ulaşamayacakları kabul edilmekle birlikte liderlerin, şevkleri kırılan insanların iyileşmelerine yardım etmeleri böylece hem kendilerinin hem de takipçilerinin tamlığa ulaşmalarında çaba sarf etmeleridir.

Farkındalık: Liderin hem kendi hem de organizasyonda var olan korkularla baş edebilmesidir.

İkna etme: Liderin, kurallara uyma konusunda diğerlerini zorlama yerine ikna etmesidir.

Kavramsallaştırma: Liderin konulara, günlük sorunlarının ötesinde geleceğe yönelik bakabilmesidir.

İleriye görme: Liderin geçmişten öğrendikleriyle ve şimdiki verilerle geleceğe ilişkin karar almasıdır.

Kâhhyalık: Liderin kendi çıkarlarından önce diğerlerinin çıkarlarına hizmet vermesidir.

İnsan gelişimine bağlılık: Liderin takipçilerinin kişisel, mesleki ve ruhsal gelişimlerinden sorumluluk duymasındır.

Birlik kurmak: Liderin, işte ve iş dışında doğru toplulukların oluşturulmasını sağlayabilmesidir.

Hizmetkâr liderlik, günümüzde, tüm liderlik becerilerini kapsayan, ancak standart liderlik anlayışının da ötesine geçerek, “önce insan” ve “hizmet odaklılık” felsefesini temel alan bir ekol haline dönüşmüştür. Bu anlayış içinde hizmetkâr liderler, sahip oldukları iletişim becerileri ile “yapılan işe ruhunu koyma” anlayışını kurum kültürü haline getirerek, kendini takip edenleri oluşturmada ve böylece kurum kültürünün hizmetkâr liderlik ilkeleri doğrultusunda pekiştirilip korunmasını sağlamaktadırlar (Erdem ve Dikici, 2009:198-213).

5. Metodoloji

5.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Halkın oyu ile seçilerek göreve gelen belediye başkanlarının “hizmetkârlık” felsefesi ile hareket etmeleri beklenir. Burada hizmetkârlıktan kasıt, “gösterişe gitmeksizin sadece hazzını almak güdüsü” ile çalışmaktır. Bu davranış biçimi, ideal olanı işaret etmektedir. Yerel yöneticilerimizin ideal koşulları ne kadar sağlayabildiklerini öğrenebilmek için ayrıntılı araştırmalar yapmak gerekmektedir. Bu araştırmalar, yerel siyasette birer lider olan belediye başkanlarının sergiledikleri liderlik performanslarının ölçümü sorunu ile karşı karşıyadır.

Yazında, siyasi liderlere dolayısıyla belediye başkanlarına yönelik bir ölçek bulunamamıştır. Yazın incelemesinde, ülkemizde hizmetkâr liderlik araştırmalarının genellikle eğitim ve bankacılık gibi sektörlerde yapıldığı (Aslan ve Özata, 2010:586-596) görülmüş, ancak siyasi liderlere yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Dolayısıyla bu araştırma ile siyasi liderlerin hizmetkâr liderlik anlayışının değerlendirilmesinde kullanılabilecek bir ölçeğin Türkçe yazına kazandırılması hedeflenmiştir.

5.2. Araştırmanın Yöntemi

Çalışma, belediye başkanlarının hizmetkâr liderlik performanslarının ölçümüne yönelik bir ölçek uyarlama çalışmasıdır. Ölçek; Aslan ve Özata (2010:586-596) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan ölçeklerin (Dennis and Winston, 2003:455-459; Dennis and Bocarnea, 2006:600-615) birleştirilmiş ve yerel yöneticilere uyarlanmış halidir.

Her iki ölçekte yer alan maddeler, öncelikle belediye başkanlarına uyarlanmıştır. Uyarlanan maddeler, alan uzmanlarının görüşüne sunulmuş ve sonrasında geçerlilik ve güvenilirlik açısından gerekli görülen diğer analizler yapılmıştır. Ölçek maddeleri, “beklentinin ne olduğu ve algılamının ne olduğu” şeklinde çift yönlü olarak sorulmuştur. Algı ve beklenti arasındaki fark üzerinden analizler yapılmıştır. Beklenti – algı farkı üzerinden analiz, yazında görülen ve hizmet kalitesinin ölçümü ile ilgili olarak en yaygın şekilde kullanılan ölçeklerden olan SERVQUAL ölçeğinden esinlenilerek yapılmıştır. Dolayısıyla geliştirilen ölçek, bir bakıma belediye başkanlarının liderlik kalitelerinin ölçümüne yönelik bir ölçek olacaktır.

Merih (internet:30.01.2012), liderliğin, içinde yaşanan sosyal sistemin etkinliğini arttıran bir sosyal kalite olduğunu ifade etmektedir. Bu görüşten yola çıkılarak, belediye

başkanlarının, “*şeh-r emini*” sıfatlarıyla şehrin sosyal ve kültürel sisteminin önemli şekillendiricilerinden olarak, sergiledikleri liderlik performanslarıyla her anlamda şehrin kalitesini de şekillendirecekleri söylenebilir. Liderlik kalitesi ile ilgili bir başka görüş ise liderliğin kalitesinin, liderin ve dolayısıyla yönettiği örgütün etkinliği üzerinde üst düzeyde etkili olacağı yönündedir. Bu durum, aynı zamanda toplam kalite felsefesinin de gereğidir. Kaliteli bir liderlik performansı ile toplam kalite felsefesi üzerinde mükemmel bir organizasyonun inşası mümkün olabilmektedir (Zaman, 2004:22-23). İfade edilmeye çalışılan bu görüşlerin çizdiği bakış açısıyla ölçeğin, beklenti ve algı karşılaştırması şeklinde uyarlanması düşünülmüştür.

SERVQUAL anlayışına göre beklenen hizmet, algılanan hizmetten büyük olursa hizmetin tatmin edici bir kalite düzeyinde olmadığı ortaya çıkmaktadır. Beklenen hizmetin, algılanan hizmete eşit olması durumunda ise; algılanan kalite tatmin edici olacaktır. Algılanan kalitenin ideal kalite olarak kabul edilebilmesi için ise; beklenen hizmetin algılanan hizmetten küçük olması gerekmektedir. Algılanan kalite, beklenen hizmet ve algılanan hizmet arasındaki fark olduğundan, araştırmacılar, algılanan hizmet kalitesini; şöyle formüle etmişlerdir (Parasuraman vd., 1985; 1988; 1991; 1994):

Algılanan Hizmet Kalitesi (Q) = Algılanan Hizmet (P) - Beklenen Hizmet (E)

Bu anlayış üzerine uyarlanmaya çalışılan hizmetkâr liderlik ölçeğinden alınan sonuçlara göre, belediye başkanlarının kaliteli birer hizmetkâr lider oldukları kanısına varabilmek için vatandaşların beklemedikleri liderlik performansı ile algıladıkları liderlik performansı arasında algılanan performans yönünde farkın oluşması gerekmektedir. Farkın diğer yönde olması halinde liderlik performansının kaliteli olmadığından, farkın olmaması halinde de liderlik performansının kalite beklentilerini birebir karşıladığından söz edilebilecektir.

Algılanan kalite formülü kullanılarak her soru önermesi için bir SERVQUAL skoru hesaplamak da mümkündür. Her bir soru önermesine 5’li likert ölçeği (1: hiç memnun değilim ... 5: tamamen memnunuz) üzerinden beklenti maddeleri ve algılama maddelerine verilen puanların karşılıklı olarak farkının alınmasıyla, her bir soru önermesi için -4 ile +4 arasında değişen SERVQUAL skorları hesaplanmıştır. SERVQUAL skorunun matematiksel ifadesi ise aşağıdaki gibidir (Zeithaml vd., 1990):

SERVQUAL Skoru (SS) = Algılama Skoru (A) - Beklenti Skoru (B)

SERVQUAL skorları kullanılarak her bir boyut (k boyut sayısını göstermektedir) için ortalama SERVQUAL skoru hesaplanır. Ortalama SERVQUAL skorları (OSS) iki aşamada elde edilmektedir:

1. Her bir müşteri için söz konusu boyuta ait ifadeler verilen SERVQUAL skorları toplanır ve boyutu oluşturan ifade sayısına bölünür:

$$SS = \frac{1}{k} \cdot \sum_{i=1}^n (A_i - B_i)$$

2. n sayıda müşteri için birinci adımda elde edilen sayılar toplanır ve örneklem hacmine bölünür:

$$OSS = \frac{SS}{n}$$

Toplam hizmet kalitesi skorunu (THKS) elde etmek için de boyutlar için hesaplanan skorlar toplanıp boyut sayısına bölünür. Sonuçta bulunan, ağırlıklandırılmamış SERVQUAL skorudur:

$$THKS = \frac{1}{k} \cdot \sum_{k=1}^K OSS$$

5.3. İşlem Adımları ve Analizler

Ölçek geliştirme (veya uyarlama) çalışmasında izlenen ardışık işlem adımları şunlardır (Tezbaşaran, 2008:10):

A. Ölçülecek tutumun (özelliğin) tanımlanması

A1. Tutum kapsamının belirlenmesi

A2. Kapsama uygun gözlenebilir işaretçilerin belirlenmesi: Denemelik tutum ifadeleri

Yukarıda ifade edilen işlem adımlarının ilki olan “ölçülecek tutumun (özelliğin) tanımlanması” adımı kapsamında yazın taranarak, ölçülmek istenen tutumun kuramsal tanımı çerçevesinde, gözlenmek istenen tepkileri uyaracağı düşünülen durumların tasarlanması ve kullanılan ölçekleme tekniğine uygun olarak ifade edilmesine çalışılmıştır. Söz konusu tasarımı, madde havuzunun oluşturulması (denemelik maddelerin yazımı) izlemiştir.

B. Deneme ölçeğinin düzenlenmesi ve deneme uygulaması

B1. Ölçek materyalinin hazırlanması

B2. Yönergelerin hazırlanması ve cevaplama düzeni

B3. Maddelerin ölçek içindeki düzeni

B4. Ön inceleme

B5. Deneme uygulaması

“Deneme ölçeğinin düzenlenmesi ve deneme uygulaması” aşamasında ölçek materyali hazırlanmıştır. Form, araştırmacılar tarafından uygulanacak şekilde tasarlanmış ve çoğaltılmıştır. Maddelerin ölçek içerisindeki düzenine karar verildikten sonra uzman (5 alan uzmanı, 2 ölçme uzmanı, 2 Türkçe uzmanı) görüşünden yararlanılarak maddelerin alana uygunluğu test edilmiştir. Devamında, çeşitli yaş ve eğitim gruplarından seçmenler (10 kişi) ile grup tartışması yapılarak, sorular anlaşılabilirlik açısından denetlenmiş ve gerek duyulan sadeleştirmeler yapılmıştır. Bu aşamada madde sayısı değişmemiştir. Bu aşamada son işlem olarak “pilot uygulama” gerçekleştirilmiştir. Pilot uygulama, Elazığ, Malatya, Bingöl ve Tunceli il merkezlerinde yaşayan seçmenler arasından rastgele seçilen 220 seçmen üzerinde gerçekleştirilmiştir. Pilot uygulama, bizzat araştırmacılar tarafından, 2011 yılının Ağustos ve Eylül aylarında gerçekleştirilmiştir.

C. Deneme ölçeğinden elde edilen verilerin analizi*

C1. Maddelere verilen cevapların puanlanması

C2. Bireylerin ölçekten aldığı ham puanların hesaplanması

C3. Ham puan dağılımının özellikleri

C4. Madde puanları dağılımının özellikleri

C5. Madde analizi

Her bir soru önermesine 5’li likert ölçeği (1: hiç memnun değilim ... 5: tamamen memnunum) üzerinden beklenti maddeleri ve algılama maddelerine verilen puanların farkları alınmıştır. Fark skorları üzerinden keşfedici faktör analizi yapılarak ölçeğin faktör yapısı belirlenmiştir.

Faktör analizi sonucunda 9 madde faktör yükleri 0,320’den küçük çıktığı için ölçekten çıkarılmıştır. Nihai olarak ulaşılan sonuçlara göre ölçek 4 faktörden oluşmaktadır. KMO değerinin 0,808 ($p = 0,000$) olması, faktör analizi açısından mükemmel kabul edilmektedir (Sipahi, 2008:80). Faktör analizi sonuçları aşağıdaki tabloda aktarılmaktadır:

* Analizler için SPSS 19 ve LISREL 8.8 paket programlarından yararlanılmıştır.

Tablo 1: Faktör Analizi Sonuçları

Faktör adı	Madde	Faktör Yükleri				Açıklanan varyans	Güvenilirlik (Cronbach alpha)
		1	2	3	4		
Güçlendirme (1)	1	,816				23,64	0,930
	2	,769					
	3	,723					
	4	,687					
	5	,611					
	6	,555					
Hizmet (2)	7		,720			11,00	0,956
	8		,695				
	9		,625				
	10		,530				
	11		,501				
Vizyon (3)	12			,686		8,27	0,929
	13			,576			
	14			,539			
	15			,415			
Güven (4)	16				,615	6,51	0,956
	17				,563		
	18				,538		
	19				,535		
					Toplam	Tüm ölçek	
					49,42	0,896	

Tabloda da görüldüğü gibi ölçeğin açıklayabildiği toplam varyans %49,42'dir. Açıklanan varyansın yüksekliği, geliştirilen ölçeğin faktör yapısının gücü ile doğru orantılıdır. Çok faktörlü desenlerde, açıklanan varyansın %40 ile %60 arasında olması yeterli olarak kabul edilir (Çokluk vd., 2010:197). Bu durumda, ölçeğin faktör yapısının yeterli olduğu söylenebilir. Ölçeğin genelini ve faktörlerin güvenilirlik katsayıları oldukça yüksektir. Cronbach alpha katsayısı 1'e ne kadar yakınsa ölçeğin güvenilirliği de o kadar yüksektir (Ural ve Kılıç, 2006:286). Katsayının 0,80 ve üzerinde olduğu durumlarda ise; ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğundan söz edilebilir (Kalaycı, 2009:405). Buna sonuçlara göre ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik koşullarını yüksek düzeyde sağladığı söylenebilir.

Ölçeğin faktör yapısının sağlamasını yapmak için doğrulayıcı faktör analizi de yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçları aşağıdaki tabloda aktarılmaktadır:

Tablo 2: Doğrulayıcı Faktör Analizi Model Uyum İndeksleri

Uyum İndeksleri	Faktör				GENEL
	1	2	3	4	
χ^2	1,38	3,69	0,55	1,88	298,66
sd	1	5	2	1	115
χ^2 / sd	1,38	0,74	0,28	1,88	2,60
p	0,24	0,54	0,76	0,14	0,00
AGFI	0,88	0,92	0,97	0,88	0,88
GFI	0,99	0,97	0,99	0,99	0,81
CFI	0,99	0,99	0,99	0,99	0,83
NFI	0,99	0,99	0,99	0,99	0,91
RMSEA	0,082	0,00	0,00	0,084	0,077

1: Güçlendirme; 2: Hizmet; 3: Vizyon; 4: Güven

Sonuçlar incelendiğinde hem tüm faktörlerin hem de ölçeğin genelinin model uyum indekslerinin kabul edilebilir sınırlar (Çokluk vd., 2010:266-275; Şimşek, 2007:44-49; Yılmaz ve Çelik, 2009:37-47) içerisinde olduğu görülmektedir. Bir başka ifade ile ölçeğin faktör yapısının doğrulandığı söylenebilmektedir.

Ham puan dağılımı: Katılımcıların ölçekten aldıkları puanlarla ilgili olarak SERVQUAL skorları ve güvenilirlik değerleri hesaplanmıştır. Söz konusu değerler aşağıdaki Tablo 3’de yer almaktadır. Tablo 3’de de görüldüğü üzere alt boyutların her biri ve ölçeğin geneli güvenilirlik açısından kabul edilebilir sınırın üzerinde değerler almışlardır.

Tablo 3: Ham Puan Dağılımının Özellikleri

Faktör	Madde	SS
	1	-1,84
	2	-1,69
	3	-1,39
	4	-1,91
	5	-1,96
	6	-1,88
Hizmet	7	-2,03
	8	-1,61
	9	-1,57
	10	-1,77
	11	-1,66
Vizyon	12	-1,66
	13	-1,82
	14	-1,81

	15	-1,79
Güven	16	-1,51
	17	-1,71
	18	-1,85
	19	-1,65

“Maddelerin gerçekten ölçme yeteneğine sahip olup olmadıklarını belirlemek” için diğer bir ifade ile “maddelerin ölçülmek istenen özelliğe yeterince sahip olanlarla olmayanları ayırt edip edemediğini belirlemek” için hem “madde puanı ile alt ölçek toplam puanı arasındaki korelasyona” hem de “alt %27’lik dilimde olanlarla üst %27’lik dilimde olanlar arasındaki deneklerin puanlarının arasındaki farka” bakılmıştır. Elde edilen sonuçlar, aşağıdaki Tablo 4’de görülmektedir.

Tablo incelendiğinde, gücü orta düzeyin altında korelasyonun olmadığı ve tüm korelasyon katsayılarının 0.01 düzeyinde manidar olduğu anlaşılmaktadır. Bu itibarla, maddelerin ilgili oldukları alt ölçekle ölçülmek istenen özelliği ölçmede yeterli oldukları söylenebilir.

Alt – üst %27’lik dilime giren katılımcıların puanları arasındaki farklılıklarla ilişkin bulgular incelendiğinde tüm farkların 0.01 düzeyinde manidar olduğu görülebilmektedir. Bu cümleden hareketle, tüm maddelerin memnuniyeti / memnuniyetsizliği yüksek olan seçmenler ile memnuniyeti / memnuniyetsizliği düşük olan seçmenleri net bir şekilde ayırt edebildikleri söylenebilir.

Tablo 4: “Madde – Toplam” Korelasyonu ve “Alt – Üst %27 Farkı”

Faktör	Madde	A	B
Güçlendirme <i>Cronbach a: 0,930</i>	1	,896**	,000
	2	,818**	,000
	3	,885**	,000
	4	,931**	,000
	5	,926**	,000
	6	,901**	,000
Hizmet <i>Cronbach a: 0,956</i>	7	,813**	,000
	8	,902**	,000
	9	,929**	,000
	10	,871**	,000
	11	,894**	,000
Vizyon <i>Cronbach a: 0,929</i>	12	,939**	,000
	13	,947**	,000
	14	,958**	,000
	15	,950**	,000
Güven <i>Cronbach a: 0,956</i>	16	,952**	,000
	17	,936**	,000
	18	,947**	,000
	19	,918**	,000

A: Madde - Alt ölçek Toplam Korelasyonu

B: Alt - Üst % 27 farkı (p)

*** : 0.01 düzeyinde manidar*

6.Sonuç

İçerisinde yaşadığımız çağ, hizmet edilen olmaktan çok hizmet eden liderlik anlayışını geçerli kılmıştır. Hizmet eden olmayı yaşam biçimi haline getiren liderler, takipçilerine yol gösteren ve takipçileriyle birlikte hareket eden liderlerdir. Yazında bu liderliğin adı, “hizmetkâr liderlik” olarak konulmuştur.

Bu yeni liderlik anlayışı tüm alanlarda olduğu gibi siyaset alanında da kabul görmeye başlamıştır. Vatandaşlar, siyasi liderlerden, halka bağlı ve halkın benliğini önceliği olarak benimsemiş liderlik uygulamaları bekler hale gelmişlerdir. Demokrasinin güçlü olması ve sağlıklı işlemesi için siyasi liderlerin, kendilerini halkın yerine koyabilen, halka etkin iletişim kurabilen, kendinden özveride bulunabilen ve şefkatli davranışlar sergilemeleri gerekmektedir. Bu davranışlar, liderlik kalitesinin de işaretleridir. Kaliteli liderlik ise; yönetilen organizasyonun ve yaşanılan ortamın kalite düzeyini belirlemektedir.

Bu çalışmada; Aslan ve Özata (2010:586-596) tarafından Türkçe geçerlilik çalışması yapılan ölçekler (Dennis and Winston, 2003:455-459; Dennis and Bocarnea, 2006:600-615) birleştirilmiş ve yerel siyasetçilere (belediye başkanlarına) uyarlanmıştır. Geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılarak yerel siyasetçilere uygulanabilir bir ölçek oluşturulmuştur.

Kaynaklar

- Akiş, Y.T. (2004). *Türkiye'nin Gerçek Liderlik Haritası*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Aslan, Ş. & Özata, M. (2010). Sağlık Çalışanlarında Hizmete Yönelik Liderlik (Hizmetkâr Liderlik) ve Page-Wong İle Patterson Ölçeklerinin Geçerlik ve Güvenirlik Araştırması, Adana: 18. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi. 586 – 596.
- Avolio, B.J. Kahaia S. & Dodgeb, G.E. (2001). E-Leadership: Implications For Theory, Research, And Practice. *The Leadership Quarterly*. 11(4), 615-668.
- Barbuto, J.E. JR. & Wheeler, D.W. (2006). Scale Development and Construct Clarification of Servant Leadership. *Group Organization Management*. 31. 300.
- Cecil, J. (July 23, 2004). *Principles of Servant Leadership Can Address Today's Workplace Challenges*. Washington/USA: Night Ridder Tribune News Service.
- Çokluk, Ö. Şekercioğlu, G. & Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik*. ANKARA: Pegem Akademi.
- Daly, S.P. & Mattila, M.M. (29.01.2012). *Darwin And Ethics: Using Natural Selection To Understand Ethical Business And Organizational Behavior*. Erişim adresi: <http://www.ejbo.jyu.fi/ejbo/articles/daly.html>
- Dennis, S.R. & Bocarnea, M. (2006). Development of The Servant Leadership Assessment Instrument. *Leadership and Organization Development Journal*. 26 (7/8). 600–615.
- Dennis, R. & Winston, B.E. (2003). A Factor Analysis of Page and Wong's Servant Leadership Instrument. *Leadership and Organization Development Journal*. 24 (7/8). 455–459.
- Erdem, O. & Dikici, M. (2009). Liderlik ve Kurum Kültürü Etkileşimi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 8(29), 198-213

- Eren, E. (2001). *Yönetim ve Organizasyon*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ.
- Erzen, M.Ü. (29.12.2012). *Siyasi Lider İmajlarının Seçimlerde Etkisi*. Erişim adresi: <http://siyasaliletisim.org/pdf/siyasiliderimaji.pdf>
- Fındıkçı, İ. (2009). *Bir Gönül Yolculuğu Hizmetkâr Liderlik*. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti.
- George, J.& Jones, G.R. (1995). *Organizational Behaviour*. USA: Addison-Wesley Pub.Co.
- Greenleaf, R.K. (2002). *Servant Leadership A Journey into The Nature of Legitimate Power and Greatness*. (25th Anniversary Edition). New York/USA: Paulist Press.
- Hatcher, T. (2004) Environmental Ethics As An Alternative For Evaluation Theory In For Profit Business Context. *Evaluation And Program Planning*. 27, 357-363.
- Horner, M. (1997). Leadership Theory: Past, Present and Future. *Team Performance Management*. 3(4), 270-287.
- İbicioğlu, H. & DOĞAN, H. (2002). İşletmelerde Öğrenme Kültürü Yaratma ve Akademik Lider Olarak Yönetici Rolüne İlişkin Türkiye'deki Üç Güvenlik İşletmesinde Bir Araştırma. *Antalya: 10. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*.
- Jacobsen, C. & House, R.J. (2001). Dynamics of Charismatic Leadership: A Process Theory, Simulation Model, And Tests. *The Leadership Quarterly*. 10(1).
- Kalaycı, Ş. (Edit). (2009). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. İçinde:Kayış, A. *Güvenilirlik Analizi*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Koçel, T. (2010). *İşletme Yöneticiliği*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Krausz, R. (1986). *Power and Leadership in Organizations*. Transactional Analysis Journal. 16(8)
- Merih, K. (30.01.2012). *Liderlik Bir Sosyal Kalitedir*. Erişim adresi: <http://www.eylem.com/lider/wlidersos.htm>
- O'Toole, J. (29.01.2012). *Advice from Aristotle*. Erişim adresi: <http://www.scu.edu/ethics/practicing/decision/framework.html>
- Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. 49, 41-50.
- Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*. 64(1), 12-40.

Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*. 67(4), 420-450.

Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *Journal of Marketing*. January, 56, 111-124.

Patterson, K.A. (2003). *Servant Leadership: A Theoretical Model*. Unpublished PhD Thesis. USA: Regent University.

Sabuncuoğlu, Z. & Tüz, M. (2005). *Örgütsel Psikoloji*. Bursa: Furkan Yayıncılık.

Sipahi, B. Yurtkoru, S. & Çinko, M. (2008). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş..

Taylor, T.A. (2002). *Examination of Leadership Practices of Principals Identified As Servant Leaders*. Unpublished Doctoral Dissertation. USA: University of Missouri-Columbia The Faculty of the Graduate School

Tezbaşaran, A.A. (2008). *Likert Tipi Ölçek Hazırlama Kılavuzu* (e-kitap). ISBN: 975-9756-08-5 (Bu kitap, daha önce iki kez Türk Psikologlar Derneği tarafından yayınlanmıştır.)

Tompkins, P. & Lawley, J. (27.12.2005). *How You Manage to Lead?*, Erişim adresi: <http://www.dti.gov.uk/mbp/bpbt/m9ja91001/m9ja910014.html> *Total Quality Leadership*. (27.12.2005). Erişim adresi: <http://home.earthlink.net/~qualinedu/courses/MGT203.htm>

Ural, A. & Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Waddell, J.T. (29.01.2012). *Servant Leadership*. Erişim adresi: http://www.leadershiplearningforlife.com/acad/global/publications/sl_proceedings/2006/waddell.pdf

Zaman, F. (2004). *Türk Milli Eğitim Teşkilatında Toplam Kalite Yönetiminin Uygulama Analizi ve Keçiborlu (Isparta) İlçesinde Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Zeithaml, V.A. Parasuraman, A. & Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectation*. USA: Free Press.

Türkiye’de Kamu İnşaat Harcamalarının Belirleyicileri İle Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki

Ramazan Kılıç¹ Erkan Demirbaş²

Özet

Bu çalışmanın amacı, kamu kesimi inşaat harcamalarının belirleyicileri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemektir. Çalışmada, kamu inşaat harcamalarının belirleyicileri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki, 1980-2007 dönemine ilişkin Türkiye’ye ait üçer aylık veriler kullanılarak incelenmiştir. Ampirik bulgular, kamu bina dışı inşaat harcamalarının GSYH’ye oranı ile GSYH büyüme oranı arasında uzun dönemli bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: İnşaat, Kamu harcamaları, Altyapı, Ekonomik Büyüme, Koentegrasyon.

The Relation Between The Determinants Of Public Construction Expenditures And Economic Growth in Turkey

Abstract

The objective of this study is to analyze the relation between the determinants of the public sector’s construction expenditures and economic growth. In the study, the relation between the determinants of the public sector’s construction expenditures and economic growth has been analyzed by using the quarterly data of Turkey between the years 1980-2007. Empirical findings reveal that there is a long-run relation between the rate of public infrastructure expenditures to GDP and GDP growth rate.

Keywords: Construction, Public Expenditures, Infrastructure, Economic Growth, Cointegration.

¹ Doç. Dr. Dumlupınar Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, rkilic@dpu.edu.tr

² Yrd. Doç. Dr. Fatih Üniversitesi, Ankara MYO, İşletme Programı, edemirbas@fatih.edu.tr

1. Giriş

İnşaat sektörü, bina ve bina dışı inşaat ayrımı başta olmak üzere karayolu, demiryolu, havayolu, su boru hattı, petrol boru hattı, liman, baraj ve köprüler vb. altyapı yatırımlarını da bünyesinde toplayan oldukça geniş kapsamlı bir iktisadi faaliyet koludur. İnşaat sektörü, kendisine bağlı 200'ün üzerinde alt sektörün ürettiği mal ve hizmete olan talebi dolayısıyla "ekonominin lokomotifi" vasfını taşımaktadır (DPT, 2010: 2). Kullandığı girdiler açısından ekonomide en güçlü iktisadi sektörler arasında yer alan inşaat sektörü, diğer sektörlerle ilişkisi ve istihdama olan katkısı nedeniyle de ekonomik büyümenin yakalanmasında ve sürdürülmesinde oldukça önemli bir rol üstlenmektedir. İnşaat sektöründe gerçekleştirilen her bir faaliyet, inşaat üretim sürecinde kullanılan girdilerle ilgili sektörleri de etkileyebilmektedir.

İnşaat faaliyetleri kapsamında yer alan içme suyu, kanalizasyon, otoban, şehirler arası yollar, tren yolu gibi altyapı yatırımlarının beraberinde enerji sistemleri, tarımsal sulama sistemleri ve haberleşme ağı gibi yatırımların neredeyse tamamı, önemli büyüklükte finans kaynaklarına ihtiyaç duyulması nedeniyle kamu kesimi tarafından yürütülmektedir. Kamu yatırım harcamaları içerisinde önemli bir paya sahip olan altyapı yatırımları özel kesimin üretim sürecinde önemli bir girdi konumundadır.

Genel olarak kamu harcamaları ve ekonomik büyüme ilişkisini inceleyen çalışmalarda, kamu harcamalarının, devlet faaliyetlerini 10 ana fonksiyona ayıran fonksiyonel bütçe sınıflandırma sistemi dikkate alınarak belirlendiği gözlenmiştir. Fonksiyonel bütçe sınıflandırma sistemi içerisinde yer alan 10 ana harcama türü (sağlık harcamaları, eğitim harcamaları ve savunma harcamaları gibi) ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara ağırlık verilmesine karşın, kamu inşaat harcamalarının fonksiyonel bütçe sınıflandırma sistemindeki 10 ana başlık içerisinde yer almıyor olması, araştırmalarda kamu harcamalarının inşaat boyutunun ihmal edilmesine neden olabilmektedir. Kamu harcamalarının oldukça önemli bölümünü teşkil eden inşaat harcamaları kaleminin, çeşitli çalışmalarda yukarıda değinilen nedenlerle üzerinde yeterince durulmaması, çalışma konusunun "Türkiye'de Kamu İnşaat Harcamalarının Belirleyicileri İle Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki" şeklinde belirlenmesini sağlamıştır.

Bu çalışmanın mevcut çalışmalara iki katkısı bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, sabit sermaye yatırımları kapsamında yer alan makine-teçhizat harcamalarının analize dahil edilmeyerek sadece inşaat harcamalarının incelenmesidir. İkincisi ise kamu inşaat harcamalarının bina ve bina dışı olmak üzere iki farklı sınıfta ele alınmıyor olmasıdır.

2. Literatür Taraması

Genelde kamu harcamaları, kamunun büyüklüğü ve kamunun ekonomik faaliyetleri çerçevesinde ele alınan kamu ve büyüme konulu tartışmaların odaklandığı en temel nokta, kamusal yatırımlar ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkidir.

Kamu kesimi ve inşaat sektörü ile büyüme ilişkisinin ele alındığı önceki çalışmalar incelenirken ilk olarak “kamu harcamaları ve ekonomik büyüme”, ardından “inşaat harcamaları ve ekonomik büyüme” hakkında yapılmış bazı ampirik uygulamalar ve bunların sonuçları ayrıntılı olarak ele alınacaktır. Bu çalışmaların bazıları kamu harcamaları ile ekonomik büyüme arasında ilişki olduğunu ileri sürerken, bazıları ise bu ilişkinin kısa ve uzun dönemde farklı olabileceği yönündeki görüşleri savunmaktadır.

Kamu kesimi sermaye harcamaları ve GSYH arasındaki ilişkiyi analiz eden bir çalışmada (Valadkhani, 1998), 1959-1992 yılları arasındaki zaman serileri kullanılmış olup, şart modeli (conditional) ve marjinal modelleri kullanılarak süperdişşallık (superexogeneity) testi uygulanmıştır. Önceki çalışmalarında kamu harcamalarının ekonomik büyüme üzerinde önemsenecek bir etkiye sahip olmadığını ifade eden araştırmacı, kamu sermaye harcamalarında ise durumun çok daha farklı olduğunu ortaya koymaktadır. Yapılan analizler neticesinde, ekonomideki yapısal kaymalar ve rejim kaymalarına bakmaksızın kamu sermaye harcamalarının GSYH üzerinde pozitif yönde önemli bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kamu kesimi harcama türleri ve ekonomik büyüme arasındaki nedenselliğin ortaya konduğu bir diğer çalışmada (Barro, 1991), 98 ülke için 1960-1985 yılları arasındaki veriler kullanılmıştır. Büyümenin bağımlı değişken olarak yer aldığı modelde regresyon analizleri yapılmaktadır. Regresyon sonuçlarına göre büyüme kamu tüketim harcamalarının GSYH’ye oranı ile ters yönlü bir ilişki içerisindedir.

Kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin ele alındığı diğer bir çalışmada (Alexiou, 2009), geçiş aşamasındaki yedi Güneydoğu Avrupa ülkesine iki farklı panel data yöntemi uygulanmıştır. 1995-2005 yılları arasındaki veriler OLS ve Rastlantısal Katsayılar Modeli (Random-Coefficients Model-RC) ile analiz edilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgulara göre, kamunun sermaye oluşumu harcamalarının ekonomik büyüme üzerinde oldukça önemli düzeyde pozitif etkileri bulunmaktadır. Bunun yanında nüfus büyüme hızı hariç diğer değişkenlerin de büyüme üzerinde olumlu etkileri olduğu gözlenmiştir.

Kamu harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen diğer bir çalışma (Ulrich ve Aschauer, 1998), Meksika ekonomisinin 1970-1996 yıllarını kapsamaktadır.

Çalışma sonucunda, kamu harcamalarının büyüme üzerindeki etkisinin finansman şartlarına göre olumlu ya da olumsuz olabileceği ortaya konmaktadır.

Toplam kamu harcamalarının ekonomik büyüme ve toplam yatırımlar üzerindeki etkilerini araştıran bir diğer çalışmada (Altay ve Altın, 2008) Türkiye ekonomisine ait 1980-2005 dönemini kapsayan yıllık veriler kullanılmıştır. Kurulan modelde yatırımlar ve toplam kamu büyüklüğü değişkenlerinin katsayılarının anlamsız çıkmasına rağmen, istihdamdaki, cari harcamalardaki ve transfer harcamalarındaki değişmeyi gösteren değişkenlerin katsayıları yüzde 10'da anlamlıdır

Kamu harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin Wagner Yasası³ çerçevesinde incelendiği diğer bir çalışma (Dritsakis ve Antonis, 2004), Yunanistan'ın 1960-2001 yılları arasındaki verilerini kapsamaktadır. Çalışma sonucunda, kamu harcamaları ve büyüme arasında iki yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Ancak genel kamu harcamaları örneğinde Keynesyen teori⁴; toplam harcamalar ve sosyal harcamalarda ise Wagner Yasası geçerli olmuştur (Dritsakis ve Antonis, 2004: 461).

Kamu sermaye stoku ile ekonomik büyüme ve verimlilik arasındaki ilişkileri inceleyen diğer bir çalışmada (Aschauer, 1989), kamu harcamaları askeri nitelikteki harcamalar ve askeri olmayan harcamalar olmak üzere iki ana grupta ele alınmıştır. En Küçük Kareler Yöntemi (Ordinary Least Square-OLS) yöntemiyle ABD'ye ait 1949-1985 yıllarını kapsayan verileri analiz eden araştırmacı, kamu sermaye stokundaki artışın ekonomik büyümeyi artırdığı sonucuna ulaşmıştır.

Kamu yatırımları ve beşeri sermayeye dönük harcamaların ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini irdeleyen diğer bir çalışmada (Ramirez ve Nazmi, 2003), Latin Amerika'daki dokuz ülkeye (Şili, Peru, Kolombiya, Uruguay, Bolivya, Arjantin, Brezilya, Ekvator, Meksika) ait 1983-1993 yılları arasındaki veriler panel data yöntemiyle analiz edilmiştir. Sonuçta kamu ve özel kesim yatırımlarının ekonomik büyümeyi olumlu etkilediği tespit edilmiştir. Genel olarak kamu tüketim harcamalarının özel kesim ve büyümeyi olumsuz etkilerken; sağlık ve eğitimin ekonomi üzerinde pozitif etkileri olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmada kamu yatırımlarının türüne göre ekonomik büyüme üzerinde farklı etkilere sahip olduğu ortaya konmuştur.

Kamu yatırımlarının ekonomik büyüme üzerinde önemli bir etkisi olup olmadığını inceleyen diğer bir (Milbourne vd., 2003) çalışmada, Mankiw, Romer and Weil'in Genişletilmiş

³ Wagner Yasası ekonomik gelişmenin kamu harcamalarında artışa yol açacağını ileri sürmektedir (Dritsakis ve Antonis, 2004: 458).

⁴ Keynesyen teori kamu harcamalarındaki bir artışın ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkiye sahip olacağını öngörmektedir (Dritsakis ve Antonis, 2004: 458).

(Augmented) Solow-Swan modeli kullanılmıştır. Araştırmada, ulaştırma ve haberleşme ile eğitim sektörlerine yapılan yatırımların ekonomik büyüme üzerinde en fazla olumlu etkiye sahip sektörler olduğu, diğer sektörlerin ise önemli bir etkide bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kamu sermayesi ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini ele alan diğer bir çalışma (Bukhari vd., 2007), 1971-2000 yılları için Kore, Singapur ve Tayvan ekonomilerini incelemektedir. Elde edilen bulgulara göre; yapılan koentegrasyon (eşbütünleşme) analizinde kamu harcamaları, özel yatırım harcamaları ve kamu tüketim harcamalarının seçilmiş ülkelerde uzun dönem dinamik etkiye sahip olduğu gözlenmiştir. Pair-wise analizine göre kamu yatırımları ve büyüme arasında iki yönlü bir nedensellik ilişkisi mevcuttur. Granger nedensellik testlerinde ise değişkenler arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi olmadığı tespit edilmiştir.

Kamu sermayesi, verimlilik ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkileri içsel büyüme modeli çerçevesinde analiz eden diğer bir çalışma (Aschauer, 1997) kapsamında, kamu sermayesi ve büyüme arasındaki ilişkinin incelenmesi için ABD’de bulunan 48 eyalete ait 1970-1980 yıllarını kapsayan veriler kullanılmıştır. Regresyon modelinde aşağıdaki değişkenler kullanılmıştır Elde edilen sonuçlara göre tüm kamu politikaları, başta temel kamu sermayesi olmak üzere büyüme üzerinde olumlu etkiye sahiptir.

Araştırmacı diğer bir çalışmasında (Aschauer, 1998) ise kamu sermayesi ve bu sermayenin kişi başına çıktı miktarındaki büyümeye olan etkisini incelemektedir. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre; kamu sermayesi miktarında veya etkinliğinde yüzde bir birimlik bir artış, ekonomi üzerinde geçici olarak yıllık yüzde 0,29 büyüme etkisi oluştururken; kamunun dış borçlarında yüzde bir oranındaki bir artış ise geçici olarak yıllık yüzde 0,57 küçülme etkisi oluşturur. Dış borçla finanse edilmiş kamu sermayesindeki ortalama bir artışın büyüme üzerinde olumsuz bir etkisi beklenirken; kamu sermayesi ve etkinlikte ortalamanın üzerinde yaşanacak bir artış durumunda ise büyüme üzerindeki etki nötr olacaktır.

Altyapı yatırımlarına dönük kamu yatırım harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini inceleyen diğer bir çalışma (Ramirez, 2004), Cobb–Douglas üretim fonksiyonundan yararlanarak Meksika’yı konu almaktadır. Elde edilen bulgular ışığında kamu altyapı harcamalarının üretim ve özel sermaye stoğu üzerinde pozitif ve önemli düzeyde bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

İnşaat sektörüne yapılan yatırımların etkilerini inceleyen bir çalışmada (Wibowo, 2009), inşaat sürecinde oluşan gelir ve bu gelirin nerede harcandığı irdelenmiştir. Endonezya inşaat

sektörünü inceleyen çalışmada, girdi-çıkıtı tabloları kullanılmıştır. Sonuçta, inşaat sektörünün özellikle istihdam oluşturma kabiliyeti sayesinde ortaya çıkan çarpan etkisi mekanizmasıyla ekonomik hayat üzerinde çok önemli olumlu etkilere sahip olduğu tespit edilmiştir.

İnşaat yatırımları ve GSYH arasındaki karşılıklı bağımlılığı inceleyen diğer bir çalışmada (Lopes vd., 2002), bu amaçla bir modelin geliştirilmesine yoğunlaşılmıştır. Sahra Altı Afrika'daki gelişmekte olan ülkelerde uzun dönemli bir çalışma yapan araştırmacı, inşaatın GSYH içerisindeki payı ve milli gelir arasında pozitif bağlantıyı ortaya koyan kendinden önceki bir çalışmayı izlemektedir. Araştırmacı, sürdürülebilir ekonomik büyüme için gelişmekte olan ülkelerde [GSYH'nin yüzdesi cinsinden inşaat katma değeri (İKD) olarak] minimum düzeyde inşaat yatırımlarının gerekliliği hipotezini test etmiştir. Sonuç olarak İKD/GSYH oranının yüzde 4-5 düzeyinin altında olması durumunda inşaatta yaşanacak bir düşmenin doğrudan kişi başı GSYH büyümesinde düşmeye neden olacağı ileri sürülmüştür.

İnşaat sektörü ve GSYH büyüme oranı arasındaki ilişkiyi inceleyen diğer bir çalışmada (Khan, 2008), Pakistan'da 1950-2005 yılları arasındaki inşaat ve GSYH verileri Granger nedensellik testi ve regresyon analizi kullanılarak gözlenmiştir. Sonuçlar, ekonominin tamamı ve inşaat sektörü arasında güçlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu göstermektedir. Buna göre iki değişken arasında tek yönlü bir nedensellik ilişkisi mevcuttur. Bu ilişki Pakistan'da inşaat sektöründen GSYH'ye doğru bir bağlantı kurmakta olup ülke ekonomisi inşaat sektörü tarafından çok ciddi düzeyde etkilenmektedir (Khan, 2008: 288).

İnşaatın ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini inceleyen diğer bir çalışma (Mallick ve Mahalik, 2010), Hindistan ekonomisi üzerine yapılmıştır. 1961-2006 yıllarını kapsayan çalışmada Hata Düzeltme Modeli (Vector Error Correction Model-ECM) ve ARDL yöntemlerine müracaat edilmiştir. Çalışma sonucunda, sermaye stoğunun modelde yer alması durumunda inşaat sektörünün büyüme üzerinde herhangi bir etkisinin tespit edilmediği, bu değişkenin modelden çıkarıldığı durumda ise inşaatın büyüme üzerinde çok büyük bir etkiye sahip olduğu ortaya konmaktadır.

3. Veri ve Metodoloji

Çalışmada, Türkiye'de kamu kesimine ait bina ve bina dışı inşaat harcamaları ile GSYH büyüme oranı arasında uzun dönemli bir ilişki olup olmadığı tespit edilmeye çalışılacaktır. Çalışmada kullanılan zaman serileri sırası ile GSYH büyüme oranı, kamu bina inşaat harcamalarının GSYH'deki payı (KB/GSYH) ve kamu bina dışı inşaat harcamalarının GSYH'deki payı (KBD/GSYH) olarak düzenlenmiştir. Değişkenlerin tanımlamaları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 1

Analizde Kullanılan Değişkenler

Kodu	Açıklaması
GSYH	GSYH büyüme oranı
KBS/GSYH	Mevsimsel düzeltmesi yapılmış kamu bina inşaatı harcamasının GSYH'deki payı
KBDS/GSYH	Mevsimsel düzeltmesi yapılmış kamu bina dışı inşaatı harcamasının GSYH'deki payı

Veriler bilgi edinme talebi yoluyla TÜİK'ten elde edilmiştir. Kullanılan seriler 1987 yılı sabit fiyatları esas alınarak TÜİK tarafından hazırlanan "harcama türlerine göre GSYH" tablosundan türetilmiştir. Veriler, 2007 yılı üçüncü çeyreği ile kısıtlıdır. Çalışmada, 1980:1-2007:3 dönemine ait üçer aylık veriler kullanılmıştır. Böylece çalışmada kullanılan orijinal serilerin her biri 111 gözleme sahip olmaktadır. GSYH hariç tüm seriler mevsimsellikten arındırma işlemine tabi tutulmuştur.

3.1. Durağanlık Analizleri

Değişkenler arasında ekonometrik olarak anlamlı ilişkiler elde edilebilmesi için analizi yapılan serilerin durağan seriler olması gerekmektedir⁵ (Hızarcı, 2007: 78). Durağan olmayan değişkenler karşısında sahte regresyonlar ortaya çıkabilir. Ekonometrik çalışmalarda zaman serilerinin durağanlığı daha çok birim kök (unit root) testi ile tespit edilmektedir (Gujarati, 2005: 718). Durağanlık analizleri kapsamında ilk olarak Genişletilmiş Dickey-Fuller Birim Kök Testi yapılacak, ardından bu test sonuçlarının Phillips-Perron Birim Kök Testi sonuçları ile uyumluluğu kontrol edilecektir.

GSYH zaman serisine ait durağanlık bilgilerinin yer aldığı ilk tabloda gerek ADF ve gerekse PP testlerine göre serilerin düzeyde $I(0)$ 'da yüzde 1 anlamlılık seviyesinde durağan olduğu görülmektedir. Mevsimsel düzeltmesi yapılmış olan KBS/GSYH'ye ait tabloda ise gerek ADF ve gerekse PP testlerine göre serinin yüzde 1 anlamlılık seviyesinde durağan olduğu anlaşılmaktadır. Mevsimsel düzeltilmesi yapılmış KBDS/GSYH'ye ait durağanlık sonuçlarının yer aldığı tabloda ise ilgili serinin ilk iki seride olduğu gibi yüzde 1 anlamlılık seviyesinde durağan olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

⁵ Durağan olmayan serilerde Klasik Regresyon Modelin hata terimiyle ilgili sıfır ortalama, sabit varyans ve ardışık bağımlılık olmama varsayımları geçerli değildir (Gujarati, 2005: 713-714).

Tablo 2

GSYH İçin Durağanlık Test Sonuçları

		ADF Testi		PP Testi	
		I (0)		I (0)	
		t-Statistic	Prob.*	Adj. t-Stat	Prob.*
		-4.062067	0.0096	-5.102919	0.0000
Test Kritik Değer	% 1	-4.046925		-3.490772	
	% 5	-3.452764		-2.887909	
	% 10	-3.151911		-2.580908	

Tablo 3

KBS/GSYH İçin Durağanlık Test Sonuçları

		ADF Testi		PP Testi	
		I (0)		I (0)	
		t-Statistic	Prob.*	Adj. t-Stat	Prob.*
		-4.208919	0.0061	-3.998544	0.0114
Test Kritik Değer	% 1	-4.043609		-4.043609	
	% 5	-3.451184		-3.451184	
	% 10	-3.150986		-3.150986	

Tablo 4

KBDS/GSYH İçin Durağanlık Test Sonuçları

		ADF Testi I (0)		PP Testi I (0)	
		t-Statistic	Prob.*	Adj. t-Stat	Prob.*
		-7.314514	0.0000	-7.303033	0.0000
Test Kritik Değer	% 1	-4.043609		-4.043609	
	% 5	-3.451184		-3.451184	
	% 10	-3.150986		-3.451184	

Durağanlık analizi yapılan her üç serinin de I (0)'da durağan (yani düzeyde durağan) olduğu görülmektedir. Durağanlık kontrolünün ardından seriler arasındaki uzun dönem ilişkinin ortaya konabilmesi için koentegrasyon analizinin yapılması gerekmektedir.

3.2. Johansen'in Koentegrasyon Analizi Sonuçları

Koentegrasyon ilişkisinin varlığı, Johansen'in koentegrasyon yöntemi ile test edilecektir. Johansen'in yöntemini kullanmadan önce, koentegrasyon testinde ihtiyaç duyulan gecikme uzunluğunun tespit edilmesi gerekmektedir (Düzgün, 2007: 122).

Aşağıda yer alan tabloda çeşitli seçim kriterlerine göre tavsiye edilen gecikme uzunlukları yer almaktadır. Model seçim kriterlerinden SC ve HQ gecikme uzunluğunu iki olarak seçmiştir. LR, FPE ve AIC kriterlerine göre gecikme uzunluğunun dört olarak seçilmesi uygun olacaktır.

Tablo 5

Koentegrasyon Analizi İçin Gecikme Uzunluğunun Tespiti

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-502.5278	NA	2.548457	9.449118	9.524057	9.479497
1	-395.0578	206.9050	0.404554	7.608556	7.908313*	7.730073*
2	-389.8723	9.692437	0.434650	7.679856	8.204430	7.892511
3	-384.5854	9.585526	0.466392	7.749260	8.498652	8.053054
4	-365.1877	34.08208*	0.384773*	7.554909*	8.529118	7.949841

Kaynak: Eviews Programı kullanılarak hazırlanmıştır, 28.07.2011.

* ilgili kriter tarafından seçilen gecikme sayısını göstermektedir.

LR : LR Test İstatistiği,

FPE: Nihai Tahmin Hatası,

AIC: Akaike Bilgi Kriteri,

SC : Schwarz Bilgi Kriteri,

HQ: Hannan-Quinn Bilgi Kriteri.

Koentegrasyon test sonuçlarının yer aldığı aşağıdaki tabloda, İz Testi sonuçlarına dayanarak (4 gecikme için) GSYH ve KBS/GSYH zaman serileri arasında uzun dönemli bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Tabloya göre İz Test istatistiği, yüzde 5 kritik değerinden daha küçüktür ($22.48539 < 25.87211$). Bundan dolayı iki zaman serisi arasında koentegrasyon ilişkisinin olmadığı yönündeki ($r=0$) hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 6

GSYH ve KBS/GSYH İçin Koentegrasyon Testi Sonuçları (İz Testi)

Örneklem: 1980:Q1-2007Q3				
Trend Varsayımı: Deterministik Lineer Trend				
Gecikme Sayısı: 4				
Hipotezler Ho H ₁	Özdeğer	İz İstatistiği	Kritik Değer	Prob.
			% 5	
r=0 r _≥ 1	0.159179	22.48539	25.87211	0.1247
r _≤ 1 r _≥ 2	0.038009	4.107486	12.51798	0.7265
İz testi % 5 düzeyinde koentegrasyon olmadığını göstermektedir.				

GSYH ve KBS/GSYH arasında uzun dönemli ilişkinin araştırıldığı aşağıdaki Maksimum Özdeğer Testi sonuçlarına bakıldığında, İz Testine paralel olarak iki zaman serisi arasında herhangi bir uzun dönem ilişkisi tespit edilememiştir.

Tablo 7

GSYH ve KBS/GSYH İçin Koentegrasyon Test Sonuçları (Maksimum Özdeğer Testi)

Örneklem: 1980:Q1-2007Q3				
Trend Varsayımı: Deterministik Lineer Trend				
Hipotezler Ho H ₁	Özdeğer	Mak. Öz İstatistiği	Kritik Değer	Prob.
			% 5	
r=0 r=1	0.159179	18.37791	19.38704	0.0696
r=1 r=2	0.038009	4.107486	12.51798	0.7265
İz testi % 5 düzeyinde koentegrasyon olmadığını göstermektedir.				

GSYH ve KBDS/GSYH arasındaki uzun dönemli ilişkinin ortaya konduğu Tablo 8'e göre, 4 gecikme için iki zaman serisi arasında yüzde 5 anlamlılık seviyesinde uzun dönem ilişkinin varlığı tespit edilmektedir. Tabloya göre, İz Test istatistiği, yüzde 5 kritik değerden daha yüksektir. Bundan dolayı, GSYH ve KBDS/GSYH zaman serileri arasında koentegrasyon ilişkisinin olmadığı (r=0) temel hipotezi reddedilerek, koentegre vektörünün olduğu şeklinde oluşturulan H₁ hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 8

GSYH ve KBDS İçin Koentegrasyon Test Sonuçları (İz Testi)

Örneklem: 1980:Q1-2007Q3					
Trend Varsayımı: Deterministik Lineer Trend					
Gecikme Sayısı: 4					
Hipotezler		Özdeğer	İz İstatistiği	Kritik Değer	Prob.
Ho	H ₁			% 5	
r=0	r≥1	0.178099	28.82724	25.87211	0.0208*
r≤1	r≥2	0.073016	8.036850	12.51798	0.2487
İz testi % 5 anlamlılık düzeyinde 1 adet koentegre olmuş vektör olduğunu göstermektedir.					
*H ₀ (koentegre vektör yoktur) yokluk hipotezinin % 5 anlamlılık seviyesinde reddini göstermektedir.					

GSYH ve KBDS/GSYH zaman serileri arasında koentegrasyon ilişkisinin incelendiği Maksimum Özdeğer Testi de, İz Testi ile aynı yönde sonuçlar vermektedir.

Tablo 9

GSYH ve KBDS/GSYH İçin Koentegrasyon Test Sonuçları (Maksimum Özdeğer Testi)

Örneklem: 1980:Q1-2007Q3					
Trend Varsayımı: Deterministik Lineer Trend					
Hipotezler		Özdeğer	Mak. Öz İstatistiği	Kritik Değer	Prob.
Ho	H ₁			% 5	
r=0	r=1*	0.178099	20.79039	19.38704	0.0311
r=1	r=2	0.073016	8.036850	12.51798	0.2487
İz testi % 5 anlamlılık düzeyinde 1 adet koentegre olmuş vektör olduğunu göstermektedir.					

Özetle İz ve Maksimum Özdeğer Test sonuçlarına dayanarak, GSYH ve KBDS/GSYH zaman serileri arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı tespit edilmiş, ancak GSYH ve KBDS/GSYH zaman serileri arasında herhangi bir uzun dönem ilişkisi bulunamamıştır.

4. Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada, kamu inşaat harcamalarının belirleyicileri olan bina ve bina dışı inşaat harcamalarıyla ekonomik büyüme arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmada, BM ve TÜİK inşaat sınıflandırma sistemine uygun olarak inşaat sektörü kendi içerisinde bina ve bina dışı olmak üzere iki başlıkta irdelenmektedir. Bu yöntem, bina ve bina dışı ayrımı gözetilerek inşaat harcamalarının incelendiği çalışmanın tutarlılığına katkı sağlamıştır. Çalışmada, kamu inşaat harcamalarının belirleyicileri olan bina ve bina dışı inşaat harcamalarıyla ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi tespit etmek ve bu konuda değerlendirmeler yapmak üzere

ekonometrik yöntemler kullanılmıştır. Çalışmada sıklıkla değinilen kamu bina inşaat harcamalarının GSYH'ye oranı, kamu bina dışı inşaat harcamalarının GSYH'ye oranı ve GSYH'nin büyüme oranı dikkate alınmıştır. İfade edilen değişkenlerin üçer aylık verileri 1980'nin ilk çeyreğinden 2007'nin üçüncü çeyreğine kadar analize dâhil edilmiştir. Öncelikli olarak analize tabi tutulan zaman serilerinin mevsimsellik düzeltmeleri kontrol edilip, kamu bina ve kamu bina dışına ait serilerde gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Ardından durağanlık kontrolleri yapılarak, her üç serinin de düzeyde durağan olduğu tespit edilmiştir. Durağanlık testlerinin ardından koentegrasyon analizi için gerekli olan gecikme uzunluğu, seçim kriterlerine göre dört olarak belirlenmiştir.

Koentegrasyon analizi yapılarak elde edilen sonuçlar dikkate alındığında, çalışmanın amacını ve hipotezlerini açıklamaya yönelik olarak; kamu bina dışı inşaat harcamalarının GSYH'ye oranı ile GSYH büyüme oranı arasında uzun dönemli bir ilişki tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle bu iki değişken uzun dönemde birlikte hareket etmektedir. Koentegrasyon analizi kapsamında uygulanan İz Testi ve Maksimum Özdeğer Testlerinden yola çıkılarak "kamu bina dışı inşaat harcamalarının GSYH'ye oranı ile GSYH büyüme oranı arasında uzun dönemli bir ilişki vardır" hipotezini destekleyen sonuçlara varılmış ve hipotez kabul edilmiştir. Ancak "kamu bina inşaat harcamalarının GSYH'ye oranı ile GSYH büyüme oranı arasında uzun dönemli bir ilişki vardır" hipotezini destekleyen sonuçlara ulaşamadığından hipotez reddedilmiştir. Koentegrasyon analizi sonuçlarından yola çıkılarak "kamu bina dışı inşaat harcamalarının GSYH'ye oranı ile GSYH büyüme oranı arasında uzun dönemli bir ilişki vardır" hipotezi kabul edilmiştir. Ancak bina dışı inşaat harcamalarını belirleyen karayolu, demiryolu, denizyolu, havalimanı, boru hattı gibi altyapı inşaat harcamalarına ait verilerin resmi kurumlarca yayınlanmamasından dolayı, bina dışı inşaat harcamalarının belirleyicileri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki analiz edilememiştir.

Çalışmada incelenen kaynaklar ve veriler dikkate alındığında; kamu bina inşaatları alanında oldukça kapsamlı bir istatistik sistemi olmasına karşın özellikle altyapı inşaat sektöründe tutulan kayıtlar ve istatistiklerin yetersizliği dikkat çekmektedir. Bu anlamda altyapı harcamaları içerisinde önemli bir paya sahip olan ulaştırma yatırımlarını yürüten kurumların tek çatı altında toplanarak karar alma, projelendirme ve projelerin hayata geçirilme süreçlerini başarılı bir şekilde tamamlayacak bir yönetim yapısı oluşturulması güvenilir ve yeterli istatistik verilerin tutulmasında etkili olabilecektir. Benzer yatırımların ortak bir yönetim yapısı tarafından yürütülmesine Demiryollar, Limanlar ve Hava Meydanları İnşaatı Genel Müdürlüğü-DLH'nin faaliyetleri örnek olarak gösterilebilir.

Kaynaklar

Alexiou, C. (2009). Government Spending and Economic Growth: Econometric Evidence from the South Eastern Europe, *Journal of Economic and Social Research*, 11(1), 1-16.

Altay, O. & Altın, O. (2008). Türkiye’de Kamu Harcamalarının Ekonomik Büyüme ve Yatırımlar Üzerine Etkilerinin Analizi (1980–2005), *Ege Akademik Bakış*, 8 (1), 267-285, http://eab.ege.edu.tr/pdf/8_1/C8-S1-M15.pdf, (28.06.2011).

Aschauer, D. A. (1989). Is Public Expenditure Productive?, *Journal of Monetary Economics*, Vol.23, No.2, North-Holland, 177-200, http://paper.blog.bbiq.jp/Aschauer_1989.pdf, (06.08.2011).

Aschauer, D. A. (1997). Do States Optimize? Public Capital and Economic Growth, Working Paper, No: 189, <http://129.3.20.41/eps/mac/papers/9711/9711007.pdf>, (20.09.2010).

Aschauer, D. A. (1998). Public Capital and Economic Growth: Issues of Quantity, Finance, and Efficiency, *Working Paper*, No: 233, <http://129.3.20.41/eps/mac/papers/9805/9805016.pdf>, (21.09.2010).

Barro, R. J. (1991). Economic Growth in a Cross Section of Countries, *The Quarterly Journal of Economics*, 106 (2), 407-433, <http://www.hec.unil.ch/ocadot/ECODEVdocs/barro-robert.pdf>, (25.08.2011).

Bukhari, S, Shah, A. H. A., & Ali, L., ve Saddaqt, M. (2007). Public Investment and Economic Growth in the Three Little Dragons: Evidence from Heterogeneous Dynamic Panel Data, *International Journal of Business and Information*, 2(1), 57-79, <http://www.knowledgetaiwan.org/ojs/index.php/ijbi/article/viewFile/86/23>, (20.03.2011).

DPT- Devlet Planlama Teşkilatı, (2010). Dokuzuncu Kalkınma Planı, İnşaat, Mühendislik - Mimarlık, Teknik Müşavirlik ve Müteahhitlik Hizmetleri: Özel İhtisas Komisyonu Raporu-2007, Yayın No: 2751, ÖİK: 698, Ankara, <http://www.dpt.gov.tr/PortalDesign/PortalControls/WebIcerikGosterim.aspx?Enc=83D5A6FF03C7B4FCD72D946E04312EA3>, (09.03.2010).

Dritsakis, N. & Antonis, A. (2004). A Causal Relationship Between Government Spending And Economic Development: An Empirical Examination of The Greek Economy, *Applied Economics*, 36(5), 457-464.

Düzgün, R. (2007). Kamu Harcamalarının Özel Sektör Yatırımları Üzerindeki Dinamik Etkileri, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Kayseri.

Gujarati, D. N. (2005). *Temel Ekonometri*, (Çev. Ümit Şenesen ve Gülay Günlük Şenesen). Literatür Yayıncılık, 3. Baskı, The McGraw-Hill Companies, İstanbul.

Hızarcı, B. (2007). Kamu Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisinin Wagner Kanunu İle Analizi: Türkiye Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Zonguldak.

Khan, R. A. (2008). Role of Construction Sector in Economic Growth: Empirical Evidence from Pakistan Economy, *First International Conference on Construction In Developing Countries (ICCIDC-I), Advancing and Integrating Construction Education, Research & Practice*, Karachi, Pakistan, 279-290, <http://www.neduet.edu.pk/ICCIDC-I/Conference%20Proceedings/Papers/030.pdf>, (10.10.2010).

Lachler U. & Aschauer, D.A. (1998). Public Investment and Economic Growth in Mexico, *Policy Research Working Paper 1964, The World Bank Mexico Country Department*, http://www-wds.worldbank.org/servlet/WDSContentServer/WDSP/IB/1998/11/17/000009265_3981005112610/Rendered/PDF/multi0page.pdf, (15.06.2011).

Lopes, Jorge, Ruddock L. & Ribeiro F. L. (2002). Investment İn Construction and Economic Growth in Developing Countries, *Building Research & Information*, 30(3), 152–159.

Mallick, H. ve Mahalik M. K. (2010). Constructing the Economy: The Role of Construction Sector in India's Growth, *Journal of Real Estate Finance and Economics*, 40(3), 368–384.

Milbourne, R., Otto, G. D. & Voss,G. (2003). Public Investment and Economic Growth, *Applied Economics*, 35, 527-540.

Ramirez, M. D. (2004). Is Public İnfrastructure Spending Productive in The Mexican Case? A Vector Error Correction Analysis, *The Journal of International Trade & Economic Development*, 13(2), 159-178.

Ramirez, M. D. & Nazmi,N. (2003). Public Investment and Economic Growth in Latin America: an Empirical Test, *Review of Development Economics*, Oxford, 7(1), 115-126.

Valadkhani, A.(1998). Effect of Government Capital Expenditure on GDP in The Iranian Economy Using Superexogeneity Testing, *Applied Economics Letters*, 5(6), 361- 364, <http://www.uow.edu.au/~abbas/p5.pdf>, (08.06.2011).

Wibowo, Ir. .M. A. (2009). The Contribution of the Construction Industry To The Economy Of Indonesia: A Systemic Approach, http://eprints.undip.ac.id/387/1/Agung_Wibowo.pdf, (10.10.2010).

The Impact of Sharif Hussein's Revolt on the Nation-Building Processes of Turks and Arabs

M. Talha ÇİÇEK¹

Abstract

The main purpose of this study will be to present an explanation for that question. As I will argue, the main motive for this exaggeration could be detected in the utilization of this event as a triggering factor during the nation-building processes of both the Turks and the Arabs. The Turks generally used the reflections of this revolt during the early Republican period in order to create a Western-modern Turkish identity. The Arabs, on the other hand, used it to defend the rights of the Arabs in line with the Wilsonian self-determination principle, and also to reach the aim of creating a "United Arab State" inspired by the Arab nationalist ideology. Therefore, as for the implications of this event on both sides, we can argue that the revolt has served as a legitimizing factor, both sociologically and politically in the building of the national identities of both Turks and Arabs. In order to find out how it had been used in these processes I will concentrate on the elements, which belongs to national identities of both nations. As the empirical basis of the article, high school textbooks in Turkey, Syria and Jordan will be used. As a simple example of how both sides are portrayed in these books, we can mention that the Ottomans have been described as occupiers in Arabic books, while the Arabs have been portrayed as *betrayers* in the Turkish ones. Comparison of the textbooks will show us how the nation-building processes of Turks and Arabs affected each other.

Key Words: Identity, nation, state and nation state

Şerif Hüseyin Hareketinin Türk ve Arap Ulus-İnşa Sürecine Etkileri

Özet

Türkler tarafından "Arap ihaneti", bir çok Arap tarafından da "Büyük Arap İsyanı" olarak bilinen Şerif Hüseyin İsyanı'nın ne "ihanet" ne de "Arap isyanı" olmadığı bugün konu üzerine yapılan akademik çalışmalarla ortaya konmuş durumdadır. Geçtiğimiz on yıllarda kaleme alınan birçok çalışma her iki iddianın da bu isyan özelinde geçersiz olduğunu ispatlamış durumdadır. Türkiye, Suriye ve Ürdün ders kitaplarından yola çıkarak bu olayın nasıl "Büyük Arap İsyanı" ve "Arap ihaneti" olarak kurgulandığını inceleyen bu çalışma, bu şekilde mevzubahis isyanın Türk ve Arap ulus kimliklerinin inşasına nasıl katkı yaptığını incelemektedir. Başka bir deyişle, "hain Arap" imajının Türk uluslaşmasına yaptığı katkı ile "isyancı Arap" imajının Arap ulus inşası sürecine yaptığı katkılar makalenin temel sorunsalıdır.

Anahtar Kelimeler: Kimlik, ulus, devlet ve ulus devlet

¹ Dr. Sabancı University, email:talhacicek@gmail.com

1. Introduction

It is today well-known that Sharif Hussein's revolt was not a 'great revolt' and that the majority of the Arabs living in the Ottoman Empire did not play a major role in this revolt. Yet, after the collapse of the Ottoman Empire, the Sharifian Revolt was reinterpreted, both by the Turks and the Arabs, as a great revolt in which all the Arabs in the Ottoman Empire had taken a part. Although the character of the revolt was more or less analyzed in the existing literature, curiously, however, until very recently, why the Sharifian Revolt has been so exaggerated was not studied enough (see: Teitelbaum, 2001; Dawn, 1973; Khalidi et al, 1991; Dawisha, 2003).

The main purpose of this study will be to present an explanation for that question. As I will argue, the main motive for this exaggeration could be detected in the utilization of this event as a triggering factor during the nation-building processes of both the Turks and the Arabs. The Turks generally used the reflections of this revolt during the early Republican period in order to create a Western-modern Turkish identity. The Arabs, on the other hand, used it to defend the rights of the Arabs in line with the Wilsonian self-determination principle, and also to reach the aim of creating a "United Arab State" inspired by the Arab nationalist ideology. Therefore, as for the implications of this event on both sides, we can argue that the revolt has served as a legitimizing factor, both sociologically and politically in the building of the national identities of both Turks and Arabs. In order to find out how had it been used in these processes I will concentrate on the elements, which belongs to national identities of both nations. As the empirical basis of the article, high school textbooks in Turkey, Syria and Jordan will be used. As a simple example of how both sides are portrayed in these books, we can mention that the Ottomans have been described as occupiers in Arabic books, while the Arabs have been portrayed as *betrayers* in the Turkish ones. Comparison of the textbooks will show us how the nation-building processes of Turks and Arabs affected each other.

The retreat of the Ottoman Empire over against the west, undoubtedly, had affected the relations between the central authority and the subjects of the Empire consisted of different nationalities. Particularly, Turco-Arab relations in the last one and a half century had been affected profoundly by the modernization of the Ottoman state organ. The

policies pursued by the central authority to enhance its authority in the provinces, beginning with the Tanzimat period, had prompted the demands for decentralization in the Arab provinces. The CUP's accession to power and its adoption of strict policies of centralization with a tune interpreted by Arabs as Turkification stimulated some nationalist movements among the Arab notables centered mainly in the geographical Syria.

However, except a small minority, these movements did not evolve into separatist nationalist character till the end of the Ottoman rule in the Arab provinces. Even after 1918, both Turks and Arabs had pursued a plan to create a confederation around the Caliph. But, adopting the Westernization as a state policy in Turkish Republic and the increase of the nationalization process among the Arabs withdrew this choice from the circulation. All in all, today's perceptions of Arab and Turk by both sides had been created through the nation-building processes. The following sections will demonstrate us how the process went on in the post-Ottoman Turkish and Arab states.

2. Arabs as 'The Betrayers' in the Turkish National Historiography

The abolition of the Caliphate and adoption of westernization as a nation-building policy created a turning point in the development of Turco-Arab relations. Since the aim of the westernization was to affiliate Turks an equal member for western society, Turkey has slowly turned its face from the east to the west and abandoned the Caliphal claims. In order to create a westerner nation, the republican elites made lots of reforms in the direction of reducing the impact of Islam in the political and social life (Çalış, 2001:7).

The nation-state ideology, which is espoused with the establishment of the republic of Turkey could have only been effectuated by the abandonment of Caliphate centered claims in the Arab provinces. The institution of the Caliphate depicted as a 'worthless' institution. The "worthlessness" of the Caliphate has depicted with these remarks in the history schoolbooks of high schools of Turkey (1930-41) written by the Association for Studying Turkish History [*Türk Tarihi Tetkik Cemiyeti*]:

"In the First World War, the holy war [*Mukaddes Cihad*] that was enunciated by the Caliphate has revealed the worthlessness and nothingness of this institution, and this enunciation also proved the illusionist character of the policies that was ascribed to the Caliphate. In the all fronts of the fatherland of the Turks, especially at the doors of

Istanbul that was allegedly the house of the Caliphate, there were Muslim mercenary troops fighting against the Caliph's army.² A much more grievous fact than these were *Sharif Hussein*' rebellion, the descendant of the Prophet, against the Caliph. Giving the British goldens and the Kingship under the protection of Britain preference over the Islamic dignity and the sharifate under the rule of the Caliph, he revolted against the Caliphate with his sons, descendants and all the kith and kin; he competed for non-Muslim enemies to kill Turks who saved Islam from atrocity and slavery, and make him feel proud by letting his clean blood with his urban and Bedouin Arabs. The Caliph's Holy Flag (Sancak-ı Şerif) that was opened to recruit the Muslims for the Caliph's army could not have found any soldiers all but Turkish soldiers." (Tarih IV, 1931:158).

This apprehension could be seen at Falih Rifki Atay's assessments -who was of the prominent westernists- about the Arab provinces of Ottoman Empire: "we, Turks, live in lodgings in Quds, the thing that is not known as from Aleppo is not only the paper of Turks but Turkish language and Turks themselves. The less Florence was foreinger to us, the Quds was the same amount."(Atay, 1964:47).

In the mentioned schoolbooks, the futility of the efforts to create an Ottoman nation was summarized with the following words:

"In the period of the Second Constitution, the discussions among the nations have flooded over parliament and as a consequence of these, the Albanian, Armenian, Arab and even Kurd Questions have occurred. It is obvious that, although all the subjects of the Empire has been guaranteed wide liberties with the proclamation of the constitution, different nations could not succeed to create an Ottoman nation, Moreover, the problems among the nations of the Empire have been increased and the nations who did not claim anything pertaining to the nationalism have begun to cherish a nationalistic idea (1912)" (Tarih III, 1941:303).

Again in the same book *the Arab Betrayal* has been described with these remarks:

"... Even the Muslim subjects of the Ottomans, particularly Arabs, have changed their sides by betraying the Caliph in the World War I. The most prominent of these was *Sharif Hussein* and his sons, the descendant of the prophet. These events have obviously proven that the idea of the Caliphate among all Muslims has no longer any value and importance. Consequently, as a harmful and worthless weapon, this institution must be abandoned as soon as possible."(Tarih III, 1941: 309)

² The author means the Indian Muslims fighting for the British in Dardanelles.

This interpretations on the Arabs of the Ottoman Empire justified the westernist ideology of newly established Turkish Republic by otherizing the Arabs as “betrayers”. According to this view, after the treason of the Arabs, Ottomanism became an impossible idea to pursue to keep the Ottomans together. According to Niyazi Berkes, one of the leading westernist writers of Turkey, Arab nationalism developed by Arabs, who had been affected by West, caused a strong desire in the direction of independence before the World War One. For that reason, they rebelled against the Ottoman Empire to establish their independent state (Berkes, 1975:14-17).

The westernist-Turkist ideology saw the Arab nationalism as a primordial identity prevailed among the Arabs for centuries. As to be written by İlhan Arsel, Arabs had been under the rule of the Ottoman Empire for approximately 400 years. In spite of this, however, they did not forget their Arabness and maintained their racial conceit with their national feelings. In this period of time, they neither adopted the language and culture of Turks nor other characteristics of them. “By virtue of that nationalistic sentiments they saved themselves from the ‘yoke’ of the foreigners [that is Ottomans]” (Arsel, 1977:12).

We could find the similar remarks in Falih Rıfkı Atay’s books, one of the leading Kemalist Writers and who served in the Arab lands during the Great War: “...Even Ottoman bureaucracy either semi- Arab or fully Arab. I never saw an Arab who had been turkified and similarly there were very few Turks who had been Arabized... In the Arab lands, the Ottoman Empire was a cost-free keeper for fields and streets.” (Atay, 1964:48). Those Turkish nationalists interpreted all the background of Turco-Arab relations within the nationalist perspective based on the treason thesis.

In the viewpoint of the nationalist-westernist perspective, in spite of maintaining nationalist sentiments among the Arabs, the absence of such feelings among Turks was

“the reason for underdevelopedness and unhappiness of Turks, the negative evaluations in comparison to modern nations, eventually the lack of the self-national conscious led to all the decreases of Turks. Arabs, even if it is not in the modern sense, has always a national conscious, however Turks do not have such a kind of identity”(Arsel, 1977:14).

It was necessary for Turks to espouse such a national identity to be saved from underdevelopment. But, the intimate relations with Arabs made Turks caused to forget

their national identities (Arsel, 1977:11). Accordingly, avoiding from Arabs was necessary to construct a national identity.

The reason for the Turkish abandonment from the Turkish nationalism was the title of the Caliphate, which necessitated to replace religion with nation. In this regard, the Caliph was depicted as “worthless” in the schoolbooks mentioned above:

“...If Yavuz Selim had not taken over the Caliphate as a tool for the politics of the Empire, the problem of the Caliphate would be solved then, and that institution that has been hindered the Ottoman Empire to evolve himself in the direction of the necessities of the modern ages would not waste the Turk’s time by carrying this worthless appellation and would not experience lots of losses.” (Tarih IV, 1941:157).

It will not be a pointed assessment to assume these descriptions as an historical object. To the contrary, the Arabs has been depicted as the ‘*betrayers*’ in history schoolbooks in Turkey until very recently. In a widely thought schoolbook published in 1995, the attitude of the Arabs was explained as follows :

“... Meanwhile, the Great Britain encouraged the Arabs in Yemen, Hijaz and Paletine to rebel against the Turks. The Amir of Mecca, Şerif Hüseyin [sic.] was pulling together with Britain. The Turkish troops, as a consequence of the collaboration of Arabs with Britain, withdrew toward the North.” (Kara, 1995:31).

The otherization of Arabs has affected Turco-Arab relations from politics to Culture. In this context, Turkey’s turning toward the West has caused a discontinuity in the relations with Arabs. The late Minister of Foreign Affairs of Turkey, İsmail Cem describes this impact with the following words:

“...as a consequence of awry perception of history, we learned at history schoolbooks that Arabs had betrayed us rebelling against the Ottoman Empire. They fought against us in all fronts during World War I. They [the Westernists] narrated this stories and then excluded the Middle East and its nations from the interest of Turkish foreign policy.” (Cem, 2004:16).

As we supposed throughout this study ‘the Arab betrayal’ thesis has played a crucial role to justify these policies. As a result, Turkey has always adopted an uncompanionable attitude towards the Arab world from the beginning of its establishment. This attitude prevented Turkey of playing a more influential role in the region for decades. The situation of the Arab states, which adopted a nationalist state

ideology, was not different from that of Turkey. In this context, the history schoolbooks of Syria and Jordan will be examined to show how the processes of both sides were similar.

3. Turks as ‘Colonizers’ and The Contribution Sharif Hussein’s Revolt to The Otherization of The Ottoman Rule: History Schoolbooks of Syria and Jordan

As we noted above, although the ideological and practical aspirations of Sharif Hussein’s revolt have been clarified by studies supported by the archival sources from the British archives, to the contrary of what these studies has demonstrated many of the Arabic books that have been written on the Sharif’s rebellion alleged that there were two main reasons for the revolt: one was to achieve the Arab unity, and the second was to emancipate the ‘Arab nation’ from the Ottoman ‘yoke’. They assert that Arabs had lived from the end of the Abbasid era to the time of the revolt under the domination of foreign states. The Ottomans were the last of these rulers, and that the revolt aimed to unite Arabs into one nation like the Abbasids and Umayyads had achieved (see: Musa, 1988:11-15; Kalaci, 1993:220-241; Al-Khusri, 1982; Al-Najjar, 1986:141-152; Antonius, 1955). However, the failure to realize the desired ends of the revolt precipitated the revival of tribalism among the Arabs (see: Al-Bizaz, 2001:267). The most renowned Arab nationalist Sati al-Husri depicts the ‘Arab Revolt’ with these remarks:

“The revolt which erupted in Mecca at the end of the second year of the war, i.e. on June 10,1916, was not a Hejazi but an Arab Revolt in every sense of the term. It aimed at the independence of all Arab territory and the formation of a new Arab government that would prepare the nation for a genuine revival and restore its former glory. The flag devised by the leaders clearly symbolized this lofty purpose in that each of its four colors was emblematic of the successive eras of the Arab Empire during its past supremacy. Men from the various parts of the Arab World –syria, Iraq, Palestine and the Hejaz-Christian and Muslim alike, participated in the Revolt and performed the tasks assigned to them.”(Al-Khusri, 1966:46).

The problem in this assessment is strictly related to the periodization of the development of nationalist ideas. As is known to all the academics studying about Arab nationalism, the publicization of nationalism among Arabs started with the end the Ottoman rule that was the Mandate period (see: Khoury, 1997). Presumably to gain the right of self-determination announced to be given to the nations by Wilson principles in

1919, as in the case of al-Khusri quoted above, the Arab political and intellectual leaders had to declare that the Arabs of the Ottoman Empire were a nation pursuing their independence for a long time. In the period beginning with the end of the Ottoman rule, the history of Arab peoples has re-interpreted with a nationalist viewpoint. This re-interpretation emphasized the Arab's will to independence and unity. In this context, the Sharif Hussein's revolt has been mythically presented as a movement performed by all Arabs against the Ottoman Empire to be saved from the Ottoman "yoke".

3.1. Ottoman Rule in History Schoolbooks of Syria

In order to grasp this ideological transformation and to exemplify how the revolt has been narrated in the Arab nationalist discourse, we should examine history schoolbook, which has taught in the Arab countries. Especially Syrian, Jordanian and Iraqi schoolbooks ascribed a revolutionist role to the Sharif Hussein's movement. In this section, I will use some quotations from the history schoolbooks of the Arab Republic of Syria to suggest the use of the Sharifian revolt in the construction of an Arab national identity. From the beginning of the French mandate, the Syrian mandate government and later independent Syria has adopted an Arab nationalist discourse in order to create a national identity for the Syrians, which continues to be influential even today. Therefore, the present article will use the Syrian schoolbooks published in 2005 for high schools.

At the history book prepared by the Ministry of Education for 9 classes of the high schools in Syria, the Ottoman rule in Syria has been depicted in the chapter titled as "the Ottoman occupation in the Arab lands" [*al-Ihtilalu al-Utmani li al-Watani al-Arabi*]. The sections expressing the Ottoman conquests in Arab lands have been titled as *the occupation of Iraq, the occupation of Syria, the occupation of Palestine and Egypt* (Tarikhu al-Arabi al-Hadis wa al-Muasır, 2005:10-15). The following words describing the problems of the Ottoman rule are worth of attention: at the period of the Ottoman occupation "the Arab world underdeveloped in agriculture, commerce and industry". Moreover, "the intellectual life in Arab world has been weakened and Arabic was regretted.", "due to the lack of doctor and hospital, the health services were not enough.", and finally "the Unionist Turks have endeavored to turkify the Arabs" (Tarikhu al-Arabi al-Hadis wa al-Muasır, 2005:14). Consequently, the nationalist government in Syria

emerged after the demise of the Ottoman Empire applied to otherization of the Ottoman past of the Arabs to justify their existence and establishment.

The Sharif Hussein's revolt against the Ottoman Empire was supposed as a movement performed by their leaders, i.e. Sharif Hussein, to save the Arabs from the Ottoman "yoke" and "underdevelopment". Quite the reverse of the existing literature on the Sharif Hussein's rebellion, in the Syrian schoolbooks the revolt is taught under the title of "the Awakening of the Arabs: the Great Arab Revolt" [*yakazatu al-Arab: Al-Thawrat al-Arabiyyati al-Qubra*]. In the book, the reasons paving the way for the revolt are expressed as follows:

"1. The Indirect Factors

- a. The desires of Arabs for emancipation from the Ottoman 'yoke' and to establish an independent state.
- b. Maturation of the consciousness of Arabism by the way of societies, intellectuals and literary class.
- c. The Turkification policies implemented by the Unionists.

2. Direct Factors

- a. The frustration caused by the death penalties by Djemal Pasha 'es-Seffah'
- b. The problems between Sharif Hussein and The Ottoman Turks."(Tarikhu al-Arabi al-Hadis wa al-Muasır, 2005:70)

To the contrary of what the book claims, both nationalist and other Arabs did not plan to be independent from the Ottoman rule (see: Kayalı, 1997; Dawn, 1973). On the other hand, it is obvious today that the executions in Syria did not play an essential role in the Sharif's rebellion (Çiçek, 2012).

Furthermore, it is a common knowledge that the Ottoman rule in the Arab countries came to an end with the defeat of the Ottoman army by the British and the role of the Sharif's army in this success is negligible. However, the Syrian schoolbooks remarkably increased the role of the Sharif's troops in this event:

"After the execution of the foremost leaders of Arab cause in Syria to the death penalties by Djemal Pasha, the nationalist societies have requested Sharif Hussein to lead the Arab Revolt... after a compromise between Sharif Hussein and these societies the revolt has erupted in Mecca on 10th of June 1916. firstly, the armies of the revolt has captured the Hejaz. The troops under the commandership

of Amir Faisal [the junior son of the Sharif] has conquered Akabe and Maan in the north. Afterwards, these troops have captured Palestine and Syria joining to the General Allenby's Army moving from Egypt. Finally, the armies of the revolt have saved Damascus and Other provinces of Syria. Some of these troops has been sent to Lebanon to emancipate it from the Ottoman rule." (Tarikhu al-Arabi al-Hadis wa al-Muasır, 2005:74).

3.2. The Case of Jordan

Since the state of Jordan has been established by Abdullah, the son of the Sharif Hussein, the revolt has an exceptional place in the history of Jordan (see: Anderson, 2005; Alon, 2007; Wilson, 1987). History schoolbooks of Jordan are different from the Syrian Case. They do not characterizes the Ottoman period as an 'occupation'. The titles depicting the Ottoman rule are more objective in proportion to the Syrian Schoolbooks. They are as follows: "Beginning of the Ottoman Rule in the Arab lands", "the Ottoman Rule in Iraq, Jordan, Syria", "the reasons for decline of the Ottoman Empire" (Farh, 2005; al-Tarbiyya al-Ictimaiyye wa al-Wataniyya- al-Cuz al-Thani- li al-Saff al-Thalith, 2005; at-Tarikh al-Urdun al-Hadith wa al-Muasır, 2005; al-Tarikh al-Arab wa al-Alam al-Muasır, al-Saff al-Thani wa al-Thaniyyi al-Adabi, 2005).

However, similar to the Syrian schoolbooks, the Jordan's history books show the Ottoman era as a period of 'sluggishness'. In relation to this, the books assess the Sharifian Revolt as the most important step to achieve the 'awakening of the Arab nation'. All the history schoolbooks of Jordan include a chapter entitled 'the Arab Awakening' [*al-Yakhaza al-Arabiyya*], and these chapters express the occurrence of the 'Arab Revolt' of Sharif Hussein. The following quotation from one of these books will show us how the books placed the Sharif's revolt in the history of the Arabs and Jordanians to contribute to the creation of a modern national identity:

"The Arab world, particularly the Eastern Arab World, has lived since mid-nineteenth century an experience for political consciousness in the sense of nationalization that was occurred politically, militarily, sociologically, economically and culturally. This experience is called in our history as 'the Arab Awakening'...and the Sharif Hussein's revolt is the conclusion of this process."(Abd al-Lat, 2005:21).

The reasons behind the 'awakening' are expressed in the books so different from the real situation. In this viewpoint, the Revolt had firstly taken place due to

'turkification' policies of the CUP. Secondly, the economical and political conditions in the Arab provinces have been deteriorating day by day through the mid-nineteenth century. Thirdly, Djemal Pasha's atrocities in Syria frustrated the Arabs against the Ottoman Rule (Abd al-Lat, 2005:43-55). Finally, Sharif Hussein had aimed at uniting Arabs into one state. The aims of revolt was as such: "the liberty of the Arabs", "the unity of the Arabs", "the promotion of the life conditions of the Arabs", "to achieve cultural unity among Arabs" (Iyad, 2005:2-33).

The approach of Jordan's history schoolbooks was not essentially different from those of Syria. Although the books did not accuse the Ottomans of being invaders, they saw the Ottoman period as responsible from underdevelopment of the Arabs. The Sharif's aim was an intervention to this situation.

4. Conclusion

Although it was a local movement broke out in Mecca, the Sharifian revolt made a major impact on the nation-building processes of both Turkey and nationalist Arab states such as Syria, Jordan and Iraq. As demonstrated through the sections of this article, westernist- nationalist rulers of the modern Turkey used the Sharif's rebellion as a tool to legitimize their paradigm shift to the westernization. Since they abandoned the Caliphal claims of the Ottoman Empire and abolished this institution and implemented many radical reforms to westernize the Turkish society, the rebellion presented a golden opportunity from the recent history to prove the rightfulness of the abolition of the Caliphate and futility of the project of the Muslim solidarity. To that end, they pretended to libel all the Arabs as "betrayers" attributing the Sharif's revolt to the entire Arab nation.

On the other hand, the Arab nationalist leaders, who were influential in the eastern Arab countries such as Syria, Iraq, Palestine and Jordan following the Ottoman rule, hammered away wholeheartedly at making a show of the Meccan revolt as a "Great Arab Revolt" supported by all Arabs under the Ottoman rule. By this way, they justified the establishment of the nation-states established instead of the Ottoman rule in the Arab countries and maintained the Arab unity ideal. Furthermore, the Ottoman Empire would be disenchanted with eyes of the Arabs as an ideal.

References

- Al-Abd al-Lat. S. H. (2005), *Tarikh al-Urdun al-Hadith wa al-Muasır- al-Marhala al-Thanawiyya /al-Far' al-Adabi*. Amman.
- Al-Bizaz, A (2001). "Tarbiyatu ash-shuun al-Qawmi", *Kıraat fi al-Fiqr al-Qawmi, al-Kitab al-Awwal al-Qawmiyyatu al-Arabiyya: Fiqratuha va Mukawamatuha, Silsilatu at-Turasi al-Qawmi*. Beirut: Markazu al-Dirasat al-Wahdati al-Arabiyya.
- Al-Khusri A. (1966). *The Day of Maysalun: a page from the modern history of Arabs*. Washington: Middle East Institute.
- Al-Khusri, S. (1982). *Yawm Maysalun: Safha min Tarikhu al-Arab al-Hadith*. Beirut: Dar al-Ittihad.
- Al-Najjar, M. A. (1986), *Fiqr at-Thawratu al-Arabiyya li ami 1916 wa Istiqlali al-Arab*, Beirut: Tatawwur al-Fiqr al-Kawmiyyi al-Arabi
- Al-Tarbiyya al-Ictimaiyye wa al-Wataniyya- al-Cuz al-Thani- li al-Saff al-Thalith. (2005). Amman: Idara al-Manahic wa al-Kutub al-Madrasiyya Al-Tarikh al-Arab wa al-Alam al-Muasır, al-Saff al-Thani wa al-Thanewiyyi al-Adabi.
- (2005). Amman: Idara al-manahic wa al-Kutub al-Madrasiyya. Al-Tarikh al-Urdun al-Hadith wa al-Muasır. (2005) Amman: Idara al-manahic wa al- Kutub al-Madrasiyya
- Alon, Y. (2007). *Making of Jordan: Tribes, Colonialism and the Modern State*, London: I.B. Tauris.
- Anderson, B.S. (2005). *Nationalist Voices in Jordan*. Austin: University of Texas Press.
- Antonius, G. (1955). *The Arab Awakening*, Beirut: Khayat's College Book Cooperative.
- Arsel, İ. (1977). *Arap Milliyetçiliği ve Türkler-Arap Milliyetçiliğinde 'Türk Aleyhtarlığı', 'Dil' ve 'Din' Unsurları ve Türk'le İlgili Sorunlar*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Atay, F. R. (1964). *Zeytin Dağı*. İstanbul: Varlık Yayınevi.
- Berkes, N. (1975). *İslamcılık, Ulusçuluk ve Sosyalizm-Arap Ülkelerinde Gördüklerim Üzerine Düşünceler*. İstanbul: Bilgi Yayınları.
- Cem, İ. (2004). *Türkiye Avrupa Asya-Strateji Yunanistan Kıbrıs*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Çalış, Ş (2001). “Ulus, Devlet ve Kimlik Labirentinde Türk Dış Politikası”, Türkiye'nin Dış Politika Gündemi-Kimlik, Demokrasi ve Güvenlik, Ş. Çalış, İ. D. Dağı, Ramazan Gözen (Eds.), Ankara: Liberte Yayınları.

Çiçek, M.T. (2012). “Cemal Pasha's Governorate in Syria, 1914-1917”, Unpublished Ph.D Dissertation, Sabancı University, August 2012.

Dawisha A. (2003). Arab Nationalism in the Twentieth Century: From Triumph to Despair. Princeton: Princeton University Press. 2003.

Dawn E. (1973). From Ottomanism to Arabism:Essays on the Origins of the Arab Nationalism. Urbana: University of Illinois Press.

Farh, M. (2005). Tarikhu al-Arab al-Hadith wa kadayahu al-Muasira-10, al-Saff al-Ashare. Amman: Idara al-Manahic wa al-Kutub al-Madrasiyya.

Kalaci, K. (1993). at-Thawratu al-Arabiyya al-Kubra:1916-1925-Jeylu al-Fada Yawm bi Yawm maa Qamil al-Asma va al-Wathaiq va Al-Adwar. Beirut: Sharikatu al-Matbuat li at-Tawzi va an-Nashr.

Kara, K. (1995). Türkiye Cumhuriyeti İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük- Ders Kitabı I. İstanbul: Önde Yayıncılık.

Kayalı, H. (1997). Arabs and Young Turks. Berkeley: University of California Press. Khalidi, R.&Anderson, L.&Muslih&Simon R. (1991). The Origins of the Arab Nationalism. New York: University of Columbia Press.

Khoury, P. S. (1997). “The Paradoxical in Arab Nationalism: Interwar Syria revisited”, Rethinking Nationalism in the Arab Middle East. J. S. Jankowski and I. Gershoni (eds.). New York: Columbia University Press.

Musa, S. (1988). at-Thawrat al-Arabiyya al-Kubra: Rijal Sanau Tarikh. Amman: Vadharatu al-Shebab. Tarikhu al-Arabi al-Hadis wa al-Muasır: Merhaletu al-Ta'limu al-Esasi al-Saffu al-Tâsi'

2005-2006. (2005). Damascus: al-Jumhuriyyetu al-Arabiyyati al-Suriye Wizarati-al-Ta'lim al-Muassasatu al-Amme li al-Matbuat wa al-Kutubi al-Madrasiyyah.

Teitelbaum, J. (2001). The Rise and Fall of the Hashimite Kingdom of Arabia. London: Hurst&Company

Türk Tarihi Tetkik Cemiyeti (1931). Tarih IV-Türkiye Cumhuriyeti. İstanbul: Maarif Vekaleti Devlet Matbaası.

Türk Tarihi Tetkik Cemiyeti (1941). Tarih III-Yeni ve Yakın Zamanlar. Ankara:
Maarif Vekaleti Devlet Matbaası.

Wilson, M. C. (1987). King Abdullah, Britain and Making of Jordan. New York:
Cambridge University Press.