



ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
DERGİSİ

Cilt: 22

Sayı: 1

Yıl: 2018

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
DERGİSİ

Çukurova University
Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences

Danışma Kurulu/Advisary Board

Prof.Dr. Muammer TEKEOĞLU (Çukurova Üniversitesi)
Prof.Dr. H.Altan ÇABUK (Çukurova Üniversitesi)
Prof.Dr. Ahmet Fazıl Özsoylu (Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi)
Prof.Dr. Mehmet BALCILAR (Doğu Akdeniz Üniversitesi)
Prof.Dr. Selahattin SARI (Beykent Üniversitesi)
Prof.Dr. Murat ÇOKGEZEN (Marmara Üniversitesi)
Prof.Dr. Ünal AY (Çağ Üniversitesi)
Prof.Dr. Ali DEREN (Mersin Üniversitesi)
Prof.Dr. Ahmet ERGÜLEN (Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Prof.Dr. Fatma Nur TUĞAL (Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi)
Prof.Dr. Sc. Mirela KLJAJIĆ-DERVIĆ (Univerzitet u Bihaću / Bihaç Üniversitesi / Bosna Hersek)

Editörler (Yayın) Kurulu/ Board of Editors

Prof.Dr. Erkut DÜZAKIN
Öğr.Üyesi Dr. Mert DEMİRCİOĞLU
Öğr.Üyesi Dr. Erhan İŞCAN

Ç.Ü.İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi yılda 2 kez yayınlanır. Dergide yayınlanan yazılar yazarların kişisel görüşleri olup kaynak gösterilerek kullanılabilir.

Sürekliliği sağlamak için Fakülte Dergimiz geçmiş yılların cilt ve numarasını izlemektedir.

Yazışma Adresi

Ç.Ü.İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Dergi Yayın Kurulu Başkanlığı
Adana/TÜRKİYE

Telefon: (0 322) 3387266
Fax: (0 322) 3387283-3387284

Phone: +90 (322) 3387266
Telefax:+90 (322) 3387283-3387284

Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences is Published two issues per year,
Articles published in the Journal reflects personal views and may be referred by source.

For correspondence

The Editor, Cukurova University
Faculty of Economics and Administrative Sciences, P.O.Box:393
01330 Adana/TURKEY

Dergimiz



tarafından taranmaktadır.

Dergimiz

DergiPark
AKADEMİK

üyesidir.

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

Cilt: 22

Sayı: 1

Yıl: 2018

BU SAYIDA HAKEMLİK YAPAN ÖĞRETİM ÜYELERİ

(Ada göre sıralı)

Doç. Dr. Ayşe Cingöz	Erciyes Üniversitesi
Öğr.Üyesi Dr. Ayşen Coşkun	Akdeniz Üniversitesi
Doç.Dr. Burak Nakıboğlu	Çukurova Üniversitesi
Öğr. Üyesi Dr. Burcu Berke	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Doç.Dr. Cengiz Aytun	Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi
Öğr.Üyesi Dr. Emine Kale	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Öğr.Üyesi Dr. Ergün Kara	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Öğr.Üyesi Dr. Esengül İplik	Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi
Prof. Dr. Fatma Nur Tuğal	Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi
Öğr.Üyesi Dr. Gözde Türkmen Müldür	Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi
Prof. Dr. Güzin Yüksel	Çukurova Üniversitesi
Doç. Dr. İlter Ünlükaplan	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal Can Kılıç	Çukurova Üniversitesi
Doç.Dr. Mehmet Demiral	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Özmen	Çukurova Üniversitesi
Öğr.Üyesi Dr. Meryem Derya Yeşiltaş	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Öğr.Üyesi Dr. Musa Şanal	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Mümin Ertürk	Altınbaş Üniversitesi
Öğr.Üyesi Dr. Seval Süzölmüş	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Prof. Dr. Veli Kargı	Mersin Üniversitesi
Öğr.Üyesi Dr. Zafer Buzcu	Çukurova Üniversitesi

HAKEMLİK TEKLİFLERİMİZİ KABUL EDEREK

KATKILARINI ESİRGEMEYEN DEĞERLİ ÖĞRETİM ÜYELERİNE

TEŞEKKÜR EDERİZ

DEKANDAN

Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi olarak yayın hayatımız süresince aramızdan ayrılan tüm hocalarımız için bir Armağan çıkarmayı gelenek haline getirmeye gayret gösterdik. Bu geleneğimiz kapsamında Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı'nda uzun yıllar öğretim üyeliği yapan Prof. Dr. Hüseyin ÖZGEN'e derginin bu sayısının armağan edilmesi bizleri hem onurlandırıyor hem de hüznlendiriyor.

Prof. Dr. Hüseyin ÖZGEN'in Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı'na kazandırdığı birçok ulusal ve uluslararası yayınların yanı sıra yetiştirdiği lisans, yüksek lisans ve doktora öğrencileri ile de son derece değerli katkılar sağlamıştır. Ayrıca, fakültemizin akademik ve idari yönetiminin her aşamasında yıllarca aktif bir rol üstlenmiştir. Bu bağlamda, hocamızın katkılarını daima minnet ve şükran ile anacağız.

Prof. Dr. Fikret DÜLGER

Çukurova Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Dekanı



Prof.Dr.Hüseyin ÖZGEN

1948-2015

Prof.Dr.Hüseyin Özgen 1948 yılında Adana'da doğdu. İlk, orta ve lise eğitimini Adana'da tamamladıktan sonra lisans eğitimini 1969 yılında İstanbul İktisadi ve Ticari İlimler Akademisinde tamamladı. Daha sonra yüksek lisans eğitimi için ABD'de Michigan State University'e devam etti. 1972 yılında oradan mezun oldu. Yurda döndükten sonra Çukurova Üniversitesinde doktora eğitimine başladı ve 1976 yılında İşletme Doktoru Unvanı aldı.

Akademik çalışmalarına Çukurova Üniversitesinde devam eden Özgen, 1978 yılında Doçent unvanını aldı. Daha sonra akademik kariyerine kısa bir süre ara veren Özgen, bu süre zarfında İstanbul'da ticari faaliyetlerle uğraştı. 1983 yılında tekrar Üniversite yaşamına dönen Hüseyin Özgen, 1988 yılında İşletme Bölümüne Profesör olarak atandı.

Hüseyin Özgen akademik hayatı boyunca çok sayıda ulusal ve uluslararası dergide yayınlar yaptı. Ulusal düzeyde kitaplar yayınladı. Uzun süren akademik hayatında çok sayıda yüksek lisans ve doktora tezi yürüttü. Onun öğrencilerinin önemli bölümü Ülkemizin değerli Üniversitelerinde akademisyen olarak görev yapmaya devam etmektedir. Öğrencilerinin bir bölümü ise özel ve kamu sektörlerinde önemli pozisyonlarda bulunmaktadır.

Hüseyin Özgen akademik çalışmalarının yanı sıra, dekan yardımcılığı, bölüm başkanlığı, enstitü müdürlüğü gibi idari görevlerde de başarılı faaliyetlerde bulunmuştur.

Görevinin başında iken rahatsızlanarak maalesef erken bir yaşta 02.02.2015 tarihinde aramızdan ayrılmıştır.

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
DERGİSİ

ISSN: 1300-3747		
Cilt: 22	Sayı: 1	Yıl: 2018
Volume: 22	No: 1	Year: 2018

<i>İÇİNDEKİLER</i>		
Ruhet GENÇ	Business Models: A Motivational Approach for Consumers in Tourism.....	1
Tuba KONAK Gözde ELBİR Süreyya YILMAZ Bedii Murat KARATAŞ Yasin DURMAN Hatice DÜZAKIN	Borsa İstanbul'da İşlem Gören Tekstil Firmalarının TOPSIS ve MOORA Yöntemi ile Analizi	11
Selin KARLILAR Gülşen KIRAL	Vergiye Öğrenci Bakış Açısı: Çukurova Üniversitesi Örneği.....	45
Ruhet GENÇ	Türkiye Turizminin Gelişiminde Avrupa Birliği'nin Rolü ve Önemi: Güncel Bir Bakış.....	67
Özge DEMİRAL	İş Örgütlerinin Etik Davranışları ve Liyakate Dayalı Profesyonel Yönetim Sistemleri: Türkiye-Avrupa Birliği Karşılaştırması.....	77
İhsan Erdem SOFRACI	Nazi Zulmünden Kaçan Almanca Konuşan Mülteci Bilim İnsanlarının İktisat ve Maliye İlmine Katkıları'na Bir Bakış	93
Ruhet GENÇ	Environmental Sustainability and the Future of the Cruise Tourism: A Suggested Model.....	107
Musa ŞANAL Ali Furkan KAYA	Etnik Girişimci İşletmelerde Kurumsallaşma ve Belirsizlikten Kaçınma İlişkisi Üzerine Bir Araştırma.....	115

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ YAYIN VE YAZIM KURALLARI

Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nin bir yayını olan derginin sahibi Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi adına Fakülte Dekanıdır. Dergi yılda iki sayı ve açık kaynak olarak yayınlanmaktadır.

AMAÇ

Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi iktisat, işletme, kamu maliyesi, ekonometri, uluslararası ilişkiler, çalışma ekonomisi alanlarında ve bu disiplinler arasındaki teorik, metodolojik ve uygulamaları irdeleyen araştırma makaleleri, kitap özet ve eleştirileri, kısa araştırma sonuçları, kısa yorumlar, editöre notlar, akademik toplantı haberleri ile politika önerilerini yayımlar ve bilim insanları ile bilim dünyası arasında bir platform oluşturmayı amaçlar.

KAPSAM

Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi yılda 2 kez yayınlanan hakemli bilimsel bir dergidir. Dergide iktisat, işletme, kamu maliyesi, ekonometri, uluslararası ilişkiler, çalışma ekonomisi alanlarında ve bu disiplinler arasındaki teorik, metodolojik ve uygulamaları irdeleyen araştırma makaleleri, kitap özet ve eleştirileri, kısa araştırma sonuçları, kısa yorumlar, editöre notlar, çeviri makaleler, akademik toplantı haberleri ile politika önerileri Türkçe ve İngilizce olarak yayınlamaktadır. Dergimiz sosyal bilimler içerisinde yer alan her iktisadi ve idari bilimler kapsamında bilimsel çalışmalarını yayınlamaktadır.

ETİK KURALLARA UYGUNLUK

Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi COPE/DOAJ/OASPA/WAME tarafından 15 Ocak 2018'de yayınlanan "Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing" belgesinde önerilen 16 madde gözetilerek ve International Committee of Medical Journal Editors tarafından yayınlanan tavsiyeler de dikkate alınarak yayınlamaktadır. Dergiye gönderilen yayınlar iThenticate ve Turnitin yazılımları ile taramadan geçirilmekte ve elde edilen rapor editörler kurulu tarafından değerlendirilmektedir. Editörler kurulunun yazının etik kurallara uygun olmayan davranışı belirlediğinde yayını reddetme hakkı bulunmaktadır.

HAKEMLİK SÜRECİ

Makaleler Yayın Kurulu tarafından konularında uzman hakemlere gönderilir. Makalenin yayınlanıp yayınlanmaması kararını ilgili hakemler vermektedir. Makale öncelikle iki hakeme gönderilmektedir. Hakemlerden birisinin olumsuz rapor verdiği durumda makale üçüncü bir hakeme gönderilmektedir.

FİKRİ MÜLKİYET HAKKI

Dergimiz tarafında yazarlara ve hakemlere telif ücreti ödemesi yapılamamaktadır. Tamamen ücretsiz olan dergimizin satışının yapılması yasaktır. Dergimizde yayınlanan makale ile ilgili yayın hakları dergimize devredilmiş olacaktır. Yazı ve makalelerin içeriğinden yazarlar sorumludur.

YAZIM KURALLARI

Dergiye gönderilecek yazı ve makaleler;

- MS Word'de yazılmış .doc veya .docx uzantılı olarak ULAKBİM DERGİPARK üzerinden gönderilmelidir.
- MS Word sayfası üstten 5cm., alttan 6cm., soldan 4 cm., sağdan 4,5cm.ye ayarlanmış olmalıdır.
- Yazı karakteri Times New Roman, punto ise 10 olmalıdır.
- Satır aralığı "1" (tek) ayarlanmalıdır.
- Gönderilecek makaleler, kaynakça hariç en çok 30 sayfa olmalıdır.

- Gönderilen tablo ve grafiklerin dergi sayfa boyutları dıŐına taŐmaması gerekir.
- Metin içinde yer alan tabloların kaynakları ilgili tablonun altında belirtilmelidir.
- Her tablonun adı numarası ile birlikte mutlaka belirtilmelidir.
- Őekillerde Őeklin altına numarası ile birlikte adı belirtilmeli, Şekil alıntı ise adının altına kaynağı verilmelidir.
- Makalede en fazla 200 kelimelik Türkçe ve İngilizce dillerinde yazılmış öz bulunmalıdır.
- Makalede Türkçe ve İngilizce dillerinde yazılmış en az  adet uluslararası literatüre uyumlu anahtar kelime olmalıdır.
- Kitap zetleri ve eleştirileri, bilimsel toplantı zetleri ve duyuruları, daha önce basılmıŐ yazımlarla ilgili görüş, katkı, eleştiriler ya da farklı bir konu üzerindeki deneyim ve düŐünceler için yazılan Editöre Mektuplar 500 kelimeyi aŐmamalıdır.
- Bilimsel etik ve yazım kurallarına uygun olarak kaleme alınmış olmalıdır.
- Makalede kaynak bildirme “yazarın soyadı, yıl, sayfa no.” esasına göre yapılmalıdır. rnek “... Bayhan (1986, s.12)...”. Birden fazla kaynağa aynı anda atıf yapılıyorsa yazarların soyadları, yıl ve sayfa no.su yazılarak birbirinden noktalı virgülle ayrılmalıdır. rnek “... (Bayhan, 1986, s.345; Demir, 1985, s.50)...”. Yararlanılan kaynağın ikiden fazla yazarı varsa birinci yazarın soyadı verilmeli ve “vd.” ibaresi kullanılmalıdır. rnek “... (Bayhan vd., 1984, s.4)...”.
- Dergi Editörler Kurulu, yazım kurallarına göre düzenlenmeyen makaleleri yayınlamama hakkına sahiptir.
- Dergi sayıları Dergipark’ta ve Fakülte web sayfasında yer alır.
- Dergi sayıları sınırlı sayıda basılarak çeşitli niversite ve kamu kütüphanelerine gönderilir. Yazı ve makalesi yayımlanan her yazara ayrıca derginin ilgili sayısından gönderilmez.

Business Models: A Motivational Approach for Consumers in Tourism*İş Modelleri: Turizm Hizmeti Tüketicileri için Motivasyonel bir Yaklaşım*Ruhet GENÇ¹**ABSTRACT**

The general aim of this study is to discuss the role of tourists in the business models of tourism industry on the basis of their motivations in three domains, namely being the target customer, distribution channels and their relationships with service providers (i.e. touristic agencies, companies, facilitators etc.). Among these aspects, the impact of customer interface on the basis of their motivation in general and specifically in tourism sector will be analyzed. Furthermore the intention of this study is to explain and naively model the role of tourists in business models developed for the businesses in tourism. Regarding to literature, a rough model will be presented where tourist motivation is the main source for the effectiveness of business models. In conclusion, this manuscript will underline the importance of tourist motivation within the tourism industry.

Keywords: Business models, consumer motivation, tourist quality of life

Öz

Bu çalışmanın esas amacı, insan motivasyonunun rolünü turizm endüstrisinin üç farklı bölgesinde iş modeline olan etkisini incelemektir. Bu üç farklı bölge sırasıyla hedef müşteri, dağıtım kanalı ve servis sağlayıcılara (Turizm acentaları, aracı hizmet sağlayıcılar, destekleme hizmetleri vb) olan ilişkiler. Bu çalışmanın amaçları arasında, bir model aracılığıyla turist motivasyonunun rolünü ve önemini irdelemek de mevcut. Literatüre göre, kabaca bir model sunularak bu modelde turist motivasyonunun iş modelinin verimliliğinde oynadığı belirleyici rol ele alınacaktır. Netice itibarıyla turist motivasyonunun turizm endüstrisindeki rolünün anlam ve önemi bir kez daha altı çizilerek dile getirilecektir.

Anahtar Kelimeler: İş modelleri, tüketici motivasyonu, turistlerin hayat kalitesi

Tür :Araştırma makalesi
Gönderim tarihi :01.06.2018
Kabul tarihi :25.06.2018

¹Doç.Dr., Türk-Alman Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, drgench@gmail.com

Introduction

Business modeling is defined as the managerial equivalent of the scientific method where people can start with a hypothesis, test in action and reverse if necessary (Magretta, 2002). According to the definition of Timmers (1998) a business model is the architecture for the product or service that includes different business actors, their diversified roles, potential benefits derived from the business and the description of the resources required for the revenues. Although a business model is not the same concept as a strategy, it can be used as interchangeably in some instances (Magretta, 2002).

Historically, Drucker (1995) emphasized the role of customer and the function of customer value in the business models. Starting with the business model canvas of Osterwalder and Pigneur (2010), it reflects a “shared language for describing, visualizing, assessing and changing business models”. The canvas consists of four main pillars namely product, customer interface, infrastructure management and financial aspects (Osterwalder&Pigneur, 2005).

Customer interface of business model canvas include the elements which involve the target customer (tourist), distribution channel and relationship (Henne, 2014). The first element can be adapted as the tourist to whom the service or product offering is useful and therefore represent potential customers a touristic agency wants to address (Chesbrough&Rosenbloom, 2002; Osterwalder, 2004). From this point of view, it is significant to make use of successful market segmentation, that breaks a market into different groups of people who share common characteristics (Gordijn&Akkermans, 2003), particularly for tourism sector. On the other hand, the distribution channel focuses on the ways that tourist can be approached. Those channels may have various characteristics; for instance, inbound versus outbound forms, direct or indirect forms, and even automated forms (Anderson, Day &Rangan., 2012). Moreover, the right distribution channel also determines the richness of the information that would be transferred to the customer (Weill & Vitale, 2013). The other aspect is the relationship implies the proximity of tourists to the touristic company or agency. Valuable recommendations, good advice and trust are the fundamental elements that any organization should be offering in order to form a strong relationship with its customers (Weill & Vitale, 2013).

Being the Target Customer

The success in business sector depends on a firm’s ability to evaluate and capitalize on consumer behavior trends (Xiang, et. al., 2015). In order to test the applicability of a business model for a particular customer segment, the initial step must be understanding who the customer is. Through evaluating the environment and the experiences of customers within a geographic, demographic and social context, the likelihood of a customer’s response to a particular good or service can be determined. Thus, customer segments must be well examined and business models must be developed accordingly.

In general, customer segments are described as the community of customers to whom products and services are aimed to be sold. Customers can be segmented into various groups with respect to needs, behaviors and motivations. Furthermore, customer segment is dependent on demographic properties such as age, gender, ethnicity, profession. An organization can have multiple customers segments; however, careful analysis is required to market goods and services with maximum amount of profit.

There are several main characteristics that organizations may intend to categorize their customers into distinct groups on these bases. First, customer groups may have a specific need which makes the production of a certain product or creation of a certain service possible. For example, presence of people with disabilities leads to the emergence of related services, which increase the likelihood to be preferred by people with disabilities for the organizations providing those services. The group may also require a different distribution channels, as it will be explained in the next section. Moreover, the group may have a different type of relationship with other groups in the market. Regardless of this relationship is financial, social, political or a combination of these, it prevents consumers to benefit from these products or service in an equal proportion with other groups. Profitability is an vital element for the determination of a particular customer segment. As the main dynamic of capitalist economic system, if investing in a domain is more profitable than the other, an organization will surely select the area with more returns. Therefore, profitability may create customer segments by its own. The types of customer segments can be listed as mass market, niche market, segmented, diversified and multi-sided platforms. Since the discussion of these customer segment types in detail exceeds the scope of this manuscript, the discussion will be limited to customer segments within the tourism industry.

Specifically for tourism research, segmentation of travelers has long been discussed in destination marketing literature (Prayag&Hosany, 2014; Prayag et. al., 2015; Paker&AltuntaşVural, 2016).For these segments, motivation is argued to be the most important source for the behavior models of tourist consumption (Gnoth, 1997) Motivational domains of tourists may vary from socio-psychological, prestige, cultural, social, educational and utilitarian (Prayag&Hosany, 2014) based on their benefits. Well-determined customer segmentation will make it easier for organizations in tourism industry to control what their customers require and what they do not. As a result, parallel to the increase in the service quality for customers from selected segments, tourist satisfaction will increase and the aim of business models will become realized.

Distribution Channels

Having discussed the impact of customer segmentation in business models, distribution channels appear as another important aspect for business modeling. Distribution channels are defined as the company's interface with its customers (Barquet et. al., 2013) and related to concepts such as value creation and delivery (Bocken et. al., 2014).Distribution channels can be either direct or indirect. Direct distribution channels allow consumers to receive a good or service directly from its provider or manufacturer whereas indirect distribution channels include wholesalers and retailers. In tourism

industry, indirect channels are mainly the case despite increasing number of examples for direct channels.

Direct distribution channels are the simplest form that travel suppliers utilize. In this form of distribution channel, there are no intermediaries between tourists and service providers and tourists directly purchase what they want or need from these suppliers. Parallel to the advancements in technology, such as the use of internet, has increased the direct availability of purchase as well as information about the service. Considering the benefits of direct distribution channels, it makes purchasing the service and reaching the information simple for potential travelers, allows flexibility, provides greater profits for service providers and increases competition in tourism market by maintaining a higher quality for tourism services.

On the other hand, indirect distribution channels include intermediaries between service providers and tourists and it is the most common practice among tourism suppliers. It allows professional and low-cost assistance along with multiple options. These indirect distribution channels can be two, three or even more levels with respect to the number of intermediaries between the service suppliers and the end customers. The clearest example of indirect distribution channels in tourism sector is package tours, where two or more services is priced together. For instance, the tour operators purchase tourism services in advance, make a meaningful combination, and offer it to the customers. By doing so, these tour operators purchase the tourism services earlier at a reasonable price and receive a profit margin by offering it later to the travelers. This process is mutually beneficial both for tourists and for service providers, since the providers arranging a tourism plan and inform tourists about these options.

Nevertheless, as the end customers differ, the necessary distribution channels may differ accordingly, since an organization is prone to allocate its capital to the most profitable investments, leading the already established technology to be disproportionately favored whereas leaving disruptive technology to scarcity of resources (Chesbrough, 2010). Although, in tourism sector, wholesalers or retailers do not take place between service providers and end users, there can be numerous ways of direct relationship. Internet is one particular example of this variety. After internet has become a common means of communication, tourism agencies started to use this area actively, through online advertisements, social media, or even online reservation and check-in for a room. As a response to the advancements in technology, new distribution channels have emerged, creating a variety for users to apply which one is suitable for them. Moreover, efficient use of technology also has benefits for service providers, since providing a well-designed channel for marketing touristic services will more likely to increase the number of customers for these tourism organizations. In the end, distribution channels play a significant role in determining the impact and success of a particular business model.

The selection of a particular distribution channel, or a combination of different distribution channels are dependent on the motivation of tourists. Previous studies have indicated that tourists with the similar motivations, such as self-centered or community-

related motivations (Munar& Jacobsen, 2014) are inclined to contribute to different sites (Brooner& de Hoog, 2011; Wilson et. al., 2012). Therefore, along with all aspects of distribution channels that have been discussed above, tourist motivations lie at the core of these selections.

Relationship with Service Providers

The last factor that has a fundamental impact on the success of business models is the relationship with service providers. Some factors that affect customer's receptivity to relationship maintenance, including environmental variables, partner variables, customer variables and interaction variables arise either from constraints or from dedication (Bendapudi, 1997).The relationship between service providers and end users is important for the maintenance of the economic relationship itself, and for tourism sector, it can also be considered as the relationship with the service providers in whole destination. Since tourists use different types of services during their stay in a destination, such as F&B services, accommodation, entertainment etc. failing to recognize the importance of one relationship will end up with the failure of other service providers.

Service providers or stakeholders in a given destination are of great importance for the economy in general. As long as service providers invest in tourism industry by maintaining high quality services, the destination will be capable of luring tourists and general welfare of this destination will increase. Not only for their own sector, but also for the other sectors, the activities of service providers appear as the determinant factor of economic growth and development of this particular destination. Through directly affecting the motivation of tourists, service providers play a significant role in touristic activities.

The demand-based point of view proposes that both product-oriented and customer-oriented business models are capable of creating economies of scope in use as compared to product-only business models (Visnjic et. al., 2016). The product-oriented business model is claimed to source products and product-related services from the same provider as "one-stop shop", preventing customers from extra time spending, transaction costs and search costs with only one product or service provider (Ye et. al., 2012). Therefore, profit margin of product-oriented business model is expected to be higher than product-only business model (Visnjic et. al., 2016).

On the other hand, integrating product and service offerings is claimed to have the potential for improving the efficiency, leading to a positive economic and environmental impacts for the industry and community (Mont et. al., 2006; Reim et. al., 2015). These improvements will eventually add uptime and total-care services by increasing the likelihood of intensified use of products as well as timely replacement with more efficient and innovative products (Sundin and Bras, 2005). Thus, service providers should enrich their offerings by marketing products combined with their services in order to provide more benefit both for themselves and for the rest of the society.

The Model

In the previous sections, the concepts contributing to the success of business models have been discussed in detail. These concepts are related to customer segments, distribution channels and the relationship of customers with service providers. In order to reveal the impact of business models in a quantitative manner, a rough model will be presented, since mathematical representation of such effects will be both objective and falsifiable.

Thus, our model can be considered as:

$$BM_{imp} = \beta_0 + \beta_1.CS + \beta_2.DC + \beta_3.SP + \varepsilon \quad (1)$$

where,

BM_{imp} implies the *impact of Business Model*

CS implies the *effect of Customer Segment*

DC implies the *impact of Distribution Channels*

SP implies the *effect of Service Providers*

$\beta_0, \beta_1, \beta_2$ and β_3 imply coefficients, and,

ε implies residual (i.e. the effect of other variables).

Objective indicators such as Quality of Life can be used for determining the impact of service providers and financial or psychological (satisfaction) improvements can be taken into consideration for the assessment of the customer segment. Similarly, the impact of distribution channels can be also transformed into numeric data, such that percentage of use of a particular channel in all possible channels in the sector.

By using the model above, the combination of customer segment, distribution channels and service providers is claimed to depict the impact of a particular Business Model. The findings derived from this rough model can also be generalized for other type of models and allows comparison among models to determine which is best for one particular context and which for other situations.

Concluding Remarks

When a new model is capable of altering the economics of a particular industry and if it is difficult to replicate, it can automatically create a strong comparative advantage (Magretta, 2002). Insights on the advantages and disadvantages of the current design of products could be readily used to design better-performing and easier-to-service products (Visnjic et. al., 2016). Since quality of service is dependent on the competition

among the actors in the economy, increasing number of new models contribute to the quality of services. In turn, motivation of customers as well as service providers for better quality services will increase.

Furthermore, different business models have long been required by firms in order to change the particular characteristics of sustainable technologies into new ones to create economic value as well as prevent markets from barriers that hinder market penetration (Bohnsack, et. al., 2014). As tourism organizations have various business models for different types of customers (customer segmentation), availability of different distribution channels and different relationship types with service providers, they will be ready for possible shifts and alterations in the market and adapt these changes easily. Also, the profit they make will be more meaningful, as different factors are taken into consideration and the organization expands itself within the market.

The variables that have been discussed above are effective in the success of business models by manipulating customer motivations. In tourism sector, determination of customer segment, selection of distribution channels and the relationship that service providers maintain involve in the process of creating a successful business model which serves to the satisfaction of customers as well as service providers and/or stakeholders. In short, through contributing to tourist motivation, these aspects determine the success of a potential business model in tourism sector.

References

- Anderson, E., Day, G. S., & Rangan, V. K. (2012). Strategic channel design. *Sloan Management*.
- Barquet, A. P. B., de Oliveira, M. G., Amigo, C. R., Cunha, V. P., & Rozenfeld, H. (2013). Employing the business model concept to support the adoption of product-service systems (PSS). *Industrial Marketing Management*, 42(5), 693-704.
- Bendapudi, N., & Berry, L. L. (1997). Customers' motivations for maintaining relationships with service providers. *Journal of retailing*, 73(1), 15-37.
- Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of cleaner production*, 65, 42-56.
- Bohnsack, R., Pinkse, J., & Kolk, A. (2014). Business models for sustainable technologies: Exploring business model evolution in the case of electric vehicles. *Research Policy*, 43(2), 284-300.
- Bronner, F., & de Hoog, R. (2011). Vacationers and eWOM: Who posts, and why, where, and what?. *Journal of Travel Research*, 50(1), 15-26.
- Chesbrough, H., & Rosenbloom, R. S. (2002). The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's

- technology spin- off companies. *Industrial and corporate change*, 11(3), 529-555.
- Chesbrough, H. (2010). Business model innovation: opportunities and barriers. *Long range planning*, 43(2), 354-363.
- Gnoth, J. (1997). Tourism motivation and expectation formation. *Annals of Tourism research*, 24(2), 283-304.
- Gordijn, J., & Akkermans, J. M. (2003). Value-based requirements engineering: exploring innovative ecommerce ideas. *Requirements engineering*, 8(2), 114-134.
- Henne, J. (2014) Business model dynamics in the tourism industry
- Magretta, J. (2002). Why business models matter.
- Mont, O., Dalhammar, C., & Jacobsson, N. (2006). A new business model for baby prams based on leasing and product remanufacturing. *Journal of Cleaner Production*, 14(17), 1509-1518.
- Munar, A. M., & Jacobsen, J. K. S. (2014). Motivations for sharing tourism experiences through social media. *Tourism management*, 43, 46-54.
- Osterwalder, A. (2004). The business model ontology: A proposition in a design science approach. Institut d'Informatique et Organisation. Lausanne, Switzerland, University of Lausanne, Ecole des Hautes Etudes Commerciales HEC, 173.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Tucci, C. L. (2005). Clarifying business models: Origins, present, and future of the concept. *Communications of the association for Information Systems*, 16(1), 1.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons
- Paker, N., & Vural, C. A. (2016). Customer segmentation for marinas: Evaluating marinas as destinations. *Tourism Management*, 56, 156-171.
- Prayag, G., Disegna, M., Cohen, S. A., & Yan, H. (2015). Segmenting markets by bagged clustering: Young Chinese travelers to Western Europe. *Journal of Travel Research*, 54(2), 234-250.
- Prayag, G., & Hosany, S. (2014). When Middle East meets West: Understanding the motives and perceptions of young tourists from United Arab Emirates. *Tourism Management*, 40, 35-45.
- Reim, W., Parida, V., & Örtqvist, D. (2015). Product–Service Systems (PSS) business models and tactics—a systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 97, 61-75.
- Sundin, E., & Bras, B. (2005). Making functional sales environmentally and economically beneficial through product remanufacturing. *Journal of Cleaner Production*, 13(9), 913-925.

- Visnjic, I., Wiengarten, F., & Neely, A. (2016). Only the brave: Product innovation, service business model innovation, and their impact on performance. *Journal of Product Innovation Management*, 33(1), 36-52.
- Weill, P., & Vitale, M. (2013). *Place to space: Migrating to eBusiness Models*. Harvard Business Press.
- Wilson, A., Murphy, H., & Fierro, J. C. (2012). Hospitality and travel: The nature and implications of user-generated content. *Cornell hospitality quarterly*, 53(3), 220-228.
- Xiang, Z., Magnini, V. P., & Fesenmaier, D. R. (2015). Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 244-249.

Borsa İstanbul'da İşlem Gören Tekstil Firmalarının TOPSIS ve MOORA Yöntemi ile Analizi

An Analysis of Textile Firms That Are Quoted at Borsa Istanbul by TOPSIS And MOORA Method

Tuba KONAK¹
Bedii Murat KARATAŞ⁴

Gözde ELBİR²
Yasin DURMAN⁵

Süreyya YILMAZ³
Hatice DÜZAKIN⁶

Öz

Günümüz koşullarında artan rekabet ortamında işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için performans analizi büyük bir önem taşımaktadır. Araştırma, 2010-2015 döneminde hisse senetleri Borsa İstanbul (BİST)'da işlem gören tekstil sektöründe faaliyette bulunan 23 şirkete ve bu şirketlere ait mali tablolardan elde edilen verileri içermektedir. Çalışmada, hisse senetleri Borsa İstanbul (BİST)'da işlem gören şirketlerin incelenen dönem itibarıyla finansal performanslarının ölçümü için bu finansal oranların belirlenmesinde ulusal ve uluslararası yapılan literatür taraması baz alınarak 10 kriter esas alınmış, TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution) ve MOORA (The Multi-Objective Optimization by Ratio Analysis Method) çok kriterli karar verme yöntemleri kullanılmıştır. Bu yöntemleri kullanılarak firmaların finansal performans puanlarına ulaşmak ve şirketleri performanslarına göre sıralamak amaçlanmıştır. Araştırmada incelenen şirketlerin 2010-2015 dönemine ait finansal performansları analiz edilmiştir. Analiz sonucunda tekstil sektöründe faaliyette bulunan şirketlerin performans puanlarının analiz döneminde genel olarak benzerlik gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tekstil sektörü, finansal performans, oran analizi, TOPSIS, MOORA

ABSTRACT

Performance analysis is essential for companies to survive in this competitive environment. This research contains the data of 23 companies whose shares are traded in Borsa Istanbul (BIST) for the period 2010-2015. Data is collected from financial statements of the companies. In this study, the analysis and evaluation of these companies have been conducted based on 10 criteria compiled through analyzing national and international literature. In the study, TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution) and MOORA (The Multi-Objective Optimization by Ratio Analysis Method) multi criteria decision analysis methods has been applied. By using the methods, the main purpose of this research is to order the companies' performance scores and to rank the firms according to their performances. In the research, the chosen companies' financial performances for the period 2010-2015 have been analyzed. As a result of the analysis; it is found that, performance scores of textile sector companies have quite similar results for that period.

Keywords: Textile industry, financial performance, ratio analysis, TOPSIS, MOORA

Tür :Araştırma makalesi
Gönderim tarihi :12.06.2018
Kabul tarihi :25.06.2018

¹ Başlıca yazar, Doktora Öğrencisi, Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, tubaaknk@gmail.com

² Doktora Öğrencisi, Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, gozdeelbir1@gmail.com

³ Araş. Gör., Çağ Üniversitesi (Ç. Ü. Doktora Öğrencisi), İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, sureyyayilmaz@gmail.com

⁴ Doktora Öğrencisi, Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, bediimuratkartas@gmail.com

⁵ Araş. Gör., Çukurova Üniversitesi (Ç.Ü. Doktora Öğrencisi), İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, ydurman@cu.edu.tr

⁶ Prof. Dr., Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, hduzakin@cu.edu.tr

1. Giriş

Tekstil sektörü, emek yoğun yapısı ve geleneksel bir üretim sürecine sahip olması sebebiyle başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere birçok ülke için üretim hacmi, istihdam ve dış ticaret kazancı yaratma potansiyeline sahip olan önemli bir sanayileşme stratejisidir (Atış, 2014, s.315). İstikrarlı bir büyüme için küreselleşme eğilimlerinin yakından takip edilmesi ve üretilen ürünlerin yabancı piyasalara etkin olarak ihraç edilmesi gerekmektedir. Türkiye'nin ekonomik büyümede istikrarını sağlaması için küresel ticaret içerisinde pazar payını artırması ve etkin rol oynaması hayati önem taşımaktadır (Çelik, 2016, s.5). Bu amaç doğrultusunda tekstil sektöründe uluslararası pazarda kendine önemli bir yer edinen Türkiye, 1960'larda verilen teşviklerle özel sektörün tekstil içerisindeki payını %68'e yükseltirken, 1980 sonrası uygulanmaya başlayan serbestleşme politikalarıyla birlikte 1990'lara gelindiğinde %90'ı geçmiştir. Ayrıca 1980'lerde hızlı ve genelde istikrarlı bir artış göstererek toplam ihracat içinde %33,4'lük bir paya ulaşmıştır ve 1980 sonrası ihracata dönük sanayileşme süreci ile tekstil ihracatçısı bir ülke olma konumuna ulaşmayı hedeflemiştir. Tekstil sektörü emek yoğun yapısı nedeniyle ülke istihdamına büyük katkıda bulunmuştur. Tekstil sektörü dinamik yapısı, teknolojik gelişmelere ve değişen pazarlara uyum sağlama yeteneği sayesinde ülkelerin sanayileşme süreçlerine önemli katkılar sağlar (Şişman, Bağcı, 2014, s.31; TMMOB, 1991, s.6; Altıntaş, Akpolat, 2013, s.35). 2010 yılında; Türkiye tekstil ihracatı dünya sıralamasında dokuzuncu sırada yer alırken, Türk tekstil sektörü pazar payı ise yaklaşık %3,6'ydı. 2011 yılı Avrupa Komisyonu verilerine göre, Türkiye'nin en büyük dış ticaret ortağı olan Avrupa Birliği'ne, Çin'den sonra (%41,8) en fazla tekstil ve hazır giyim ihracatını Türkiye (%13,3) gerçekleştirmiştir (Demir, 2013). Ayrıca ülkemizin sanayi tarihinde ve dünyada önemli bir yere sahip olan Türk tekstil sektörü, geleceğe yönelik hedefler belirlemiştir. Tekstil sektörü'nün 2018 yılı ihracat hedefi 13 milyar doların üzerine çıkmaktadır. Tekstil sektörü'nün 2023 yılında uzun vadeli ihracat hedefi ise 20 milyar dolarlık ihracat seviyesine ulaşmaktır (Onuncu Kalkınma Planı, 2014, s.171).

İşletmelerin temel amaçlarından biri olan varlığını sürdürme ve büyüme olgusu, firmaları kaynakları optimal bir şekilde kullanmaya iten ve gittikçe artan rekabet ortamında daha fazla öneme sahip olmaktadır. Bu artan rekabet ortamında işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için performans analizi büyük bir önem taşımaktadır. Performans analizleri aynı zamanda hem işletme yöneticilerine işletmenin geleceği ile ilgili önemli kararlar almalarını hem de yatırımcılara ve kredi kurumlarına işletmeyle ilgili bilgi akışı sağlamaktadır (Uygurtürk, Korkmaz, 2012, s.96; Soba, Eren, 2013, s.25). Finansal performans analizi, işletmelerin sahip olduğu kaynakları, ürün ve hizmetleri ile ulaştığı sonuçları izlemesi amacıyla sistemli bir şekilde bilgi toplaması ve aynı zamanda analiz ve raporlama süreci olarak ifade edilebilir (Uygurtürk, Korkmaz, 2012, s.96). Bu şekilde işletmeler performans analizi ile belirledikleri hedeflere ulaşmış ulaşılmadığını takip edebilir ve bu hedeflere ne zaman ulaşılmadığını ve onları nasıl geliştirebileceğini belirleyebilir (Bülbül, Köse, 2011, s.72).

Bu çalışmanın amacı, 2010-2015 döneminde hisse senetleri (BIST)'de işlem gören ve tekstil sektöründe faaliyette bulunan 23 şirketin finansal performanslarını, çok kriterli karar verme yöntemlerinden olan TOPSIS ve MOORA yöntemleri ile analiz ederek

başarı puanlarına ulaşmak ve elde edilen puanlar ile sıralama yapmaktır. Çalışmanın birinci bölümünde araştırmanın amacına yönelik açıklamalar yapılmıştır ve Türk tekstil sektörü ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. İkinci bölümde literatür taraması yapılmıştır. Üçüncü bölümde veri seti ve çalışmada kullanılan yöntemler açıklanmıştır. Dördüncü bölümde çalışmanın metodolojisi kapsamında ampirik bir uygulama yapılmış ve beşinci bölümde de elde edilen sonuçlar değerlendirilip yorumlanmıştır.

2. Literatür

Bu bölümde, literatürde geniş bir yere sahip olan ve birçok sektör için performans değerlendirilmesinde kullanılan yöntemlere ve ayrıca bu çalışmada kullanılacak olan TOPSIS yöntemine ilişkin yerli ve yabancı çalışmalara yer verilmiştir.

2.1. Topsis'e İlişkin Literatür

Moghimi ve Anvari (2012)'nin çalışmalarında İran'da çimento üreten şirketlerin (FAHP) bulanık analitik hiyerarşik süreç analizi ile TOPSIS kullanılarak finansal oranlar üzerinden bulanık bir performans kriteri oluşturulup, performansa göre seçim önerisi sunulmuştur. Likidite oranları olarak cari ve asit-test oranı; finansal kaldıraç oranları olarak borç/toplam varlık, öz sermaye/toplam varlık, duran varlık/öz sermaye ve duran varlık/toplam borç oranları; karlılık oranları olarak özsermaye getirisi ve net kar marjı oranı; büyüme oranları olarak satışların, öz sermayenin, faaliyet karının ve borcun büyüme oranları; devir hızları olarak da ticari alacak, stok, dönen varlık ve toplam aktif devir hızları kullanılmış olup, Tahran Borsası'nda işlem gören 8 şirket bilançoları üzerinden finansal oranlar açısından incelenmiştir. Bilanço tarihlerine ilişkin bilgi bulunmamaktadır. TOPSIS yöntemi ile şirketler finansal oranları üzerinden derecelendirilmiştir

Bai, Dhalave ve Sarkis (2014) çalışmalarında, Bulanık C-Ortalamaları ve TOPSIS yöntemi kullanarak, çoklu metot ve çoklu kriterler altında, Inter Market Group ile çalışan 20 e-ticaret organizasyonunun performanslarını finansal ve diğer verilerle (müşteri karakteristikleri, iş süreçleri, çalışanların gelişimine dair oranlar) 1999 yılı için değerlendirmişlerdir. Finansal veriler olarak toplam gelir, toplam borç oranları; satışların ve öz sermayenin karlılığı oranları kullanılmıştır. Derecelendirmenin yetkinliği test edildiğinde, özellikle e-ticaret yapan şirketler için sadece finansal ölçütlerle sıralama yapmanın pek gerçekçi sonuçlara ulaştırmadığı görülmüştür. Yetkinliği saptanan kriterler ve metotla, performans tahmini yöntemi önerilmiştir

Shaverdi, Ramezani ve Tahmasebi (2015) çalışmasında Tahran Borsası'nda işlem gören 7 petrokimya şirketini bulanık çok kriterli karar alma yöntemi ile rekabet gücü açısından sıralamak için Bulanık TOPSIS kullanılarak 2003-2013 yılları arasındaki finansal oranlar analiz edilmiştir. Çalışmada, likidite, finansal kaldıraç, karlılık, büyüme ve devir hızları olarak 15 finansal oran kullanılmıştır. Likidite oranları olarak cari ve asit-test oranı; finansal kaldıraç oranları olarak borç/toplam varlık, uzun vadeli borç/öz sermaye, uzun vadeli borç/toplam aktifler, FVÖK / Faiz gideri oranları; karlılık oranları olarak ROI ve ROE ile net kar marjı oranı; büyüme oranları olarak satışların, öz

sermayenin, faaliyet karının büyüme oranları; devir hızları olarak stok, toplam aktif, duran varlık ve ticari alacak devir hızları kullanılmış olup analiz sonucunda 7 şirket rekabet gücü açısından sıralanmış fakat ağırlık oranları birbirine çok yakın çıkmıştır.

Wanke, Azad ve Pestana (2015) çalışmalarında, Malezyalı İslami Bankaların verimlilikleri TOPSİS ile bankacılıkta en sık kullanılan performans göstergeleri kullanılarak analiz edilmiş ve ardından sinir ağırları modeli ile etkin bir tahmin yeteneği olan bir bankacılık performans ölçümü tahminleme metodu önerilmiştir. Çalışmada kullanılan 16 Bankanın 2009-2013 yılları verileri yıllık faaliyet raporlarından elde edilmiştir. TOPSİS'te, en iyi ideal durumlar, en az harcama ile en çok gelir-en iyi finansal performans göstergesi veren durumlar olarak seçilerek, 16 banka için verimlilik sıralaması oluşturulmuştur.

Perçin ve Karakaya (2012) çalışmalarında İMKB'de işlem gören bilişim teknoloji firmalarının 2008-2010 yıllarında finansal tablolarından elde edilen oranlar kullanılarak bu firmaların performanslarını değerlendirmiş ve performans sonuçlarıyla firmaların değerlerini karşılaştırmışlardır. Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHS) ve TOPSİS yöntemleri kullanılan çalışmanın sonucunda Türkiye'de faaliyette bulunan bilişim ve teknoloji firmalarının performans ve firma değerleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Ömürbek ve Kınay (2013) çalışmalarında 2012 yılında Borsa İstanbul'da işlem gören bir hava yolu taşımacılığı işletmesi (ABC) ile Frankfurt Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören bir hava yolu taşımacılığı işletmesinin (XYZ) finansal performansını TOPSİS yöntemiyle değerlendirmişlerdir. Elde edilen sonuca göre ABC'nin performansı XYZ'ye kıyasla daha yüksektir.

Saldanlı ve Sırma (2014) çalışmalarında BİST'te işlem gören imalat sanayiinde faaliyet gösteren işletmeler ile bankaların 2008-2012 yıllarında ayrı ayrı finansal performanslarını TOPSİS yöntemiyle sıralamışlar ve elde ettikleri sonuçların şirketlerin piyasa performanslarıyla korelasyonunu incelemişlerdir. Ulaşılan sonuca göre hem imalat sanayiinde faaliyet gösteren işletmelerin hem de bankaların TOPSİS skorları ile piyasa getirileri arasında anlamlı bir ilişki gözlemlenmemiştir.

Özçelik ve Kandemir (2015) çalışmalarında BİST'te işlem gören yedi turizm şirketinin 2010-2014'e ilişkin finansal performansını TOPSİS yöntemiyle değerlendirmişlerdir. Elde edilen sonuca göre şirketlerin performans sıralaması yıllar itibariyle değişkenlik göstermektedir.

Sakarkaya ve Akkuş (2015) çalışmalarında BİST'te işlem gören çimento sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin 2010-2013 yıllarındaki finansal performanslarını geleneksel finansal oranlar (cari oran, asit-test oranı, nakit oranı, duran varlık devir hızı, varlık devir hızı, ticari alacak devir hızı, finansal kaldıraç devir hızı, finansman oranı, satış karlılığı, varlıkların karlılığı, özkaynak karlılığı, ekonomik rantabilite oranı) ve nakit akım oranlarını kullanılarak TOPSİS yöntemi ile analiz etmişlerdir. Elde edilen

sonuçlara göre geleneksel oranlara ve nakit akım oranlarına göre şirketlerin finansal performansları farklılık göstermektedir.

Temizel ve Bayçelebi (2016)'nin yaptığı çalışmada Borsa İstanbul'da işlem gören tekstil işletmelerinin 2011-2014 yıllarındaki finansal performansı, finansal tablolarından elde edilen oranlar aracılığıyla TOPSIS sıralama yöntemi kullanılarak değerlendirilmiş ve elde edilen sıralama değerleri ile işletmelerin yıllık ortalama getirileri arasındaki korelasyon incelenmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuca göre TOPSIS yöntemi ile elde edilen performans derecesi ile elde edilen sermaye kazancı derecesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Temizel ve Bayçelebi (2016) çalışmalarında 2010-2014 döneminde BİST 30 endeksinde yer alan mali sektör dışı şirketlerin performanslarını TOPSIS yöntemiyle sıralamışlardır. Yapılan çalışma sonucunda Koza Altın, BİM mağazacılık ve Türk Telekom işletmeleri ilk üç sırada yer almakta; Arçelik, Tekfen Holding ve Koç Holding işletmeleri de son üç sırada yer almaktadır.

2.2. MOORA Yöntemine İlişkin Literatür

Bu bölümde, literatürde MOORA metodu kullanılarak farklı konularda yapılan analizlere yer verilmiştir.

Brauers ve Zavadskas'ın (2010) çalışmasında, Tanzanya'nın ekonomik gelişiminin değerlendirildiği örnek üzerinden, Delphi, Nominal Gruplama Yöntemi ve MOORA çok kriterli karar alma süreçlerinin hangisinin daha robust olduğu değerlendirilmiştir. MOORA yönteminin daha robust olduğu ortaya konmuştur.

Balešentis vd'nin (2011) çalışmasında, AB ülkelerinin objektif bir şekilde hayat standartları açısından Çoklu MOORA metoduyla sıralanması amaçlanmıştır. Çalışmada 2008 ve 2009 ekonomik ve sosyal göstergeleri kullanılarak oluşturulan model ile en yüksek hayat standardına sahip ülkenin İrlanda olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

El-Santawy ve Ahmed'in (2012) çalışmasında, seçim kriterlerinin ağırlıkları, farklı tercihlerin önceliklerinin olmadığı durumlarda standart sapma ve MOORA oran analizi temelli çok amaçlı optimizasyon kullanılarak çok kriterli karar alma süreci işlenmiş ve proje seçenekleri, ekonomik, teknik, çevresel ve sosyal açıdan analiz edilerek sıralanmıştır.

Karande ve Chakraborty'nin (2012) çalışmasında şirket organizasyonunun geliştirilmesi hususunda en önemli olgulardan biri tedarikçi seçimine ilişkin iyi bir model oluşturulması problemi irdelenmiştir. Her kriter için güçlü ve zayıf yönleri olan tedarikçi seçiminde kullanılabilecek gelen çok amaçlı optimizasyon yapılan oran analizli MOORA yöntemi ile tedarikçi seçimi problemi iki gerçek olay bazında ele alınmıştır. Ayrıca, tam çarpımlı kullanılan MOORA ve referans noktası kullanılan MOORA yaklaşımları da ayrı ayrı uygulanmıştır. Literatürde yer alan sonuçlara benzer sonuçlar elde edilmiştir.

Brauers vd'nin (2014) çalışmasında, ticari bankalarda finansal sağlık göstergesi olarak bilgi asimetrisinin azaltılmasına dair değerlendirmeler, farklı çok kriterli karar alma süreçleri olan MOORA ve çoklu MOORA ile yapılmış ve Litvanyalı 8 ticari banka finansal sağlık, krizlere dayanıklılık açısından sıralanmıştır.

Brauers ve Zavadskas'ın (2013) çalışmasında, kredi derecelendirme kuruluşlarının son noktada kullandığı kalitatif sıralama hükümlerinin kantitatif hale getirilebilmesi için Çoklu MOORA analizi ile 27 Avrupa Ülkesi, 22 istatistiksel ve tahmini kıstaslar açısından kredi derecelendirmesi için sıralanmıştır. Çok kriterli karar alma süreçleri, veri ve amaca göre değerlendirildikten sonra uygulanmasına karar verilen MOORA ile yapılan sıralama, Standart andPoors sıralamasından biraz farklı sonuç vermiştir.

Görener vd'nin (2013) çalışmalarında, banka şubelerinin performansına önemli etkisi olduğu bilinen yer seçimi konusunda, bir bankanın şubesinin nerede olmasının gerektiği, kriter öncelikleri AHP ile belirlenerek MOORA metodu uygulaması ile bulunmuştur.

Stanujkicvd'nin (2013) çalışmasında, Sırp Bankalarının değerlendirilmesi üzerinden, SAW, MOORA, GRA, CP, VIKOR, TOPSIS çok kriterli seçim metodlarının aynı veya farklı sonuçlar vermesi, böyle sonuçlara ulaşılmasının nedenleri ele alınmıştır. Gruplama ve normalizasyon işlemlerinde olan farklılıkların, ağırlıkların değişik seçilmesinin farklı sonuçları doğurabildiği ve sıralamalar veya tercihlerdeki farklılıkların rastgele değil, seçilen yöntem ve kriterler nedeniyle olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Özdağoğlu'nun (2014) çalışmasında, MOORA yöntemi ile farklı ölçüm birimlerinden verileri normalize edip değerlendirme sürecinin, sıralama sonuçlarına etkisi analiz edilmeye çalışılmıştır. Uygulama kapsamında on alternatif ve beş farklı değerlendirme ölçütü kullanılmıştır. Analiz sonucunda Moora yöntemi ile belirlenen sıralama sonuçları karşılaştırılmıştır.

Diñer'in (2015) çalışmasında, finansal oranlar kullanılarak, BİST' ekote 12 bankanın AHP ve MOORA metodlarından hibrit model oluşturularak portföy seçiminde öncelik sıralaması yapılmıştır.

Özbek'in (2015) çalışmasında, 1'den 9'a oranlarla ağırlıklandırılan kriterler seçilerek, OCRA, SAW ve MOORA metodlarıyla Türkiye'de az çok yaygın şekilde faaliyet gösteren 9 yabancı sermayeli bankanın verimlilik sıralaması yapılmıştır. Veri olarak Türkiye Bankalar Birliğinin yayımladığı verimlilik kriterleri 2005-2014 yılları için kullanılmıştır. 3 metod da aynı sonuçları vermiş, Finansbank ve Denizbank en iyi performansla sahip bankalar olarak bulunurken, bunları HSBC ve ING Bankaları takip etmiştir.

Şimşek vd'nin (2015) çalışmasında; fiyat, kalite, teslimat, ilişki ve hizmet ana kriterleri ve bunların alt kriterlerinde turizm sektörü tedarikçisi 6 alternatif firmanın TOPSIS ve MOORA yöntemleri ile uygunluk sıralaması yapılmıştır. Çalışmada, müşteri potansiyelini maksimize eden, maliyetleri ise bu arada minimize eden tedarikçi firma seçimi yapılmaya çalışılmıştır. TOPSIS ve MOORA yöntemleri aynı sonucu vermiştir.

Uygurtürk (2015) tarafından yapılan çalışmada Türk bankaların internet şubelerini MOORA yöntemi ile analiz edilerek, mevcut veya potansiyel müşteriler açısından en uygun internet şubesi özelliklerinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Analiz sonucunda analiz kapsamına alınan 4 bankanın internet şubeleri bulanık MOORA yöntemine göre sıralanmıştır.

Yükçü ve Kaplanoğlu'nun (2015) çalışmasında, BİST Gözaltı Pazarındaki gıda şirketlerin finansal performansları, MOORA'nın da dahil olduğu Çok Kriterli Karar Alma Metotları ile sıralanmıştır. TOPSIS, VİKOR, MOORA ve Gri İlişkisel Analiz yöntemiyle yapılan sıralamalarda benzer sonuçlara rastlanmıştır.

Dinçer vd'nin (2016) çalışmalarında, Türkiye'deki 23 mevduat bankasına 17 farklı finansal oran kullanılan CAMELS analizine MOORA ve bulanık ortamda Bulanık ANP metotları uygulanarak performans sıralaması gerçekleştirilmiştir. Sermaye yeterliliği en önemli belirleyici olarak bulunmuştur ve varlıklar ile performans arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Ohlan'ın (2016) çalışmasında, iki sezgisel bulanık kümenin birbirlerinden ayrıklığının ölçülmesinde üstel bir metodoloji önerilmiştir. Model tanımlama çerçevesinde sayısal bir örnekte, önerilen metot ve benzeri olan mevcut metotlar kıyaslanmıştır. Açıklayıcı bir örnekte önerilen metodolojinin çok kriterli karar alma sürecinde kullanıldığı çalışmada, sezgisel bulanık ortamda çok kriterli MOORA ve TOPSIS yöntemleri ile önerilen metot kıyaslanmıştır. MOORA yöntemi ile aynı sonucu veren öneri metot, MOORA yönteminin daha basitleştirilebilir ama faydalı bir yöntem olduğuna destek olmuştur.

Ömürbek ve Eren (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışmada önemli bir Türk Gıda Firmasının 13 finansal oran çerçevesinde 2005-2014 yılları arasındaki performansı PROMETHEE, MOORA ve COPRAS yöntemleri ile değerlendirilmiştir. Her üç yöntemde göre de kriter ağırlıkları eşit olarak alınmış ve yıllara göre sıralama yapılarak karşılaştırılmıştır. Analiz sonucunda en iyi performansın 2014 yılına ait olduğu belirlenmiştir.

Önay'ın (2016) çalışmasında 36 ülkenin OECD Daha İyi Yaşam Endeksleri çok kriterli karar alma mekanizmaları TOPSIS ve MOORA-oran sistemi ve referans noktaları kullanılarak, 24 kriter açısından sıralanmıştır. Kullanılan endeks, ülkelerden toplanan ve derlenen veri ile ülkelerdeki günlük yaşamın 11 kategoride değerlendirildiği ve farklı ülkelerdeki yaşam standartlarının böylelikle karşılaştırılabildiği önemli bir göstergedir. Java dili kullanılarak hesaplamaları yapılan metotlar, ilk 2 ülke için aynı, sonraki ülkeler için farklı sonuçlar vermiştir.

Şişman ve Doğan'ın (2016) çalışmasında, BİST hisse senetleri işlem gören 10 mevduat bankasının finansal performansı bulanık AHP ve bulanık MOORA yaklaşımları ile 2008-2014 yılları arasında analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, bir mevduat bankasının karlılık oranları yüksek ise, finansal performansının da yüksek olabileceği sonucuna varılmıştır.

Koçak vd'nin (2017) çalışmasında, BİST Petrol ve Türevi Sektör Endeksinde ve Fortune 500 sıralamasında yer alan 14 Türk firması için, verimlilik ve büyüklük göstergesi çeşitli finansal oranlarda COPRAS ve MOORA optimizasyon yöntemleriyle sıralama yapılmıştır. Sonuçlar birbirleriyle tutarlı çıkarken, daha çok bilanço büyüklüklerinin kullanıldığı Fortune 500 sıralamasından farklı gerçekleşmiştir.

Metin vd'nin (2017) çalışmasında, Borsa İstanbul'da işlem gören 11 enerji firmasının finansal performansları TOPSIS ve MOORA çok kriterli karar verme yöntemleri ile analiz edilmiştir. Analizde 2010-2015 dönemi yıllık mali tabloları kullanılmıştır. Finansal oranların kriter olarak kullanıldığı TOPSIS ve MOORA yöntemleri kullanılarak firmaların finansal performansları tek bir değere dönüştürülmüştür. Analiz sonucunda, firma finansal performanslarının uygulanan iki yöntemle göre değişkenlik gösterdiği tespit edilmiştir. Sadece üç firmanın performans sıralaması birbirine eşit çıkmıştır. Her sene için en iyi ve en kötü firmalar sıralaması da aynı çıkmamıştır.

Karaoğlan ve Şahin'in (2018) çalışmasında, BİST Kimya, Petrol, Plastik Endeksinde (XKMYA) yer alan 24 işletmenin finansal performansları analiz edilmiştir. Belirlenen kriterler (AHP) yöntemi ile değerlendirilerek kriter ağırlıkları elde edilmiştir. Ardından, işletmelerin performansları VIKOR, TOPSIS, GRA ve MOORA yöntemleri ile sıralanmıştır. Analiz sonucunda yöntemlerin sonuçları, üst sıralarda tamamen aynı, sonraki sıralamada ise benzer sonuçlar vermiştir.

Küçükbay ve Yakut'un (2018) çalışmalarında, ekonomik sistemin sürdürülebilirliğinin çok önemli bir ögesi olan bankaların finansal performansını etkileyen seçimler değerlendirilmiştir. Finansal performanslarına göre bankalar az başarılı, başarılı ve çok başarılı olarak gruplara ayrıştırılmıştır. Finansal performans göstergeleri olarak finansal oranlar kullanılmıştır. Bundan sonra, finansal performansı artıran en iyi faaliyetler iflas önleme başarısının bir ölçümü olarak Kalite Fonksiyonu Dağıtımıyla bulunmuştur. Bankaların gruplanması, Moora metodunun geliştirilmiş bir versiyonu olan Çoklu Moora metodu ile yapılmıştır.

2.3. Tekstil Sektörüne İlişkin Literatür

Müslümov ve Karataş (2001)'in çalışmalarında, tekstil, gıda ve çimento sektörlerinden 70 şirkete ait finansal veriler R Testi kullanılarak incelenmiş ve elde edilen bulguların sonuçlarına göre; ihracata yönelik Türk tekstil sanayisinin karlılık marjlarının kriz sonrası yıllarda istatistiksel olarak anlamlı düşüş gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Gıda ve çimento sektörleri için kriz sonrası yıllarda finansal faktörler açısından istatistiksel olarak anlamlı bir değişim bulunamamıştır.

İçerli ve Akkaya (2006) 'nın çalışmalarında, İMKB'de işlem gören 40 başarısız, 40 başarılı endüstri işletmesi, 1990-2003 dönemi için oran analizi yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sonucunda, ilgili dönem ve sektörlerde, başarılı ve başarısız işletmeler arasındaki farklılıkların çok az ve sınırlı olduğu, başarılı işletmelerin iyi bir yönetime sahip olmaması durumunda başarısızlığa çok çabuk düşebilecekleri, başarısız

işletmelerin ise eğer yasal olarak iflasa düşmemişlerse daha etkin bir yönetimle mali başarıya ulaşabilecekleri sonucuna varılmıştır.

Esenbel vd.'nin (2001) çalışmalarında, İMKB'ye kote edilmiş dokuma, giyim eşyası ve deri sektöründe faaliyet gösteren firmaların 2000 yılına ait aylık verilerini kullanarak likidite ve karlılık oranlarına bağlı performanslarının etkinliğini incelemiştir. Çalışmanın sonucunda, 6 firmanın görece olarak etkin olduğu ve bu etkin şirketlerin sektörde önde gelen firmalar olduğu tespit edilmiştir.

Karagül ve Özdemir (2009) çalışmalarında BİST'te işlem gören tekstil işletmelerinin 1992-2003 dönemine ait mali tablolarından hesaplanan finansal oranları Diskriminant Analizi yöntemiyle incelemiş ve finans piyasaları kaynaklı şoklarının tekstil sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin özellikle karlılıklarında ve verimliliklerinde önemli bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Emir, Arslantürk ve Sevim (2011) çalışmalarında, İMKB'de işlem gören firmaları (23 adet gıda firması ve 28 adet tekstil) kriz yılı, kriz öncesi (2004-2007) ve kriz sonrası (2009-2010) dönemleri olarak finansal oranları Bağımlı Örneklem T-Test yöntemi kullanarak incelemiştir. Yapılan analiz sonucunda, tekstil sektöründe likidite oranları, faaliyet oranları, karlılık oranları ve mali yapı oranları bakımından genel olarak olumsuz yönde değişimler yaşandığı, gıda sektöründe ise başta likidite oranları olmak üzere belirli oranlarda kriz yılında yaşanan düşüşlerin kriz sonrasında genel olarak kriz öncesi trendi yakaladığı görülmüştür.

Bağcı (2015) çalışmasında Türkiye'deki tekstil ve hazır giyim sektörünü, 2008-2013 dönemine ait finansal oranları Z score modeli yöntemiyle incelemiş ve çalışma sonucunda, Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren firmaların finansal durumlarının iyi olmadığı ve yüksek risk altında oldukları tespit edilmiştir.

3. Araştırmanın Metodolojisi

3.1. Araştırmanın Kapsamı ve Amacı

Araştırmanın kapsamı, 2010-2015 döneminde hisse senetleri (BİST)'te işlem gören ve tekstil sektöründe faaliyette bulunan 23 şirket ve bu şirketlere ait mali tablolardan elde edilen verilerden oluşmaktadır. Çalışmada kullanılan veriler, BİST ve Kamu Aydınlatma Platformu (KAP) sitelerinden elde edilmiştir. Çalışmaya dahil edilen şirketler EK 1'de yer almaktadır.

Çalışmada kullanılan finansal oranlar, işletmelerin likidite durumu ve karlılık durumu hakkında bilgi verebilecek nitelikteki oranlar arasından seçilmiştir. Bu finansal oranların belirlenmesinde ulusal ve uluslararası çalışmalarda kullanılan oranlar dikkate alınmıştır. Çalışmada kullanılan finansal oranlar Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Çalışmada kullanılan oranlar

	Oranlar	Sembol	Ağırlık
Likidite Oranları	Cari oran	C.O.	0.1
	Likidite oranı	L.O.	0.1
Faaliyet Oranları	Alacak devir hızı	Al.D.H.	0.1
	Stok devir hızı	S.D.V.	0.1
	Aktif devir hızı	Ak.D.H.	0.1
	Maddi duran varlık devir hızı	M.D.V.D.H.	0.1
Mali yapı Oranı	Toplam Borç / Toplam Aktif	T.B./T.A.	0.1
Karlılık Oranları	Özsermaye kârlılığı	Ö.K.	0.1
	Aktif kârlılığı	A.K.	0.1
	Net kâr marjı	N.K.M.	0.1
	Toplam		1

Araştırmanın amacı, hisse senetleri Borsa İstanbul'da (BIST) işlem gören 23 tekstil şirketinin 2010-2015 yılları arasında, finansal performans ölçümü için belirlenen değişkenler doğrultusunda TOPSIS ve MOORA yöntemleri kullanılarak başarı puanlarına ulaşmak ve şirketleri performanslarına göre sıralayabilmektir.

3.2. Araştırmanın Veri Seti ve Yöntemi

Araştırmada, 2010-2015 yılları arasında hisse senetleri (BIST)'te işlem gören 23 şirketin performanslarının değerlendirilmesi için TOPSIS ve MOORA çok kriterli karar verme yöntemleri kullanılmıştır.

TOPSIS Yöntemi

TOPSIS çok kriterli karar verme yöntemlerinden birisidir. TOPSIS yönteminin temeli pozitif ideal çözüme en yakın mesafe ve negatif ideal çözüme en uzak mesafedeki alternatifin seçilmesidir (Yayar ve Baykara, 2012:32)

TOPSIS yöntemi 6 aşamadan oluşmaktadır ve söz konusu adımlar aşağıda verilmiştir (Uygurtürk, Korkmaz, 2012; Özgüven, 2011; Bülbül, Köse, 2011);

1. Karar Matrisinin Oluşturulması

Karar matrisinin oluşturulması TOPSIS yönteminin ilk aşamasıdır. Karar matrisinin satırlarında karar noktaları, sütunlarda ise değerlendirme faktörleri yer alır. A başlangıç

matrisinde m karar noktası sayısını, n değerlendirme faktörü sayısını göstermektedir. A başlangıç matrisi aşağıdaki gibi gösterilmektedir:

$$\begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2n} \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \cdot & \cdot \\ a_{m1} & a_{m2} & \dots & a_{mn} \end{bmatrix}$$

2. Normalize Matrisinin Oluşturulması

A başlangıç matrisi ve aşağıdaki formül kullanılarak normalize edilmiş karar matrisi oluşturulur.

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

Formülde yer alan r değeri kriter sayısını, m değeri alternatif sayısını ifade eder.

3. Ağırlıklandırılmış Normalize Karar Matrisinin Oluşturulması

Normalize edilmiş karar matrisi ile değerlendirme faktörlerine ilişkin ağırlık değerleri (w_j) çarpılarak ağırlıklandırılmış normalize karar matrisi oluşturulur.

$$\sum_{j=1}^n w_j = 1$$

4. İdeal ve Negatif İdeal Çözümlerin Oluşturulması

Ağırlıklandırılmış normalize karar matrisi (V) sütun değerlerinin en büyükleri seçilerek ideal çözüm değerleri oluşturulur.

$$A^+ = \{ (\max y_{ij} | j \in J), (\min y_{ij} | j \in J^c) \}$$

Ağırlıklandırılmış normalize karar matrisi (V) sütun değerlerinin en küçükleri seçilerek negatif ideal çözüm değerleri oluşturulur.

$$A^- = \{ (\min v_{ij} | j \in J), (\max v_{ij} | j \in J^c) \}$$

5. İdeal ve İdeal Olmayan Noktalara Olan Uzaklık Değerlerinin Hesaplanması

Pozitif ideal ayırım (S_i^+) ve negatif ideal ayırım (S_i^-) ölçüsü aşağıdaki formüller kullanılarak hesaplanır.

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

6. İdeal Çözüme Göreli Yakınlığın Hesaplanması

Karar noktalarının ideal çözüme göreli yakınlığının (C_i^+) hesaplanmasında ideal ve negatif ideal ayırım ölçülerinden yararlanılmaktadır. İdeal çözüme göreli yakınlık değeri aşağıdaki formüller kullanılarak hesaplanır.

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

Burada C_i^+ değeri $0 < C_i^+ < 1$ aralığında değer alır ve $C_i^+ = 1$ karar noktasının ideal çözüme $C_i^+ = 0$ ise karar noktasının negatif ideal çözüme mutlak yakınlığını gösterir.

MOORA-Oran Yöntemi

Çok kriterli karar verme yöntemlerinden bir diğeri olan MOORA-oran yöntemi 3 adımda aşağıdaki gibi açıklanmıştır (Brauers , Zavadskas, 2006; Ersöz, Atav, 2011; Özbek, Erol, 2016; Yıldırım, Önay; 2013; Şimşek, Çatır, Ömürbek, 2015);

1. Adım: Amaç ve yanıt değerlerinin bulunması.

Bu yönteme göre öncelikle farklı amaçlar için elde edilen farklı alternatif yanıtları içeren bir matris hazırlanır. Bu matris x_{ij} olarak adlandırılır. Burada $i = 1,2,3,\dots,n$ amaçları, $j = 1,2,3,\dots,m$ alternatifleri göstermek üzere x_{ij} , i amacına verilen alternatif j yanıtını göstermektedir. m alternatif yanıtların, n ise amaçların sayısını ifade eder.

2. Adım: Matrisin normalleştirilmesi.

Aşağıdaki eşitlik kullanılarak matris normalleştirilmiş olur. Payda da her bir amaç için alternatiflerin kareleri toplamının kare kökü alınmaktadır.

$$N^{x_{ij}} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{j=1}^m x_{ij}^2}}$$

m alternatiflerin, n amaçların sayısını göstermek üzere x_{ij} , i amacına verilen j alternatif yanıtını göstermektedir. Burada $i = 1,2,3,\dots,n$ amaçları, $j = 1,2,3,\dots,m$ alternatifleri belirtmektedir.

$N^{x_{ij}}$, i amacına verilen alternatif j yanıtının normalize edilmiş değerini ifade etmektedir ve boyutsuz bir sayıdır.

3. Adım: Normalleştirilmiş maksimizasyon değerlerinin toplamından minimizasyon performans değerlerinin toplamını çıkartma.

Optimizasyon için, maksimizasyon performans değerleri toplamından minimizasyon performans değerleri toplamı çıkartılmaktadır. Bu hesaplamayı aşağıdaki gibi yaparız:

$$Ny_j = \sum_{i=1}^{i=g} N^{x_{ij}} - \sum_{i=g+1}^{i=n} N^{x_{ij}}$$

$i = 1, 2, 3, \dots, g$ olmak üzere maksimize edilecek amaçların sayısını, $i = g + 1, g + 2, \dots, n$ olmak üzere minimize edilecek amaçların sayısını, Ny_j ise bütün amaçlar için alternatif j 'lerin normalize edilmiş değerini ifade etmektedir. Ny_j sıra sayısı, nihai seçimi göstermektedir ve büyükten küçüğe sıralandığında birinci seçeneğin en uygun seçenek olduğunu gösterir.

4. Araştırmanın Bulguları ve Analizi

Araştırmaya dahil edilen 23 şirketin, 2010-2015 yılları arasında finansal performanslarının TOPSIS ve MOORA yöntemleri ile ölçülmesinde kullanılan 10 kriter aracılığıyla analiz gerçekleştirilmiş ve şirketlerin performanslarına yönelik puanlar belirlenmiştir.

4.1. TOPSIS Yönteminin Uygulanması

Araştırma 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 ve 2015 yıllarını kapsamaktadır ve örnek olarak 2010 yılına ait TOPSIS uygulamasına yer verilmiştir.

1. Adım: Karar matrisinin satırlarında üstünlükleri sıralanmak istenen karar noktaları, sütunlarında ise karar vermede kullanılacak değerlendirme faktörleri yer almaktadır. Çalışmada 23 karar noktası (işletmeler) ve 10 değerlendirme faktörü (finansal oranlar) bulunmaktadır. Öncelikle TOPSIS yöntemi için (23x10) boyutlu Standart Karar Matrisi oluşturulmuştur. Buna göre çalışmaya konu olan işletmelere ait 2010 yılı karar matrisi Tablo 2'deki gibidir.

Tablo 2: 2010 Yılı Karar Matrisi

Şirketler	C.O.	L.O.	Al.D.H.	S.D.H.	Ak.D.H.	M.D.V.D.H.	T.B/T.A.	Ö.K.	A.K.	N.K.M.
ATEKS	1.514	0.739	5.419	3.94	0.602	1.204	0.213	-0.065	-0.05	-0.085
ARSAN	0.683	0.326	5.772	3.839	0.514	1.48	0.472	-0.242	-0.13	-0.249
BLCYT	3.231	2.674	2.021	10.68	0.326	0.675	0.11	0.083	0.074	0.227
BRKO	1.254	0.633	3.042	2.833	0.76	2.148	0.59	-0.008	-0	-0.004
BRMEN	0.638	0.37	4.036	3.779	0.43	0.565	0.618	-0.085	-0.03	-0.076
BISAS	0.152	0.128	4.85	21.59	0.606	1.749	1.153	1.097	-0.17	-0.277
BOSSA	1.801	1.138	3.759	3.254	0.727	1.974	0.341	0.015	0.01	0.014
DAGI	1.489	0.929	7.892	2.126	0.818	2.338	0.432	0.133	0.076	0.092
DERIM	1.249	1.144	1.92	13.06	1.454	30.99	0.761	0.094	0.022	0.015
DESA	1.744	0.341	9.648	1.229	1.112	5.679	0.505	0.01	0.005	0.004
DIRIT	1.394	0.501	2.426	0.917	0.374	1.327	0.444	0.015	0.009	0.023
ESEMS	0.692	0.665	4.854	12.71	0.24	0.48	0.995	42.93	0.224	0.933
HATEK	1.388	0.56	7.085	2.45	0.378	0.637	0.309	0.014	0.01	0.026
KRTEK	1.863	1.424	2.716	5.953	0.898	2.113	0.408	0.017	0.01	0.011
KORDS	2.061	1.106	6.337	4.606	0.949	1.847	0.319	0.055	0.037	0.039
LUKSK	1.491	1.136	2.369	3.829	0.241	0.826	0.302	0.005	0.004	0.015
MNDRS	1.374	0.936	11.55	4.875	0.832	3.403	0.37	0.047	0.03	0.036
MEMSA	1.69	1.602	0.143	1.961	0.032	0.057	0.374	0.046	0.029	0.915
DMISH	0.73	0.572	1.631	2.796	0.341	0.871	0.681	-0.41	-0.13	-0.383
SKTAS	1.354	0.825	5.56	3.401	0.507	0.869	0.563	0.071	0.031	0.061
SNPAM	10.76	9.021	3.697	3.827	0.298	2.361	0.036	-0.015	-0.01	-0.049
YATAS	1.158	0.675	2.778	2.279	0.756	2.14	0.728	0.014	0.004	0.005
YUNSA	1.096	0.648	3.016	3.219	1.093	3.706	0.651	0.104	0.036	0.033

2. Adım: Karar matrisindeki kriterlere ait puanların kareleri toplamının karekökü alınarak oluşturulan normalize edilmiş karar matrisi Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3: 2010 Yılı Normalizasyon Matrisi

Şirketler	C.O.	L.O.	Al.D.H.	S.D.H.	Ak.D.H.	M.D.V.D.H.	T.B/T.A.	Ö.K.	A.K.	N.K.M.
ATEKS	0.118	0.072	0.218	0.117	0.178	0.037	0.08	-0	-0.14	-0.06
ARSAN	0.053	0.032	0.232	0.114	0.152	0.045	0.177	-0.01	-0.35	-0.17
BLCYT	0.252	0.262	0.081	0.317	0.096	0.021	0.041	0.002	0.203	0.157
BRKO	0.098	0.062	0.122	0.084	0.225	0.066	0.221	-0	-0.01	-0
BRMEN	0.05	0.036	0.162	0.112	0.127	0.017	0.232	-0	-0.09	-0.05
BISAS	0.012	0.012	0.195	0.64	0.179	0.054	0.432	0.026	-0.46	-0.19
BOSSA	0.14	0.111	0.151	0.097	0.215	0.061	0.128	0.004	0.027	0.009
DAGI	0.116	0.091	0.317	0.063	0.242	0.072	0.162	0.003	0.207	0.064
DERIM	0.097	0.112	0.077	0.387	0.43	0.951	0.285	0.002	0.061	0.011
DESA	0.136	0.033	0.388	0.036	0.329	0.174	0.189	0.002	0.013	0.003
DIRIT	0.109	0.049	0.097	0.027	0.11	0.041	0.166	0.004	0.023	0.016
ESEMS	0.054	0.065	0.195	0.377	0.071	0.015	0.373	1	0.613	0.647
HATEK	0.108	0.055	0.285	0.073	0.112	0.02	0.116	0.003	0.027	0.018
KRTEK	0.145	0.14	0.109	0.177	0.266	0.065	0.153	0.004	0.027	0.008
KORDS	0.16	0.108	0.255	0.137	0.281	0.057	0.119	0.001	0.102	0.027
LUKSK	0.116	0.111	0.095	0.114	0.071	0.025	0.113	0.001	0.01	0.01
MNDRS	0.107	0.092	0.464	0.145	0.246	0.104	0.138	0.001	0.081	0.025
MEMSA	0.132	0.157	0.006	0.058	0.009	0.002	0.14	0.001	0.08	0.635
DMISH	0.057	0.056	0.066	0.083	0.101	0.027	0.255	-0.01	-0.36	-0.27
SKTAS	0.105	0.081	0.223	0.101	0.15	0.027	0.211	0.002	0.085	0.042
SNPAM	0.838	0.884	0.149	0.114	0.088	0.072	0.014	-0	-0.04	-0.03
YATAS	0.09	0.066	0.112	0.068	0.223	0.066	0.273	0.003	0.011	0.004
YUNSA	0.085	0.063	0.121	0.095	0.323	0.114	0.244	0.002	0.1	0.023

3. Adım: Normalize edilmiş karar matrisinin değerleri, kriterlere verilen önemler doğrultusunda ağırlıklandırılmaktadır. Analizde belirlenen 10 kriter de 0.1 ile eşit şekilde ağırlıklandırılmıştır. Ağırlıklandırılmış Normalize Karar Matrisi Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: 2010 Yılı Ağırlıklandırılmış Normalize Karar Matrisi

Şirketler	Ağırlıklar									
	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
	C.O.	L.O.	A.I.D.H.	S.D.H.	Ak.D.H.	M.D.V.D.H.	T.B/T.A.	Ö.K.	A.K.	N.K.M.
ATEKS	0.012	0.007	0.022	0.012	0.018	0.004	0.008	-0	-0.01	-0.01
ARSAN	0.005	0.003	0.023	0.011	0.015	0.005	0.018	-0	-0.04	-0.02
BLCYT	0.025	0.026	0.008	0.032	0.01	0.002	0.004	0.002	0.02	0.016
BRKO	0.01	0.006	0.012	0.008	0.022	0.007	0.022	-0	-0	-0
BRMEN	0.005	0.004	0.016	0.011	0.013	0.002	0.023	-0	-0.01	-0.01
BISAS	0.001	0.001	0.019	0.064	0.018	0.005	0.043	0.003	-0.05	-0.02
BOSSA	0.014	0.011	0.015	0.01	0.022	0.006	0.013	0.04	0.003	0.04
DAGI	0.012	0.009	0.032	0.006	0.024	0.007	0.016	0.001	0.021	0.006
DERIM	0.01	0.011	0.008	0.039	0.043	0.095	0.028	0.002	0.006	0.001
DESA	0.014	0.003	0.039	0.004	0.033	0.017	0.019	0.002	0.001	0.4
DIRIT	0.011	0.005	0.01	0.003	0.011	0.004	0.017	0.04	0.002	0.002
ESEMS	0.005	0.007	0.02	0.038	0.007	0.001	0.037	0.1	0.061	0.065
HATEK	0.011	0.005	0.028	0.007	0.011	0.002	0.012	0.03	0.003	0.002
KRTEK	0.015	0.014	0.011	0.018	0.027	0.006	0.015	0.04	0.003	0.04
KORDS	0.016	0.011	0.025	0.014	0.028	0.006	0.012	0.01	0.01	0.003
LUKSK	0.012	0.011	0.01	0.011	0.007	0.003	0.011	0.01	0.03	0.001
MNDRS	0.011	0.009	0.046	0.014	0.025	0.01	0.014	0.04	0.008	0.002
MEMSA	0.013	0.016	0.064	0.006	0.49	0.04	0.014	0.04	0.008	0.064
DMISH	0.006	0.006	0.007	0.008	0.01	0.003	0.026	-0	-0.04	-0.03
SKTAS	0.011	0.008	0.022	0.01	0.015	0.003	0.021	0.02	0.009	0.004
SNPAM	0.084	0.088	0.015	0.011	0.009	0.007	0.001	-0	-0	-0
YATAS	0.009	0.007	0.011	0.007	0.022	0.007	0.027	0.03	0.001	0.04
YUNSA	0.009	0.006	0.012	0.01	0.032	0.011	0.024	0.02	0.01	0.002

4. Adım: Ağırlıklandırılmış karar matrisinde her bir kolonda maksimum ve minimum değerler seçilerek A^* ve A^- kümeleri oluşturulur.

$$A^* = \{0.0843, 0.0887, 0.0465, 0.0641, 0.0432, 0.0950, 0.0434, 0.1140, 0.0610, 0.0655\}$$

$$A^- = \{0.0012, 0.0012, 0.0060, 0.0027, 0.0064, 0.0017, 0.0014, -0.0012, -0.046, -0.27\}$$

5. Adım: Ağırlıklandırılmış normalize edilmiş karar matrisindeki değerlerden ideal ve negatif ideal değerler çıkarılarak pozitif ve negatif ideal çözüme uzaklık değerleri belirlenir. 2010 Yılı İdeal Uzaklık değerleri Tablo 5'de gösterilmektedir.

Tablo 5: 2010 Yılı İdeal Uzaklık

Şirketler	C.O.	L.O.	Al.D.H.	S.D.H.	Ak.D.H.	M.D.V.D.H.	T.B/T.A.	Ö.K.	A.K.	N.K.M.
ATEKS	0.005	0.007	0.04	0.003	0.006	0.008	0.001	0.01	0.006	0.005
ARSAN	0.006	0.007	0.04	0.003	0.004	0.008	0.004	0.01	0.009	0.007
BLCYT	0.003	0.004	0.001	0.001	0.001	0.009	0.002	0.01	0.002	0.002
BRKO	0.005	0.007	0.001	0.003	0.004	0.008	0.004	0.01	0.004	0.004
BRMEN	0.006	0.007	0.04	0.003	0.001	0.009	0.004	0.01	0.005	0.005
BISAS	0.007	0.008	0.01	0	0.001	0.008	0	0.009	0.012	0.007
BOSSA	0.005	0.006	0.001	0.003	0.004	0.008	0.004	0.01	0.003	0.004
DAGI	0.005	0.006	0.002	0.003	0.004	0.008	0.004	0.01	0.002	0.003
DERIM	0.005	0.006	0.001	0.004	0	0	0.001	0.01	0.003	0.004
DESA	0.005	0.007	0.004	0.004	0.001	0.006	0.001	0.01	0.004	0.004
DIRIT	0.005	0.007	0.001	0.004	0.001	0.008	0.004	0.01	0.003	0.004
ESEMS	0.006	0.007	0.004	0.004	0.001	0.009	0.001	0	0	0
HATEK	0.005	0.007	0.003	0.003	0.001	0.009	0.001	0.01	0.003	0.004
KRTEK	0.005	0.006	0.001	0.002	0.004	0.008	0.004	0.01	0.003	0.004
KORDS	0.005	0.006	0.004	0.003	0.002	0.008	0.003	0.01	0.003	0.004
LUKSK	0.005	0.006	0.001	0.003	0.001	0.009	0.001	0.01	0.004	0.004
MNDRS	0.005	0.006	0	0.002	0.003	0.007	0.004	0.01	0.003	0.004
MEMSA	0.005	0.005	0.002	0.003	0.002	0.009	0.004	0.01	0.003	0.06
DMISH	0.006	0.007	0.002	0.003	0.001	0.009	0.003	0.01	0.009	0.008
SKTAS	0.005	0.006	0.004	0.003	0.004	0.009	0.003	0.01	0.003	0.004
SNPAM	0	0	0.003	0.003	0.001	0.008	0.002	0.01	0.004	0.005
YATAS	0.006	0.007	0.001	0.003	0.004	0.008	0.004	0.01	0.004	0.004
YUNSA	0.006	0.007	0.001	0.003	0.001	0.007	0.004	0.01	0.003	0.004

2010 yılında TOPSIS yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda ideal uzaklık değeri en yüksek olan şirket Esem Spor Giyim Sanayi Tic. A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş., Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş, Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Bilici Yatırım Sanayi Ve Ticaret A.Ş. takip etmiştir. Tablo 6'de 2010 Yılı Negatif İdeal Uzaklık değerleri gösterilmektedir.

Tablo 6: 2010 Yılı Negatif İdeal Uzaklık

Şirketler	C.O.	L.O.	Al.D.H.	S.D.H.	Ak.D.H.	M.D.V.D.H.	T.B/T.A.	Ö.K.	A.K.	N.K.M.
ATEKS	0.001	0.004	0.004	0.002	0.004	0.005	0.005	0.006	0.001	0.004
ARSAN	0.002	0.004	0.004	0.005	0.004	0.005	0.004	0.007	0.001	0.005
BLCYT	0.004	0.001	0.005	0.004	0.005	0.006	0.006	0.006	0.004	0.002
BRKO	0.004	0.005	0.001	0.005	0.004	0.005	0.004	0.007	0.002	0.004
BRMEN	0.001	0.006	0.002	0.005	0.004	0.006	0.004	0.007	0.001	0.004
BISAS	0	0	0.004	0.004	0.004	0.005	0.002	0.005	0	0.005
BOSSA	0.002	0.04	0.004	0.005	0.004	0.005	0.004	0.006	0.002	0.004
DAGI	0.001	0.004	0.003	0.005	0.004	0.005	0.004	0.006	0.004	0.001
DERIM	0.005	0.001	0.005	0.001	0.002	0.009	0.004	0.001	0.003	0.001
DESA	0.004	0.004	0.001	0.007	0.001	0.004	0.003	0.001	0.002	0.004
DIRIT	0.005	0.001	0.005	0	0.004	0.005	0.002	0.01	0.002	0.004
ESEMS	0.005	0.001	0.004	0.001	0.005	0.006	0.001	0.01	0.012	0.008
HATEK	0.004	0.005	0.004	0.005	0.004	0.006	0.001	0.006	0.002	0.008
KRTEK	0.004	0.002	0.004	0.004	0.004	0.005	0.001	0.006	0.002	0.007
KORDS	0.002	0.005	0.006	0.004	0.004	0.005	0.003	0.006	0.003	0.007
LUKSK	0.001	0.001	0.003	0.005	0.005	0.006	0.001	0.007	0.002	0.008
MNDRS	0.005	0.005	0.002	0.004	0.004	0.004	0.002	0.006	0.003	0.008
MEMSA	0.004	0.002	0	0.005	0	0	0.002	0.006	0.003	0.008
DMISH	0.002	0.005	0.004	0.005	0.005	0.006	0.006	0	0.004	0
SKTAS	0.005	0.005	0.004	0.005	0.004	0.006	0.004	0.006	0.003	0.008
SNPAM	0.007	0.008	0.004	0.005	0.005	0.005	0	0.007	0.002	0.005
YATAS	0.005	0.005	0.001	0.005	0.004	0.005	0.007	0.006	0.002	0.004
YUNSA	0.005	0.003	0.001	0.005	0.003	0.004	0.005	0.006	0.003	0.004

2010 yılında TOPSIS yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda negatif ideal uzaklık değerleri en yüksek olan şirketler ise sırasıyla Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Arsan Tekstil Ticaret Ve Sanayi A.Ş., Akın Tekstil A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş. ve Lüks Kadife Tic. Ve Sanayi A.Ş. olarak tespit edilmiştir.

6. Adım: Negatif ideal çözüm değeri, kendi değeri ve aynı alternatifin pozitif ideal çözüm değerinin her bir alternatif değeri için toplamına bölünmesiyle bulunmuştur. Tablo 7'de 2010 Yılı Sonuç Tablosu gösterilmiştir.

Tablo 7: 2010 Yılı Sonuç Tablosu

ŞİRKETLER	S+	S-	C	
ATEKS	0.215	0.05	0.188	21
ARSAN	0.229	0.036	0.136	22
BLCYT	0.187	0.091	0.328	5
BRKO	0.208	0.063	0.231	17
BRMEN	0.217	0.053	0.196	20
BISAS	0.228	0.079	0.258	12
BOSSA	0.204	0.065	0.242	14
DAGI	0.197	0.087	0.305	6
DERIM	0.176	0.129	0.423	2
DESA	0.201	0.079	0.282	8
DIRIT	0.212	0.061	0.222	18
ESEMS	0.156	0.182	0.538	1
HATEK	0.209	0.066	0.239	16
KRTEK	0.2	0.068	0.254	13
KORDS	0.198	0.077	0.28	9
LUKSK	0.209	0.059	0.22	19
MNDRS	0.198	0.084	0.297	7
MEMSA	0.201	0.107	0.349	4
DMISH	0.236	0.03	0.112	23
SKTAS	0.204	0.072	0.261	11
SNPAM	0.182	0.131	0.418	3
YATAS	0.208	0.066	0.241	15
YUNSA	0.201	0.077	0.276	10

2010 yılında TOPSIS yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Esem Spor Giyim Sanayi Tic. A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş., Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş, Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Bilici Yatırım Sanayi Ve Ticaret A.Ş. takip etmiştir. Aynı yıl içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise sırasıyla Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Arsan Tekstil Ticaret Ve Sanayi A.Ş., Akın Tekstil A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş. ve Lüks Kadife Tic. Ve Sanayi A.Ş. olarak tespit edilmiştir.

4.2. MOORA Yönteminin Uygulaması

Araştırma 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 ve 2015 yıllarını kapsamaktadır ve örnek olarak 2010 yılına ait MOORA uygulamasına yer verilmiştir.

1. Adım: Çalışmada 23 karar noktası (işletmeler) ve 10 değerlendirme faktörü (finansal oranlar) bulunmaktadır. Öncelikle MOORA yöntemi için (23x10) boyutlu Standart Karar Matrisi oluşturulmuştur. Buna göre çalışmaya konu olan işletmelere ait 2010 yılı karar matrisi Tablo 8'de ki gibidir.

Tablo 8: 2010 Yılı Karar Matrisi

Şirketler	C.O.	L.O.	Al.D.H.	S.D.H.	Ak.D.H.	M.D.V.D.H.	T.B/T.A.	Ö.K.	A.K.	N.K.M.
ATEKS	1.514	0.739	5.419	3.94	0.602	1.204	0.213	-0.065	-0.05	-0.085
ARSAN	0.683	0.326	5.772	3.839	0.514	1.48	0.472	-0.242	-0.13	-0.249
BLCYT	3.231	2.674	2.021	10.68	0.326	0.675	0.11	0.083	0.074	0.227
BRKO	1.254	0.633	3.042	2.833	0.76	2.148	0.59	-0.008	-0	-0.004
BRMEN	0.638	0.37	4.036	3.779	0.43	0.565	0.618	-0.085	-0.03	-0.076
BISAS	0.152	0.128	4.85	21.59	0.606	1.749	1.153	1.097	-0.17	-0.277
BOSSA	1.801	1.138	3.759	3.254	0.727	1.974	0.341	0.015	0.01	0.014
DAGI	1.489	0.929	7.892	2.126	0.818	2.338	0.432	0.133	0.076	0.092
DERIM	1.249	1.144	1.92	13.06	1.454	30.99	0.761	0.094	0.022	0.015
DESA	1.744	0.341	9.648	1.229	1.112	5.679	0.505	0.01	0.005	0.004
DIRIT	1.394	0.501	2.426	0.917	0.374	1.327	0.444	0.015	0.009	0.023
ESEMS	0.692	0.665	4.854	12.71	0.24	0.48	0.995	42.93	0.224	0.933
HATEK	1.388	0.56	7.085	2.45	0.378	0.637	0.309	0.014	0.01	0.026
KRTEK	1.863	1.424	2.716	5.953	0.898	2.113	0.408	0.017	0.01	0.011
KORDS	2.061	1.106	6.337	4.606	0.949	1.847	0.319	0.055	0.037	0.039
LUKSK	1.491	1.136	2.369	3.829	0.241	0.826	0.302	0.005	0.004	0.015
MNDRS	1.374	0.936	11.55	4.875	0.832	3.403	0.37	0.047	0.03	0.036
MEMSA	1.69	1.602	0.143	1.961	0.032	0.057	0.374	0.046	0.029	0.915
DMISH	0.73	0.572	1.631	2.796	0.341	0.871	0.681	-0.41	-0.13	-0.383
SKTAS	1.354	0.825	5.56	3.401	0.507	0.869	0.563	0.071	0.031	0.061
SNPAM	10.76	9.021	3.697	3.827	0.298	2.361	0.036	-0.015	-0.01	-0.049
YATAS	1.158	0.675	2.778	2.279	0.756	2.14	0.728	0.014	0.004	0.005
YUNSA	1.096	0.648	3.016	3.219	1.093	3.706	0.651	0.104	0.036	0.033

3. Adım: Karar matrisindeki kriterlere ait puanların kareleri toplamının karekökü alınarak oluşturulan normalize edilmiş karar matrisi Tablo 9'da gösterilmektedir.

Tablo 9: 2010 Yılı Normalizasyon Matrisi

Şirketler	C.O.	L.O.	Al.D.H.	S.D.H.	Ak.D.H.	M.D.V.D.H.	T.B/T.A.	Ö.K.	A.K.	N.K.M.
ATEKS	0.118	0.072	0.218	0.117	0.178	0.037	0.08	-0	-0.14	-0.06
ARSAN	0.053	0.032	0.232	0.114	0.152	0.045	0.177	-0.01	-0.35	-0.17
BLCYT	0.252	0.262	0.081	0.317	0.096	0.021	0.041	0.002	0.203	0.157
BRKO	0.098	0.062	0.122	0.084	0.225	0.066	0.221	-0	-0.01	-0
BRMEN	0.05	0.036	0.162	0.112	0.127	0.017	0.232	-0	-0.09	-0.05
BISAS	0.012	0.012	0.195	0.64	0.179	0.054	0.432	0.026	-0.46	-0.19
BOSSA	0.14	0.111	0.151	0.097	0.215	0.061	0.128	0.004	0.027	0.009
DAGI	0.116	0.091	0.317	0.063	0.242	0.072	0.162	0.003	0.207	0.064
DERIM	0.097	0.112	0.077	0.387	0.43	0.951	0.285	0.002	0.061	0.011
DESA	0.136	0.033	0.388	0.036	0.329	0.174	0.189	0.002	0.013	0.003
DIRIT	0.109	0.049	0.097	0.027	0.11	0.041	0.166	0.004	0.023	0.016
ESEMS	0.054	0.065	0.195	0.377	0.071	0.015	0.373	1	0.613	0.647
HATEK	0.108	0.055	0.285	0.073	0.112	0.02	0.116	0.003	0.027	0.018
KRTEK	0.145	0.14	0.109	0.177	0.266	0.065	0.153	0.004	0.027	0.008
KORDS	0.16	0.108	0.255	0.137	0.281	0.057	0.119	0.001	0.102	0.027
LUKSK	0.116	0.111	0.095	0.114	0.071	0.025	0.113	0.001	0.01	0.01
MNDRS	0.107	0.092	0.464	0.145	0.246	0.104	0.138	0.001	0.081	0.025
MEMSA	0.132	0.157	0.006	0.058	0.009	0.002	0.14	0.001	0.08	0.635
DMISH	0.057	0.056	0.066	0.083	0.101	0.027	0.255	-0.01	-0.36	-0.27
SKTAS	0.105	0.081	0.223	0.101	0.15	0.027	0.211	0.002	0.085	0.042
SNPAM	0.838	0.884	0.149	0.114	0.088	0.072	0.014	-0	-0.04	-0.03
YATAS	0.09	0.066	0.112	0.068	0.223	0.066	0.273	0.003	0.011	0.004
YUNSA	0.085	0.063	0.121	0.095	0.323	0.114	0.244	0.002	0.1	0.023

3. Adım: Normalize edilmiş karar matrisinin değerleri, kriterlere verilen önemler doğrultusunda ağırlıklandırılmaktadır. Analizde belirlenen 10 kriter de 0.1 ile eşit şekilde ağırlıklandırılmıştır. Ağırlıklandırılmış Normalize Karar Matrisi Tablo 10'da ve MOORA metodunun oran sistemi yaklaşımına dayanan optimizasyonu Tablo 11'de gösterilmiştir.

Tablo 10: 2010 Yılı MOORA-Oran Metodunun Hesaplanması

Sirketler	Toplam	Sıra
ATEKS	0.619	20
ARSAN	0.276	22
BLCYT	1.432	4
BRKO	0.865	16
BRMEN	0.592	21
BISAS	0.898	15
BOSSA	0.94	13
DAGI	1.337	6
DERIM	2.414	2
DESA	1.302	7
DIRIT	0.639	19
ESEMS	3.409	1
HATEK	0.813	17
KRTEK	1.089	11
KORDS	1.247	8
LUKSK	0.666	18
MNDRS	1.403	5
MEMSA	1.219	9
DMISH	0.01	23
SKTAS	1.027	12
SNPAM	2.084	3
YATAS	0.912	14
YUNSA	1.171	10

2010 yılında MOORA yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Esem Spor Giyim Sanayi Tic. A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş., Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş, Bilici Yatırım Sanayi Ve Ticaret A.Ş. ve Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş takip etmiştir. Buna göre 2010 yılında TOPSIS yöntemine göre en iyi finansal performansına sahip olan bu şirketin MOORA yönteminde de üst sıralarda yer aldığını söylemek mümkündür. Aynı yıl içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise sırasıyla Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Arsan Tekstil Ticaret Ve Sanayi A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş., Akın Tekstil A.Ş. ve Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi olarak tespit edilmiştir.

Tablo 11'de 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 ve 2015 yıllarına ait hesaplanan MOORA ve TOPSIS sıralamaları gösterilmektedir.

Tablo 11: 2010-2015 Yılları MOORA ve TOPSIS Sıralamaları

Şirketler	2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	TOP SIS	MO ORA	TOP SIS	MO ORA	TOP SIS	MO ORA	TOP SIS	MO ORA	TOP SIS	MO ORA	TOP SIS	MO ORA
Ateks	21	20	18	15	12	15	17	18	4	18	3	7
Arsan	22	22	15	16	13	14	11	11	6	11	12	16
Blcyt	5	4	5	7	1	2	4	7	9	7	6	8
Brko	17	16	21	20	14	16	15	16	15	16	18	18
Brmen	20	21	22	22	20	20	14	15	16	15	21	20
Bısas	12	15	3	3	18	11	3	3	22	3	4	3
Bossa	14	13	10	11	9	10	10	12	14	12	11	14
Dagı	6	6	4	5	5	7	22	21	5	21	7	5
Derim	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2
Desa	8	7	6	4	6	3	7	5	7	5	5	4
Dırt	18	19	19	19	16	18	19	19	17	19	22	21
Esems	1	1	1	1	4	8	16	14	19	14	16	12
Hatek	16	17	17	17	19	19	13	13	13	13	13	13
Krtek	13	11	13	12	17	17	18	17	18	17	17	17
Kords	9	8	11	10	8	6	9	9	12	9	9	10
Lusk	19	18	16	18	11	12	8	8	11	8	14	15
Mndrs	7	5	7	6	10	9	6	6	8	6	15	11
Memsa	4	9	20	21	21	22	23	23	20	23	23	23
Dmısh	23	23	23	23	23	23	21	22	23	22	20	22
Sktas	11	12	12	13	22	21	20	20	21	20	19	19
Snpam	3	3	8	9	3	4	1	1	1	1	1	1
Yatas	15	14	14	14	15	13	12	10	10	10	8	6
Yunsa	10	10	9	8	7	5	5	4	3	4	10	9

Tablo 11'de görüldüğü üzere, 2010 yılında TOPSIS yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Esem Spor Giyim Sanayi Tic. A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş., Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş, Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Bilici Yatırım Sanayi Ve Ticaret A.Ş. takip etmiştir. Aynı yıl içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise sırasıyla Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Arsan Tekstil Ticaret Ve Sanayi A.Ş., Akın Tekstil A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi

A.Ş. ve Lüks Kadife Tic. Ve Sanayi A.Ş. olarak tespit edilmiştir. 2010 yılında MOORA yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Esem Spor Giyim Sanayi Tic. A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş., Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş, Bilici Yatırım Sanayi Ve Ticaret A.Ş. ve Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş takip etmiştir. Aynı yıl içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise sırasıyla Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Arsan Tekstil Ticaret Ve Sanayi A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş., Akın Tekstil A.Ş. ve Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi olarak tespit edilmiştir.

2011 yılı baz alınarak değerlendirme yapılacak olursa, TOPSIS yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Esem Spor Giyim Sanayi Tic. A.Ş.'dir. Ayrıca bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş., Bisaş Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş., Dağı Giyim Sanayi Ve Tic. Ve Bilici Yatırım Sanayi Ve Ticaret A.Ş. takip etmiştir. Aynı yıl içerisinde finansal performansı en düşük şirketler Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş., Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Birko Birleşik Koyunlular Mensucat Ticaret Ve Sanayi A.Ş., ve Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi Ve Tic.'dir. 2011 yılında MOORA yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Esem Spor Giyim Sanayi Tic. A.Ş.'dir. Bu şirketi, Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş., Bisaş Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş., Desa Deri Sanayi Tic. A.Ş. ve Dağı Giyim Sanayi Ve Tic. takip etmiştir. Aynı yıl içerisinde finansal performansı en düşük şirketler Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş., Birko Birleşik Koyunlular Mensucat Ticaret Ve Sanayi A.Ş., Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş. ve Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi Ve Tic.'dir.

2012 yılı değerlendirilecek olursa, TOPSIS yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Bilici Yatırım Sanayi Ve Ticaret A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş., Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş, Esem Spor Giyim Sanayi Tic. A.Ş ve Dağı Giyim Sanayi Ve Tic. A.Ş. takip etmiştir. 2012 yılı içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Söktaş Tekstil Sanayi Ve Tic.A.Ş., Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş. ve Hateks Hatay Tekstil İşl.A.Ş. takip etmektedir. 2012 yılında MOORA yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş.'dir. Bu şirketi Bilici Yatırım Sanayi Ve Ticaret A.Ş., Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş, Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş, ve Yünsa Yünlü Sanayi Tic.A.Ş takip etmiştir. 2012 yılı içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Söktaş Tekstil Sanayi Ve Tic.A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş. ve Hateks Hatay Tekstil İşl.A.Ş. takip etmektedir.

2013 yılında TOPSIS yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş.'dir. Bu şirketi

Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi, Bisaş Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş., Bilici Yatırım Sanayi Ve Ticaret A.Ş. ve Yünsa Yünlü Sanayi Tic.A.Ş. takip etmiştir. 2013 yılı içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Dağı Giyim Sanayi Ve Tic. A.Ş., Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş, Söktaş Tekstil Sanayi Ve Tic.A.Ş. ve Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi Ve Tic. A.Ş. takip etmiştir. 2013 yılında MOORA yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi, Bisaş Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş., Desa Deri Sanayi Tic. A.Ş.ve Yünsa Yünlü Sanayi Tic.A.Ş. takip etmiştir. 2013 yılı içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş, Dağı Giyim Sanayi Ve Tic. A.Ş., Söktaş Tekstil Sanayi Ve Tic.A.Ş. ve Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi Ve Tic. A.Ş. takip etmiştir.

2014 yılı baz alınarak değerlendirme yapılacak olursa, TOPSIS yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi, Yünsa Yünlü Sanayi Tic.A.Ş., Akın Tekstil A.Ş. ve Dağı Giyim Sanayi Ve Tic. A.Ş. takip etmiştir. 2014 yılı içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş, Bisaş Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş., Söktaş Tekstil Sanayi Ve Tic.A.Ş., Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş. ve Esem Spor Giyim Sanayi Tic.A.Ş. olarak tespit edilmiştir. 2014 yılında MOORA yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi, Bisaş Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş., Yünsa Yünlü Sanayi Tic.A.Ş. ve Desa Deri Sanayi Tic. A.Ş. takip etmiştir. 2014 yılı içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Dağı Giyim Sanayi Ve Tic. A.Ş., Söktaş Tekstil Sanayi Ve Tic.A.Ş. ve Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi Ve Tic. A.Ş. olarak tespit edilmiştir.

2015 yılı değerlendirilecek olursa, TOPSIS yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi, Akın Tekstil A.Ş., Bisaş Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş. ve Desa Deri Sanayi Tic. A.Ş. takip etmiştir. 2015 yılı içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi Ve Tic. A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş., Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş, ve Tekstil Sanayi Ve Tic. A.Ş. olarak tespit edilmiştir. 2015 yılında MOORA yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Pamuklu Sanayi A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi, Bisaş Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş., Desa Deri Sanayi Tic. A.Ş. ve Dağı Giyim Sanayi Ve Tic. A.Ş. takip etmiştir. 2015 yılı içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş, Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi Ve Tic. A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş. ve Söktaş Tekstil Sanayi Ve Tic.A.Ş olarak tespit edilmiştir.

SONUÇ

Bu araştırmada, 2010-2015 döneminde hisse senetleri (BIST)'te işlem gören ve tekstil sektöründe faaliyette bulunan 23 şirketin finansal performansları analiz edilmiştir. Araştırmada bu şirketlerin finansal performanslarının ölçümü için belirlenen değişkenler doğrultusunda TOPSIS ve MOORA yöntemleri kullanılarak başarı puanlarına ulaşılmış ve elde edilen başarı puanları ile şirketler performanslarına göre sıralanmıştır.

2010 yılında TOPSIS yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Esem Spor Giyim Sanayi Tic. A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş., Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş., Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Bilici Yatırım Sanayi Ve Ticaret A.Ş. takip etmiştir. Aynı yıl içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise sırasıyla Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Arsan Tekstil Ticaret Ve Sanayi A.Ş., Akın Tekstil A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş. ve Lüks Kadife Tic. Ve Sanayi A.Ş. olarak tespit edilmiştir. 2010 yılında MOORA yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Esem Spor Giyim Sanayi Tic. A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş., Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş., Bilici Yatırım Sanayi Ve Ticaret A.Ş. ve Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş. takip etmiştir. Aynı yıl içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise sırasıyla Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Arsan Tekstil Ticaret Ve Sanayi A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş., Akın Tekstil A.Ş. ve Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi olarak tespit edilmiştir.

2011 yılı baz alınarak değerlendirme yapılacak olursa, TOPSIS yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Esem Spor Giyim Sanayi Tic. A.Ş.'dir. Ayrıca bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş., Bisaş Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş., Dağı Giyim Sanayi Ve Tic. Ve Bilici Yatırım Sanayi Ve Ticaret A.Ş. takip etmiştir. Aynı yıl içerisinde finansal performansı en düşük şirketler Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş., Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Birko Birleşik Koyunlular Mensucat Ticaret Ve Sanayi A.Ş., ve Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi Ve Tic.'dir. 2011 yılında MOORA yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Esem Spor Giyim Sanayi Tic. A.Ş.'dir. Bu şirketi, Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş., Bisaş Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş., Desa Deri Sanayi Tic. A.Ş. ve Dağı Giyim Sanayi Ve Tic. takip etmiştir. Aynı yıl içerisinde finansal performansı en düşük şirketler Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş., Birko Birleşik Koyunlular Mensucat Ticaret Ve Sanayi A.Ş., Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş. ve Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi Ve Tic.'dir.

2012 yılı değerlendirilecek olursa, TOPSIS yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Bilici Yatırım Sanayi Ve Ticaret A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş., Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş., Esem Spor Giyim Sanayi Tic. A.Ş. ve Dağı Giyim Sanayi

Ve Tic. A.Ş. takip etmiştir. 2012 yılı içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Söktaş Tekstil Sanayi Ve Tic.A.Ş., Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş. ve Hateks Hatay Tekstil İşl.A.Ş. takip etmektedir. 2012 yılında MOORA yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş.'dir. Bu şirketi Bilici Yatırım Sanayi Ve Ticaret A.Ş., Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş., Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş. ve Yünsa Yünlü Sanayi Tic.A.Ş. takip etmiştir. 2012 yılı içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Söktaş Tekstil Sanayi Ve Tic.A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş. ve Hateks Hatay Tekstil İşl.A.Ş. takip etmektedir.

2013 yılında TOPSIS yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi, Bisaş Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş., Bilici Yatırım Sanayi Ve Ticaret A.Ş. ve Yünsa Yünlü Sanayi Tic.A.Ş. takip etmiştir. 2013 yılı içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Dağı Giyim Sanayi Ve Tic. A.Ş., Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Söktaş Tekstil Sanayi Ve Tic.A.Ş. ve Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi Ve Tic. A.Ş. takip etmiştir. 2013 yılında MOORA yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi, Bisaş Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş., Desa Deri Sanayi Tic. A.Ş. ve Yünsa Yünlü Sanayi Tic.A.Ş. takip etmiştir. 2013 yılı içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Dağı Giyim Sanayi Ve Tic. A.Ş., Söktaş Tekstil Sanayi Ve Tic.A.Ş. ve Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi Ve Tic. A.Ş. takip etmiştir.

2014 yılı baz alınarak değerlendirme yapılacak olursa, TOPSIS yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi, Yünsa Yünlü Sanayi Tic.A.Ş., Akın Tekstil A.Ş. ve Dağı Giyim Sanayi Ve Tic. A.Ş. takip etmiştir. 2014 yılı içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Bisaş Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş., Söktaş Tekstil Sanayi Ve Tic.A.Ş., Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş. ve Esem Spor Giyim Sanayi Tic.A.Ş. olarak tespit edilmiştir. 2014 yılında MOORA yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi, Bisaş Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş., Yünsa Yünlü Sanayi Tic.A.Ş. ve Desa Deri Sanayi Tic. A.Ş. takip etmiştir. 2014 yılı içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Dağı Giyim Sanayi Ve Tic. A.Ş., Söktaş Tekstil Sanayi Ve Tic.A.Ş. ve Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi Ve Tic. A.Ş. olarak tespit edilmiştir.

2015 yılı değerlendirilecek olursa, TOPSIS yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi, Akın Tekstil A.Ş., Bisaş Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş. ve Desa Deri Sanayi Tic. A.Ş. takip etmiştir. 2015 yılı içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi Ve Tic. A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş., Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş, ve Tekstil Sanayi Ve Tic. A.Ş. olarak tespit edilmiştir. 2015 yılında MOORA yöntemi kullanılarak hesaplanan puanlar doğrultusunda finansal performansı en yüksek olan şirket Pamuklu Sanayi A.Ş.'dir. Bu şirketi Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi, Bisaş Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş., Desa Deri Sanayi Tic. A.Ş. ve Dağı Giyim Sanayi Ve Tic. A.Ş. takip etmiştir. 2015 yılı içerisinde finansal performansı en düşük olan şirketler ise Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş., Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş., Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi Ve Tic. A.Ş., Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş. ve Söktaş Tekstil Sanayi Ve Tic.A.Ş olarak tespit edilmiştir.

Sonuç olarak 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 ve 2015 yılları için TOPSIS ve MOORA yöntemine göre yapılan analizler sonucunda oluşturulan sıralamaların benzerlik gösterdiği söylenebilir.

EK 1

	<u>SİRKETLER</u>	<u>Kodlar</u>
1	Akın Tekstil A.Ş.	ATEKS
2	Arsan Tekstil Ticaret Ve Sanayi A.Ş.	ARSAN
3	Bilici Yatırım Sanayi Ve Ticaret A.Ş.	BLCYT
4	Birko Birleşik Koyunlular Mensucat Ticaret Ve Sanayi A.Ş.	BRKO
5	Birlik Mensucat Ticaret Ve Sanayi İşletmesi A.Ş.	BRMEN
6	Bisaş Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş.	BISAS
7	Bossa Ticaret Ve Sanayi İşletmeleri A.Ş.	BOSSA
8	Dagı Giyim Sanayi Ve Tic. A.Ş.	DAGI
9	Derimod Konfeksiyon Ayakkabı Deri Sanayi Ve Tic. A.Ş.	DERIM
10	Desa Deri Sanayi Tic. A.Ş.	DESA
11	Diriteks Diriliş Tekstil Sanayi Ve Tic. A.Ş.	DIRIT
12	Esem Spor Giyim Sanayi Tic.A.Ş.	ESEMS
13	Hateks Hatay Tekstil İşl.A.Ş.	HATEK
14	Karsu Tekstil Sanayi Ve Tic.A.Ş.	KRTEK
15	Kordsa Global Endst. İplik Ve Kord Bezi Sanayi Ve Tic.A.Ş.	KORDS
16	Lüks Kadife Tic. Ve Sanayi A.Ş.	LUKSK
17	Menderes Tekstil Sanayi Tic.A.Ş.	MNDRS
18	Mensa Sınai Tic. Ve Mali Yatırımlar A.Ş.	MEMSA
19	Mish Dekorasyon Sanayi Ve Tic.A.Ş.	DMISH
20	Söktaş Tekstil Sanayi Ve Tic.A.Ş.	SKTAS
21	Sönmez Pamuklu Sanayi A.Ş.	SNPAM
22	Yataş Yatak Ve Yorgan Sanayi Ve Tic. A.Ş.	YATAS
23	Yünsa Yünlü Sanayi Tic.A.Ş.	YUNSA

Kaynakça

- Altıntaş, N., ve Akpolat, A. (2013). Tekstil Sektöründe Avrupa Birliği ile Türkiye Arasındaki Rekabet Analizi. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(6), 33-42.
- Atış, G. A. (2014). Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Karşılaştırmalı Rekabet Analizi. *Ege Academic Review*, 14(2), 315-334.
- Bai, C., Dhavale, D., & Sarkis, J. (2014). Integrating Fuzzy C-Means and TOPSIS for performance evaluation: An application and comparative analysis. *Expert Systems with Applications*, 41(9), 4186-4196.
- Bağcı, E. (2015). Türkiye Tekstil Ve Hazır Giyim Sektörünün Finansal Durum Analizi. *Marmara University Journal of Economic & Administrative Sciences*, 37(2), 83-100.
- Balešentis, T., Balešentis, A., & Brauers, W. K. (2011). Multi-Objective Optimization of Well-being in the Eu-Ropean Union Member STATES. *Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*, 24(4), 1-15.
- Brauers, W. K. M., Ginevicius, R., & Podviekzo, A. (2014). Development of a Methodology of Evaluation of Financial Stability of Commercial Banks. *Panoeconomicus*, 61(3), 349-367.
- Brauers, W. K. M., & Zavadskas, E. K. (2006). The MOORA method and its application to privatization in a transition economy. *Control and Cybernetics*, 35, 445-469.
- Brauers, W. K. M., & Zavadskas, E. K. (2010). Robustness in the MULTIMOORA Model: The Example of Tanzania. *Transformations in Business & Economics*, 9(3), 67-83.
- Brauers, W. K. M., & Zavadskas, E. K. (2013). Multi-Objective Economic Evaluation of the European Union Member States. As Opposed to Credit Rating Agencies Opinions?. *Transformation in Business & Economics*, 12(2).
- Bülbül, S. ve Köse, A. (2011). Türk Gıda Şirketlerinin Finansal Performansının Çok Amaçlı Karar Verme Yöntemleriyle Değerlendirilmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10, 71-97
- Çelik, C. (2016). Türkiye'nin ihracat potansiyelinin artırılması kapsamında Çin'in ihracat politikalarının değerlendirilmesi. Uzmanlık Tezi. Ekonomik Modeller Ve Stratejik Araştırmalar Genel Müdürlüğü.
- Demir, N. (2013). *Türk tekstil sektöründe veri zarflama ile performans analizi. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.*

- Dincer, H. (2015). Profit-Based Stock Selection Approach in Banking Sector Using Fuzzy AHP and MOORA Method. *Global Business and Economics Research Journal*, 4(2), 1-26.
- Diñçer, H., Hacıoğlu, Ü. ve Yüksel, S. (2016). Performance Assessment of Deposit Banks with CAMELS Analysis Using Fuzzy ANP-Moora Approaches and an Application on Turkish Banking Sector. *Asian Journal of Research in Business Economics and Management*, 6(2), 32-56.
- El-Santawy, M. F., & Ahmed, A. N. (2012). Analysis of Project Selection by Using SDV-MOORA Approach. *Life Science Journal*, 9(1), 167-170.
- Emir ,M. , Arslantürk, D., ve Sevim, U. (2011). 2008 Ekonomik Krizinin Gıda Ve Tekstil Firmaları Üzerine Etkilerinin Finansal Oranlar Yardımıyla Analizi: İMKB'de Bir Uygulama. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3), 1-24.
- Ersöz, F., & Atav, A. (2011). Çok kriterli karar verme problemlerinde MOORA yöntemi. *KHO Savunma Bilimleri Enstitüsü Harekat Araştırması*, 1-10.
- Esenbel, M., Erkin, M. O., ve Aydın, F. K. (2001). Veri Zarflama Analizi ile Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Etkinliğinin Karşılaştırılması. <http://www.analiz.com/egitim/ga-zi001.html>. Erişim tarihi 29.01.2017.
- Görener, A., Diñçer, H., ve Hacıoğlu, U. (2013). Application of Multi-Objective Optimization on the Basis of Ratio Analysis (MOORA) Method for Bank Branch Location Selection. *International Journal of Finance & Banking Studies* 2 (2): 41-52
- İçerli, M. Y., ve Akkaya, G. C. (2006). Finansal Açıdan Başarılı Olan İşletmelerle Başarısız Olan İşletmeler Arasında Finansal Oranlar Yardımıyla Farklılıkların Tespiti. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1), 413-421.
- Karagül, A. A., ve Özdemir, B. K. (2009). Mali Oranlar Aracılığıyla Finansal Kırılganlığın Tekstil Sektöründeki Etkilerinin Analizi: 1992-2003 Analizi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1).
- Karande, P., & Chakraborty, S. (2012). Decision Making for Supplier Selection Using the MOORA Method. *IUP Journal of Operations Management*, 11(2), 6.
- Karaoğlan, S., ve Şahin, S. (2018). BİST XKMYA İşletmelerinin Finansal Performanslarının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Ölçümü ve Yöntemlerin Karşılaştırılması. *Ege Akademik Bakis*, 18(1), 63-80.
- Kocak, H., Cilingirturk, A. M., & Kistik, V. (2017). Does Institutional Rank Ordering Qualitative or Quantitative?. *Asian Economic and Financial Review*, 7(10), 943.

- Kucukbay, F., & Yakut, E. (2018). An Integrated Methodology for the Financial Improvement of the Banks With the Help of Quality Function Deployment. *Macrothema Review* 7 (1): 36-48.
- Metin, S., Yaman, S., & Korkmaz, T. (2017). Finansal Performansın TOPSIS ve MOORA Yöntemleri İle Belirlenmesi: BİST Enerji Firmaları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Uygulama. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 371-394.
- Moghimi, R., & Anvari, A. (2012). An Integrated Fuzzy MCDM Approach and Analysis to Evaluate the Financial Performance of Iranian Cement Companies. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 71(1-4), 685-698.
- Müslümov, A. & Karataş, A., (2001). The Effects of the Asian Crisis To Turkish Manufacturing Industry ; The Case of Textile, Food and Cement Industries *Dogus University Journal*, 91(4), 91-104.
- Ohlan, A. (2016). Intuitionistic Fuzzy Exponential Divergence: Application in Multi-Attribute Decision Making. *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems*, 30(3), 1519-1530.
- Ömürbek, N., ve Eren, H. (2016). Promethee, Moora Ve Copras Yöntemleri İle Oran Analizi Sonuçlarının Değerlendirilmesi: Bir Uygulama. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(16), 174-187.
- Ömürbek, V., ve Kınay, B. (2013). Havayolu Taşımacılığı Sektöründe TOPSIS Yöntemiyle Finansal Performans Değerlendirmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(3).
- Önay, O. (2016). Multi-Criteria Assessment of Better Life via TOPSIS and MOORA Methods. *International Journal of Business and Social Science*, 7(1), 225-234.
- Özbek, A. (2015). Efficiency Analysis of Foreign-Capital Banks in Turkey by OCRA and MOORA. *Research Journal of Finance and Accounting*, 6 (13), 21, 30.
- Özbek, A., ve Erol, E. (2016). COPRAS ve MOORA Yöntemlerinin Depo Yeri Seçim Problemine Uygulanması. *Ekonomi, İşletme, Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 2(1), 23-42.
- Özçelik, H., ve Kandemir, B. (2015). BİST'de İşlem Gören Turizm İşletmelerinin Topsis Yöntemi İle Finansal Performanslarının Değerlendirilmesi. *Balikesir University Journal of Social Sciences Institute*, 18(33), 97-114.
- Özdağoğlu, A. (2014). Normalizasyon Yöntemlerinin Çok Ölçütlü Karar Verme Sürecine Etkisi–Moora Yöntemi İncelemesi. *Ege Akademik Bakış* 14 (2): 283-294.

- Özgüven, N. (2011). Kriz Döneminde Küresel Perakendeci Aktörlerin Performanslarının Topsis Yöntemi İle Değerlendirilmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(2).
- Perçin, S., ve Karakaya, A. (2012). Bulanık Karar Verme Yöntemleriyle Türkiye'de Bilişim Teknolojisi Firmalarının Finansal Performanslarının Değerlendirilmesi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(2), 241-266.
- Sakarya, Ş., ve Akkuş, H. T. (2015). Finansal Performansın Ölçülmesinde Geleneksel Oranlar İle Nakit Akım Oranlarının Karşılaştırmalı Analizi: Bist Çimento Şirketleri Üzerine Topsis Yöntemi İle Bir Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 109-123.
- Saldanlı, A., ve Sırma, İ. (2014). Topsis Yönteminin Finansal Performans Göstergesi Olarak Kullanılabilirliği. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 11(41), 185-202.
- Shaverdi, M., Ramezani, I., Tahmasebi, R., & Rostamy, A. A. A. (2015). Combining fuzzy AHP and fuzzy TOPSIS with financial ratios to design a novel performance evaluation model. *International Journal of Fuzzy Systems*, 18(2), 248-262.
- Soba, M., ve Eren, K. (2011). Topsis Yöntemini Kullanarak Finansal Ve Finansal Olmayan Oranlara Göre Performans Değerlendirilmesi, Şehirlerarası Otobüs Sektöründe Bir Uygulama. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 11(21), 23-40.
- Stanujkic, D., Djordjevic, B., & Djordjevic, M. (2013). Comparative Analysis of Some Prominent MCDM Methods: A Case of Ranking Serbian Banks. *Serbian Journal of Management*, 8(2), 213-241.
- Şimşek, A., Çatır, O., ve Ömürbek, N. (2015). Topsis ve Moora Yöntemleri İle Tedarikçi Seçimi: Turizm Sektöründe Bir Uygulama. *Balikesir University Journal of Social Sciences Institute*, 18(33).
- Şişman, B., ve Doğan, M. (2016). Türk Bankalarının Finansal Performanslarının Bulanık AHP ve Bulanık Moora Yöntemleri İle Değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(2), 353-371.
- Şişman, M., ve Bağcı, E. (2014). Türkiye Tekstil Ve Hazır Giyim Sektöründe İthalat Bağımlılığı. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 36(1), 29-53.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı (2014), Tekstil – Deri – Hazır Giyim Çalışma Grubu Raporu, Onuncu Kalkınma Planı 2014- 2018, Ankara, ss. 1-184.

- Temizel, F., ve Bayçelebi, B. E. (2016). BIST 30 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Finansal Performans Değerlemede TOPSIS Yaklaşımı. *TISK Akademi*, 11(22).
- Temizel, F., ve Bayçelebi, B. E. (2016). Finansal Oranların TOPSIS Sıralaması ile Yıllık Getiriler Arasındaki İlişki: Tekstil İmalatı Sektörü Üzerine Bir Uygulama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2).
- TMMOB (Makine Mühendisleri Odası) (1991), Tekstil Sektör Raporu, 149/2, ss. 1-35.
- Uygurtürk, H., ve Korkmaz, T. (2012). Finansal Performansın TOPSIS Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi ile Belirlenmesi: Ana Metal Sanayi İşletmeleri Üzerine bir Uygulama. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 7(2).
- Uygurtürk, H. (2015). Bankaların İnternet Subelerinin Bulanık Moora Yöntemi İle Değerlendirilmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi* 11(25), 115.
- Yayar, R., ve Baykara, H. V. (2012). TOPSIS Yöntemi ile Katılım Bankalarının Etkinliği ve Verimliliği Üzerine Bir Uygulama. *Business and Economics Research Journal*, 3(4), 21.
- Yıldırım, B. F., ve Önay, O. (2013). Bulut Teknolojisi Firmalarının Bulanık AHP–MOORA Yöntemi Kullanılarak Sıralanması. *İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 24(75), 59-81.
- Yükçü, S., ve Kaplanoğlu, E. (2015). Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleriyle Gözaltı Pazarı Şirketlerinin Finansal Performanslarının Belirlenmesi. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 17(3).
- Wanke, P., Azad, M. A. K., & Barros, C. P. (2015). Predicting Efficiency in Malaysian Islamic Banks: A Two-Stage TOPSIS and Neural Networks Approach. *Research in International Business and Finance*, 36, 485-498.

Vergiye Öğrenci Bakış Açısı: Çukurova Üniversitesi Örneği

Students Perspective on Tax: An Example of Çukurova University

Selin KARLILAR¹

Gülşen KIRAL²

ÖZ

Çalışmada, Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin vergi ahlak, vergi bilinc, vergi tutum ve fiş-fatura kullanım düzeyini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Toplam 872 öğrenciden elde edilen verilere, güvenilirlik analizi, Kruskal Wallis H testi ve Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, öğrencilerin bölümü ve sınıfının vergi ahlak, vergi bilinci ve vergi tutumu üzerinde anlamlı bir farklılık yarattığı tespit edilmiştir. Akademik başarı düzeyinin, vergi ahlakı ve vergi tutumu ifadeleri üzerinde anlamlı bir farklılık yaratmadığı belirlenmiştir. Öğrenim türü ise, vergi ahlak ve fiş-fatura kullanım üzerinde anlamlı bir farklılık yaratmamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Vergi ahlakı, vergi bilinci, vergi tutumu, SPSS analizi

ABSTRACT

The aim of the study was to determine the factors affecting the level of tax morality, tax awareness, tax attitude and receipt usage level of students who were educated at Cukurova University, Faculty of Economics and Administrative Sciences. Reliability analysis, Kruskal Wallis H test and Mann Whitney U test were applied to the data obtained from 872 students. According to the results of the analysis, it was determined that the department and class of the students made a meaningful difference on tax morality, tax awareness and tax attitude. It has been determined that the level of academic achievement does not make a significant difference on tax morality and tax attitudes. The type of education does not make a significant difference on tax morality and the use of receipt.

Keywords: Tax morality, tax awareness, tax attitude, SPSS analysis

Tür : Araştırma makalesi
Gönderim tarihi : 23.05.2018
Kabul tarihi : 11.06.2018

¹ Başlıca yazar, Yüksek Lisans Öğrencisi, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, selinkarlilar@gmail.com

² Doç.Dr., Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F., Ekonometri Bölümü, gakiral@cu.edu.tr

1. Giriş

Vergi, devlet bütçesi açısından, devlet harcamalarını finanse edebilmek için gerekli olan en önemli gelir kaynağı olarak ifade edilebilmektedir. Vergi bilgisi, mükelleflerin ekonomik sonuçları hesaplayabilmesi için mali bilgiler ile vergi kuralları hakkındaki bilgilerini içermektedir. Mükellefler, vergi bilgisi, vergi bilincine sahipse ve dolayısıyla vergi borcuna sadıksa; devlet gelirleri, vergi gelirlerinden elde edilen kaynaklarla artmaya devam edecektir. Bu şekilde elde edilen gelirler, mükellefin daha refah bir yaşam sürmesi için gerekli olan kamu hizmetlerinin yerine getirilmesi ve ülkede istikrarlı bir büyüme sağlanabilmesi için önemli bir fon oluşturacaktır.

Vergi gelirlerini arttırmak için en önemli faktörlerin başında mükelleflerin vergi ahlakı, vergi bilinci ve vergi tutumuna sahip olabilmesi gerekmektedir. Hükümetler, vatandaşların bu üç gerekliliğe sahip olabilmesi için kamuoyunu vergi konusunda bilgilendirmeli ya da bu konuda düzenli eğitimler sağlamalıdır. Mükelleflerin, vergi ödemesi konusunda farkındalığını arttırmak ve teşvik etmek için vergilendirme politikalarını da bir araç olarak kullanabilir.

Vergi mükellefleri ile vergi otoriteleri, birbirleri ile bağlantılıdır. Mükelleflerin tutum ve uyumları, vergi otoritelerinin tutumlarını ve eylemlerini etkileyebilmektedir. Benzer şekilde, vergi otoritelerinin tutum ve uyumları da mükelleflerinin davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Adil ve eşit şartlar altında yaşayan mükelleflerin, vergi otoritelerine olan güveni daha yüksek olmaktadır. Buradan hareketle, bireylerin vergi tutumu ve kültürü, mükellef ile devlet arasındaki davranış ilişkilerinden etkilenmektedir.

Vergi mükelleflerinin davranışları, bir bağlamda sosyal-kişisel normların ve deneyimlerin bir sonucudur. Bağlamdaki bir değişiklik, davranışları değiştirdiği gibi normları ve deneyimleri de değiştirebilir. Dolayısıyla, otoriteler vergi tutumu davranışı hakkında daha fazla bilgi sahibi olarak bu doğrultuda faaliyetlerinde düzenleme yapması, vergi mükelleflerinin davranışlarında bir değişime yol açabilir (OECD, 2010).

Vergi mükelleflerinin vergiye olan davranış ve tutumlarını belirleyen faktörler beş kategoride sınıflandırılabilir; (OECD, 2010)

- Denetim ve yaptırım katılığı olan caydırıcılık,
- Kişisel ve sosyal normlar,
- Uyumlu ve uyumsuz olan fırsatlar,
- Hem hükümet ve vergi dairesi hem de diğer vergi mükellefleri için güven ve prosedür ile ilişkili olarak adalet,
- Ödenecek vergi tutarı ve işletme ya da sanayi ile ilgili faktörleri içeren ekonomik faktörler.

Bir toplumda yer alan kişilerin vergi sistemine yönelik hem olumlu hem de olumsuz değer ve tutumları, vergi kültürünün bir parçasını oluşturmaktadır. Örneğin, bazı insanlar vergi ödeme gerekliliğini, kabul edilmesi gereken bir sorumluluk olarak

değerlendirirken, diğerleri vergi konusundaki bir aldatmacanın önemli bir sorun olmadığını düşünebilirler. Bu şekildeki algılar, vergi sisteminde farklı durumlar yaratabilir. Vergi sistemine yönelik olumlu değerler ve tutumlar, vergi tahsilatı için olumlu bir sonuç doğurur. Vergi mükellefinden beklenen bu tür davranışlar, vergi ahlakı olarak nitelendirilebilmektedir. Vergi ahlakı, bireyleri vergi ödemeye sevk eden içsel motivasyon olarak da değerlendirilebilmektedir (Chuenjit, 2014, s.17).

Suyanto ve Trisnawati (2016)'nin, çalışmalarında yer verdiği Rantung ve Priyo (2009), üç temel vergi bilinç türünü vergi ödemesi açısından incelemektedir. İlk olarak, vergi ülkenin kalkınma sürecinin desteklenmesine bir katılım şeklidir. Bu bilinç türüne sahip olan vergi mükellefleri, toplanan vergilerin kendileri için dezavantajlı bir durum yaratmadığının farkında olarak vergi öderler. İkinci olarak vergi ödemelerinin gecikmesi ve vergi yükünün azaltılması, devlet için oldukça fazla zarara neden olmaktadır. Bu bilinç türüne sahip olan mükellefler, vergi ödemelerindeki gecikmenin ve vergi yükünün azaltılmasının zaman içinde ülkenin kalkınma sürecinde aksaklıklara neden olabilecek finansal kaynakları azalttığını bilerek vergi görevlerini yerine getirirler. Üçüncü olarak, yasalarla vergi zorunluluğu getirilebilir. Bu bilinç türüne sahip olan mükellefler ise, vergi ödemesinin güçlü bir yasal temele sahip olduğu ve her vatandaşın mutlak bir görevi olduğunu bildiklerinden ötürü vergi ödemektedirler (Suyanto ve Trisnawati, 2016, s.51).

2. Literatüre Genel Bir Bakış

Vergi yazınında literatür incelendiğinde, vergi ile ilgili çeşitli çalışmalar yer almaktadır. Bu nedenle, ulusal ve uluslararası çalışmalar ayrı değerlendirilecektir.

Ömürbek vd. (2007), Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin vergi bilincini ölçmeyi amaçlamıştır. Sağlam (2013), Hitit Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin vergi algı ve vergi bilinç düzeylerini araştırmaktadır. İki çalışma sonucunda da cinsiyet, yaş, gelir düzeyi gibi değişkenlerin öğrencilerin vergi algı ve vergi bilinç konusundaki görüşlerini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak Bilgin (2011), Türkiye vatandaşlarının vergi ahlak düzeyini etkileyen faktörlerin belirlenmesini amaçladığı çalışmada Ömürbek vd. (2007) ve Sağlam (2013)'in elde ettiği sonuçların aksine yaş, cinsiyet, gelir durumu gibi değişkenlerin vergi ahlak konusunda belirleyici olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Özdemir ve Ayyal (2007) tarafından Maliye bölümlerinde ve Maliye alanında eğitimi olan öğretim elemanlarının fiş ve fatura kullanımlarının araştırıldığı çalışmada, evlilerin bekârlara göre fiş alımına daha çok önem verdiği, fiş alma sıklığını belirleyen en önemli sosyal etkenlerin ise vergi ahlak, bilinç ve sorumluluğuna sahip olmak olduğuna ulaşılmıştır. Çiçek ve Bitlisli (2017), Mehmet Akif Ersoy Üniversitesinde öğrenim gören vergi eğitimi almış ve almamış olan öğrenciler üzerine yapılan çalışma sonucunda, vergi eğitimi alan öğrencilerin, vergi eğitimi almayan öğrencilere göre vergiye olan tutum ve bilinçlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Kırıl (2018), Çukurova Üniversitesi Maliye bölümü ve İlahiyat bölümü öğrencileri üzerine yaptığı çalışmada; vergi ahlak ve vergi bilinci ifadelerinin, öğrencilerin akademik başarı

düzeyi, aylık harcama düzeyi ve aile ikametgâh yeri üzerinde bir farklılık yaratmadığı sonucuna ulaşmıştır.

McGee ve Rossi (2006), Arjantin'de ekonomi ve hukuk bölümü öğrencilerinden oluşan 218 kişinin vergi ahlak tutumlarını incelemişlerdir. McGee vd. (2012), Yemen'de Hadhramout Üniversitesinde öğrenim gören İşletme ve Bankacılık ve Finans bölümü 124 öğrencinin vergi kaçırma konusundaki görüşlerini araştırmıştır. İki çalışma sonucunda, öğrencilerin vergi kaçırma konusundaki düşüncelerinin, insan haklarına karşı tutumlara göre değiştiğine ulaşılmıştır. Vergi sistemi adil değilse, vergi kaçırma ahlaka uygun olarak değerlendirilmektedir. Sarasa ve Sarasa-Perez (2016), İspanya'da Alicante Üniversitesinde öğrenim gören, yönetim ve organizasyon dersi alan 157 öğrencinin vergi ahlak düzeyinin ölçülmesi ve cinsiyetler arası vergi konusundaki farklılıkların belirlenmesi amaçlanmıştır. İki cinsiyet için de vergi sistemi bilgisinin aynı düzeyde olduğuna ulaşılmıştır. Vergi ahlak düzeyinin kendiliğinden ortaya çıkmadığı, aile ve sosyal yaşamın etkili olduğu özellikle erken yaşta başlayan bir eğitimin sonucu olduğu ileri sürülmüştür. Cyan vd. (2016), Pakistan'da yaşayan vatandaşların vergi ahlak düzeylerini belirleyen unsurları inceleyerek kadınların erkeklere göre vergi ahlak düzeyinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca, işgücüne katılım oranının düşük seyrettiği gruplarda vergiye karşı tutumun daha olumlu olduğu, eğitimin vergi ahlakı üzerinde U şekilli bir etkiye sahip olduğu yani eğitime katılımın çok düşük ve çok yüksek olduğu seviyelerde vergi ahlakı düzeyinin daha olumlu olduğu tespit edilmiştir.

3. Metodoloji

Çalışmada Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin vergi ahlak, vergi bilinç, vergi tutum ve fiş/fatura kullanım düzeylerinin araştırılması amaçlanmaktadır. Yüz yüze anket yöntemi ile ilk aşamada 30 öğrenciye ön test uygulanarak ölçeğin güvenilirliği test edilmiştir. Ölçek güvenilirliği belirlendikten sonra 900 öğrenciye anket uygulanmış, hatalı yanıtlardan dolayı 29 anket analiz dışı bırakılarak toplamda 872 öğrenciden elde edilen veriler SPSS 18.0 paket programı ile analiz edilmiştir. 5 bölümden oluşan anket formunda yer alan sorular 5'li Likert ölçeğine göre hazırlanmıştır. İlk bölümde, katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin sorular, ikinci bölümde vergi ahlak ifadelerine ilişkin 6 soru, üçüncü bölümde vergi bilinç ifadelerine ilişkin 10 soru, dördüncü bölümde vergi tutum ifadelerine ilişkin 13 soru ve son olarak beşinci bölümde fiş/fatura kullanımına ilişkin 8 soru yer almaktadır.

4. Bulgular

Tablo 1'de ankete katılan öğrencilerin demografik bilgilerine ait değişkenler yer almaktadır. Demografik bilgiler; cinsiyet, bölüm, sınıf dağılımı, öğrenim türü, akademik başarı düzeyi ve aylık harcama düzeyi kapsamında ele alınmaktadır.

Tablo 1. Demografik Bilgiler

		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	<i>Erkek</i>	347	%39,8
	<i>Kadın</i>	525	%60,2
Bölüm	<i>Maliye</i>	139	%15,9
	<i>İktisat</i>	205	%23,5
	<i>Ekonometri</i>	528	%60,6
Sınıf Dağılımı	<i>1.Sınıf</i>	194	%22,2
	<i>2.Sınıf</i>	308	%35,3
	<i>3.Sınıf</i>	51	%5,9
	<i>4.Sınıf</i>	319	%36,6
Öğrenim Türü	<i>1.Öğretim</i>	536	%61,5
	<i>2.Öğretim</i>	336	%38,5
Akademik Başarı Düzeyleri	<i>2.00 altında</i>	400	%45,9
	<i>2.00-2.50 arasında</i>	311	%35,7
	<i>2.51-3.00 arasında</i>	123	%14,0
	<i>3.01-3.50 arasında</i>	26	%3,0
	<i>3.51 ve üzerinde</i>	12	%1,4
Aylık Harcama Düzeyleri	<i>300 TL altında</i>	80	%9,2
	<i>300-499 TL arasında</i>	220	%25,2
	<i>500-750 TL arasında</i>	184	%21,1
	<i>751 TL ve üzerinde</i>	388	%44,5

Tablo 2. Vergi Ahlakı için Cronbach Alfa Katsayıları

	Soru-Bütün Korelasyonları	Soru Silindiğinde Alfa Katsayısı
Vergi ödemek önemli bir vatandaşlık görevidir.	,779	,854
Vergi kaçırırsam ve bunu yakın çevrem öğrense çok utanırım.	,505	,902
Bir mükellef için vergi ödemek ahlaklı olmanın göstergesi sayılır.	,702	,865
Bir toplumun vergi ahlakının düşük olması devleti mali ve ekonomik anlamda zorlamaktadır.	,699	,866
Vergi ahlakı önemli bir gelişmişlik göstergesidir.	,794	,851
Almış olduğum mali ve ekonomik eğitim vergi ahlakını geliştirmektedir.	,769	,855
Güvenilirlik Alfa Katsayısı: 0,885		

872 üniversite öğrencisinin katıldığı ankette yer alan vergi ahlakı, vergi bilinci, vergi tutumu ve fiş/fatura kullanımına ilişkin ifadelerin güvenilirliği Cronbach Alfa Katsayısı

yöntemi kullanılarak değerlendirilmiş ve ankete katılan öğrencilerin vergi ahlak, vergi bilinç, vergi tutum ve fiş/fatura kullanım skorları oluşturulmuştur. Tablo 2’de yer alan vergi ahlakı ifadelerin güvenilirlik alfa katsayısı 0,885 olarak belirlenmiş ve ölçeğin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3. Vergi Bilinci için Cronbach Alfa Katsayıları

	Soru-Bütün Korelasyonları	Soru Silindiğinde Alfa Katsayısı
Ödenen vergilerin çok açık ve net olarak nerelerde kullanıldığının bilinmesi vergi bilincini artırır.	,681	,899
Daha şeffaf ve hesap verebilir devlet yönetimi vergi bilincini arttırmaktadır.	,729	,896
Adil vergi yükü dağılımı sağlayacak bir vergi platformu vergi bilincini arttırmaktadır.	,726	,897
Toplumun eğitim seviyesinin yükselmesi vergi bilincini arttırmaktadır.	,753	,895
Aile içi eğitim ve okul eğitimi vergi bilincini arttırmaktadır.	,764	,894
Vergisini ödemeyenlere ağır cezai yaptırımlar getirilmesi vergi bilincini arttırmaktadır.	,548	,908
Ekonomik ve mali politikaların sonuçlarının vatandaşa yansımaları vergi bilincini arttırmaktadır.	,591	,905
Medyada, sempozyum ve kongrelerde verginin bir vatandaşlık görevi olduğunun vurgulanması vergi bilincini arttırmaktadır.	,727	,896
Toplumun gelir seviyesinin artması vergi bilincini arttırmaktadır.	,602	,904
Reklam kampanyaları vergi bilincini arttırmaktadır.	,622	,903
Güvenilirlik Alfa Katsayısı: 0,909		

Tablo 3, Tablo 4 ve Tablo 5’te sırasıyla vergi bilinç, vergi tutum ve fiş/fatura kullanım ifadelerinin güvenilirlik katsayıları verilmektedir. Tablo 3’te verilen vergi bilincine ait güvenilirlik alfa katsayısı 0,909, Tablo 4’te verilen vergi tutumuna ait güvenilirlik alfa katsayısı 0,867 ve Tablo 5’te verilen fiş/fatura kullanımına ait güvenilirlik alfa katsayısı 0,824 olarak belirlenmiş ve üç ölçeğin de güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmada cinsiyet, bölüm, sınıf dağılımı, öğrenim türü, akademik başarı düzeyi ve aylık harcama düzeyi değişkenleri ile gerçekleştirilecek olan analizlerde parametrik olmayan testler kullanılacaktır. İki grubu içeren karşılaştırmalarda (cinsiyet ve öğrenim türü) Mann Whitney U testi, ikiden fazla gruptan oluşan karşılaştırmalarda (bölüm, sınıf

dağılımı, akademik başarı düzeyi ve aylık harcama düzeyi) ise Kruskal Wallis-H testi kullanılmıştır.

Tablo 4. Vergi Tutumu için Cronbach Alfa Katsayıları

	Soru-Bütün Korelasyonları	Soru Silindiğinde Alfa Katsayısı
Vergi sosyal sorumluluk anlayışının bir parçasıdır.	,699	,850
Vergi kutsal bir vatandaşlık görevidir.	,698	,848
Bugün ödenmeyen vergiler gelecek nesillerin vergi ve borç yükünü arttırmaktadır.	,674	,850
Vergi yükü fazla olduğu için kayıt dışılık bütüt boyutlardadır.	,525	,858
Vergilendirme hukuki bir konudur.	,653	,852
Vergilendirme ahlaki bir konudur.	,619	,853
Vergimi tam ve doğru ödemezsem devlet hizmetleri aksayacaktır.	,665	,850
Vergi oranları yüksek olduğu için devlet yeterli vergi geliri toplayamamaktadır.	,462	,862
Yolsuzluk haberleri vergi ödemekten kaçınmayı sağlamaktadır.	,341	,870
Bir mükellef olarak ödediğim vergilerin tamamının farkındayım.	,511	,859
Vergi mevzuatı hakkında yeterince bilgi sahibiyim.	,459	,862
Ödediğimiz vergilerin devlet tarafından yerinde kullanıldığına inanıyorum.	,416	,866
Ülkemizde adil bir vergilendirme sistemi bulunmaktadır.	,370	,869
Güvenilirlik Alfa Katsayısı: 0,867		

Tablo 5. Fiş-Fatura için Cronbach Alfa Katsayıları

	Soru-Bütün Korelasyonları	Soru Silindiğinde Alfa Katsayısı
Alınmayan her fiş/fatura devletin değil başkalarının zengin olmasını sağlar.	,517	,808
Alışveriş sırasında fiş/faturamı satıcı vermese bile isterim.	,672	,787
Vergi iadesi uygulaması kalksa bile fiş/fatura almaya devam ederim.	,660	,798
Üniversitede okumam alışverişlerimde fiş/fatura alma alışkanlığımı olumlu yönde değiştirmiştir.	,605	,769
Alışveriş sırasında fiş/fatura almayan vatandaş ve vermeyen satıcıyı ikaz ederim.	,560	,802
Alışverişi gerçekleştirdiğim yer (pazar, süpermarket, bakkal vs.) fiş/fatura almamı etkiler.	,593	,797
Alışverişlerdeki ödeme şekli (kredi kartı, nakit, veresiye, taksit vb.) fiş/fatura almamı etkiler.	,429	,822
Kişisel gelirim artması devletin vergi gelirlerinin artmasından daha önemlidir.	,364	,828
Güvenilirlik Alfa Katsayısı: 0,824		

Cinsiyet

İki gruptan oluşan cinsiyet değişkeni ile gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre, öğrencilerin cinsiyeti ile vergi bilinci ifadeleri arasında %5 önem düzeyinde anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Cinsiyet ile vergi ahlakı ifadeleri arasındaki ikili karşılaştırma sonuçlarına göre, “Bir toplumun vergi ahlakının düşük olması devleti mali ve ekonomik anlamda zorlamaktadır.” ifadesinin %5 önem düzeyinde anlamlı bir farklılık yarattığı ve erkeklerin vergi ahlak ortalamasının, kadınlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6’da cinsiyet ile vergi tutumu arasında %5 önem düzeyinde anlamlı bir farklılık yaratan ifadeler yer verilmektedir. Tablo 6 incelendiğinde erkeklerin vergi tutum ortalamasının kadınlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 6. Vergi Tutumu ile Cinsiyet için Mann Whitney U Test Sonuçları

	Sıralamaların Ortalaması		Mann Whitney U Testi	Z	Olasılık (p)
	Erkek	Kadın			
Vergi kutsal bir vatandaşlık görevidir.	457,05	422,92	83958,000	-2,080	,038*
Bugün ödenmeyen vergiler gelecek nesillerin vergi ve borç yükünü arttırmaktadır.	457,86	422,38	83676,000	-2,179	,029*
Vergi mevzuatı hakkında yeterince bilgi sahibiyim.	461,47	419,99	82421,500	-2,489	,013*

*%5 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 7. Fiş/Fatura Kullanımı ile Cinsiyet için Mann Whitney U Test Sonuçları

	Sıralamaların Ortalaması		Mann Whitney U Testi	Z	Olasılık (p)
	Erkek	Kadın			
Üniversitede okumam alışverişlerimde fiş/fatura alma alışkanlığımı olumlu yönde değiştirmiştir.	461,55	419,94	82395,500	-2,479	,013*
Alınmayan her fiş/fatura devletin değil başkalarının zengin olmasını sağlar.	414,19	451,24	83347,000	-2,246	,025*
Alışveriş sırasında fiş/faturamı satıcı vermese bile isterim.	419,65	447,64	85241,000	-1,769	,093**

* ve ** sırasıyla, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 7’de cinsiyet ile fiş/fatura kullanımı arasında anlamlı bir farklılık yaratan ifadelere yer verilmektedir. Tablo 7 incelendiğinde, fiş/fatura kullanımında, ilk ifade için erkeklerin, diğer ifadeler için kadınların ortalamasının daha yüksek olduğu görülmektedir

Öğrenim Türü

İki gruptan oluşan öğrenim türü değişkeni ile gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre, öğrencilerin öğrenim türü ile vergi ahlak ve fiş/fatura kullanım ifadeleri arasında %5 önem düzeyinde anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Öğrenim türü ile vergi bilinci ifadeleri arasındaki ikili karşılaştırma sonuçlarına göre, “Reklam kampanyaları vergi bilincini arttırmaktadır.” ifadesinin %5 önem düzeyinde anlamlı bir farklılık yarattığı ve öğrenim türü 1. öğretim olan öğrencilerin ortalamalarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 8. Vergi Tutumu ile Öğrenim Türü için Mann Whitney U Test Sonuçları

	Sıralamaların Ortalaması		Mann Whitney U Testi	Z	Olasılık (p)
	1. Öğretim	2. Öğretim			
Ödediğimiz vergilerin devlet tarafından yerinde kullanıldığına inanıyorum.	450,29	414,51	82658,500	-2,106	,035*
Ülkemizde adil bir vergilendirme sistemi bulunmaktadır.	448,30	417,67	83721,000	-1,803	,071**

* ve ** sırasıyla, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 8’de öğrenim türü ile vergi tutumu arasında anlamlı bir farklılık yaratan ifadelere yer verilmektedir. Öğrenim türü 1. öğretim olan öğrencilerin ortalamasının, 2. öğretim türüne göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Bölümler

İkiden fazla gruptan oluşan bölüm değişkeni ile gerçekleştirilen analizlerden, Tablo 9’da vergi ahlakı ifadelerinin bölümlere göre farklılık gösterip göstermediğine dair Kruskal Wallis-H test sonuçlarına yer verilmektedir. Tablo 9 incelendiğinde, vergi ahlak ifadelerinden “Vergi kaçırırsam ve bunu yakın çevrem öğrense çok utanırım.” ifadesi haricindeki bütün ifadeler %5 önem düzeyinde incelendiğinde, vergi ahlak ifadeleri ile bölümler arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Maliye bölümü öğrencilerinin ortalamalarının diğer bölümlere göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 9. Vergi Ahlakı İfadelerinin Bölümlere Göre Kruskal Wallis-H Test Sonuçları

	Mean Rank			Ki-kare	Olasılık (p)
	Maliye	İktisat	Ekonometri		
Vergi ödemek önemli bir vatandaşlık görevidir.	509,90	451,38	411,40	20,775	,000*
Vergi kaçırırsam ve bunu yakın çevrem öğrense çok utanırım.	456,43	453,78	424,54	3,402	,183
Bir mükellef için vergi ödemek ahlaklı olmanın göstergesi sayılır.	481,54	476,16	409,25	17,219	,000*
Bir toplumun vergi ahlakının düşük olması devleti mali ve ekonomik anlamda zorlamaktadır.	526,94	451,54	406,85	28,906	,000*
Vergi ahlakı önemli bir gelişmişlik göstergesidir.	517,88	437,31	414,76	20,938	,000*
Almış olduğum mali ve ekonomik eğitim vergi ahlakını geliştirmektedir.	508,92	454,63	410,40	20,954	,000*

*%5 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 10'da vergi bilinci ifadelerinin bölümlere göre farklılık gösterip göstermediğine dair sonuçlara yer verilmektedir. Tablo 10 incelendiğinde, son 3 ifade haricinde bütün ifadeler için %5 önem düzeyinde bölümlere göre anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. İfadeler incelendiğinde ise, Maliye ve İktisat bölümü öğrencilerinin, Ekonometri bölümü öğrencilerine göre ortalamalarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 10. Vergi Bilinci İfadelerinin Bölümlere Göre Kruskal Wallis-H Test Sonuçları

	Mean Rank			Ki-kare	Olasılık (p)
	Maliye	İktisat	Ekonometri		
Ödenen vergilerin çok açık ve net olarak nerelerde kullanıldığının bilinmesi vergi bilincini artırır.	522,90	453,13	407,30	27,987	,000*
Daha şeffaf ve hesap verebilir devlet yönetimi vergi bilincini arttırmaktadır.	531,87	457,27	403,33	35,181	,000*
Adil vergi yükü dağılımı sağlayacak bir vergi platformu vergi bilincini arttırmaktadır.	525,25	457,48	404,99	31,014	,000*
Toplumun eğitim seviyesinin yükselmesi vergi bilincini arttırmaktadır.	474,27	465,65	415,24	10,988	,004*
Aile içi eğitim ve okul eğitimi vergi bilincini arttırmaktadır.	460,88	471,81	416,37	9,951	,007*
Vergisini ödemeyenlere ağır cezai yaptırımlar getirilmesi vergi bilincini arttırmaktadır.	460,33	462,87	419,37	6,216	,045*
Ekonomik ve mali politikaların sonuçlarının vatandaşa yansımaları vergi bilincini arttırmaktadır.	425,60	477,01	423,64	7,613	,022*
Medyada, sempozyum ve kongrelerde verginin bir vatandaşlık görevi olduğunun vurgulanması vergi bilincini arttırmaktadır.	443,13	454,20	427,88	1,939	,379
Toplumun gelir seviyesinin artması vergi bilincini arttırmaktadır.	406,41	446,30	440,62	2,632	,268
Reklam kampanyaları vergi bilincini arttırmaktadır.	413,53	442,62	440,17	1,510	,470

* %5 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 11. Vergi Tutumu İfadelerinin Bölümlere Göre Kruskal Wallis-H Test Sonuçları

	Mean Rank			Ki-kare	Olasılık (p)
	Maliye	İktisat	Ekonometri		
Vergi sosyal sorumluluk anlayışının bir parçasıdır.	499,96	449,58	414,71	15,928	,000*
Vergi kutsal bir vatandaşlık görevidir.	475,01	441,12	424,57	5,082	,079**
Bugün ödenmeyen vergiler gelecek nesillerin vergi ve borç yükünü arttırmaktadır.	547,36	391,50	424,79	39,649	,000*
Vergi yükü fazla olduğu için kayıt dışılık büyük boyutlardadır.	513,19	389,82	434,43	22,077	,000*
Vergilendirme hukuki bir konudur.	493,71	442,22	419,22	11,614	,003*
Vergilendirme ahlaki bir konudur.	508,22	436,58	417,59	15,458	,000*
Vergimi tam ve doğru ödemezsem devlet hizmetleri aksayacaktır.	472,81	450,04	421,68	5,943	,051**
Vergi oranları yüksek olduğu için devlet yeterli vergi geliri toplayamamaktadır.	480,44	414,24	433,58	6,337	,042*
Yolsuzluk haberleri vergi ödemekten kaçınmayı sağlamaktadır.	509,00	439,99	416,06	16,133	,000*
Bir mükellef olarak ödediğim vergilerin tamamının farkındayım.	416,47	465,41	430,55	4,228	,121
Vergi mevzuatı hakkında yeterince bilgi sahibiyim.	453,83	435,88	432,18	,891	,640
Ödediğimiz vergilerin devlet tarafından yerinde kullanıldığına inanıyorum.	361,26	481,90	438,68	20,335	,000*
Ülkemizde adil bir vergilendirme sistemi bulunmaktadır.	385,08	486,56	430,60	15,089	,001*

* ve ** sırasıyla, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 11’de vergi tutumu ifadelerinin bölümler arasında farklılık yaratıp yaratmadığına dair sonuçlara yer verilmektedir. Tablo 11 incelendiğinde, vergi tutumu ifadelerinin büyük çoğunluğunun anlamlı bir farklılık yarattığı görülmektedir. Çoğunlukla Maliye

bölümü öğrencilerinin vergi tutumlarının, diğer bölüm öğrencilerine göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 12’de fiş/fatura kullanımı ifadelerinin bölümler arasında farklılık yaratıp yaratmadığına dair sonuçlara yer verilmektedir. Tablo 12 incelendiğinde, ifadelerin yarısı için %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Maliye ve İktisat bölümü öğrencilerinin, Ekonometri bölümü öğrencilerine göre fiş/fatura kullanım ortalamaları daha yüksektir.

Tablo 12. Fiş/Fatura İfadelerinin Bölümlere Göre Kruskal Wallis-H Test Sonuçları

	Mean Rank			Ki-kare	Olasılık (p)
	Maliye	İktisat	Ekonometri		
Alınmayan her fiş/fatura devletin değil başkalarının zengin olmasını sağlar.	492,85	431,52	423,60	9,082	,011*
Alışveriş sırasında fiş/faturamı satıcı vermese bile isterim.	453,83	470,01	418,93	7,650	,022*
Vergi iadesi uygulaması kalksa bile fiş/fatura almaya devam ederim.	441,74	446,31	431,31	,652	,722
Üniversitede okumam alışverişlerimde fiş/fatura alma alışkanlığımı olumlu yönde değiştirmiştir.	484,51	453,85	417,13	10,000	,007*
Alışveriş sırasında fiş/fatura almayan vatandaşı ve vermeyen satıcıyı ikaz ederim.	409,98	465,03	432,40	4,579	,101
Alışverişini gerçekleştirdiğim yer (pazar, süpermarket, bakkal vs.) fiş/fatura almamı etkiler.	446,12	450,24	428,64	1,457	,483
Alışverişlerdeki ödeme şekli (kredi kartı, nakit, veresiye, taksit vb.) fiş/fatura almamı etkiler.	422,72	435,49	440,52	,593	,743
Kişisel gelirim artması devletin vergi gelirlerinin artmasından daha önemlidir.	392,59	454,76	440,97	5,783	,055**

* ve ** sırasıyla, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Akademik Başarı Düzeyi

İkiden fazla gruptan oluşan akademik başarı düzeyi ile gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre, öğrencilerin akademik başarı düzeyi ile vergi ahlakı ve vergi tutumu ifadeleri arasında %5 önem düzeyinde anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Akademik başarı düzeyi ile vergi bilinci ifadeleri arasındaki karşılaştırma sonuçlarına göre, “Medyada, sempozyum ve kongrelerde verginin bir vatandaşlık görevi olduğunun vurgulanması vergi bilincini arttırmaktadır.” ifadesinin %10 önem düzeyinde anlamlı bir farklılık yarattığı ve akademik başarı düzeyi 2.00 ve altında olan grubun en yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 13’te fiş/fatura kullanımı ile akademik başarı düzeyi arasında %5 önem düzeyinde anlamlı bir farklılık yaratan ifadeler yer verilmektedir. Tablo 13 incelendiğinde, en yüksek ortalamaya sahip olan akademik başarı düzeyinin 2.51-3.00 olduğu görülmektedir.

Aylık Harcama Düzeyi

İkiden fazla gruptan oluşan aylık harcama düzeyi ile vergi ahlakı ifadeleri arasındaki karşılaştırma sonuçlarına göre, “Bir mükellef için vergi ödemek ahlaklı olmanın göstergesi sayılır.” ifadesinin %5 önem düzeyine göre anlamlı bir farklılık yarattığı ve 751 tl ve üzeri olan harcama düzeyi grubunun en yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 13. Fiş/Fatura ile Akademik Başarı Düzeyi için Kruskal Wallis-H Test Sonuçları

	Mean Rank					Ki-kare	Olasılık (p)
	2.00 altı	2.00-2.50	2.51-3.00	3.01-3.50	3.50 üstü		
Alınmayan her fiş/fatura devletin değil başkalarının zengin olmasını sağlar.	432,39	438,97	463,99	433,17	234,83	10,025	,040*
Alışveriş sırasında fiş/faturamı satıcı vermese bile isterim.	444,41	432,42	458,18	361,63	218,75	14,116	,007*

* %5 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Aylık harcama düzeyi ile vergi tutumu ifadeleri arasındaki karşılaştırma sonuçlarına göre, “Vergi sosyal sorumluluk anlayışının bir parçasıdır.” ifadesinin %5 önem düzeyinde anlamlı bir farklılık yarattığı ve 751 tl ve üzeri olan aylık harcama grubunun en yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir.

Aylık harcama düzeyi ile fiş/fatura kullanımı ifadeleri arasındaki karşılaştırma sonuçlarına göre ise, “Alışveriş sırasında fiş/faturamı satıcı vermese bile isterim.” ifadesinin %10 önem düzeyinde anlamlı bir farklılık yarattığı ve 751 tl ve üzeri olan aylık harcama grubunun ortalaması en yüksek grup olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 14’te aylık harcama düzeyi ile vergi bilinci arasında anlamlı bir farklılık yaratan ifadelere yer verilmektedir. Tablo 14 incelendiğinde, çoğunlukla 751 tl ve üzeri aylık harcama grubunun ortalamasının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 14. Vergi Bilinci ile Aylık Harcama Düzeyi için Kruskal Wallis-H Test Sonucu

	Mean Rank				Ki-kare	Olasılık (p)
	300 tl altında	300-499 tl	500-750 tl	751 tl üzeri		
Ödenen vergilerin çok açık ve net olarak nerelerde kullanıldığının bilinmesi vergi bilincini artırır.	377,73	423,74	459,41	444,99	7,913	,048*
Daha şeffaf ve hesap verebilir devlet yönetimi vergi bilincini arttırmaktadır.	388,38	419,60	422,00	462,88	10,131	,017*
Aile içi eğitim ve okul eğitimi vergi bilincini arttırmaktadır.	405,57	411,41	432,07	459,20	7,544	,056**

* ve ** sırasıyla, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Sınıf Dağılımı

İkiden fazla gruptan oluşan sınıf dağılımı ile vergi ahlakı ifadeleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair sonuçlara Tablo 15’te yer verilmektedir. Tablo 15 incelendiğinde, vergi ahlakı ifadelerinin yarısının %5 önem düzeyinde anlamlı bir farklılığa sahip olduğu ve 3. ve 4. sınıfların ortalamalarının diğer sınıflara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 16’da sınıf dağılımı ile vergi bilinci ifadeleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına dair sonuçlara yer verilmektedir. Vergi bilinci ifadelerinin çoğunluğunun anlamlı bir farklılık oluşturduğu görülmektedir. Tablo 16 incelendiğinde, 2. ve 3. sınıf öğrencilerinin en yüksek ortalamaya sahip olduğuna ulaşılmaktadır.

Tablo 15. Vergi Ahlakı ile Sınıf için Kruskal Wallis H Test Sonuçları

	Mean Rank				Ki-kare	Olasılık (p)
	1.sınıf	2.sınıf	3.sınıf	4.sınıf		
Vergi ödemek önemli bir vatandaşlık görevidir.	395,64	441,86	432,37	456,84	8,582	,035*
Vergi kaçırırsam ve bunu yakın çevrem öğrense çok utanırım.	453,16	440,99	414,91	425,48	2,173	,537
Bir mükellef için vergi ödemek ahlaklı olmanın göstergesi sayılır.	412,99	452,12	439,18	435,29	3,166	,367
Bir toplumun vergi ahlakının düşük olması devleti mali ve ekonomik anlamda zorlamaktadır.	397,16	432,91	494,30	454,65	10,171	,017*
Vergi ahlakı önemli bir gelişmişlik göstergesidir.	398,91	432,78	451,27	460,59	8,491	,037*
Almış olduğum mali ve ekonomik eğitim vergi ahlakını geliştirmektedir.	412,89	434,60	415,70	456,01	4,581	,205

* %5 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 16. Vergi Bilinci ile Sınıf için Kruskal Wallis-H Test Sonuçları

	Mean Rank				Ki-kare	Olasılık (p)
	1.sınıf	2.sınıf	3.sınıf	4.sınıf		
Odenen vergilerim çok açık ve net olarak nerelerde kullandığımı bilmemesi vergi bilincini artırır.	389,15	433,10	517,75	455,59	16,155	,001*
Daha şeffaf ve hesap verebilir devlet yönetimi vergi bilincini arttırmaktadır.	381,37	436,13	513,53	458,07	18,935	,000*
Adil vergi yükü dağılımı sağlayacak bir vergi platformu vergi bilincini arttırmaktadır.	390,00	444,81	521,72	443,14	14,972	,002*
Toplumun eğitim seviyesinin yükselmesi vergi bilincini arttırmaktadır.	398,94	460,54	422,43	438,38	8,324	,040*
Aile içi eğitim ve okul eğitimi vergi bilincini arttırmaktadır.	403,40	458,57	417,24	438,40	6,893	,075**
Vergisini ödemeyenlere ağır cezai yaptırımlar getirilmesi vergi bilincini arttırmaktadır.	406,15	439,96	435,84	451,72	4,360	,225
Ekonomik ve mali politikaların sonuçlarının vatandaşa yansması vergi bilincini arttırmaktadır.	423,39	466,65	412,67	419,17	7,576	,056**
Medyada, sempozyum ve kongrelerde verginin bir vatandaşlık görevi olduğunun vurgulanması vergi bilincini arttırmaktadır.	405,37	453,65	399,07	444,86	6,586	,086**
Toplumun gelir seviyesinin artması vergi bilincini arttırmaktadır.	437,93	454,21	410,90	422,63	3,267	,352
Reklam kampanyaları vergi bilincini arttırmaktadır.	437,77	454,11	403,47	424,00	3,448	,328

* ve ** sırasıyla, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 17’de sınıf dağılımı ile vergi tutumu ifadeleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına dair sonuçlara yer verilmektedir. Vergi tutumu ifadelerinin çoğunluğunun anlamlı bir farklılık yarattığı görülmektedir. Tablo17 incelendiğinde, 1. ve 3. sınıf öğrencilerinin en yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 17. Vergi Tutumu ile Sınıf için Kruskal Wallis-H Test Sonuçları

	Mean Rank				Ki-kare	Olasılık (p)
	1.sınıf	2.sınıf	3.sınıf	4.sınıf		
Vergi sosyal sorumluluk anlayışımın bir parçasıdır.	417,13	448,63	447,27	434,85	2,353	,502
Vergi kutsal bir vatandaşlık görevidir.	433,62	437,86	379,93	445,98	3,451	,327
Bugün ödenmeyen vergiler gelecek nesillerin vergi ve borç yükünü arttırmaktadır.	419,53	400,73	487,69	473,18	18,287	,000*
Vergi yükü fazla olduğu için kayıt dışılık bütüt boyutlardadır.	393,36	406,53	505,74	480,60	26,192	,000*
Vergilendirme hukuki bir konudur.	394,22	440,63	502,78	447,63	11,546	,009*
Vergilendirme ahlaki bir konudur.	397,91	425,57	466,83	465,67	11,013	,012*
Vergimi tam ve doğru ödemezsem devlet hizmetleri aksayacaktır.	435,74	432,49	468,56	435,71	1,018	,797
Vergi oranları yüksek olduğu için devlet yeterli vergi geliri toplayamamaktadır.	416,49	440,46	468,92	439,66	2,358	,502
Yolsuzluk haberleri vergi ödemekten kaçınmayı sağlamaktadır.	395,95	440,91	462,40	452,76	7,502	,057**
Bir mükellef olarak ödediğim vergilerin tamamını farkındayım.	458,04	452,09	367,75	419,34	8,596	,035*
Vergi mevzuatı hakkında yeterince bilgi sahibiyim.	44,17	445,29	410,54	427,50	1,645	,649
Ödediğimiz vergilerin devlet tarafından yerinde kullanıldığına inanıyorum.	492,44	461,92	451,10	375,61	33,546	,000*
Ülkemizde adil bir vergilendirme sistemi bulunmaktadır.	487,23	461,54	450,48	379,23	29,326	,000*

* ve ** sırasıyla, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 18’de sınıf dağılımı ile fiş/fatura kullanımı arasında %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlı bir farklılık olan ifadelere yer verilmektedir. En yüksek ortalamaya sahip olan sınıfların, 2. ve 3. sınıf olduğu görülmektedir.

Tablo 18. Fiş/Fatura Kullanımı ile Sınıf için Kruskal Wallis-H Test Sonuçları

	Mean Rank				Ki-kare	Olasılık (p)
	1.sınıf	2.sınıf	3.sınıf	4.sınıf		
Alınmayan her fiş/fatura devletin değil başkalarının zengin olmasını sağlar.	396,28	421,04	480,31	468,88	13,931	,003*
Alışveriş sırasında fiş/faturamı satıcı vermese bile isterim.	411,30	463,01	427,57	427,66	6,485	,090**

* ve ** sırasıyla, %5 ve %10 önem düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

5. Sonuç

Çalışmada, Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin vergi ahlak, vergi bilinç, vergi tutum ve fiş/fatura kullanım düzeylerini etkileyen faktörlerin incelenmesi amaçlanmıştır. 139 Maliye bölümü, 205 İktisat bölümü ve 528 Ekonometri bölümü öğrencileri olmak üzere toplam 872 öğrenciden anket yoluyla elde edilen verilere güvenilirlik analizi, Kruskal Wallis Testi ve Mann Whitney U analizi uygulanmıştır.

Analiz sonucunda, 2’li gruptan oluşan cinsiyet değişkeni ile vergi bilinci ifadeleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. 2’li gruptan oluşan diğer bir değişken olan öğrenim türü ile vergi ahlak ve fiş/fatura kullanım ifadeleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Öğrenim türü ile vergi bilinç ve vergi tutum ifadelerinin bazıları arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ve 1. öğretim öğrencilerinin, 2. öğretim öğrencilerine göre daha bilinçli olduğu görülmüştür.

2’den fazla gruptan oluşan bölüm değişkeni ile vergi ahlakı, vergi bilinci ve vergi tutumu ifadelerinin çoğunluğu arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Vergi ahlakı ve vergi tutumu düzeyinin en yüksek olduğu bölüm Maliye’dir. Vergi bilinç düzeyi yüksek olan bölümler ise Maliye bölümü ve İktisat bölümüdür.

Akademik başarı düzeyi ile vergi ahlakı ve vergi tutumu ifadeleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Vergi bilinci için anlamlı farklılık olan ifadeler incelendiğinde, akademik başarı düzeyi 2.00 altında olan öğrencilerin vergi bilinci daha yüksek olduğu görülmektedir. Fiş/fatura kullanımı için anlamlı farklılık olan ifadeler incelendiğinde, fiş/fatura kullanım düzeyi yüksek olan akademik başarı düzeyi ise 2.51-3.00 arasında olan öğrencilerdir.

Aylık harcama düzeyi değişkeni incelendiğinde; vergi ahlak, vergi bilinç, vergi tutum ve fiş/fatura kullanım düzeyi en yüksek olan harcama düzeyi 751 tl ve üzeri olan öğrencilerdir.

Sınıf dağılımı değişkeni ile vergi ahlak, vergi bilinç ve vergi tutumu ifadelerinin çoğunluğu arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Vergi ahlak düzeyi en yüksek olan öğrenciler 4.sınıf, vergi bilinç düzeyi en yüksek olan öğrenciler 2. sınıf, vergi tutum düzeyi en yüksek olan öğrenciler ise 3.sınıf öğrencileridir.

KAYNAKÇA

- Bilgin, K.H. (2011). Türkiye’de Vergi Ahlakının Belirleyicileri. ODTÜ Gelişme Dergisi, 38, 167-190.
- Chuenjit, P. (2014). The Culture of Taxation: Definition and Conceptual Approaches for Tax Administration. Journal of Population and Social Studies, 22, 14-34.
- Cyan, M.R., Koumpias, A.M. ve Martinez-Vazquez, J. (2016). The determinants of tax morale in Pakistan. Journal of Asian Economics, 47, 23-34.
- Çiçek, U. ve Bitlisli, F. (2017). Vergi Eğitiminin Üniversite Öğrencilerinin Vergi Bilinci ve Farkındalığı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma. Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi, 261-277.
- Kıral, E. (2018). Vergi Ahlak ve Vergi Bilincini Etkileyen Faktörler: Çukurova Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Analiz. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11 (2), 150-167. DOI: 10.25287/ohuiibf.406263
- McGee, R., Aljaaidi, K.S. ve Musaibah, A.S. (2012). The Ethics of Tax Evasion: A Survey of Administrative Sciences’ Students in Yemen. International Journal of Business and Management, 7 (16), 1-12.
- McGee, R.W. ve Rossi, M.J. (2006). The Ethics of Tax Evasion: A Survey of Law and Business Students in Argentina. Sixth Annual International Business Research Conference, Warsaw University, February 10–11, 2006.
- OECD. (2010). The type of learning does not make a significant difference on tax morality and the use of invoices.
- Ömürbek, N., Çiçek, G.H., Çiçek, S. (2007). Vergi Bilinci Üzerine Bir İnceleme: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Yapılan Anketin Bulguları. Maliye Dergisi, 153, 102-122.
- Özdemir, A.R ve Ayvalı, H. (2007). Vergi Bilincine Sahip Bireylerin Fiş veya Fatura Alma Duyarlılığını Etkileyen Faktörler. Maliye Dergisi, 153, 51-73.

- Sarasa, C.P. ve Sarasa-Perez, J. (2016). University Students' Tax Morale: A Study of Gender Within The University of Alicante, Spain. Proceedings of ICERI2016 Conference 14th-16th November 2016, 4594-4599.
- Sağlam, M. (2013). Vergi Algısı ve Vergi Bilinci Üzerine Bir Araştırma: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinde Vergi Algısı ve Bilinci. Sosyoekonomi, 2013-1, 315-334.
- Suyanto ve Trisnawati, E. (2016). The Influence of Tax Awareness Toward Tax Compliance of Entrepreneurial Taxpayers and Celengan Padjeg Program As a Moderating Variable: A Case Study At The Pratama Tax Office of Wonosari Town. INFERENSI, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, 10 (1), 47-68.

Türkiye Turizminin Gelişiminde Avrupa Birliği'nin Rolü ve Önemi: Güncel Bir Bakış

The Role and Importance of European-Union in Turkish Tourism: A Contemporary Outlook

Ruheet GENÇ¹

Öz

Bu makalede, güncel bulgular doğrultusunda Türkiye'nin Avrupa Birliği ile olan ilişkilerinin turizmin gelişmesinde nasıl bir rol oynayacağı üzerinde araştırmalar yapılacaktır. Çalışmada öncelikle Avrupa Birliği adı altında oluşturulmuş ortak pazara Türkiye'nin dâhil olması halinde önemli kazanımların elde edilip edilemeyeceği tartışılacaktır. Ardından, son yıllarda oldukça tartışılan Türk Lirasının Euro karşısındaki değer kaybının sanayi ve tarım bazında üretilen malların ihracatını kolaylaştıracağı gibi daha çok Avrupalı turistin ülkeye gelmesi için bir araç olarak kullanılabilmesi konusuna değinilecektir. Son olarak Avrupa Birliği ve Türkiye arasındaki ilişkinin Dünya standartlarına uygun bir kalitenin kalıcı, daimi ve yenilikçi yada yaratıcı bir anlayışla ortaya konması ile ilgili tartışmaya yer verilecek olup bu konuda daha önce yazılmış tezin yazıldığı tarihten bu yana olan gelişmeler bu çalışmaya yansıtılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Avrupa Birliği, ortak pazar, sürdürülebilirlik

ABSTRACT

In this study, the role of Turkey with European Union relationship in the development of tourism and other directly related sectors will be analyzed. The study will first discuss the benefits that Turkey will gain by joining the common market created by European Union. Next, the focus will be shifted to the devaluation of Turkish lira with respect to strong European currency namely Euro, and it will be argued that the devaluation will facilitate the export of industrial and agricultural goods and it will attract more European tourists to Turkey. Finally, the discussion will be carried out to the result that suggests a sustainable future for Turkey-EU relations which will include a globally standardized quality and persistent innovational approach. This study is a up-to date version of a thesis written about the same subject a while ago.

Keywords: Tourism, European Union, common market, sustainability

Tür :Araştırma makalesi
Gönderim tarihi :06.06.2018
Kabul tarihi :27.06.2018

¹ Doç.Dr., Türk-Alman Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, drgench@gmail.com

Giriş

Avrupa, en çok turist çeken ve en çok turist gönderen başlıca ülkelerin bulunduğu bir kıta olarak dünyanın en önemli turistik merkezlerinden birini teşkil etmektedir. Ekonomik ve sosyal birçok gelişmeyi beraberinde sürükleyebilecek potansiyele sahip turizm sektörü, ülkelerin izledikleri politikaların bir sonucu olarak ortaya çıkan olumlu veya olumsuz durumlardan etkilenmektedir. Özellikle 2004 yılından başlayarak Avrupa Birliği üyesi ülke sayısı hızlı bir şekilde artmıştır. Günümüzde sayısı 28'i bulan Avrupa Birliği üyesi ülkelerin birbirine gümrük, serbest dolaşım vb. birçok konuda ayrıcalık tanınması, Türkiye'nin de söz konusu coğrafyaya yakın ve Asya'daki doğal kaynakları yönünden zengin Rusya, İran, Ortadoğu vb. bölgelerle bir köprü oluşturması, ekonomik, politik ve sosyal ilişkilerin belkemiğini oluşturmaktadır. Söz konusu ilişkilerin önde gelenlerinden biri de turizm sektörüdür.

Turizm faaliyetleri sundukları çeşitlilik itibarıyla farklı sektörlerin de gelişmesine ön ayak olarak bir bölgede kalkınmayı sağlayabilir. Turizm alanında daha önce yapılmış olan çalışmaların bulguları doğrultusunda, örneğin gastronomi turizminin bir bölgenin tanıtımı ve bölgeye yapılacak olan seyahatlerin pazarlanması için büyük bir öneme sahip olduğu ortaya konmuştur (Güzel Şahin & Ünver, 2015). Türkiye özelinde düşünüldüğünde ise, özellikle Avrupa Birliği ile olan turizme dayalı ekonomik ilişkinin Türkiye'nin hayati ekonomik kaynaklarından biri olduğu söylenebilir. Avrupa Birliği'nin hâlihazırda bulunan ortak pazarı ve bu pazarda üye ülkelerin birbirine tanıdıkları mal, servis, emek vb. unsurlar için serbest dolaşım hakkı, ülkelerin ekonomisinde son derece büyük bir rol oynamaktadır. Türkiye ise yıllardır süren üyelik görüşmelerinin sonucu olarak elde ettiği çeşitli kazanımlar ile, örneğin 1995 yılında Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne dahiliyeti, ekonomik anlamda fayda sağlayabilmiştir (Çeştepe & Mıstaçoğlu, 2015).

Yine de Türkiye'nin Avrupa Birliği ile olan ekonomik ilişkilerinin yetersiz olduğu söylenebilir. Turizm adına ülke içinde yapılan düzenlemeler, örneğin 1982 yılında yürürlüğe giren 1634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu, her ne kadar turizmin ülke gündeminde kalmasına, turizm için gerekli konaklama, yeme-içme, eğlence vb. alanları kapsayan sektörel gelişime katkı sunsa da (Büyükşalvarcı ve arkadaşları, 2016) uyum sürecindeki ilerlemelerle birlikte daha büyük kazanımların elde edilebileceği ve özellikle günümüz koşullarında Euro-Türk lirası kuru dikkate alındığında bu alanda yapılacak çalışmaların aciliyet kazandığı ortaya çıkmaktadır. Oturmuş yapıdaki bir ekonomik örgütlenmenin, dünya çapında sağlam bir pazarın, kaliteyi ön plana alan üretim ve servis anlayışının ve her şeyden önemlisi, özellikle yerelde kalkınmayı hedefleyen politikaların uygulamaya konması, hem Türkiye için hem de Türkiye'yi bünyesine katan Avrupa Birliği için oldukça faydalı olacaktır. İlerleyen bölümlerde, Türkiye'nin Avrupa Birliği ile ortak Pazar oluşturmasının faydalarına değinilecek, ardından güncel Türk lirası devalüasyonunun nasıl Türkiye için bir kazanç dönüştürülebileceği irdelenecektir. Son olarak Türkiye ve AB arasındaki turizm ilişkisinin sürdürülebilirliğiyle ilgili tartışmaya yer verilecektir.

Avrupa Birliği ve Ortak Pazarın Oluşturulması

Avrupa Birliği'nin bir parçası olmak için 1999 yılındaki Helsinki Zirvesi'nden beri resmi adaylık statüsünde olan Türkiye'nin Avrupa Birliği'nin ortak pazarından yararlanmaya başlaması 1963 yılında imzalanan Ankara Anlaşması ve 1995 yılında imzalanan Gümrük Anlaşması gibi anlaşmalarla sağlanmıştır (Avrupa Birliği Bakanlığı, 2017). Ancak Helsinki Zirvesi'nden sonra Türkiye, Avrupa Birliği ekseninde bir dış politika oluşturmaya başlamıştır (Balcı, 2013). Buna paralel olarak Türkiye'nin üyelik süreci özelinde bakıldığında, Avrupa Birliği için gerek hukuksal gerek ekonomik anlamda pek çok uyum sorununun giderilmesi için gerekli çalışmalar yapıldığı kaydedilmiştir (Berberoğlu, 2015). Türkiye uzun yıllar boyunca Avrupa Birliği'ne yönelik uyum sürecinde çeşitli aşamalar kat etse de yapılan çalışmalar, Avrupa Birliği'ne tam üyelik için yeterli şartları sağlamamaktadır.

Söz konusu Avrupa Birliği'ne uyum sürecinin önemli bir parçası olarak yerel yönetimlerin güçlendirilmesi, tek merkezden uygulanan kalkınma politikaları yerine yerel bölgelerin kendi kapasiteleri ve bölgeye has bilgileri doğrultusunda gelişimine olanak tanımış, bu da Türkiye'deki özellikle kırsal turizm uygulamalarına yansımıştır (Kuşat, 2014). Bölgesel olarak ihtiyaçların ve taleplerin belirlenmesi, buna ek olarak tek merkezden yönetilmenin getirdiği bürokratik yavaşlıktan sıyrılması, turizmde daha yaratıcı ve daha girişimci, bölge bazlı çözümlerin ortaya konması, pek çok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de var olan potansiyelinin kullanılmasına ve kalkınmanın hızlanmasına zemin hazırlamıştır (Eryılmaz & Tuncer, 2013).

Öte yandan Avrupa Birliği'nin ortak pazarı, oldukça büyük bir kazanımı beraberinde getirmektedir. 1985 yılında yapılan Schengen Anlaşması uyarınca günümüzde 26 Schengen ülkesinde geçerli olan serbest dolaşım hakkı, her türlü ekonomik faaliyeti canlandırıcı ve geliştirici bir etkiye sahiptir (Nas, 2015). Turizm özelinde düşünüldüğünde, serbest dolaşımın ciddi bir turist potansiyelini belirli bir bölgeye çekebileceği ifade edilebilir. Normal koşullarda turistik bir seyahat planlanırken özellikle yurtdışı seyahatlerde vize alma zorunluluğu ve maliyeti çoğunlukla spontan planların önüne geçmekte, uzun bürokratik işlemler sebebiyle çoğu kez caydırıcı olmakta ve insanlar planları kendilerine daha yakın bölgelere yapmaktadırlar. Ancak Schengen'in öngördüğü serbest dolaşım ile birlikte, Avrupa'nın en uzak köşeleri bir bütün haline gelmiş, vize problemi olmaksızın doğal güzellikler ve kültürel eserler Avrupalı turistlerin ilgi odağı olmayı başarmıştır.

Böyle bir durumda, Türkiye'nin bu serbest dolaşım alanına dahil olmaması, turizmle ilgili tercihler yapılırken ikinci planda kalmasına neden olmaktadır. Doğal olarak Avrupalı turistler, vize işlemleriyle uğraşıp Türkiye'ye gelmek yerine vize problemleri yaşamadıkları diğer Schengen ülkelerini değerlendirebilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, Türkiye'nin bu pazara dahil olması turistik ziyaret yapan kişi sayısını arttıracak, böylelikle turizm gelirlerinde de paralel bir artış sağlanabilecektir. Örnekler üzerinden düşünüldüğünde de durum farklılık göstermemektedir. Geçmişte yapılan çalışmaların ortaya koyduğu üzere genellikle gelir seviyesi yüksek, 35 yaş ve üzeri turistlerin gastronomi turizmi ile Türkiye'ye çekilebileceği, Osmanlı Saray mutfağı ve

Türk mutfağının bu doğrultuda bir marka haline getirilerek turizm çerçevesince pazarlanabileceği ön görülmüştür. Gastronomi dışında da Türkiye'nin benzersiz yönlerini ortaya koyacak pek çok doğal veya tarihi turizm ürünü bulmak mümkündür. Bu turistik ürün ve servislerin markalaşması, Avrupa Birliği'nin dahil olduğu serbest dolaşım hakkından azami ölçüde faydalanması ülkeye ciddi bir döviz girişiyle birlikte kalkınmayı hızlandırıcı bir etkide bulunacaktır.

Türk Lirası Devalüasyonunun Potansiyel Kazanımları

Türk lirasının Euro ve Dolar karşısında giderek artan değeri de Avrupa Birliği'yle olan turizmin büyümesine hizmet edecek gelişmelerden biridir. Her ne kadar paranın hızlı bir şekilde değer kaybetmesi ilk etapta olumsuz bir gelişme gibi görünse de doğru bir strateji çerçevesinde ihracatın ve turizm gelirlerinin artırılabilmesi bir fırsat olarak değerlendirilebilir. Şekil 1'de, Türk lirasının 2012-2018 yılları arasında yaşadığı değişim gösterilmiştir.



Şekil 1 – Euro'nun Türk Lirası Karşısındaki Değer Artışı

Kaynak: <https://kur.doviz.com/serbest-piyasa/euro>, (4 Haziran 2018 tarihinde erişilmiştir).

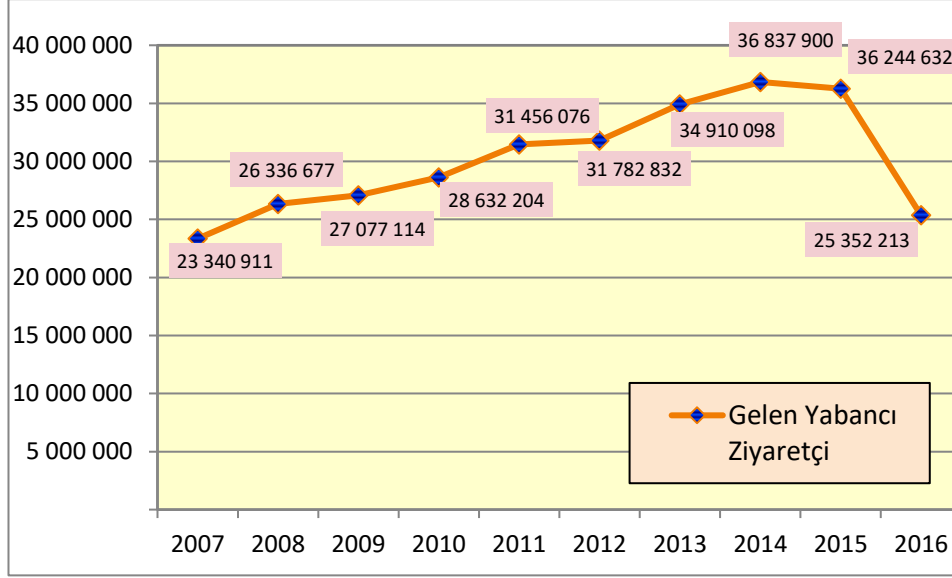
2012 yılı Haziran ayı başında 2,3 civarında seyreden Euro/Türk lirası kuru, 2018 Haziran'ına gelindiğinde özellikle 2015'in ikinci yarısından sonra hızlı bir artış göstererek 5,3'ün üzerine çıkmıştır. Böyle bir durumda, örneğin 6 yıl önce yurtdışındaki 100€'luk bir otel rezervasyonu için 230 lira ödeyen bir Türkiye vatandaşı günümüzde artık 530 lira civarı bir ücret ödemek zorundadır. Türkiye'deki maaş artışının böyle bir

oranda artmadığı düşünüldüğünde, Türkiye vatandaşları için yurtdışı turizmi önemli ölçüde azalmış, daha çok iç turizme kaymıştır. Söz konusu durum, Euro/Türk lirası kurundaki hızlı değişimin birinci etkisini oluşturmaktadır.

İkinci etki ise, yabancı turist için Türkiye'nin ekonomik anlamda daha cazip hale gelmesidir. Yine aynı örnekle düşünüldüğünde, 100 liralık bir otel için rezervasyon yaptırmak isteyen bir yabancı turist 2012 Haziranında 43,5€ civarı bir ödeme yapmak durumundayken artık 19€'dan daha az bir meblağ ile rezervasyonunu yapabilmektedir. Her ne kadar enflasyonun da etkisiyle fiyatlarda genel bir artma görülse de Türk lirasının Euro karşısındaki devalüasyonunu kompanse edecek kadar bir fiyat artışı gerçekleşmemiştir. Bu nedenle turistik hizmetler Avrupa'dan gelen turistler için önceki dönemlere kıyasla daha uygun hale gelmiştir.

Yine de turizm açısından böylesine kar etmeye elverişli bir dönem, başarılı bir şekilde değerlendirilememiştir. Bunun en önemli nedeni, Türkiye'nin güvenlik sorunu olarak öne çıkmaktadır. Özellikle 2015-2016 döneminde sayısı giderek artan ve önüne geçilemeyen terör saldırıları, yabancı ülkelerin vatandaşlarına Türkiye'ye gitmeme tavsiyeleri vermesine sebep olmuş, bu da Türkiye'ye gelen turist potansiyelini ciddi ölçüde azaltmıştır. Turizmin diğer sektörlerle de bağlantılı bir kilit sektör olduğu düşünüldüğünde, turizm sektöründe başlayan gerileme çabucak diğer sektörlerle de sıçramış ve ekonomik bir zayıflamaya doğru gidişatı hızlandırmıştır. Ülkeye gelen turistin yıllara göre dağılımı Şekil 2'de verilmiştir.

Verilere bakıldığında, 2007'den bu yana gelen turist sayısında düzenli bir artış yaşanmaktayken 2014-2015 döneminde artan politik istikrarsızlık sebebiyle bir duraksama dönemi yaşanmış, takip eden 2016 yılında ise neredeyse %30 oranında bir azalma gözlemlenmiştir. 2016 yılında ülkeye gelen yabancı ziyaretçi sayısı 26 milyon kişinin altında kalarak 2008'deki ziyaretçi sayısının gerisinde kalmıştır. 2008 yılında dünya genelinde çok ciddi bir küresel kriz yaşandığı göz önünde bulundurulduğunda, 2016 yılında Türkiye'de yaşanan bu turist sayısındaki azalmanın çok ciddi ekonomik sonuçları olacağı açıktır.



Şekil 2 – Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçiler (2007-2016)

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (2017) Sınır İstatistikleri 2016. Yayın No: 2017/2 ISSN: 1300-6932

Güncel olarak atılması gereken en önemli adım, değeri giderek azalan Türk lirasının iç ve dış turist çekmeye yönelik etkisinden faydalanacak hamlelerin yapılmasıdır. Bunun için ülke içi güvenliği sağlamak, olası terör saldırılarını engellemek için güvenlik tedbirlerini arttırmak gibi devlet bazında yapılması gerekenlerle birlikte yerel yönetimlerin ve sermaye sahiplerinin turizm yatırımlarına ağırlık vermesi önem arz etmektedir. Avrupa Birliği'ne uyum sürecinin ön ayak olduğu yerel yönetimlerin güçlenmesiyle birlikte altyapının yenilenmesi, yatırımların belirlenmesi, imara açılacak yerlerin düzenlenmesi gibi turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlayacak kararların çabucak ve bölgenin dinamiklerini bilen unsurlar tarafından alınması sağlanacaktır. Bu sayede, yüksek Euro kurundan dolayı yurtdışına gidemeyen yerli turist ve Euro'nun Türk lirası karşısında değerinin artışıyla alım gücü önceki dönemlere kıyasla artan yabancı turist Türkiye'deki turizm imkânlarından faydalanarak hem turizmle uğraşan bölgenin doğrudan kalkınmasına hem de yan sektörler ve gelir dağılımıyla birlikte ülkenin bir bütün olarak kalkınmasına katkı sunacaktır.

Turizmde Sürdürülebilir AB-Türkiye İlişkileri

Avrupa Birliği'nin çevresel ve kültürel değerlerin korunması için ortak bir yol haritası izlemektedir. Başta kırsal turizm, sosyal turizm ve gençlik turizmi olmak üzere, toplumun büyük bir çoğunluğuna dokunabilecek turizm sektörlerinin geliştirilmesi, bu doğrultuda sürdürülebilirliğin teşviki ve göreceli olarak geri kalmış bölgelerde yerel kalkınma hamlelerinin uygulanması dikkat çekmektedir. Yerelden yönetimin güçlenmesiyle merkezci bürokrasinin ortaya çıkardığı yavaşlamaya ve yerelin bilgisine

sahip olmadan alınan kararların ekonomik verimsizliğine son verilebilecektir. Bu durum, özellikle turizm sektörünün geliştiği bölgeler için ayrı bir önem teşkil etmektedir. Turizm, tek bir etkinlik doğrultusunda gelişmez. Deniz turizmi olduğu gibi, kültür turizmi, doğa turizmi, gastronomi turizmi vb. şekilde örnekendirilebilecek, her birinin ihtiyacı ve sunacağı hizmet bir diğerinden farklı pek çok faaliyet ortaya çıkmaktadır. Bu nedenden ötürü, yapılacak yatırımların ve bölgeyle ilgili alınacak kararların, merkezden belirlenecek tek tip bir strateji yerine hukuki durum, finansal bütçe vb. gibi ana hatları devlet tarafından belirlenmek üzere yerelin bilgisine sahip organizasyonlar tarafından alınması, ekonomik açıdan en etkili yöntem olarak düşünülebilir.

İlişkilerin sürdürülebilirliği için Dünya standartlarına uygun bir servis kalitesinin oluşturulması bu açıdan oldukça büyük bir önem teşkil etmektedir. Nasıl ki ihracat için üretilen ürünler özelinde birtakım kalite şartları aranıyorsa, aynı şekilde turizm gibi servis ağırlıklı sektörlerde de kalınan yerin hijyenik oluşu ve konforu, yiyecek ve içeceklerin sağlıklı ve lezzetli oluşu vb. unsurlar global olarak geçerli birtakım standartlara bağlı bir şekilde sunulmaktadır. Avrupa Birliği'nin de ürün ve servislere yönelik getirdiği standartlar uygulamaya geçirildiğinde Türkiye, Avrupa tarafından da güvenle tercih edilen bir turizm bölgesi olma konumunu sürdürecektir. Bütün bunlara ek olarak Türkiye ekonomisinin dengeli bir şekilde büyümesi, para ve sermaye piyasalarındaki şeffaflık ve hesap verilebilirlik, rekabet kurallarının adil bir biçimde işleyişi, serbest piyasa koşullarında sürdürülebilir bir mekanizmanın inşa edilmesi gibi kriterler üzerinden bir sürdürülebilirliğin hedeflenmesi söz konusudur (Doğan, 2015). Bunun için ise orta ve uzun vadeli planlamaların yapılması gerekmektedir (Genç, 1998).

Orta ve uzun vadeli planlar çerçevesinde şu alanlara öncelik verilmelidir:

- Sektörde çeşitliliğin sağlanabilmesi adına bölgesel dağılımı düzenlemek
- Hizmet kalitesini arttırmak ve maliyeti azaltmak
- Hizmet için gerekli işgücünü yüksek meslek okulları, ara eleman yetiştirecek orta dereceli meslek okulları vb. gibi kurumlarda eğitmek
- Mevcut bürokratik yetki ve sorumluluk karmaşasını önleyebilmek adına turizm sektöründeki her türlü işlemin tek bir bakanlık tarafından yürütülebilecek bir düzenleme getirmek
- Turizm tanıtımını yurtdışında teşvik ederek yabancı yatırımcı ve işletmeci kuruluşlara rehberlik etmek
- Gerek AB'den gerekse dünyanın farklı bölgelerinden sermaye çekici tedbirler üzerinde çalışmak
- Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği, Dünya Bankası vb. kurumlar ile proje ve finansman konusunda işbirliği yaparak altyapı hizmetlerini geliştirmek
- AB hedefleriyle uyum içinde olabilmek için politikalar geliştirmek ve bu konuda idari ve yasal tedbirleri almak.

Yerelleşme ve dünya standartlarında bir hizmet sağlanmasına ek olarak turizm alanında daimi bir inovatif düşünce bulunması gerekmektedir. Aslında inovasyona yönelik bu

gereklilik güncel küresel ekonominin işleyişinden kaynaklanmaktadır. Schumpeter'in ekonomi literatüründe çok iyi bilinen Yaratıcı Yıkım kuramı esasınca günümüz kapitalizm sisteminde şirketler ayakta durabilmek için sürekli şartlara adapte olma ve pazara bir yenilik getirmek durumundadırlar. Turizm sektörü de bu gereklilikten bağımsız değildir. Yaşanan olası sorunlara çözüm odaklı bir inovatif yapının kurulmasına ek olarak bir bölgeyi diğer bölgelerden ayıracak unsurların yaratıcı bir biçimde ortaya konması, en küçük değerden bile bir turizm potansiyeli çıkartılması ancak inovatif düşünce sayesinde mümkün olmaktadır. Evrimsel açıdan bakıldığında da değişen şartlara çabucak adapte olamayan canlılar yaşamlarını sürdüremeyecekleri gibi talepleri karşılamakta yetersiz kalan oluşumlar kar edememe ve dolayısıyla piyasadaki rekabeti kaybetmeye mahkûmdur. Bu nedenle sürdürülebilir ilişkilerin olmazsa olmazı, global anlamda sektörlerin tamamını ayakta tutan bu daimi geliştirme halidir.

Sonuç

Sonuç olarak, Türkiye'nin özellikle 1960lı yıllardan beri aktif olarak geliştirmeye çalıştığı turizm sektöründe kapasitesini halen tam olarak kullanabildiği söylenememektedir. Avrupa Birliği ile yapılan anlaşmalar da genellikle ülke vatandaşlarının Türkiye'ye çekilmesinde etkili bir rol oynasa da yıllar boyunca yaşanan birçok kriz ve olumsuz durum neticesinde yetersiz kalmış ve istikrar korunamamıştır (Aydemir & Esenkal Çözeli, 2016). Bunun nedeni olarak siyasi istikrarsızlık, denetimsizlik, planlamanın yetersizliği gibi birçok gerekçe gösterilebilir. Zaman zaman, Avrupa Birliği ile ilişkiler ekseninde turizm sektöründe ivme yakalanabilse de sürdürülebilir bir başarı elde edilememiştir. Türkiye'deki çalkantılı siyasi durum ve giderek artan şiddet eylemleri güvenlik kaygıları nedeniyle ülkeye gelen yabancı ziyaretçi sayısındaki düşüşe, bu da doğrudan turizm gelirlerine dolaylı olarak da ülke ekonomisine şiddetli bir biçimde yansımaktadır. Bu olumsuz durumun ortadan kaldırılması için öncelikle ülkedeki güvenlik ortamı yeniden sağlanmalı, turizm bölgelerindeki potansiyelin değerlendirilmesi için yerel yönetimler ve yatırımcılar işbirliği halinde çalışmalıdır.

Günümüzde Euro karşısında Türk lirasının giderek değerinin azalması ilk etapta bir kriz durumu gibi görünse de turizm sektörünün lehine kullanılabilir ve bu sayede Türkiye'nin yıllardır erişemediği kapasitesi tam olarak kullanılabilir. Devletin ilgili bakanlıklar kanalıyla bölgedeki yerel yönetimler ve yatırımcılarla işbirliği halinde altyapı başta olmak üzere turizm için gerekli imkanları sağlaması, özellikle Türk lirasının değer kaybettiği bu dönemde ülkeye döviz girişini hızlandırması ve bu sayede kalkınmada istenilen hedefe ulaşılması son derece önemlidir. Bu doğrultuda Avrupa Birliği'nin sunmakta olduğu çerçeve büyük bir önem teşkil etmektedir. Yerelden yönetimi destekleyecek bir model içerisinde güncel Türk lirası devalüasyonunu bir fırsata çevirecek adımlar ancak dünya standartlarında bir üretimin sağlanması ve daimi bir inovatif düşünceyle desteklenmesiyle mümkün olabilmektedir.

Kaynakça

- Avrupa Birliği Bakanlığı (2017) Türkiye-AB İlişkilerinin Tarihçesi. 4 Haziran 2018 tarihinde şu kaynaktan erişilmiştir: <https://www.ab.gov.tr/111.html>
- Aydemir, B., & Esenkale Çözeli, F. (2016). Dış Politika ve Turizm İlişkisi Bağlamında Türkiye'nin Avrupa ve Balkan Ülkeleri ile Yaptığı Turizm Antlaşmaları ve Değerlendirilmesi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (1), 107-130.
- Balcı, A. (2013). *Türkiye Dış Politikası: İlkeler, Aktörler, Uygulamalar*. İstanbul: Etkileşim Yayınları.
- Berberoğlu, B. (2015). Bilgi toplumu ve bilgi ekonomisi oluşturma yolunda Türkiye ve Avrupa birliği. *MU İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(2), 111-131.
- Büyükşalvarcı, A., Şapçılar, M. C., & Bayrakçı, S. (2016). Kalkınma Planları Kapsamında Turizm Endüstrisinin. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, (11), 186-201.
- Çeştepe, H., & Mıstaçoğlu, T. (2015). Gümrük Birliğinin Doğrudan Yabancı Yatırımlara Etkisi: Avrupa Birliği'nin Yeni Üyeleri ve Türkiye Üzerine bir Panel Veri Analizi. *MU İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(1), 123-139.
- Doğan, M. (2015). Avrupa Birliği ve Türkiye ekonomik ilişkileri. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (32), 306-325.
- Eryılmaz, B., & Tuncer, A. (2013). Avrupa Birliği Uyum Sürecinde Bölgesel Kalkınma Politikaları: Bölgesel Kalkınma Ajansları ve Türkiye Uygulaması. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(1).
- Genç, R. (1998). Türk Turizminin Gelişiminde Avrupa Birliği'nin Rolü ve Önemi. İstanbul Üniversitesi (Yayımlanmış Doktora Tezi).
- Kuşat, N. (2014). Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma İçin Bir Alternatif Olarak Kırsal Turizm ve Türkiye'de Uygulanabilirliği. *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 65-87.
- Nas, Ç. (2015). Türkiye-AB İlişkilerinde Geri Kabul ve Vize Serbestliği: Hareketliliğin Yönetimi. *Marmara Journal of European Studies*, 23(2), 169-186.

Şahin, G. G., & Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi Turizmi: İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.

İş Örgütlerinin Etik Davranışları ve Liyakate Dayalı Profesyonel Yönetim Sistemleri: Türkiye-Avrupa Birliği Karşılaştırması*

Ethical Behaviors and Merit-Based Professional Management Systems of Business Organizations: Turkey-European Union Comparison

Özge DEMİRAL¹

Öz

Bu çalışma, Türkiye ile Avrupa Birliği'nin kurucuları ve ilk üyelerinden oluşan 15 Avrupa ülkesinde (AB-15), iş örgütlerinin etik davranışlarının ve liyakate dayalı profesyonel yönetim sistemlerinin yaygınlığını karşılaştırmaktadır. Çalışmada, Dünya Ekonomik Forumu tarafından küresel düzeyde uygulanan üst-düzy yönetici düşünce anketinin 12 yıllık verileri kullanılmıştır. İş örgütlerinin etik davranışlarına ilişkin olarak, ankette üst-düzy yöneticilerden istenen, ülkelerindeki işletmelerin kamu görevlileri, siyasetçiler ve diğer işletmelerle olan etkileşimleri kapsamında iş etiği seviyesini derecelendirmeleridir. Liyakat sistemi ekseninde profesyonel yönetim sistemi ise, katılımcılara sorulan, ülkelerindeki işletmelerde üst-düzy yönetim pozisyonlarında akraba ve tanıdıkların mı yoksa kalifiye profesyonel yöneticilerin mi olduğuna yönelik soruya verilen cevaplara göre derecelendirilmektedir. 1'den 7'ye kadar değişen skorlarda 1 en kötü uygulamayı (*en zayıf etik uygulamaları ve tamamen liyakatten uzak yönetici seçim sistemi*) ve 7 en iyi uygulamayı (*mükemmel etik davranışı ve tamamen liyakat temelli yetkin yönetici seçim sistemi*) ifade etmektedir. Ülkelerin skorları, anket skorlarının ülke düzeyinde yıllık ağırlıklı ortalamasına göre karşılaştırılmıştır. Sonuçlara göre hem iş etiği hem de profesyonel yönetim uygulamaları kapsamında, Türkiye'nin skorları dünya ortalamasına yakın iken AB-15 ortalamasının oldukça altında seyretilmektedir. Bunun yanında, AB-15 ülkeleri içinde Yunanistan ve İtalya en kötü performans sergileyen ülkeler olarak Türkiye'den daha düşük skorlara sahiptirler.

Anahtar Kelimeler: İş etiği, liyakat sistemi, profesyonel yönetim, üst-düzy yönetici düşünce anketi, Türkiye

ABSTRACT

This study compares the prevalence of ethical behaviors and merit-based professional management systems of business organizations in Turkey and 15 European countries (EU-15) covering the founders and initial members of the European Union. In the study, a 12-year dataset of executive opinion survey conducted globally by World Economic Forum was used. On the ethical behaviors of organizations, in the survey, executives were asked to rate the extent of corporate ethics of companies in their countries regarding the interactions with public officials, politicians, and other businesses. Merit-based professional management system ranked by executives is based on a question about whether relatives and friends or qualified professional managers hold senior management positions of organizations in executives' countries. The scores range between 1 and 7 that 1 refers to the worst practice (*extremely poor ethical behavior and no merit in manager selection*) and 7 refers to best practice (*excellent ethical behavior and merit-based qualified manager selection*). Scores of countries were compared based on the annually weighed means of survey scores in country-level. Results reveal that in both business ethics and professional management systems, Turkey has scores varying around the world means those are far below of the EU-15 countries. Nevertheless, as the worst performers among the EU-15 countries, scores of Greece and Italy are lower than those of Turkey.

Keywords: Business ethics, merit system, professional management, executive opinion survey, Turkey

Tür : Araştırma makalesi
Gönderim tarihi : 18.05.2018
Kabul tarihi : 27.05.2018

* Bu çalışma, artık aramızda olmasa da kariyerimde halen önemli bir yere sahip, altı yıl (2008-2013) boyunca akademik danışmanlığımı yürütmüş ve hayatın her alanında liyakat ve etiğe önem vermiş Prof. Dr. Hüseyin ÖZGEN'e ithaf edilmiştir.

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, odemiral@ohu.edu.tr

1. Giriş

Türkiye'nin Avrupa Birliği (AB) adaylık ve müzakere sürecinde, uyum politikalarının genel olarak ekonomik, hukuki, sosyal ve siyasal alanda ele alındığı (T.C. Avrupa Birliği Bakanlığı, 2018), ancak tüm bu alanlarla etkileşimde olan iş modelleri ve iş yapma süreçleri uyumunun ilgili yazında göz ardı edildiği görülmektedir. Bununla birlikte, iş süreçlerinde (iş planlama, işe başlama, işi yürütme, işi bitirme vb.) rekabetçi üstünlük, sürdürülebilirlik, sosyal sorumluluk, girişimcilik, inovasyon ve müşteri odaklılık gibi özelliklerle nitelendirilebilen (Brewster, 1995; Pritchard ve Armistead, 1999; Haley and Haley, 2006; Hemmert ve Jackson, 2016) ve Batı prensiplerini yansıtan Avrupa iş modeli, birçok bakımdan, Asya ve Avrupa iş modellerinden özellikler taşıyan Türkiye'deki iş kültüründen farklılaşabilmektedir. Bu farklılıkların nedenleri, ekonomik, kültürel, sosyal ve siyasal nedenlerden gelişebileceği gibi iş ikliminin kendi yapısal özelliklerinden de kaynaklanabilmektedir. AB ülkelerindeki genel görünümünden farklılaşma kapsamında, Türkiye'de, aile işletmelerinin yaygınlığı, düşük rekabet, fikri mülkiyet haklarının az korunması, küçük ve orta ölçekli işletmelerin yaygınlığı, kamu teşviklerinin sıklıkla uygulanması dikkat çekmektedir. Bu yönüyle Türkiye'deki iş süreçlerinin Asya ve bazen de Latin Amerika iş modellerinin özelliklerini de taşıdığı görülmektedir. Bu durumu destekler biçimde Dünya Bankası iş yapma verileri (Doing Business, 2018), Türkiye'nin farklı göstergeler bakımından hem Çin, Hindistan, Malezya ve Endonezya gibi Asya ülkeleri hem de Arjantin, Brezilya ve Meksika gibi Latin Amerika ülkeleri arasında yer aldığını ortaya koymaktadır. Bunun yanında, Türkiye'nin tarihsel verilerine bakıldığında yine iş süreçleri ve iş iklimi göstergeleri bakımından Türkiye'nin Doğu Avrupa ülkeleriyle benzerlikleri ve Merkez Avrupa ülkelerinin özelliklerine doğru bir yaklaşma eğilimi de dikkat çekmektedir.

Ülke düzeyindeki bu bütüncül yaklaşımların dışında, örgütsel düzeyde daha yakın incelendiğinde, Türkiye ve özellikle AB'nin kurucu ve ilk katılımcı ülkelerindeki (AB-15) işletmelerin iş yapma süreçlerinin ciddi biçimde farklılaştığı ve bu farklılığın ülkeler arası kıyaslamalarda daha da belirginleştiği görülmektedir. Bu kapsamda dikkat çeken iki önemli farklılık, işletmelerin iş etiği kapsamında paydaşları ile olan ilişkileri ve insan kaynakları yönetimi kapsamında profesyonel yönetim oluşturma süreçlerinde kendini göstermektedir.

Artan küreselleşme eğilimine bağlı olarak uluslararası iş ilişkilerinin ve iş örgütlerinin karşılıklı iş birliklerinin de arttığı günümüzde, ülkelerdeki iş iklimleri arasındaki farklılıklarının araştırılması önemli görülmektedir. İş etiği ve üst-düzyer yönetim oluşturma süreçlerindeki farklılıkların araştırılması ise önemli olmasının yanında, özellikle Türkiye'nin AB süreci dikkati alındığında bir gereklilik olarak da karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu gereklilikten hareketle bu çalışma, Dünya Ekonomik Forumu tarafından küresel düzeyde uygulanan üst-düzyer yönetici düşünce anketi (WEF, 2018) verilerini kullanarak iş örgütlerinin kamu görevlileri, bürokratlar, siyasetçiler ve diğer işletmelerle olan etkileşimleri kapsamında etik davranışları ve liyakate dayalı profesyonel yönetici seçme süreçleri bakımından Türkiye ile AB-15 ülkelerini karşılaştırmaktadır. Çalışmanın kalan kısmında ilk olarak, iş etiği ve örgütlerin etik davranışları ile yönetici seçim ve terfi süreçleri kapsamında kavramsal çerçeve sunulmaktadır. Devamında, Türkiye'deki ilgili yazın gelişimi genel hatlarıyla

sunulduktan sonra, üst-düzey yönetici düşünce anketinin tanıtılması ve anket soruları kapsamında analitik çerçeve çizilmektedir. Bütüncül bir yaklaşımda Türkiye ve AB-15 ülkelerinin ilgili değişkenler bakımından karşılaştırılmasından sonra çalışma, bulguların özetlenerek tartışıldığı sonuç bölümüyle tamamlanmaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve

Çalışmanın bu kısmında, birbiriyle yakın ilişkide olan iş etiği ile liyakate dayalı yönetici seçim süreçlerine ilişkin kavramsal açıklamalar sunulmaktadır.

2.1. İş Etiği ve Örgütlerin Etik Davranışları

İş etiği kavramına ilişkin tanımlar genel bir ifadeyle “iş yaşamında neyin ‘doğru’ veya ‘yanlış’ ya da neyin ‘iyi’ ya da ‘kötü’ olduğu konusunda standartlar belirleyen, kişilerin ya da grupların davranışlarına yol gösteren ilkeler bütünü” biçiminde özetlenebilmektedir. Buna göre etik dışı davranış ise genellikle “toplumsal mutabakat ile oluşturulan yasaların, politikaların, düzenlemelerin ve örgüt normlarının göz ardı edilmesiyle başkalarına zarar verici sonuçlar ortaya çıkaran ve toplum tarafından yasa dışı ya da gayriahlaki kabul edilen davranışları” kapsamaktadır (Tonus ve Oruç, 2012).

Çalışmada, iş etiği, dar kapsamda ve daha spesifik olarak, işletmelerin kamu görevlileri, bürokratlar, siyasetçiler ve diğer işletmelerle olan etkileşimlerinde, iş çevrelerinde ideal olarak genel kabul görmüş ve herkes tarafından bilindiği varsayılan etik ilkelerine ne kadar uyup uymadıkları kapsamında değerlendirilmiştir. Burada, söz konusu taraflarla olan yakın ilişkilerin yoğunluğundan değil, bu ilişkilerin iş ahlakına uygun olup olmadığının belirlenmesinin öneminden hareket edilmektedir.

İşletmelerin faaliyetlerini yürütürken kamu görevlileri, bürokratlar, siyasetçiler ve diğer işletmelerle olan ilişkilerinde, kamu görevlilerine rüşvet vermesi ya da onlardan rüşvet alması, genel rekabeti bozacak nitelikte ve şeffaflıktan uzak bir biçimde diğer işletmeler ile gizli anlaşmalar yapması biçiminde örneklendirilebilecek olan davranışların etik olup olmadığının değerlendirilmesinde kültürel farklılıkların da dikkate alınması önemli olmaktadır (Steidlmeier, 1999). Örneğin Velasquez (2010), yozlaşma ve rüşvetin tüm ülkelerde etik dışı görüldüğünün ancak kabul edilebilirlik düzeyinin kültürden kültüre ciddi anlamda değişebildiğinin altını çizmektedir.

Sonuç olarak özellikle, hükümet liderleri ile iş adamları arasındaki enformel ilişkilere odaklanılarak rüşvet temelinde yozlaşma ve yolsuzluk sıklıkla incelenen konular olmuştur (Betz, 1998; Parker, 2003; Weber ve Getz, 2004). İş etiğini, yozlaşma ve rüşvet kapsamında ele alan ilgili yazında, genel bir eğilim olarak, işletme yöneticileri ile kamu görevlileri arasındaki ilişkilere odaklanılmaktadır. Bunun yanında, işletmelerin kendi arasındaki ilişkilerde de rüşvet ve yozlaşma temelinde çıkar birlikteliği eğilimleri de (özel sektör yozlaşması) yine incelenen konular arasındadır (Gopinath, 2008).

2.2. Yönetici Seçim ve Terfi Süreçleri

İş örgütlerinde örgüt içi önemli bir sorun, yönetim pozisyonlarına kimlerin getirildiği kapsamında, yönetici seçim sürecinin ne kadar şeffaf olduğu ve hangi objektif değerlere göre yapıldığının çalışanlar tarafından net olarak idrak edilememesidir. Yönetici seçme ve atama sistemlerinin objektif bir biçimde yürütülen performans değerlendirme süreci

sonucunda belirlenmemesi, özellikle terfi odaklı motivasyona sahip çalışanların verimliliğini ve örgüte duyduğu güvenini de azaltacaktır. Yöneticilerin örgüt içi objektif ve şeffaf süreçler sonucunda alınan kararlar yerine, özellikle örgüt dışı güçlerin de müdahil olduğu belirsiz ve gizli kararlar ile seçildiği durumlarda, bu güven problemi daha da artacaktır.

Konu üzerine ilgili yönetim ve organizasyon yazınında ve özellikle insan kaynakları yönetimine ilişkin çalışmalarda, akraba, yakın arkadaş ya da çıkar birlikteliği olan kişilerin kariyerlerinde nepotizm ve kayırmacılık sıklıkla ele alınan konuların başında gelmektedir (örn. Pérez-González, 2006; Jones, 2012; Salvato *vd.*, 2012). Özkanan ve Erdem (2015)'in kamu sektörlerine ilişkin tanımlamasında kayırmacılık, diğer ilgili kavramları da kapsayacak biçimde “örgütsel ve yönetsel anlamda, kamu görevlerine yapılan atamalarda ve terfilerde akrabalık (nepotizm) veya tanıdık-dost (kronizm) ilişkilerine ya da siyasi veya din temelli ortaya çıkan gruplara öncelik verilmesi; kamu kaynaklarının siyasi iktidara yandaş, seçmen kesimlerini kayıracak biçimde yönlendirilmesi (klijentalizm)” gibi anlamlara gelmektedir. Şüphesiz, kamu sektörlerine ilişkin yapılan bu tanım özel işletme yönetimlerini de kapsayacak biçimde genişletilebilecektir. Buna göre, işletme sahiplerinin, işletmelerdeki karar alma süreçlerine dahil olan üst-düzey yöneticileri, akrabalarından, tanıdık ya da dostlarından veya yaşam tarzı ve ideolojik bakımdan kendilerine yakın gördükleri çalışanlardan seçmeleri durumunda nepotizm ve kayırmacılık durumları ortaya çıkmaktadır. Ancak bu atama süreçlerindeki uyumun tesadüfi olmaması, yani nepotizm ve kayırmacılığa konu olarak atanan çalışanın diğer alternatifler arasında da en uygun olan kişi olmaması gerekmektedir. Aksi durumda, en kalifiye adayın aynı zamanda işletme sahibinin akrabası ya da yakın arkadaşı olması nepotizm veya kayırmacılık kapsamında değerlendirilemeyecektir.

Diğer taraftan, işletme sahiplerinin güveninin sağlanması ve örgütsel bağlılığın yüksek olması gibi nedenlerle özellikle işletmelerin gelişme aşamalarında nepotizmin ve kayırmacılığın olası faydalarına dikkat çeken çalışmalar da bulunmaktadır. Burada özellikle yönetimin miras yoluyla aile bireylerinde kaldığı işletmelerin örgütsel performanslarının, aile dışından gelen profesyonel yöneticiler tarafından yönetilen işletmelere kıyasla, daha yüksek olduğuna vurgu yapılmaktadır (Pérez-González, 2006; Greve ve Ruigrok, 2017). Ayrıca, kayırlan kişi işletmenin kamu kurumları ile olan ilişkilerini kolaylaştırabilecek bir kişi ise kayırma atamaları ile bu işletmenin büyüme performansı daha da artacaktır. Ayrıca, nepotizm ve kayırmacılık uygulamalarının illegal olup olmadığı tartışmaları sürerken, özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki özel işletmelerde bu tür uygulamaları engelleyen yasal düzenlemeler de bulunmamaktadır.

Nepotizm ve kayırmacılık tartışmaları bir yana, modern yönetim teorileri, profesyonel yöneticilerin başarı odaklı çalışma performanslarının ve verimliliklerinin daha yüksek olacağını ortaya koymaktadır. Örneğin Fernández-Aráoz *vd.* (2015), kurucu ailenin bireyleri tarafından yönetilen aile işletmelerinin yaygın olduğu Asya-Pasifik bölgesinde, profesyonel yönetim becerilerinden yoksun üst-düzey yöneticilerin neden oldukları örgütsel başarısızlıklara bağlı sorunlara dikkat çekmektedir.

3. Türkiye Üzerine İlgili Yazın Gelişimi

İş örgütlerinin yozlaşma, yolsuzluk ve çıkar sağlama gibi konular kapsamında iş ahlakı ve nepotizm ve kayırmacılık bakımından profesyonel yönetim süreçleri üzerine gelişen ilgili yazında öncelikle kavramsal bir tartışma dikkat çekmektedir. Bu tartışmalardan biri iş etiği ve iş ahlakı kavramlarının hangisinin kullanılacağı ekseninde gelişmektedir¹. İlgili tartışmalarda, kültürel değerlerin iş etiğine yansımalarına dikkat çekilmektedir (Eğri ve Sunar, 2010). İş etiği genel olarak şeffaflık, sosyal sorumluluk, iyi yönetim ve hukuka uygunluk ilkeleri etrafında şekillendirilmektedir (Eğri ve Sunar, 2010). İş etiği üzerine hem yerli hem de yabancı yazında sistematik verilerin mevcut olmamasına bağlı olarak uygulamalı çalışmaların sayısı oldukça kısıtlıdır. Türkiye'deki işletmelerin ise, etik davranışlarını genellikle hukuki mevzuatın gereklilikleri çerçevesinde düzenledikleri görülmektedir. Bir bakıma, hukuki bir engel olmadığı sürece, faaliyetlerin etik olmadığı yönünde genel bir yargıya varılamayacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda, Tonus ve Oruç (2012)'un Türkiye'nin önde gelen işletmelerinden biri diye nitelendirdikleri bir işletmenin personel yönetmeliğini içerik analizi yöntemiyle analiz ettikleri çalışmada, aslında söz konusu işletmenin (ve doğal olarak benzer diğer işletmelerin) etik dışı davranışlarını önlemeye yönelik birçok bağlayıcı maddenin olduğu görülmüştür. Böylece, aslında Türkiye'de iş etiğinin ve işletmeleri bağlayıcılığının ilgili mevzuatlara yansıtıldığı ortaya konulmuştur.

Nepotizm ve kayırmacılık bakımından profesyonel ya da profesyonellik dışı yönetim süreçleri üzerine yapılan çalışmalarda, genel olarak nepotizm ve kayırmacılık uygulamalarının, diğer çalışanlar üzerindeki etkilerine odaklanılarak, örgütsel bağlılığın azalması, işi ve işletmeyi terk etme eğiliminin artması ile iş yeri huzurunun ve iş tatmininin azalması gibi olumsuz örgütsel sonuçlara etkisinin incelenmekte olduğu görülmektedir (Büte, 2011; Karahan ve Yılmaz, 2014). Türkiye'deki kamu bankalarında 243 çalışandan elde edilen anket verileri ışığında Büte (2011) nepotizm ve kayırmacılığın insan kaynakları uygulamalarının fonksiyonelliği ve profesyonelliğini bozduğunu, iş tatmini ve örgütsel bağlılığı azalttığını belirlemiştir. Karahan ve Yılmaz (2014), 272 sağlık çalışanından elde edilen anket verilerini analiz ederek, çalışanların nepotizm algısının, onların çalıştıkları örgüte bağlılıkları üzerine etkisini incelemiştir. Yazarlar, çalışanların nepotizm algısını terfide kayırmacılık, işe alma sürecinde kayırmacılık ve işlem kayırmacılığı olmak üzere üç boyutta ele alırken, çalışanların işletmeye olan bağlılıklarını da duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık olmak üzere üç farklı boyutta incelemiştir. Elde edilen sonuçlar, nepotizmin çalışanların örgütsel bağlılığını azalttığını ortaya koymuştur. Çalışmada, nepotizmin, çalışanların dışında, işletmelere ve topluma da olumsuz etkilerinin gelişebileceği vurgulanmıştır.

Özkanan ve Erdem (2015), Türkiye'de farklı dört bakanlıktaki deneyimli 26 çalışandan elde edilen nitel veriler ışığında, kamu kurumlarında özellikle terfi işlemlerinde kayırmacı uygulamalara sıklıkla rastlandığını ve geçmişte yaygın olarak

¹ Bu çalışmada, kavram tartışmalarına girilmemiş ve iş etiği kavramı bütünlük bir yapıda iş ahlakını da kapsayacak biçimde kullanılmıştır.

görülen nepotizm ve hemşericilik türleri azalma gösterirken, siyasi kayırmacılık türünün halen en fazla başvurulan kayırmacılık türü olduğunu belirlemişlerdir.

Özellikle aile işletmelerinin yaygın olduğu iş çevrelerinde profesyonel olmayan insan kaynakları yönetimi uygulamalarının yaygın olması beklenmektedir. Bununla birlikte, günümüzde artan küreselleşmeye de bağlı olarak işletmelerin dışa açılması sürecinde aile işletmelerinin de profesyonel yönetim süreçlerine geçmeye başladığı görülmektedir. Bu kapsamda, Çetinkaya *vd.* (2017)'nin Kırşehir ili içerisinde faaliyet gösteren aile işletmelerindeki yöneticilerle yapılan münakalatlara dayalı veriler üzerine elde ettikleri bulgular, bu aile işletmelerinde akrabalık bağlarından çok liyakatin ön planda tutulduğunu ortaya koymuştur. Bu durum, klasik aile işletmelerinde akraba yöneticilerin varlığı algısının değişerek liyakatin ön plana çıktığı ve aile işletmelerinin de insan kaynakları yönetimine artık daha profesyonel baktığı biçiminde yorumlanabilse de örneklemin dar kapsamlı olması sonuçların genelleştirilebilmesini zorlaştırmaktadır.

Yukarıda genel hatlarıyla çerçevesi çizilen yazın gelişiminde, özellikle çalışmaların sınırlı örneklemeler üzerine olduğu ve söz konusu değişkenlerin örgütsel sonuçlara etkileri üzerine odaklanıldığı görülmektedir. İlgili yazında ulaşılan sonuçların net olmaması ve bazen de çelişen sonuçların elde edilmesi, Türkiye'deki genel iş ortamının yansıtılmasını da sınırlandırmaktadır. Çalışmalarda ülke karşılaştırmalarının yapılamaması ise bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle, ülkelerdeki genel iş iklimi görünümünü bilen ve iyi değerlendirebilen deneyimli ve profesyonel üst-düzen yöneticilerin görüşlerine dayalı verileri kullanarak Türkiye ile AB ülkelerinin karşılaştırıldığı bu çalışma, ilgili yazına katkı sağlayacak ve ileriki çalışmalara ışık tutacak niteliktedir.

4. Analitik Çerçeve

İş ya da işletme modeli, bir işletmenin faaliyetlerini yürütmek ve amaçlarına ulaşmak için izlediği stratejik yöntem ve araçlardan oluşmaktadır (Hedman ve Kalling, 2003). Bu bağlamda strateji yazınında iş modeli ile iş stratejisi bazen aynı anlamda da kullanılabilir. Son yıllarda, mevcut iş ve yönetim süreçlerini modelleme yönünde hem yönetim ve strateji yazınında hem de alandaki uygulamacılar arasında artan bir ilgi dikkat çekmektedir (Foss ve Saebi, 2016). Bu ilgide önemli bir nokta, artan etkileşimlere bağlı olarak örgütsel iş modellerinin de değişebileceğinin anlaşılmasıdır (Hedman ve Kalling, 2003). Özellikle, sınır ötesi tedarik ağları temelinde gelişen küresel iş birliği, iş modellerini ve yönetim stratejilerini daha karmaşık bir yapıya sokmaktadır.

Bir ülkedeki ya da bölgedeki örgütlü iş ve işletmecilik ikliminin dinamik yapıdaki hem çevresel hem de örgütsel özellikleri, yerleşik iş modelini geliştirmekte ve değiştirmektedir. Bu kapsamda iş çevrelerinde ortaya çıkacak istikrarsızlıklar, örgütsel karar alma süreçlerini ve örgütsel performansları etkilemektedir (Keats ve Hitt, 1988). Avrupa'nın ya da daha spesifik bir bakış açısıyla Avrupa Birliği'nin yeni üyelerle genişlemesi, bir yandan iş toplumlarının entegrasyonu ile bir etkileşim ortaya çıkarırken, diğer taraftan mevcut işletmecilik stratejilerinde görülen değişim baskısı bazı lokal dirençlerle karşılaşabilmektedir. Bu da farklılıkların uyumlaştırılarak başarılı

bir şekilde yönetilmesi gerekliliğinin altını çizmektedir (Boone ve Van Den Bosch, 1997).

İnsan kaynakları yönetimi başta olmak üzere birçok yönden ayrıcalık özelliklere sahip Avrupa iş modeli rekabetçi üstünlük, sürdürülebilirlik, sosyal sorumluluk, girişimcilik, inovasyon ve müşteri odaklılık biçiminde özetlenebilmektedir (Brewster, 1995; Pritchard ve Armistead, 1999; European Communities, 2006). Bu genel görünüm, istikrarlı ekonomik yapı, şeffaf iş sistemleri ve gelişmiş altyapılar ile formel ilişkilere, iş güvenliğine ve tam zamanlılığa verilen önem gibi iş ve çalışma kültürüne ilişkin ayrıcalık özellikler tarafından da biçimlenmektedir (Katz, 2007; Doing Business, 2018).

AB ülkelerindeki bu genel eğilimler veri iken, genel olarak ilgili göstergeler bakımından AB'nin gerisinde bulunan Türkiye'nin, AB iş kültürüne entegrasyonunun incelenmesi önemli olmaktadır. Bu önemden hareketle çalışmada Türkiye ve AB ülkeleri, örgütlerin etik davranışları ve profesyonel yönetimin seçilmesi süreci olarak iki bakımdan karşılaştırılmaktadır. İzleyen başlıklarda, çalışmada kullanılan iki değişken çerçevesinde, 'üst-düzyer yönetici düşünce anketi' verileri tanıtılmaktadır.

4.1. Üst-Düzyer Yönetici Düşünce Anketi

İş dünyasının fikir ve düşüncelerini en üst seviyeden belirlemeyi amaç edinerek küresel ölçekte yaşanan iş ve işletmecilik sorunlarını ve bu sorunların önemini ortaya koyan üst-düzyer yönetici düşünce anketi (*executive opinion survey*), küresel rekabetçilik, cinsiyet eşitsizliği ve risk bileşenleri başta olmak üzere çok sayıda değişken üzerine veri sunan Dünya Ekonomik Forumu (WEF, 2018)'nun, en çok kullanılan veri tabanlarından biri durumundadır. Bu anketlerde katılımcılara farklı sorular yöneltilmekte ve/veya yaşadıkları ülkenin durumlarını genel olarak değerlendirmeleri istenmektedir.

Bu ankete cevap veren iş liderleri, içinde faaliyet gösterdikleri ülke ve sektör özelliklerini sistematik olarak tutarlı bir biçimde değerlendirebilecek kişilerden oluşmaktadır. Böylece, katılımcı sayısının fazla olmasının nicel etkisi yanında, cevapların nitel yönünün de kuvvetli olduğu anlaşılmaktadır. 2017 yılında Şubat-Haziran döneminde 39 dilde uygulanan ankette 137 ülkeden 14 binden fazla anket doldurulmuş, değerlendirilen geçerli anket sayısı 133 ülkeden 12755 olarak gerçekleşmiştir (bkz. Tablo 1).

Türkiye'den 2017 yılındaki ankete 81 üst-düzyer yönetici katılmıştır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerden katılımcı sayısının fazla olması dikkat çekmektedir. Katılımlar, genellikle, önceden iletişime geçilen yöneticilere hem çevrimiçi hem de matbu anket gönderimi biçiminde olmaktadır. 2017 yılında en yüksek katılım 396 kişiyle Çin'den gerçekleşmiştir. En az katılım ise 32 kişiyle Yeni Zelanda'dan olmuştur (WEF, 2018; Schwab, 2017: 333-339). WEF (2018) anket uygulamalarını, her ülkeden farklı kurum ve kuruluşlarla iş birliği içinde yürütmektedir. Türkiye'den ilgili kurum, TÜSİAD ve Sabancı Üniversitesi ortaklığı ile faaliyetlerini yürüten Rekabetçilik Forumu'dur (REF, 2018).

Tablo 1. İncelenen Ülkelerde Üst-Düzey Yönetici Düşünce Anketine Katılım, 2017

Ülkeler	Ankete katılan üst-düzey yönetici sayısı	Ülkeler	Ankete katılan üst-düzey yönetici sayısı
<i>Avusturya</i>	98	<i>İtalya</i>	98
<i>Belçika</i>	99	<i>Lüksemburg</i>	43
<i>Danimarka</i>	85	<i>Hollanda</i>	78
<i>Finlandiya</i>	50	<i>Portekiz</i>	140
<i>Fransa</i>	81	<i>İspanya</i>	75
<i>Almanya</i>	112	<i>İsveç</i>	71
<i>Yunanistan</i>	78	<i>İngiltere</i>	83
<i>İrlanda</i>	105	<i>Türkiye</i>	81
<i>AB-15 geçerli anket sayısı</i>		1 296	
<i>Dünya (137 ülke) geçerli anket sayısı</i>		14 375	

Kaynak: Schwab, 2017: 333-339.

Amaçları doğrultusunda bu çalışmada, çok sayıda farklı konularda veriler sunan üst-düzey yönetici düşünce anketinin Tablo 2’de görülen iki alt verisi kullanılmıştır. Bu veriler, katılımcılara yöneltilen iki soruya dayanmaktadır.

Tablo 2. Üst-Düzey Yönetici Anketinin Kapsamı ve Katılımcılara Yöneltilen Sorular

Kapsam	Soru
İş örgütlerinin etik davranışları	Ülkenizde, işletmelerin iş etiği davranışlarını, kamu görevlileri, bürokratlar, siyasetçiler ve diğer işletmelerle olan etkileşimleri kapsamında, genel olarak nasıl değerlendirirsiniz? (1’den 7’ye kadar puanlayınız: 1=İş etiği çok zayıf, dünyadaki en kötü olanlar arasında, 7=İş etiği çok kuvvetli, dünyadaki en güçlü olanlar arasında)
Profesyonel yönetim sistemi	Ülkenizde, işletmelerdeki üst-düzey yönetim pozisyonlarında genel olarak kimler bulunmaktadır? 1’den 7’ye kadar puanlayınız: 1=Liyakatten ve objektif performans değerlendirme sürecinden bağımsız bir biçimde akrabalar ya da yakın arkadaşlar, 7=Genellikle liyakatte dayalı ve objektif performans değerlendirme sonucuna göre belirlenen kalifiye ve profesyonel yöneticiler)

Kaynak: Dünya Ekonomik Forumu-World Economic Forum (2018). Üst-Düzey Yönetici Düşünce Anketi-The Executive Opinion Survey, farklı yıllar, <https://www.weforum.org/reports>

Tablo 2’de görülebildiği üzere, yöneticilerin etik değerlendirmeleri, işletmelerin sadece kamu ya da hükümet kesimiyle (kamu görevlileri, bürokratlar, siyasetçiler) olan ilişkileri değil, ayrıca özel sektörün yani özel işletmelerin kendi aralarındaki ilişkileri de kapsamaktadır. Bu nitel değerlendirmeler, ilgili ülkedeki genel eğilimlerin 1’den 7’ye kadar puanlanmasına dayanmaktadır. Bu puanlamada 1 en kötü 7 ise en ideal uygulama örneklerini yansıtmaktadır.

4.2. Türkiye ile AB-15 Ülkeleri Karşılaştırması

Bu çalışmada, 16 ülkenin (AB-15 ve Türkiye) 12 farklı dönemlik (2006/2007, 2007/2008, ..., 2017/2018) verileri üzerinden oluşturulan 192 (16x12) gözlemler panel veri yapısında bir karşılaştırma yapılmaktadır. Amaç Türkiye ve AB-15 ülkeleri üzerine bir karşılaştırma yapmak olduğu için, panel regresyon analizi sonuçlarının ayrıntılarına yer verilmemiş, sadece öne çıkan şu hususların belirtilmesiyle yetinilmiştir: Değişkenler arasındaki korelasyon katsayısı oldukça yüksek (0,93) bulunmuştur. Buna göre iş etiği skoru yüksek olan işletmelerin aynı zamanda daha profesyonel yönetime sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ülke düzeyinde ise, iş etiğinin yaygın olduğu iş/çalışma iklimine sahip ülkelerdeki iş çevrelerinde profesyonel yönetimlerin daha hâkim olduğu belirlenmiştir. Ayrıca panel yapısında tahmin edilen regresyon katsayıları, değişkenlerin anlamlı bir biçimde birbirlerinin tahmin edicileri olduğunu ortaya koymuştur. Buna göre, iş etiği bağımlı değişken iken işletmelerdeki profesyonel yönetim bağımsız değişken olarak istatistiki olarak anlamlı bir biçimde ($p<0,01$) 1,05 regresyon katsayısına sahiptir. İş etiği bağımsız değişken olarak alındığında ise regresyon katsayısı, yine istatistiki olarak anlamlı bir biçimde ($p<0,01$) 0,82 olarak elde edilmiştir². Bu durum nedensellik testi ile de desteklenmiştir. Nedensellik testine göre örgütlerin etik davranışları ile profesyonel yönetim süreçleri değişkenleri arasında anlamlı bir biçimde ($p<0,01$) iki yönlü bir nedensellik bulunmaktadır. Buna göre bu iki değişken birbirlerinin nedeni olarak değerlendirilebilmektedir.

İzleyen Tablo 3 ve Tablo 4'te incelenen değişkenlere ilişkin ölçekler kapsamında Türkiye ve AB-15 ülkelerinin skorları karşılaştırmalı olarak sunulmaktadır. İşletmelerde örgütsel etik davranış skorlarının karşılaştırıldığı Tablo 3'te şu hususlar dikkat çekmektedir: i) AB-15 ülkelerinin genel ortalaması dünya ortalamasının üzerindedir. Ancak bu ülkelerin ortalaması yıllar itibarıyla düşmektedir. ii) Küresel düzeyde dünya ortalaması yıllar itibarıyla biraz düşüyor görünse de AB-15 ortalamasındaki yıllar itibarıyla görülen düşüş daha yüksektir. iii) Dünya ortalamasına yakın seviyede seyreden Türkiye'nin skor ortalamaları, AB-15 ülkesinin çok altında bulunmaktadır. iv) AB-15 ülkeleri içinde en kötü performans gösteren ülkeler Yunanistan ve İtalya'dır. Bu ülkeler, genel olarak, Türkiye'den daha düşük skorlara sahiptir.

² Panel regresyon analizlerinde sabit etkili model tahmincisi kullanılmıştır.

Tablo 3. AB-15 ülkeleri ve Türkiye’de ‘Örgütsel Etik Davranış’ Ölçeği Skor Ortalamaları, 2006/2007 – 2017/2018, Seçilmiş Dönemler

Ülkeler	Anket Dönemi (WEF Rapor Yılları)						
	2006/ 2007	2008/ 2009	2010/ 2011	2012/ 2013	2014 /2015	2016/ 2017	2017/ 2018
<i>Avusturya</i>	5,9(15)	6,1(11)	6,2(11)	5,6(18)	5,5(20)	5,4(19)	5,4(18)
<i>Belçika</i>	5,4(22)	5,4(20)	5,5(21)	5,4(20)	5,5(19)	5,6(15)	5,3(21)
<i>Danimarka</i>	6,6(2)	6,5(3)	6,5(5)	6,4(4)	6,2(4)	6,1(5)	6,1(5)
<i>Finlandiya</i>	6,7(1)	6,6(2)	6,6(3)	6,5(2)	6,4(2)	6,2(4)	6,2(2)
<i>Fransa</i>	5,6(20)	5,3(25)	5,7(17)	5,4(23)	5,1(24)	5,0(26)	4,9(27)
<i>Almanya</i>	6,3(5)	5,9(15)	6,0(13)	5,8(14)	5,6(16)	5,2(22)	5,3(22)
<i>Yunanistan</i>	4,3(54)	3,8(94)	3,3(106)	3,1(130)	3,7(99)	3,7(81)	3,7(74)
<i>İrlanda</i>	5,7(16)	5,6(16)	5,3(25)	5,4(21)	5,6(17)	5,6(16)	5,6(14)
<i>İtalya</i>	3,9(73)	4,0(78)	3,7(82)	3,6(90)	3,6(105)	3,5(100)	3,5(94)
<i>Lüksemburg</i>	6,0(13)	5,9(14)	6,1(12)	6,1(10)	6,0(8)	5,5(10)	5,8(10)
<i>Hollanda</i>	6,0(12)	6,3(8)	6,3(9)	6,3(6)	5,9(10)	5,8(9)	6,0(8)
<i>Portekiz</i>	4,9(30)	4,7(37)	4,6(47)	4,5(41)	4,5(42)	4,2(50)	4,3(41)
<i>İspanya</i>	5,0(27)	4,9(33)	4,7(41)	4,5(40)	3,8(84)	3,8(72)	3,6(85)
<i>İsveç</i>	6,4(4)	6,6(1)	6,8(1)	6,2(8)	5,8(12)	6,3(1)	6,0(7)
<i>İngiltere*</i>	6,2(7)	5,5(17)	6,0(14)	5,9(12)	5,6(14)	5,6(14)	5,5(16)
Türkiye	4,4(47)	4,2(58)	3,7(79)	4,0(57)	4,0(68)	3,6(93)	3,6(88)
<i>AB-15 Ort.</i>	5,6	5,5	5,4	5,3	5,2	5,1	5,1
<i>Dünya ort.**</i>	4,3	4,3	4,2	4,2	4,2	4,1	4,1
<i>Tüm ülke (dünya) sayısı</i>	125	134	139	144	144	138	137

Not: Skor karşılaştırmaları, anket skorlarının ülke düzeyinde yıllık ağırlıklı ortalamasına göre yapılmıştır. Skorlara ilişkin parantez içindeki değer, ilgili yıldaki toplam ülke sayısına göre sıralamasını göstermektedir. *İngiltere 2016 yılındaki referandum sonucunda, 2019 yılında AB’den fiilen ayrılma (*Brexit*) kararı almıştır. **Dünya ortalaması, ilgili yılda anketin uygulandığı tüm ülkelerin ortalamasıdır.

Tablo 4’te görülen işletmelerde profesyonel yönetim ölçeği kapsamında, ‘örgütsel etik davranış’ ölçeğinde olduğu gibi, Türkiye’nin dünya ortalamasına yakın değerlere sahip olduğu ancak AB-15 ortalamasının oldukça altında bulunduğu görülmektedir. Yine, AB-15 ülkeleri içinde Yunanistan ve İtalya’nın en kötü performans sergileyen ülkeler olduğu ve Türkiye’den bile daha düşük skorlara sahip oldukları dikkat çekmektedir.

Tablo 4. AB-15 ülkeleri ve Türkiye'nin 'İşletmelerde Profesyonel Yönetim' Ölçeği Skor Ortalamaları, 2006/2007 – 2017/2018, Seçilmiş Dönemler

Ülkeler	Anket Dönemi (WEF Rapor Yılları)						
	2006/ 2007	2008/ 2009	2010/ 2011	2012/ 2013	2014 /2015	2016/ 2017	2017/ 2018
<i>Avusturya</i>	5,7(17)	5,8(14)	5,3(22)	5,5(18)	5,3(26)	5,5(23)	5,4(24)
<i>Belçika</i>	5,5(23)	5,6(20)	5,5(17)	5,4(20)	5,7(11)	6,0(10)	5,8(14)
<i>Danimarka</i>	6,1(9)	6,2(3)	5,8(11)	6,0(8)	6,0(6)	5,9(13)	6,0(11)
<i>Finlandiya</i>	6,2(5)	6,1(6)	6,1(4)	6,3(2)	6,2(3)	6,3(1)	6,2(3)
<i>Fransa</i>	5,6(19)	5,5(21)	5,1(30)	5,0(34)	4,5(48)	5,5(22)	5,4(22)
<i>Almanya</i>	6,2(6)	6,0(9)	5,7(14)	5,6(15)	5,5(19)	5,7(15)	5,6(17)
<i>Yunanistan</i>	4,2(77)	4,1(92)	3,9(98)	3,8(103)	3,8(98)	3,8(95)	4,0(81)
<i>İrlanda</i>	6,1(8)	5,9(12)	5,8(13)	5,9(12)	5,6(14)	6,2(7)	6,0(10)
<i>İtalya</i>	3,7(101)	3,6(117)	3,5(119)	3,6(113)	3,4(122)	3,7(102)	3,8(94)
<i>Lüksemburg</i>	5,6(22)	5,4(31)	5,5(18)	5,4(21)	5,5(17)	5,7(17)	5,7(15)
<i>Hollanda</i>	6,1(7)	6,1(7)	6,0(6)	6,1(3)	6,1(4)	6,2(6)	6,3(1)
<i>Portekiz</i>	4,8(46)	4,8(61)	4,2(71)	4,1(79)	4,2(73)	4,1(76)	4,3(66)
<i>İspanya</i>	5,1(33)	5,3(33)	4,6(56)	4,7(43)	4,3(59)	4,7(37)	4,6(38)
<i>İsveç</i>	6,5(1)	6,4(1)	6,5(1)	6,1(5)	5,9(9)	6,3(2)	6,1(7)
<i>İngiltere*</i>	6,3(3)	5,6(19)	6,0(7)	6,0(9)	5,8(10)	6,1(9)	6,0(9)
Türkiye	4,4(63)	4,1(93)	4,1(81)	4,3(62)	4,3(63)	4,0(81)	4,0(80)
<i>AB-15 Ort.</i>	5,5	5,4	5,2	5,2	5,1	5,4	5,3
<i>Dünya ort.**</i>	4,5	4,6	4,4	4,3	4,2	4,2	4,2
<i>Tüm ülke sayısı</i>	125	134	139	144	144	138	137

Not: Skor karşılaştırmaları, anket skorlarının ülke düzeyinde yıllık ağırlıklı ortalamasına göre yapılmıştır. Skorlara ilişkin parantez içindeki değer, ilgili yıldaki toplam ülke sayısına göre sıralamasını göstermektedir. *İngiltere 2016 yılındaki referandum sonucunda, 2019 yılında AB'den fiilen ayrılma (*Brexit*) kararı almıştır. **Dünya ortalaması, ilgili yılda anketin uygulandığı tüm ülkelerin ortalamasıdır.

5. Sonuç

Türkiye'nin uzun yıllardır süren Avrupa Birliği (AB) adaylık ve müzakere sürecinde, uyum politikalarının genel olarak ekonomik, hukuki, sosyal ve siyasi alanda ele alındığı ancak tüm bu alanlarla etkileşimde olan iş modelleri ve iş yapma süreçleri uyumunun ilgili yazında göz ardı edildiği görülmektedir. Bununla birlikte, iş süreçlerinde rekabetçi üstünlük, sürdürülebilirlik, sosyal sorumluluk, girişimcilik, inovasyon ve müşteri odaklılık gibi özelliklerle nitelendirilebilen ve Batı prensiplerini yansıtan Avrupa iş modeli, birçok bakımdan, Asya ve Avrupa iş modellerinden özellikler taşıyan Türkiye'deki iş kültüründen farklılaşabilmektedir. Bu farklılıkların nedenleri, ekonomik, kültürel, sosyal ve siyasi nedenlerden gelişebileceği gibi iş ikliminin kendi yapısal özelliklerinden de kaynaklanabilmektedir. AB ülkelerindeki genel görünümünden farklılaşma kapsamında, Türkiye'de, aile işletmelerinin yaygınlığı, düşük rekabet, fikri mülkiyet haklarının az korunması, küçük ve orta ölçekli işletmelerin yaygınlığı, kamu teşviklerinin sıklıkla uygulanması dikkat çekmektedir. Bu yönüyle Türkiye'deki iş süreçlerinin Asya ve bezen de Latin Amerika iş modellerinin özelliklerini taşıdığı görülmektedir. Bunun yanında, tarihsel verilere bakıldığında iş

süreçleri ve iş iklimi göstergeleri bakımından Türkiye'nin Doğu Avrupa ülkeleriyle benzerlikleri ve Merkez Avrupa ülkelerinin özelliklerine doğru bir yaklaşma eğilimi de dikkat çekmektedir.

Artan küreselleşme eğilimine bağlı olarak uluslararası iş ilişkilerinin ve iş örgütlerinin karşılıklı iş birliklerinin de arttığı günümüzde, ülkelerdeki iş iklimleri arasındaki farklılıklarının araştırılması önemli görülmektedir. İş etiği ve üst-düzey yönetim oluşturma süreçlerindeki farklılıkların araştırılması ise önemli olmasının yanında, özellikle Türkiye'nin AB süreci dikkati alındığında, bir gereklilik olarak ta karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu gereklilikten hareketle bu çalışma, Dünya Ekonomik Forumu tarafından küresel düzeyde uygulanan üst-düzey yönetici düşünce anketi verilerini kullanarak iş örgütlerinin kamu görevlileri, bürokratlar, siyasetçiler ve diğer işletmelerle olan etkileşimleri kapsamında etik davranışları ile liyakate dayalı profesyonel yönetim seçme sistemleri bakımından Türkiye ile AB-15 ülkelerini karşılaştırmaktadır.

Elde edilen dikkat çekici sonuçları şu şekilde sıralamak mümkündür: i) Değişkenler arasındaki korelasyon katsayısı oldukça yüksek bulunmuştur. Buna göre, iş etiğinin yaygın olduğu iş/çalışma iklimine sahip ülkelerdeki iş çevrelerinde profesyonel yönetim uygulamaları daha yaygın olmaktadır. ii) Değişkenler anlamlı bir biçimde birbirlerinin tahmin edicileri durumundadırlar. Bu durum, değişkenler arasında bulunan iki yönlü nedensellik ilişkisi ile de desteklenmiştir. iii) Her iki değişkene ilişkin skor karşılaştırmaları, AB-15 ülkelerinin genel ortalamasının dünya ortalamasının üzerinde seyrettiğini, ancak bu ülkelerin ortalamasının yıllar itibarıyla düşme eğiliminde olduğunu ortaya koymaktadır. iv) Küresel düzeyde dünya ortalaması yıllar itibarıyla biraz düşüyor görülsede AB-15 ortalamasındaki yıllar itibarıyla görülen düşüş daha yüksektir. v) Dünya ortalamasına yakın seviyede seyreden Türkiye'nin skor ortalamaları, AB-15 ülkesinin çok altında bulunmaktadır. vi) AB-15 ülkeleri içinde en kötü performans gösteren ülkeler Yunanistan ve İtalya'dır. Bu ülkeler, genel olarak, Türkiye'den daha düşük skorlara sahiptir. Sonuç olarak, Türkiye'nin AB uyum sürecince, iş modellerinin, işletme stratejilerinin ve genel iş ortamlarının farklılıklarının fazla olması nedeniyle bazı sorunların gelişebileceği, ancak bu sorunların Türkiye'nin AB üyelik sürecini etkileyecek yapıda ve ölçüde olmadığı anlaşılmaktadır. Bu önerme, Türkiye ve AB arasındaki politik süreçten bağımsız olarak, Türk ve Avrupa işletmeleri arasında gözlenen ve gittikçe artarak gelişen iş birliği ile de desteklenmektedir.

Üst-düzey yönetici düşünce anketi verileri ülkedeki genel görünümü yansıtmak niteliğe sahip olsa ortalama skorların ülkelerarasında karşılaştırılması bakımından çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Öncelikle, çalışmada yararlanılan anket verileri sadece ankete katılan ve sayıları ülkeden ülkeye değişen sınırlı bir örneklemin görüşlerinden oluşmaktadır. Ayrıca, ankete katılanların demografik özelliklerinin sonuçlara yansıtılamaması da önemli bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle, az sayıdaki katılımcının görüşlerinin ülke düzeyinde genelleştirilmesinin toplulaştırma yanlılıkları taşıyabileceği dikkate alınarak sonuçların dikkatli bir biçimde yorumlanması gerekmektedir. Söz konusu bu kısıtların dikkate alınarak ileriki çalışmalarda anket verilerinin idari verilerle ve mülakatlarla desteklenmesi, özellikle yönetici olarak çalışmayanları da kapsayacak biçimde örneklemlerin demografik özelliklere göre

farklılaştırılması ve anket içeriğinin genişletilmesi elde edilecek sonuçların daha genelleştirilebilir ve karşılaştırılabilir olmasını sağlayacaktır.

Kaynakça

- Betz, J. (1998). Business Ethics and Politics. *Business Ethics Quarterly*, 8(4), 693-702. Doi: 10.2307/3857548
- Boone, P. F. & Van Den Bosch, F.A.J. (1997). Discerning a Key Characteristic of a European Style of Management: Managing the Tension between Integration Opportunities and the Constraining Diversity in Europe. *International Studies of Management & Organization*, 25(3), 109-127.
- Brewster, C. (1995). Towards a 'European' Model of Human Resource Management. *Journal of International Business Studies*, 26(1), 1-21.
- Büte, M. (2011). The Effects of Nepotism and Favoritism on Employee Behaviors and Human Resources Practices: A Research on Turkish Public Banks. *TODAİE's Review of Public Administration*, 5(1), 185-208.
- Çetinkaya, F. F., Şener, E. & Korkmaz, F. (2017). Aile İşletmeleri ve Kayırmacılık: Nitel Bir Araştırma. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(4), 119-133.
- Doing Business (2018). <http://www.doingbusiness.org/data> (11.03.2018).
- Eğri, T. & Sunar, L. (2010). Türkiye'de İş Ahlakı Çalışmaları: Mevcut Durum ve Yönelimler. *İş Ahlakı Dergisi*, 3(5), 41-67.
- European Communities (2006). *Creating an Innovative Europe*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. http://www.eua.be/Libraries/research/aho_report.pdf?sfvrsn=0 (08.03.2018).
- Fernández-Aráoz, C., Iqbal, S. & Ritter, J. (2015). Why Family Firms in East Asia Struggle with Succession. *Harvard Business Review*, <https://hbr.org/2015/03/why-family-firms-in-east-asia-struggle-with-succession> (17.03.2018).
- Foss, N. J. & Saebi, T. (2016). Fifteen Years of Research on Business Model Innovation: How Far Have We Come, and Where Should We Go? *Journal of Management*, 43(1), 200-227. Doi: 10.1177/0149206316675927
- Gopinath, C. (2008). Recognizing and Justifying Private Corruption. *Journal of Business Ethics*, 82(3), 747-754. Doi: 10.1007/s10551-007-9589-8
- Greve, P. & Ruigrok, W. (2017). When Blood Is Thicker: Top Management Team Nepotism and Firm Growth in a Transition Context. *Academy of Management Proceedings*, 2017(1). Doi: 10.5465/ambpp.2017.17554abstract
- Haley, U. C. V. & Haley, G. T. (2006). The logic of Chinese Business Strategy: East Versus West: Part II. *Journal of Business Strategy*, 27(2), 43-53, Doi: 10.1108/02756660610650037

- Hedman, J. & Kalling, T. (2003). The Business Model Concept: Theoretical Underpinnings and Empirical Illustrations. *European Journal of Information Systems*, 12(1), 49-59. Doi: 10.1057/palgrave.ejis
- Hemmert, M. & Jackson, K. (2016). Is There An East Asian Model of MNC Internationalization? A Comparative Analysis of Japanese and Korean Firms. *Asia Pacific Business Review*, 22(4), 567-594, Doi: 10.1080/13602381.2016.1168617
- Jones, R. G. (2012). *Nepotism in Organizations*. New York: Routledge.
- Karahan, A. & Yılmaz, H. (2014). Nepotizm ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi ve Bir Uygulama. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (27), 123-148.
- Katz, L. (2007). *Negotiating International Business: The Negotiator's Reference Guide to 50 Countries Around the World*, 2nd Edition, Charleston: BookSurge Publishing.
- Keats, B. W. & Hitt, M. A. (1988). A Causal Model of Linkages Among Environmental Dimensions, Macro Organizational Characteristics, and Performance. *Academy of Management Journal*, 31(3), 570-598. Doi: 10.5465/256460
- Özkanan, A. & Erdem, R. (2015). Yönetimde Kayırmacı Uygulamalar Üzerine Nitel Bir Çalışma. *MAKÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(4),7-28.
- Parker, M. (2003). Introduction: Ethics, Politics and Organizing. *Organization*, 10(2), 187-203. Doi: 10.1177/1350508403010002001
- Pérez-González, F. (2006). Inherited Control and Firm Performance. *American Economic Review*, 96(5), 1559-1588. Doi: 10.1257/aer.96.5.1559
- Pritchard, J. P. & Armistead, C. (1999). Business Process Management-Lessons from European Business. *Business Process Management Journal*, 5(1), 10-35, Doi: 10.1108/14637159910249144_(07.03.2018).
- REF-TÜSİAD ve Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu (2018). <http://ref.sabanciuniv.edu/tr> (11.03.2018).
- Salvato, C., Minichilli, A. & Piccarreta, R. (2012). Faster Route to the CEO Suite: Nepotism or Managerial Proficiency? *Family Business Review*, 25(2), 206-224. Doi: 10.1177/0894486511427559
- Schwab, K. (2017). *The Global Competitiveness Report 2017–2018*. Geneva: World Economic Forum.
- Steidlmeier, P. (1999). Gift Giving, Bribery and Corruption: Ethical Management of Business Relationships in China. *Journal of Business Ethics*, 20(2), 121-32.
- T.C. Avrupa Birliği Bakanlığı (2018). Türkiye'nin AB Müktesebatına Uyum Programı (2007-2013). <https://www.ab.gov.tr/6.html> (07.04.2018).

- Tonus, H. Z. & Oruç, İ. (2012). İnsan Kaynakları Yönetiminde Etik Dışı Davranışlar ve Yönetimi: Bir İşletmenin Personel Yönetmeliği İçerik Analizi. *İş Ahlakı Dergisi*, 5(10), 149-181.
- Velasquez, M. (2010). Corruption and Bribery. Brenkert, G. G. & Beauchamp, T. L. (Eds.), *The Oxford Handbook of Business Ethics*, 471-500. Doi: 10.1093/oxfordhb/9780195307955.003.0017
- Weber, J. & Getz (2004). Buy Bribes or Bye-Bye Bribes: The Future Status of Bribery in International Commerce. *Business Ethics Quarterly*, 14(4), 695-711.
- World Economic Forum-WEF (2018). The Executive Opinion Survey, *Global Competitiveness Reports (2006-2018)*, <https://www.weforum.org/reports> (10.04.2018).

Nazi Zulmünden Kaçan Almanca Konuşan Mülteci Bilim İnsanlarının İktisat ve Maliye İlmine Katkıları'na Bir Bakış

A Glimpse to Economic and Fiscal Contributions of German-Speaking Refugees Escaping Nazism

İhsan Erdem SOFRACI¹

Öz

Alman bilim insanları, sanatçıları ve politikacılarının nasyonal sosyalist diktatörlüğün baskısı altında zorunlu göç süreci oldukça geniş bir kesimi kapsıyordu. 1933 yılı ve sonrasında birçok ülkede bulunan almanca konuşan mültecilerin sayısı Türkiye'ye sığınanların sayısından fazlaydı. Ancak, Nazi zulmünden kaçan mültecilerin göreceli önemi hiçbir yerde Türkiye Cumhuriyeti'ndeki kadar büyük olmamış ve çalışmaları bu kadar kalıcı etki bırakmamıştır. 1933 sonrasında Nazi Almanyası'ndan kovulan Alman bilim adamları sayesinde, genç cumhuriyet'in üniversite reformunu gerçekleştirmesi mümkün olmuştur. Olumsuz koşulların varlığı elbette süreci yavaşlatmış olabilir. Mesela, 1930'lu yıllarda Türkiye'de okuma-yazma bilmeyenlerin oranı mültecilerin mesleki faaliyette buldukları diğer ülkelere göre oldukça yüksektir. Her şeye rağmen, Almanca konuşan bilim adamları ve sanatçıları Türkiye'deki meslek gruplarının yetiştirilmesi ve hakları ile kamusal alanda yaptıkları yenilik ve çalışmalarla önemli bir yol kaydetmişlerdir denilebilir. Bu etki sadece süreci yaşayan kuşağı değil ve fakat sonraki kuşağı da etkilemiştir. Bu çerçeveden hareketle, biz bu çalışmamızda genelde sürecin nasıl geliştiğini, özeldede mülteci iktisatçı ve/veya kamu maliyeci bilim insanlarının katkılarını genel hatlarıyla sunmayı amaçlıyoruz.

Anahtar Kelimeler: Almanca konuşan mülteci iktisatçılar, iktisat, maliye

ABSTRACT

Compulsory immigration process of German-speaking scholars, artists, and politicians under the oppression of national socialist dictatorship comprised a large segment of the society. The number of the German-speaking refugees seeking asylum in numerous countries in the year 1933 and afterwards was much higher than that of the ones seeking asylum in Turkey. However, in nowhere was their relative importance as grand as in Republic of Turkey, and nowhere else did their work leave a lasting impression as it left in Turkey. With the help of the German scholars dismissed from Nazi Germany after 1933, it became possible for the young republic to realize its university reform. The existence of negative conditions naturally slowed down the process. For example, the rate of illiteracy in Turkey in 1930's was quite high, compared to those of the other countries where the refugees were functioning professional activities. Despite everything, it could be mentioned that the German-speaking scholars and artists came a long way in Turkey concerning the training of occupational groups and their rights, and regarding innovations and works in public sphere. This effect influenced not only the living generation of the time, but also the next generation. From this point of view, we are aiming to present the progress of the process in general, and the contributions of the refugee, economist, and /or public financier scholars in particular.

Keywords: German speaking refugee economist, economy, public finance

Tür :Araştırma makalesi
Gönderim tarihi :25.06.2018
Kabul tarihi :27.06.2018

¹ Doç.Dr., Mersin Üniversitesi İİBF Maliye Bölümü, Çiftlikköy Merkez Kampüsü Yenişehir/MERSİN,
erdemsofraci@mersin.edu.tr

1. Giriş

1923 ve 1932 yılları arasındaki zaman diliminde, Türkiye kamuoyunu hiçbir konu 'Darülfünun Meselesi' kadar meşgul etmemiştir. Darülfünun'un düzelmesi ve ilerlemesi ümidi bir türlü gerçekleşmeyince, Türk Parlamentosu, kurumun 1932 bütçesini ancak bir reform ve yeniden organizasyon şartıyla onaylamıştır. Reform ve yeniden organizasyon amacıyla bir yol haritası belirlemek için, Cenevre'den pedagoji profesörü *Albert Malche* çağrılmıştır. Profesör Malche yaptığı çalışmaların sonucunda, bir rapor hazırlamıştır. Bu raporun sonunda Batı Avrupa'da geçerli olan üniversite kavramından hareketle, meselenin özünün, üniversite kavramı altında işi sadece bilgi dağıtmak olan kurumların değil, bilisel düşünce metodunu öğreten kurumların akla gelmesi noktasında olduğu belirtilmiştir. Özetle, üniversite adını hak eden bir kurumun, bilimsel bir tutum ve zihniyeti ortaya koyması önem taşımaktadır.

Bu raporun neticesinde ortaya çıkan tartışmaların sonucunda, 1933 Ağustosunda, Darülfünunun kapatılmasını ve İstanbul'da "İstanbul Üniversitesi" adında yeni bir kurumun kurulmasını öngören kanun (2252 sayılı) çıkarılmıştır.

Bu kanunla, İstanbul Üniversitesi'ne bağlı olarak; Tıp, Hukuk, Edebiyat, Fen Fakülteleri kurulmuştur. Atatürk'ün üniversite reformu, Alman üniversite modeline göre yapılmıştır. Yeni üniversitenin geçici öğretim kadrosu Milli Eğitim Bakanlığı'na belirlenecektir. Uygulamanın nasıl olacağını saptamak için de bakanlıkça; matematik profesörü olan Kerim Erim, Müsteşar Salih Zeki, Müfettiş Avni Başman ile Rüştü Uzel'den oluşan bir komisyon kurulmuştur. Bu komisyon "*Üniversite*"nin öğretim üyelerini üç kaynaktan sağlamıştır:

- 1-Darülfünun'dan alınan profesör, öğretmen ve profesör yardımcıları.
- 2-Darülfünun'un dışından alınanlar (büyük kısmı, Cumhuriyet döneminde Avrupa'ya gitmiş ve öğrenimlerini başarıyla tamamladıktan sonra yurda dönmüş Türklerdir).
- 3-Yabancı profesörler (Namal, 2012:15).

Söz konusu düzenlemelerden sonra sıra Ankara'da kurulması öngörülen üniversiteye gelmişti. Atatürk'ün Malche'in raporunu okurken yazdığı görüş doğrultusunda başkentte kurulmasına karar verilen üniversitenin ilk fakültesi olan ve Dil Tarih-Coğrafya Fakültesi 9 Ocak 1936'da öğretime başlamıştı. Böyle bir fakültenin açılmasında görev alacak elemanları yetiştirmek amacıyla 1926'dan başlayarak Avrupa'daki çeşitli üniversitelere öğrenci gönderilmişti. Onlardan birçoğu öğrenimlerini bitirerek hatta doktoralarını da vererek yurda dönmüşlerdi. Özel uzmanlık alanlarına ilişkin dersler için de Almanya'dan çağrılan profesörlerden yararlanılmıştı. Böylece daha ilk aşamada sayısı 20'yi aşan bir öğretim kadrosu sağlanmıştı. Açılacak fakülteye Dil ve Tarih-Coğrafya adının verilmesini de doğrudan doğruya Atatürk önermişti. Çünkü 1935 Haziranında kabul edilen yasada, fakültenin şu 2 amaçla kurulduğu belirtilmişti:

- a) Türk kültürünü bilgi yöntemiyle işleyecek bir inceleme ve araştırma kurumu oluşturmak,

b) Öğretim kurumlarına, ulusal dil ve tarihin bilimsel ve en yeni anlayışlarına göre hazırlanmış öğretmenler yetiştirmek (Turan (1998)'den aktaran Namal ve Karakök, 2011).

Bu noktada, Malche'nin raporunda belirtilen hususların yanında, esas sorunun öteden beridir yaşanan bir gerginlik olduğuna dair görüşler mevcuttur. Şöyle ki; akademik kadronun muhafazakâr kesimi ile Atatürk'ün çevresindeki politik yönetim arasında bir gerginlik yaşanmaktaydı. Atatürk'ün çevresindeki kesim, Türkiye cumhuriyetinin laik karakterini vurgulayarak, dini çevrelerin ve güçlerin kamusal alandaki etkisini en aza indirmeye çalışıyorlardı. Bu noktada, yeni kurulan üniversitedeki yabancı hocaların daha sonra karşılaştığı zorlukların önemli bir bölümü, bu yaşanan gerginlik sürecinin ortaya çıkardığı sonuçlardır denilebilir (Hirsch, 2017:212-213).

Bu tartışmanın toplumsal boyutu da vardı. Her şey hemen her gün değişiyordu. Dil konusunda yaşanan gelişmelerden kılık kıyafete kadar yaşanan değişim süreci toplumun her kesiminde aynı derece de karşılık bulmuyordu.

Aynı zamanda arkadaşı olan önemli bir bilim adamı Mustafa İnal'ın hayatını kaleme aldığı romanında Oğuz Atay (1992) bu dönemi şöyle özetlemektedir: *“1930'lu yıllarda ilk sarsıntı geçer gibi oldu; bütün sakallıların filozof, bütün gözlüklülerin profesör olmadığı anlaşılmaya başladı. Yeniye karşı çıkanlar kadar, eskiye karşı çıkanların da büyük bir yenilik taşımadığı anlaşılmaya başladı. Sonunda, mesela 1933 yılında Darülfünun'un adı Üniversite olarak değiştirilince gene ithal malı bilime ihtiyaç duyuldu: yeni üniversitenin temellerini atmak yabancı hocalara düştü”* (Atay, 1992:75-76).

Diğer taraftan ilgili dönemde yapılan açıklamalar da yaşanan bu sorunun ana eksenlerini ortaya koymaktadır. Darülfünun'a yapılan eleştiriler; cumhuriyet'in ilanı ile Türkiye'de önemli sosyo-ekonomik reformlar yapılmasına rağmen Darülfünun beklenen ilerlemeyi gösteremediği, devrimlere karşı olumsuz tutum takındığı, ciddi ve topluma yararlı bilimsel çalışmalar yapılamadığı, böylelikle kurumun *“Resmi devlet ideolojisini yansıtmadığı ve suskun kaldığı için rejimle ihtilafa düşmüş olduğu”* noktasında yoğunlaşmaktadır (Akyüz, 2008; Öncü, 2002'den aktaran Namal, 2012:14).

Tam da bu nedenle Maarif Bakanı Mustafa Necati, Darülfünun öğretim kadrosuna şu mesajı vermek gerektiğini duymuş olabilir: *“Ulusun üniversiteye bağladığı umudu haklı gösterecek güçlü kanıt da sayın müderrislerimizin, öğretmenlerimizin yayınları ve yapıtları olacaktır. Darülfünun, Türkiye'nin bütün aydın takımının bilimsel odağıdır. Buradan çıkacak araştırmalar ve yapıtlar, Türk aydınlarını yükseltecektir. Sizin yapacağınız eserlerdir ki yurt aydınlarına yeni ufuklar açacak ve Türkiye'ye kültür alanında uluslararası bir onur kazandıracaktır. Bir ulusun uygarlık yeteneğine ve yaşam gücünü en yüksek kerte de temsil eden kurum Darülfünun olduğu için Darülfünunumuzun her alanda öteki uygar ulusların üniversiteleri düzeyine çıkma zorunluluğunda olduğunu özellikle belirtmek isterim.”* Bu sözler, hükümetin araştırma ve yayınlara ağırlık verilerek bunlara uluslararası düzeyde bir içerik kazandırılmasını istediği yolunda açık bir uyarı olmuştur. (Turan, 1998'den aktaran age).

Özetle; Nazilerin zulmü, modern Türkiye'nin üniversite reformu için bir fırsat yaratmıştır. Belki de geçiş döneminde yapılan Alman Aşısı ile yüzlerce üniversite kürsüsü kurulmuştur. Laboratuvarlar açılmış, kütüphaneler oluşturulmuştur. Yalnızca İstanbul Üniversitesi'nin değil, başkent Ankara'da yükseköğretim kurumlarının, enstitülerin, ziraat, veterinerlik, tıp, hukuk fakültelerinin ve nihayet Ankara Üniversitesi'nin kurulması ve gelişiminde de çok önemli katkıları olmuştur. Nazilerden kaçanların Türk Üniversite tarihinde çok ciddi bir etkisi olduğu kesindir. Bugün ülkemizdeki tarihi eskiye dayanan bilim disiplinlerinin hangisinin öyküsü yazılırsa yazılsın, bu göçmen bilim insanlarından söz etmek kaçınılmaz olacaktır (Yıldız, 2017: 16-17).

Sonuçta, gazetelerdeki haberlerde ve gazetelere yansıyan açıklamalarda da Darülfünun'dan üniversiteye geçişin tarihsel bir izlekle ele alındığı görülmektedir. Üniversite miadını doldurmuş bir kurumun yerine kurulmaktadır. Darülfünun eski düzenin temsilcisi iken yeni Cumhuriyet'in eğitim kurumudur. Ancak bu yenilik olgusu tarihten yoksunlukla kurgulanmamaktadır. Unutulmuş, kadim bir milli kimliğin tekrar uyanışı Cumhuriyet ile gerçekleşmiştir. Söz konusu bu kimliği yeni nesillere aktaracak olan kurum ise üniversitedir (Yücebaş, 2014:274).

Bu noktada, özellikle yabancı profesörlerin önemli bir bölümünü oluşturan ve Almanya'da yaşanan Nazi zulmünden kaçıp gelen çoğu Yahudi kökenli bilim adamlarının Türkiye'ye geliş ve yeni kurulan üniversitelerde göreve başlama süreci, birçok yönden yeni bir döneme işaret etmektedir.

2. Bilim İnsanlarının Göreve Başlama Süreçleri ve Katkıları

Yukarıda bahsi geçen raporu hazırlayan pedagoji profesörü Albert Malche doğa bilimci olan Profesör Sinai Tschulok'un iyi bir dostudur ve irtibattadır. Almanya'da kabul edilen "Kamu Hizmetleri Yasası" ile Yahudi soyundan gelen (veya geldiği sanılan) entelektüellerin ülkeden ayrılmaya zorlandığı dönemde, Sinai Tschulok'un damadı olan patoloji uzmanı Dr. Philip Schwartz işten ilk çıkartılan bilim adamları arasındaydı.

İşte, Albert Malche'nin Dr. Schwartz ile temasa geçmesi ve işten çıkartılan bilim adamları ile ilgili harekete geçirmesi, her anlamda bir dönüm noktası olmuştur. Mart 1933'te Schwartz Yahudi ve zulüm gören diğer Alman bilim insanlarına, bu tür sığınmacıları kabul etmeye hazır ülkelerde güvenli istihdam sağlayarak yardım etmek için, Alman Bilim İnsanları için Acil Yardım Örgütünü (Notgemeinschaft Deutscher Wissenschaftler im Ausland) kurmuştur. İki ülke arasında uzun bir geçmişe dayalı ilişkiler nedeniyle Alman bilim ve kültürüne eğilimli olan ve ortaya çıkan fırsatın farkına varan Türkiye, Philipp Schwartz'ı hükümet temsilcileriyle toplantılar yapmak üzere Ankara'ya davet etmiştir. Schwartz beraberinde kurduğu örgüt'ten bir isim listesiyle beraber gelmiş ve bu isimleri Türk mevkidaşlarına sunmuştur. Fritz Neumark hatıratında, Schwartz'ın Türk mevkidaşlarıyla görüştüğü günü " Alman-Türk mucizesi günü" olarak tanımlar (Schwartz,2003 ve Reisman,2011).

Bu sürecin nasıl geliştiğine dair son bir noktayı, Schwartz'ın "Kader Birliği" adıyla Türkçeye çevrilen anı kitabından satırlarla bitirelim. "...Yahudi bir aileden gelen ve bir alman üniversitesinde doçent olarak çalışan herkes, yüksek bir uyum sağlama derecesine sahip olmalıydı. Röpke, Kessler, Rüstow ve von Hippel dışındakilerin hepsi Yahudi kökenliydi. Yahudi olmayanları da seve seve önerebilirdim ama düşündüğümüz koltuklar için başka seçeneğimiz yoktu" (Schwartz, 2003:80).

Bununla birlikte, sürece etki eden bir diğer gelişmenin de Cumhuriyet arşivinde mevcut olan Einstein'ın Türkiye'ye mektubu olduğu belirtilmektedir. Bu gelişme 11 Ekim 1933 tarihinde dönemin gazetelerine de yansımış, Akşam Gazetesi haberi birinci sayfadan "*Einstein'ın bir müracaatı, 15 büyük Musevi profesör 30 muavinleriyle Türkiye'ye gelmek istiyor*" başlığı ile duyurmuştur. Haberin içeriğinde ise Almanya da Hitler yönetiminin başlaması ile birlikte yabancı bilim adamlarına yönelik baskılardan dolayı ilticaların başladığını, Almanya'dan kaçan bilim adamlarına, Einstein'ın Türkiye de bulunan üniversitelerde çalışma imkanı sağlamak için uğraştığına yer verilmektedir. Haberin devamında Einstein'ın müracaatının Türk Hükümeti tarafından değerlendirmeye alındığı da okuyucuya aktarılmaktadır (Erdoğan ve Öz, 2017:226-227).

Özellikle 1933 yılından itibaren gerek Nazi dönemi Almanyası'ndan kendi rızası ile gelen gerekse de başka ülkelerden getirilen akademisyen sayısı hatırı sayılır miktardadır. O yılda 38 Ordinaryüs profesör (daha sonra kaldırılan profesörlük sonrası unvan), 4 Profesör, 43 Asistan, olmak üzere toplam 85 bilim adamı İstanbul Üniversitesi'nde göreve başlamışlardır. Bu yabancı bilim adamlarının İstanbul Üniversitesi öğretim kadrosunda ve benzeri kuruluşlarda görev almaları, kabul etmek gerekir ki Türkiye'de bilimsel anlayış ve araştırmalara büyük bir canlılık getirmiştir. Nazi dönemi Almanya'da Hitler'in baskılarına dayanamayıp Türkiye'ye gelen ve İstanbul Üniversitesi'nde görev alan yabancı öğretim görevlilerinden Gerhard Kessler, anılarında Türkiye'ye kabul edilmesiyle ilgili olarak övgü dolu şu sözleri dile getirmişlerdir: "*Asil ve şövalye ruhuna sahip Türk ulusuna bana bu imkânı tanıdıkları için ebediyen müteşekkir kalacağım*". Kessler'in bu sözü o dönemin Almanya da yaşayan bilim adamlarının ortak kanısı olduğu vurgulanabilir. Zira Kessler ve diğer 84 bilim adamı Nazi zulmünden kaçarak Türkiye'ye sığınabilen şanslı bilim adamlarıdır (Erdoğan ve Öz, 2017:221).

1933'ten sonra İstanbul Üniversitesi, Ankara Üniversitesi ile birlikte dönemin en büyük göçmen üniversiteleri olmuştur. Haliç'in kenarındaki Avrupa ve Asya'yı birleştiren ve 1500 yıllık Ayasofya'sı ile Avrasya medeniyet tarihini anlatan şehir; öğretim üyeleri ve sanatçıların yanında, aralarında Berlin Büyükşehir Belediye Başkanı Ernst Reuter'in de bulunduğu politikacıların da göçlerindeki durak noktasıydı. Bunlara ruhbilimciler Auerbach ve Rohd; şarkiyatçı Hellmut Ritter; matematikçi von Mises; doğa bilimcileri Kosswig, Heilbronn ve Reichenbach; tıpçı Nissen, Dessanner, Schwartz ve milli ekonomi uzmanı Neumark, Rüstow ve Röpke de dahildi.

Wiedmann, doçentlik tezinde ordinaryüs, doçent ve bilim insanı olarak Ankara ve İstanbul'da yüksek okullarda görev yapan 144 Alman kökenli göçmenden bahsetmektedir (Schwartz, 2003:15).

İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi kapılarını 14 Aralık 1936'da resmen açmıştır. Fritz Neumark'ın belirttiği üzere; ilk yıllarda Wilhelm Röpke, Alexander Rüstow, Gerard Kessler ve Alfred Isaac'ın yakın dostlar olduğunu ve daha sonra aralarına katılan Josef Dobretsberger ile birlikte Kadıköy'de oturduklarını ifade etmektedir. Diğer taraftan, birbirine yakın semtlerde ve hatta aynı sokakta komşu olmanın, kişisel ve bilimsel ilişkilerin gelişimi açısından kolaylık sağlayan bir durum yarattığı belirtilmektedir (Reisman, 2011:126-127).

Sayıları diğer fakültelere nazaran az olsa da İktisat Fakültesi'nde görev yapan yabancı bilim adamlarının hem ortaya koydukları eserler hem de devlet kurumlarına hazırlamış oldukları raporlar aracılığıyla bir dönem ekonomi ve mali politikalara yön verdikleri rahatlıkla söylenebilir.

Bu noktada, iktisat ve maliye alanında katkıları olan bilim adamlarının geliş süreci ve katkılarına değinmek yerinde olacaktır. Sıralama ölçütü söz konusu değildir. Sadece Fritz Neumark bu sürecin işleyişinde ve gelişiminde oynadığı rol nedeniyle ilk sırada sunulmaktadır.

2.1. Fritz NEUMARK (1900-1991)

Fritz Neumark 1933-1952 yılları arasında İstanbul Üniversitesi'nde görev yapmıştır. Türk dostu olarak bilinmesi ve kısa sürede Türkçeyi öğrenme kabiliyeti, ders verdiği dönemlerde Türk öğrencileri derslerine duyulan ilgi anlamında oldukça etkilemiştir. Yukarıda bahsedilen süreçte, Schwartz'ın daima yanında destek verdiğini ifade ettiği bilim insanlarından biridir.

Bunun yanı sıra görev yaptığı İktisat Fakültesi'nde maliye ilminin gelişmesine yaptığı katkılar çok önemlidir. Türkiye'de gelir vergisinin ilk uygulanış döneminde müşavir olarak görev yaptığı özellikle vurgulanmalıdır. Türkiye'de Maliye Biliminin gelişmesinde duayen bir isim olan Profesör Halil Nadaroğlu'nun da Neumark'ın öğrencisi olduğunu belirtmekte fayda vardır.

Bunun yanında, 1950 Vergi Reformu'nun mimarı olarak da öne çıkmaktadır. Ekonomik kalkınma konusunda devletçilik yanlısı bir tutum aldığı iyi bilinen bir özelliğidir. Bu yaklaşımı dönemin ekonomi politikasına de uygun olduğu için, kamu otoritesi nezdinde popülaritesinin yüksek olduğu özellikle vurgulanabilir.

Fritz Neumark'ın 1949 yılında hazırladığı “*Devlet Daire ve Müesseselerinde Rasyonel Çalışma Esasları Hakkında Rapor*” - ki ülkemizde ilk özgün reform çalışması olarak sayılmaktadır- önemli çalışmalardan biridir.

Bu Raporda Türk personel sistemi araştırılarak, personel sisteminin eksik yönlerinin güçlendirilmesi, kamu personelinin dengeli dağılımının sağlanması, maaş sisteminin geliştirilmesi, gereksiz personel masraflarının azaltılması önerilmiştir. Ayrıca Neumark Raporu'nda personele ilişkin sorunlar yanında; örgüte ilişkin eksiklikler, kanunların yetersizlikleri, kırtasiyecilik ve formalitelerden kaynaklanan aksaklıklar ile teftiş ve

denetim sisteminin oluşturduğu sorunları da değerlendirmiştir (Neumark Raporu, 1949: 5'den alan Önen ve Kurnaz, 2017:61).

Nihayet, babasının iktisadi fikirlerini pek benimsemeyen oğlu Matthias Türkiye'de üniversite mezuniyetinin ardından ABD'ye giderek, Harvard Business School'dan bir yüksek lisans derecesi alarak çeşitli yöneticilik görevlerinde bulunduğu Amerikan şirketlerinde çalışmıştır. Kendisinin sözlü tarih tanıklığı yaptığı ve Arnold Reisman (2011) tarafından aktarılan paylaşımların bir bölümü şöyledir: “...*Babam 1951’de İstanbul Üniversitesi’nde iktisat profesörü olarak çalıştı ve Türk hükümetine danışmanlık yaptı. Savaşın ardından, uluslar arası ekonomi topluluğuyla temaslarını tazeledi ve Almanya’nın yüksek öğretim sisteminin yeniden inşasının planlanmasında Müttefiklere danışmanlık yaptı. Babam Türkiye’ye karşı çok olumlu hisler besliyordu ve Türkçeyi çok iyi öğrendi. Gelgelelim, yine kendi yurdunda ders vermeye yönelik güçlü bir istek de duyuyordu. Yeni bir Alman kuşağına da hocalık etmek istiyordu*”.

2.2. Ernst REUTER (1889-1953)

Reuter 1916-1918 yılları arasında savaş esiri olarak Rusya’da geçirmiş, 1933 yılında Nazi Toplama Kampı’na konulmuş ve 1935’te oradan kaçarak Hollanda ve Londra üzerinden Türkiye’ye gelmiştir. Reuter Ankara’da Maliye Bakanlığı’na uzman olarak atanmıştır. 1936-1937 öğretim yılında Martin Wagner’in Ankara Siyasal Bilgiler Okulu’nda (Mülkiye) şehircilik üzerine üç önemli ders vermesi, dönemin dekanını şehircilik kürsüsü kurmaya teşvik etmiştir. Wagner’in tavsiyesi üzerine Reuter kürsü başkanı olarak atanmıştır. Reuter, Türkçeyi kısa sürede öğrendikten sonra, derslerini türkçe olarak vermeye başlamıştır. 1946’ya kadar uzun bir dönem kalış süreci içerisinde Türkiye’deki belediye örgütlenmeleri ve sosyal konut teorilerinin şekillenmesinde katkı sağlayan kapsamlı bir yayın ve ders listesine sahip olmuştur. Reuter’in çalışmaları çok disiplinli bir kitleye hitap ettiğinde mimarlar, siyaset bilimciler ve kamu görevlileri arasında bir köprü görevi görmüştür. Onun etkisi İstanbul ve Ankara’nın ötesine uzanarak küçük Anadolu kentlerine kadar uzanmıştır (Akcan, 2012: 106).

Ernst Reuter’in Türkiye’ye gelen en şöhretli politikacı olduğunu vurgulamak gerekebilir. Bunun yanında, üniversite hocalığı ve deneyimli bir yöneticilik özelliklerinin de ortaya elit bir birleşim çıkardığını belirtelim. Yukarıda bahsedildiği gibi, şehir planlaması uzmanlığı ve vergi konusundaki bilgisinin yanında çevre yönetimi konusunda da deneyimleri mevcuttu.

Reuter ayrıca hükümete teknik danışmanlık da yapmıştır. 350 sayfalık “Sosyal Bilimler: Kent Planlamasına Giriş” adlı kitabı 1940 yılında yayımlanmıştır. Kitabın içeriğinde diğer konuların yanı sıra, kamusal alan planlaması ve kamu yönetimi konuları da bulunmaktaydı. Reuter, mimar *Margarete Schütte-Lihotzky*’nin ülkesi Avusturya’dan Türkiye’ye aktardığı kent planlaması deneyiminden çok yararlanmıştı. *Schütte-Lihotzky*’nin doğan ve genişleyen Sovyetler Birliği’nin Sibiry’a’daki çorak topraklarında yaratmak istediği türden eksiksiz kent planlamasının, Türkiye’nin bozkırlarından Ankara’yı yaratma konusunda yararlı olduğu düşünülebilir (Reisman, 2011:128).

Nihayet, Reuter'in Türkiye'nin modern kent kamusal ulaşım sisteminin mimarlarından biri olduğu belirtilmektedir. Buna küçük kamusal taşıma sisteminin modernleşmesi, gerekli altyapının kurulması ve bilet fiyatlarının belirlenmesi noktasında yapılan tüm işler de dahil edilmektedir.

2.3. Wilhelm RÖPKE (1899-1966)

Neumark'ın anılarında Röpke ile ilgili şu tespitler bulunmaktadır: “Röpke, Türkiye'de bulunduğu süre içinde diğer bazı çalışmalarının yanında, büyük üçlü eserinin temel tasarımlarını da kaleme aldı: Bunun birinci bölümü «Günümüz Toplumsal Krizi» 1942'de, «Civitas Humana» 1944'te ve «Uluslararası Düzen» 1945'te İsviçre'de yayımlandı. Bunları kısa bir süre sonra «Ölçü ve Orta» (1950) ve «Arz ve Talebin Ötesi» (1958) izlediler. Tüm bu kitaplar, bütün dünyada ve Nazi iktidarının yıkılmasından sonra özellikle Almanya'da geniş bir okur çevresi buldu. İktisat teorisi ve iktisadi politika alanlarında yollarımız ayrıldı. O, Keynes'in «General Theory»sinin (1936) yayınlanmasından sonra neo-klasik görüşlerinden vazgeçmedi ve ölümüne kadar «Fiscal Policy»nin modern konsepsiyonunu politik sivri bir dille «devlet sosyalizmi» olarak yorumlayan koyu bir liberal olarak kaldı (Neumark 2007'den aktaran Yardımçı ve Genç, 2016:31).

Röpke'nin Yahudi kökenli olmayan ve Türkiye'ye gelen en tanınmış iktisatçı olduğu rahatlıkla söylenebilir. Bu arada vurgulamak gerekir ki; Türkiye'ye yerleşmeyi hemen hiç amaçlamamıştır.

Diğer taraftan, Türkiye'nin o yıllarda Röpke'nin devlet karşıtı görüşlerine ve serbest piyasa ekonomisine hazır olmadığı söylenebilir (Neumark'ın tersine). Bu yaklaşım, ülkemizde itibar görmediği anlamına gelmemelidir. Ancak, savunduğu iktisat felsefesinin kabul edilebilir olması için daha uzun yıllar geçmesi gerekecektir. Bu sorun o dönem için sadece Türkiye için değil ve fakat diğer tüm gelişmekte olan ülkeler için de göreceli olarak geçerlidir.

“Kriz ve Konjonktür” ile “Kriz ve Çevrimler” konusunda görüşlerini açıkladığı makalelerin bir bölümünü İstanbul'da kaleme almıştır. 1936 yazında Anncy'de (Fransa) ‘İş Çevrimleri’ ile ilgili enstitülerin ve Rockefeller Fonu'nun katkılarıyla geniş çaplı bir toplantı düzenlenmiştir. Burada dile getirilen görüşlerin, Röpke'nin daha sonraki yaklaşımlarına temel oluşturduğu söylenebilir (Heilperin, 1966:2).

Röpke'nin düşünsel evriminde en çok, uzmanlığında siyaset felsefesiyle iktisadi birleştiren *Alexander Rüstow*'un payı vardır.

İktisat ve İçtimaiyat Enstitüsü 1933-1943 yıllarında İstanbul Hukuk Fakültesine bağlı olarak kurulmuştur. İlk müdürü Röpke'dir. Enstitünün amaçları; İçtimai ve İktisadi ait araştırmalar yapmak; Memleket ve cihan iktisat ve içtimaiyat meselelerine ait neşriyatı, vesikaları ve malumatı toplamak, bunları tahlil ve tasnif etmek, halk arasında içtimai ve iktisadi bilgileri yaymak olarak tebliğ edilmiştir. 1933 Yılında Hukuk Fakültesi

bünyesine iktisat dersleri veren Wilhelm Röpke, 1937 yılında Cenevre'ye dönmüştür (Yardımcı ve Genç, 2016:30).

2.4. Alexander RÜSTOW (1885-1963)

Yukarıda belirttiğimiz üzere, Röpke'yi derinden etkileyen Rüstow aynı Röpke gibi Yahudi kökenli değildir. 1933 yılında geldiği İstanbul'da 1949 yılına kadar kalmış ve İstanbul Üniversitesi'nde iktisat, iktisadi coğrafya ve felsefe dersleri vermiştir. 1949 yılında Heidelberg Üniversitesi'ne (Batı Almanya) dönmüştür. Neo-liberalizm konusunda çok sayıda eser vermiş; sınırlandırılmış kamu otoritesi ve piyasa ekonomisinin kurallarının işlediği bir ekonomik model öngörüsünde bulunmuştur (Centre for Independent Studies, 2009:16; Reisman, 2011:135).

Bununla birlikte, iktisadi Coğrafya ve İktisat Tarihi kürsüsünde çalışmalarda bulunan Rüstow, disiplinlerarası nitelikteki düşünceleri ve eserleri ile ön plana çıkmıştır. Bunun yanında Türkiye'de iktisadi zihniyet çalışmaları alanında, yol gösterici olması açısından öncü isimler arasında olmuştur. Rüstow, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nde "İktisadi Coğrafya" geleneğini yerleştirmiş, üniversite dışı iktisadi çevreden iş adamlarının üniversite ile temasını düşünmüş, akademisyenler ile iktisat pratisyenlerini buluşturmuştur (Fındıkoğlu, 1963'den aktaran Dinçaslan, 2015:204).

Kendini "siyasal ve insani olarak tecrit edilmiş" hissetmesine karşın, Rüstow Türkiye'de on altı yıl kalmıştır; bu yıllarda araştırmaları ve yazıları için kütüphane kaynaklarından yoksun olmasına karşın son derece verimli olmuştur. En acı ironi ise, Rüstow'un başvuru kaynaklarının yamalı niteliğine yönelik eleştirel itirazlara anlaşılır tepkisidir: "*Neden Calvinum ipsum'u okumadım? Çünkü Roma nova quae est Constantinopolis'te mevcut değil ve üniversite kütüphanesi elbette bu 40 ciltlik eseri sırf ben istedim diye almayı reddediyor*" (Reisman: 2011:137-138).

Rüstow gibi çok sayıda eser vermiş ve ekonominin temel ilkeleri ile ilgili (bkz. serbest piyasa homoeconomicus, rasyonalite vb. gibi) açıklamalara girişmiş bir bilim adamının (bkz. İktisat Fakültesi Mecmuası Cilt II ve IV) en önemli eserlerini verdiği İstanbul'u minnetle andığı bizzat Neumark tarafından dile getirilmiştir. Rüstow'un bilgisinin genişliği, tanımlarında kesin bir doğruluğa ulaşmak için sarf ettiği çaba, sosyo-ekonomik tahlillerinin duruluğu ve keskinliği daha fazla ilgiyi (en azından İstanbul'da bulunduğu dönem için) hak etmiştir.

Nihayet, kendisinin Almanya'nın ilk tekel veya anti-tröst yasalarını hazırlamaktaki tecrübesinin, Türkiye'nin o dönem izlediği ekonomi politikası ve yaklaşımlarıyla pek alakalı olmadığı düşünülebilir. Sonuçta, sanayileşmenin başlangıç dönemlerinde tekelvari oluşumların tehdidinden çok, lokomotif görevi görececek birkaç girişimci arayışı daha öncelikli konumda olabilir. Tarihi olayları değerlendirirken, içinden geçilen zamanın koşulları büyük önem arz etmektedir.

2.5. Gerhard KESSLER (1883-1963)

1930/1933 yılları arasında Alman Demokratik Partisi/Devlet Partisi“ üyesi olarak giderek güçlenen Nasyonal Sosyalizm karşısında aktif olarak faaliyet göstermiştir. Hatta kısa bir süreliğine de olsa iddianame bile hazırlanmadan hapse atılmıştır. Cumhurbaşkanı Hindenburg'un müdahalesi ile daha uzun süreli hapis edilmesi engellendikten sonra bile aylarca Gestapo'dan saklanmak zorunda kalmıştır. Bu süre zarfında Kessler, Türk Milli Eğitim Bakanlığından İstanbul'a gelmek üzere bir davet almıştır ki, bu daveti almasında daha önceden öğrencisi olduğu ve bundan sonra meslektaşı olacak Fritz Neumark'ın büyük rolü olmuştur. Berlin'deki Türk Büyükelçiliğinden ve Ankara'daki Türk Dışişleri Bakanlığından vizesini aldıktan sonra, ailesi ile birlikte ülkesini terk edebilmiş ve Aralık 1933 yılının ortalarında Kessler ailesi İstanbul'a ulaşır.

Bu tarihten itibaren Kessler 18 yıl boyunca İstanbul Üniversitesinde Sosyal Politika Kürsüsünde, sosyoloji, iktisadi bilimler, siyaset bilimi ve yerel yönetimler derslerinden de sorumlu olarak görev almıştır. 1935 yılında İktisadi Bilimler ve Sosyoloji Enstitüsünü kurmuş ve yönetmiştir. 1937 yılında ise İktisat Fakültesinin kurulmasının ardından, iktisat derslerinin Hukuk Fakültesi çatısı altında verilmesi uygulamasına son verilmiştir (Hanlein'den çeviren Hekimler, 2006:33-34).

Gerard Kessler İstanbul Üniversitesi'nde yüzlerce öğrenciye çalışma ekonomisi dersleri verirken, bazı öğrencilerinin ilk Türk İşçi Sendikalarını kurmalarına da yardımcı olmuştur.

Türk İktisat Kurumunda Türk İş Kanunu, Türk Sosyal Sigorta Kanunu ve Çalışma Bakanlığı teşkilâtı hakkında üç konferans vermiş ve bunlar Kurumca yayımlanmıştır. Ayrıca Türkiye'nin çeşitli sanayi bölgelerindeki Devlet işletmelerinde, Halk Evleri ve İşçi Sendikalarında İş ve İşçi meselelerine dair bilimsel incelemelerde bulunmuş ve çok sayıda konferanslar vermiştir. Üniversitedeki hocalığı sırasında “İktisat Enstitüsü Kütüphanesi” nin müdürlüğünde bulunmuş ve kitaplığın bizzat tasnifini yapmış olup zamanında getirtilen kitapların üzerinde halen kendi elyazısı ile yazılı işaretleri, çalışmalarının izleri görülmektedir (Ete, 1963).

“...Genç meslektaşlarımın yorulmaz yardımlarıyla, eser ve makalelerimi türkçe olarak, oldukça büyük bir sayıda neşredebildim. Ankara'da Çalışma Bakanlığının tesisinden sonra kendileriyle bir hayli teşriki mesai ettim. Memleketin bütün iktisadî ve içtimai durumu hakkında şahsî kanaatlere sahip olabilmek için, 1934 senesinden beri mümkün olduğu kadar çok memleket gezilerine çıktım. Türk vilâyetlerinin yarısından fazlasını, tetkik ve konferans seyahatleri dolayısıyla, tanımış oldum. (Şimalde Hopa, Orta Anadolu'da Ürgüp ve Kayseriye, Cenub'ta Mersin, Tarsus ve Adana'ya kadar). Türkçeyi gayet az konuştuğum halde memleketin her yerinde karşılaştığım dostane kabul ve gördüğüm itimada her zaman müteşekkik kalacağım. Seyahatlerimden en büyük kısmını eski talebe ve sonra meslektaşım olan, bugünkü İşletmeler Bakanı Prof. Dr. Muhlis Ete ve yanımda uzun seneler Asistan olarak çalışan ve bugün İstanbul İş ve İşçi Bulma Kurumu Müdürü Dr. Ekmel Zadi ile yaptım” (Kessler, 1950:7).

Kessler ile ilgili açıklamalara son vermeden önce, Reisman (2011) tarafından dile getirilen onunla ilgili bazı gözlemlere değinmek isabetli olabilir. “*Kessler, gerek Almanya’da gerek Türkiye’de kararlı gençleri çevresine toplamakta ve birçoğunu cesur iktisatçılar ve sosyal politikacılar olarak eğitmekte başarılı oldu. Pek çok yönden iyi olduğu kadar dik kafalıydı ve onunla iyi geçinebilmek için Kessler’i çok iyi tanımak gerekirdi. Bunu yapmayı başarabilenler için o vefalı ve gerçek anlamda bir dosttu. Yabancılar da dahil birçok öğrenciye yardım edişindeki kavrayışlı ve hoşgörülü tutumu, onun insancıl ve dostça tutumuna yakın düşüyordu*”.

2.6. Josef DOBRETSBERGER (1903-1970)

Dobretsberger Graz’da (Avusturya) tanınmış bir üniversite’de rektör olarak görev yaparken, aynı zamanda Avusturya’nın Nazi öncesi son kabinesinde sosyal işler bakanı olarak da yer alıyordu. Ancak bu süreçte birden ortadan kaybolması, İstanbul’da F.Neumark ve arkadaşlarını harekete geçirdi. Bu süreçte, hem Röpke’den boşalan yeri doldurma fikri hem de oldukça sol bir partiye üye olan Dobretsberger’in durumundan duyulan kaygı rol oynamaktaydı.

Profesör Neumark’ın tavsiyesi ve temasları sonucunda, epey zor ve maceralı bir şekilde, hapishanede tutulan Dobretsberger Avusturya’dan kaçarak İsviçre’ye gelmiştir.

İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi’nde görev yapmayı kabul ederek, yapılan anlaşma gereği Türkiye’ye beş sene için gelmiştir. T.C. Maarif Vekâleti ile Dobretsberger arasındaki mukavele 28.06.1938 günü İsviçre’nin Ascona şehrinde imzalanmış ve anlaşma gereği kendisine döviz izni verilmiştir. İstanbul’a geldiğinde, siyasi ekonomi profesörlüğüne getirilmiştir. İktisat Fakültesi’nde 1938-1939 akademik yılında üstlendiği ilk ders ‘İktisada Giriş’ dersidir. Daha sonra ‘Konjonktür ve Buhanlar’ dersi ile 1940’da, ‘Harş İktisadiyatı’ ile 3. sınıf öğrencilerine ‘İktisadi Düşünce Tarihi’ derslerini de vermiştir. Normal derslerinin dışında yapılan seminerlerde ‘Emperyalizm’ konusunu işlemiştir. Ayrıca yüksek lisans programında da bir dersi daha vardır. Doktora kurslarında da ‘20. Asır İktisadi Doktrinleri’ni anlatmıştır. Diğer taraftan, düzenlenen bazı sınav komisyonlarında da jüri üyesi olarak görev yapmıştır. 1939 yılı Temmuz ayı başlarında davet edildiği Harş Akademisi’nde ‘Modern Harbin Masrafları’ ve ‘Harş Masraflarının Finanse Edilmesi’ başlıklı iki konferans vermiştir (Sayar, 2007:4-5).

Savaşın sonra, Dobretsberger komünist eğilimli bir gazete çıkaracağı Viyana’ya geri dönmüştür. 1949’da, Dobretsberger, daha sonra, 1953’te Avusturya Komünist Partisi ve sol kanat sosyalistlerle birleşerek “Halk Muhalefeti”ne dönüşecek olan Demokratik Birliğin kurucularından biri ve federal temsilcisi olmuştur. Ne var ki, ilk aşkı siyasete daha etkili bir şekilde dönüş yapmayı hiç başaramamıştır (Reisman, 2011:139-140).

2.7. Alfred ISAAC (1888-1956)

Alfred Isaac, 1937 ile 1952 yılları arasında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi’nde görev yapmıştır. İşletme yönetimi alanında dersler vermiştir. Ayrıca sosyal güvenlik Sistemi’nin oluşturulması noktasında Çalışma Bakanlığı’na danışmanlık yapmıştır.

Bunun yanı sıra Hayvanları Koruma Derneği'nin aktif üyelerinden biridir hatta bu organizasyonun 'ruhu' olarak sayılmaktadır (Burk, 2005:245).

Türkiye'nin sosyal güvenlik ve dolayısıyla sosyal refah konusundaki yasalarının formüle edilmesinde önemli bir rol oynamıştır. Diğer katkıları arasında, Türkiye'de o dönemde yeni bir eğitim disiplini olan işletme iktisadının başlamasının etkisiyle (bkz. Prof.Dr. Muhlis Ete'nin "İşletme Ekonomisi Dersleri" konulu kitabı hakkında yazmış olduğu yorum), kamu kuruluşlarının yöneticileri ile sanayi ve ticaret teşebbüslerinin işletmecilerinin rakip yatırım seçenekleri arasında nasıl seçim yapmaları gerektiğine ilişkin kuramı sayılabilir. Isaac ayrıca yüzlerce Türk iktisatçı ve maliye uzmanının yetişmesinde önemli rol almış bir bilim insanıdır (Reisman, 2011:145-146).

Nihayet, F.Neumark'ın anıları (2017) ve İktisat Fakültesi Albümü (1944-1945 Dönemi Yıllığı), diğerleriyle birlikte Alfred Isaac'ın öğrencilerine verdiği öğütlerle zenginleşmiştir. "...Teori ve pratik arasındaki farkı bilmek ve anlamak İktisat Fakültesi'nin her öğrencisi ve mezunu için çok önemlidir. Gelgelelim, bu farkı herkes her zaman çok iyi anlayamaz. Teorinin pratiğe yabancı, hatta onun düşmanı olduğu yönünde yaygın bir inanış vardır. Gerçekteyse, teori, pratik yaşamda olan olayları ve ilişkileri anlamaya ve açıklamaya çabalar. Öte yandan, teoride açıklanan olaylarla, pratikte çeşitli tarzlarda yüz yüze geliriz....Bu nedenle, teori ve pratik birbirini tamamlayıcı niteliktedir. Bu gerçeği tüm gençlerin öğrenmesi gerekiyor".

3. Sonuç

Genç Türkiye Cumhuriyeti'nin eğitim politikasını dönüştürme evresinde bir hayli tartışma yaşanmıştır. Bu tartışmaların ana eksenini, dönüşümün sancılarını da açığa vurmaktadır. Bir yanda geleceğe yönelik beklentiler ve değişim iradesi, diğer tarafta sistemin değişmesiyle hem etkinliği kaybedecek kesimlerin tepkileri hem de yeniliğe karşı olan tutum yer almaktadır.

İşte tam da bu noktada, değişim iradesinin elini güçlendirecek bir gelişme olmuştur. Nazi zulmünden kaçan almanca konuşan bilim insanları, sanatçılar ve politikacılar mülteci konumuna düşmüş ve kovuldukları ülkelerden gidecek bir ülke arayışına girmişlerdir.

Kanımcıca, başta Gazi Mustafa Kemal Atatürk olmak üzere hükümet kanadından yetkililer buradaki gelişmeyi doğru okumuşlardır. Bu noktada, Albert Malche ve Dr. Schwartz'ın katkıları unutulmamalıdır.

Darülfünun'un kapatılması ve yerine kurulan "İstanbul Üniversitesi"nin yeni akademik kadrosu, mülteci konumunda bulunan bilim insanlarıyla zenginleştirilmiş ve yeni bir heyecanla işe başlanmıştır. Bu gelişmeyi diğer adımlar izlemiş; Ankara'da kurulan üniversite ve fakülteler ile sanat alanında ki gelişmeler Türkiye Cumhuriyeti'nin çağdaşlaşma ve yeni nesillerin donanımlarının zenginleşmesi adına ileri mevziler olmuşlardır.

Bizim bu çalışmayı yapmamız neticesinde ortaya çıkan en net sonuç; yaşanan bu sürecin hiç kolay olmadığı ve fakat bütün zorluklara rağmen olumlu sonuçlar elde edildiğine dairdir. Örneğin, kurulan fakülteler ve kürsüler yeni bir akademik kadronun oluşması yönünde önemli bir aşamadır. Buraya gelen bilim insanlarının yetenek ve bilgi birikimleri düşünüldüğünde, bu insan kaynağının oluşturulmaya çalışılmasının ne kadar uzun süre alacağı da öngörülebilir. Diğer taraftan, gelişmeler sadece üniversite çatısıyla sınırlanmamış, değerli hocaların bürokrasi, belediye ve doğrudan kamusal alana yönelik çalışmaları ve projeleri hayata geçirilmiştir.

Kuşkusuz iktisat ve maliye ilmine katkıların etraflıca değerlendirilmesi bu çalışmanın sınırlarını aşmaktadır. Ancak, toplu bir şekilde ve genel hatlarıyla yapılan katkıları sıralamak dahi, ne kadar önemli bir süreci yaşadığımızı ve ne yazık ki şimdiye değin yeterince araştırılmadığını da göstermektedir. İktisat ve maliye tarihi konusunda epey bir olay dizisi söz konusu iken, literatüre katkıların daha fazla olması ümidimizdir. Bu çalışmada bahsettiğimiz bilim insanlarının eserlerinin daha detaylı bir analizi, sonraki çalışmamızın yol haritası olacaktır.

Kaynakça

- Akcan, E. (2012), Ernst Reuter ve Sosyal Konut, Çev. Tayfun Çınar, Mülkiye Dergisi 36(275), 105-118.
- Atay, O. (1992), Bir Bilim Adamının Romanı, Bütün Eserleri V, İletişim Yayınları 57, 1-270.
- Burk, L.A. (2005), An Open Door: German Refugee Scholars In Turkey, The Dispossed: An Anatomy Of Exile Ed. Peter I.Rose, University Of Massachusetts Press, 235-262.
- C.I.S. (2009), Neoliberalism: The Genesis Of a Political Swearword, The Centre For Independent Studies, Occassional Paper 114, 1-48.
- Diñaslan, M. (2015), Türkiye’de Ordoliberalist Bir İktisatçı - Filozof: Alexander Rüstow (1885-1963), Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi 46, 201-226.
- Erdoğan, H. ve Öz, E. (2017), Einstein’dan Türkiye’ye Mektup, Cappadocia Journal Of History And Social Sciences,9(1), 220-231.
- Hanlein, A. (2006), Gerhard Kessler: Türkiye’de Sürgün Bir Alman Sosyal Politikacı, Çev. Alpay Hekimler, Çalışma Ve Toplum Dergisi 2006/2, 31-47.
- Heilperin, M.A. (1966), Wilhelm Röpke In Memoriam, Weltwirtschaftliches Archiv By Springer 97,1-5.
- Hirsch, E.E. (2017), Anılarım (Kayzer Dönemi Weimar Cumhuriyeti Atatürk Ülkesi), Çev. Fatma Suphi, Tübitak Popüler Bilim Kitapları 45, XIII. Basım, 1-398.

- Isaac, A. (1947), Prof.Dr. Muhlis Ete'nin "İşletme Ekonomisi Dersleri" konulu kitabı Hakkında Yorum. dergipark.ulakbim.gov.tr/ausbf/article/view/5000101853, Ulaşma Tarihi: 10.06.2018, 15:00.
- Kessler, G. (1950), Kendi Hayat Yolum, İş Mecmuası, 113.
- Muhlis Ete (1963), Kessler'in Vefatı Üzerine Kaleme Aldığı Hatırat.
- Namal, Y. (2012), Türkiye'de 1933–1950 Yılları Arasında Yükseköğretime Yabancı Bilim Adamlarının Katkıları, *Journal of Higher Education and Science* 2(1), 14-19.
- Namal, Y. ve Karakök, T. (2011), Atatürk Ve Üniversite Reformu (1933), *Journal of Higher Education and Science* 1(1), 27-35.
- Neumark, F. (2017), Boğaziçine Sığınanlar, Çev. Şefik Alp Bahadır, Kopernik Kitap, 1-296.
- Önen, M. ve Kurnaz, S. (2017), Kamu Yönetimi Reformlarında Yeni Perspektifler Ve Arayışlar, *ASSAM* 4(8), 51-69.
- Reisman, A. (2011), Nazizmden Kaçanlar Ve Atatürk'ün Vizyonu, Çev.Gül Çağalı Güven, Türkiye İş Bankası Yayınları genel Yayın:2081, 1-605.
- Rüstow, A. (1943), İşletme İktisadı Ve İktisat İlmi, Çev. Orhan Tuna, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası 4(2), 119-126.
- Sayar, A.G. (2007), Dobretsberger Dosyası, İstanbul Üniversitesi SBF Dergisi 36, 1-14.
- Schwartz, P. (2003), Kader Birliği (1933 Sonrası Türkiye'ye Göç Eden Alman Bilim Adamları), Çev. N.Alçı, Belge Yayınları, 1-100.
- Yardımcı M.E. ve Genç, S.Y. (2016), Türkiye'de Sürgün Bir Alman Neoliberal: Wilhelm Röpke, *AIBU Journal of Social Sciences*, 2016., 16(1), 23-34.
- Yıldız, K. (2017), Nazizm'den Kaçanların Türk Üniversite Tarihine Etkisi Ve Atatürk'ün Ufku, *Akademik-Der* 1, 15-19.
- Yücebaş, M. (2014), 1933 Darülfünun'un İlgası ve Yeni Üniversitenin Ruhu: Basında Üniversitenin Anlamı, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 259-283.

Environmental Sustainability and the Future of the Cruise Tourism: A Suggested Model

Çevresel Sürdürülebilirlik ve Kuruvaziyer Turizminin Geleceği

Ruheet GENÇ¹

ABSTRACT

In this study, the role of environmental sustainability in current cruise tourism activities will be discussed in detail. The paper will first start with the discussion of cruise tourism with respect to the threats of cruise tourism on environmental sustainability. After this, the manuscript will suggest a model where the impact of cruise tourism will be explained on the basis of three variables, namely, total revenues derived from tourism activity, the increase in the quality of life for tourists as well as local stakeholders, and the degree of environmental degradation as a result of cruise tourism. In short, the paper will conclude that environmental sustainability in cruise tourism practices are important for future activities, as protection of environment and measures that prevent environmental pollution will contribute to tourism revenues as well as life satisfaction of participants in the future terms. The main contribution of this study is enabling the use of quantitative measures in the analysis of the relationship between cruise tourism activities and environmental sustainability so that objective findings supported by mathematical and statistical can be obtained.

Keywords: Cruise tourism, sustainability, quality of life

ÖZ

Kuruvaziyer turizmi, turizm endüstrisi içinde hızlı gelişen bir bölümdür. Daha önceki çalışmalar dünyada Kuruvaziyer turizminin ekonomik ve kültürel etkilerini incelediler ve özellikle bu tür turizmin önemli olduğu Karayipler (Jamaika ve Kosta Rika gibi) aynı şekilde Avrupa ve Avusturalya gibi yerlerde yapıldı bu çalışmalar. Tarihi gelişmeler incelendiğinde, Kuruvaziyer Turizmi ticari olarak ilk 1880 lerde Pasifik bölgesinde gemi şirketleri tarafından onların ticari güzergahları dışında düzenlenmeye başlandı. Bu tür turizmin çevre üzerine olan etkileri Deniz tabanı kirliliği, kıyı ve liman kirliliği gibi muhtelif alanlarda görülmekte olup kirli suların ve atık maddelerin çevreye zarar vermeden tekrar kullanım zinciri içinde yer almasındaki başarı bu sektörün geleceğini belirleyen faktörler olacaktır. Bu çalışmada Kuruvaziyer turizminin çevreye olan etkilerinin bu sektöre ve onun geleceğine dönük karşılıklı etkileri incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Kuruvaziyer turizmi, çevresel sürdürülebilirlik, turizmin geleceği

Tür : Araştırma makalesi
Gönderim tarihi : 01.06.2018
Kabul tarihi : 17.06.2018

¹ Doç.Dr., Türk-Alman Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, drgench@gmail.com

Introduction

Cruise tourism is one of the growing segments in international tourism industry. Previous research have studied the economic and cultural impacts of tourism industry throughout the world, especially the major cruise tourism areas including the countries in Caribbean region, which accounts for the 50% of total world capacity placement (Dwyer & Forsyth, 1998), such as Costa Rica (Brida & Zapata, 2010), Jamaica (Chase & McKee, 2003), as well as Europe (Dragin, Jovičić & Bošković, 2010) and Australia (Dwyer & Forsyth, 1996). Historically, cruise tourism has developed in a commercial sense from the early 1880s in Pacific region by tour offerings of shipping companies for leisure tour which are irrelevant from their regular trade routes (Steel, 2016). On the other hand, studies related to sustainability of cruise tourism on the basis of environmental considerations have been limited to first-order effects on the ecosystem, but the second phase of the research linking these impacts to tourism does not exist (Moreno & Amelung, 2009).

There are numerous impacts of cruise tourism on environmental degradation. As Uebersax (1996) describes, a complex downside to the cruise industry includes pollution of sea floors, harbors and coastal areas; degradation of scarce water resources; destruction of coral reef habitat; public health concerns ashore; and pressures resulting from waste disposal problems for communities that are already unable to deal with their own domestic commercial municipal waste. Yet, no further research has been done to explain the impacts of these environmental problems created by cruise tourism on the future of cruise tourism itself.

In this manuscript, it has been aimed to focus on the environmental degradation with respect to cruise tourism industry and the results of this environmental degradation on the future of cruise tourism. It will start with introducing possible threats of cruise industry to the environmental sustainability and then it will move to discuss the real-world reflections of these threats to the future of cruise tourism and tourist preferences. This paper is intended to be a review paper. Related articles and books will be taken into account. Moreover, a model will be suggested in order to discuss the effects of environmental sustainability on the future of cruise tourism.

Threats of Cruise Industry to the Environmental Sustainability

Sustainable tourism is an alternative way of tourism which embraces sustainability principles with respect to environmental carrying capacity, social responsibility and the integration of tourism with the wishes of local people (Johnson, 2002). Although conventional mass tourism is often seen as an important source of economic development, it has been associated with numerous negative impacts varying from the destruction of ecological systems to the loss of cultural heritage (Lansing & De Vries, 2007). For instance, studies have shown that cruise ships tend to produce waste on home ports contributes to pollution of seas, land and air and decreases the impact of tourism services (Butt, 2007). Promoting and maintaining a region's cultural richness

and natural beauties play a significant role in the development of cruise tourism (Taua'a, 2013).

According to marine pollution analysts, a large ship is capable of burning at least 150 tons of fuel a day, and emitting more sulphur than several million cars, more NO₂ gas than all the traffic in a medium-sized town and more particulate emissions than thousands of London busses. For a comparison, emissions from a large cruise ship to the equivalent number of cars are as following: 83,678 cars for CO₂, 421,153 cars for NO_x, 1.05 million cars for particle emissions and 376 million cars for sulphur dioxide (Vidal, 2016). These numbers clearly depict the environmental devastation caused by cruise tourism sector.

Moreover cruise tourism contributes to climate change by changing sea-ice levels in Arctic areas (Stewart & Draper, 2006; Stewart et. al., 2007). Greenhouse gas emissions, on the other hand, lead to the melting of iceberg by increasing the temperature in arctic climate (Eijgelaar et. al., 2010). As a result, cruise tourism causes environmental and social degradation in polar regions, by worsening the potential for arctic tourism in next periods as well as contributing to the climate change at a global scale (Lamers & Amelung, 2010; Lück et. al., 2010).

Although self-regulation, i.e. voluntary practices for environmental regulation has been accepted as preferable to traditional command-and-control forms of regulation by allowing companies to adopt environmentally sustainable practices to increase competitive advantage, critics reflected that such measures will not produce effective outcomes (Forsyth, 1997). Parallel to the deterritorialization trend of contemporary globalization which carries the touristic activity beyond an immediate geographical location (Wood, 2002), cruise tourism has gained importance by allowing customers to visit multiple destinations in one touristic activity package and cruise tourism takes place across several countries. Therefore international organizations collaborated with local governments as well as stakeholders in touristic destinations are expected to come together to find a solution for regulatory practices at international level.

In addition to international organizations, management strategies of cruise tourism companies play an important role in preventing tourism destinations from environmental degradation (Krippendorf, 1987). As long as stakeholders are aware of the fact that they need to protect environment not only for its own sake but also for the maintenance of their profit, responsible cruise tourism will develop and environmental sustainability goals will be achieved through the efforts of global companies (Klein, 2011).

Model

There are three main factors that can be used for measuring the impact of cruise tourism. First of all, tourism revenues reflect the improvements in welfare of people in a particular destination with respect to cruise tourism activities. Cruise tourism is likely to increase the financial well-being in a tourism location and economic gain is an

important aspect for sustainable cruise tourism activities. Therefore, the revenue received by stakeholders and distributed among service providers can be considered as an indicator for the impact of cruise tourism. Secondly, changes in overall life quality of tourists as well as service providers can also become an indicator for measuring the impact of cruise tourism. As argued previously, cruise tourism positively affects the well-being of individuals who engage in touristic activities either as a service taker or as a service provider. Furthermore, environmental degradation as the result of cruise tourism activity can be added into the model while measuring the impact of cruise tourism. Environmental degradation has a negative effect on cruise industry, since pollution of oceans will decrease the attractiveness of natural beauties visited by cruise ships.

Hence our model can be considered as:

$$(1) CT = \beta_0 + \beta_1.TR + \beta_2.QL - ED^t + \varepsilon$$

where,

CT implies the *impact of Cruise Tourism*

TR implies *Tourism Revenues*

QL implies *Quality of Life for Tourists and Service Providers*

t implies *Time*

ED implies *Environmental Degradation due to Cruise Tourism Activity*

β_0 , β_1 , and β_2 imply coefficients, and

ε implies residual (i.e. the effect of other variables).

In general, the impact of cruise tourism is dependent on three variables, namely tourism revenues, quality of life of tourists and service providers and the environmental degradation. Starting with the tourism revenues, facilitation of cruise tourism routes and investments in direct or indirect sectors for cruise tourism such as accommodation facilities, restaurants, transportation services or travel organizations brings revenue to the tourism destination. The increase in revenue, in turn, contributes to the increase in economic welfare not only local but also national scale. Thus, the economic contribution of cruise tourism can be also measured as a part of GDP.

Another important factor for measuring the impact of cruise tourism is quality of life. In general, innovations take place in order to increase the satisfaction of tourists which they receive from their touristic experiences. Moreover, the increase in the quality of life of service providers is also important since their satisfaction within the economic activity has a direct impact on the sustainability of this activity. There are objective and subjective measures for quality of life and the focus of this manuscript will be on

objective indicators such as economic indices (GDP, poverty rate, etc.), social indicators such as unemployment rate, school attendance etc., life expectancy and literacy rate in accordance with scientific purposes (Genç, 2012:151).

Third, environmental degradation has an adverse impact on cruise tourism. Although both local governments, stakeholders and international organizations involve in precautionary policies regarding to environmental sustainability, cruise tourism may cause environmental problems such as pollution, waste disposal, urban sprawl and so on which influence the physical and psychological health of people living in a specific destination. These impacts on health decrease the quality of life of people. The natural drawback is also subject to time variable, since environmental depletion grows exponentially.

Lastly, there may be other variables that can explain the variance in the level of social inclusion that this model has not captured. For that reason, a residual is presented in the model, which denotes the variance that cannot be explained by the three main variables.

The model is suitable for any type of numerical data as the target of this model suggested in the study is to measure the effect of cruise tourism in a quantitative manner. By modelling the impact of cruise tourism with respect to three main variables, which are total tourism revenues, life satisfaction tourists and local stakeholders and the degree of environmental degradation, the research enables the measurement through statistical analysis and a mathematical structure instead of subjective methods that would decrease the objectivity and reliability of the findings.

Concluding Remarks

As one of the major growing sector, cruise tourism has to deal with environmental problems, since, in the end; these environmental problems significantly affect the future of cruise tourism itself. Sustainability of environment is not only necessary for providing the future generations a better world, but it is also crucial for the future of economic activities which are not restricted to short-run gains, and they should also be maintained in the next periods.

In this respect, sustainable tourism is required to be achieved on the basis of four reasons. First, sustainable tourism operates within the natural capacities for the regeneration as well as the future productivity of natural, social and cultural resources (Johnson, 2002). Since resources are crucial elements for the maintenance of touristic activity, use of these resources in tourism sector should be planned in a sustainable manner. For instance, waste disposal of cruise tourism operators should be regulated by international organizations on the basis of international law.

Secondly, sustainable tourism considers tourism experience as a contribution of communities, customs and lifestyles in past time as well as present time (Johnson, 2002). Tourism experience consists of interaction with elements which belong to the past, such as cultural heritage or historical sites. Also, tourism experience may include

recent activities and newly emerging technological inventions which are capable of making tourism experience more sophisticated.

Third, sustainable tourism allows service providers and stakeholders in a particular destination to share the economic benefits of tourism sector in an equal manner (Johnson, 2002). Providing real rates of return for both local and overseas investors and worthwhile job opportunities for the workforce is seen as fundamental for sustainable tourism (Taua'a, 2013). Economic sustainability is an important factor for the continuation of tourism services. If the service providers in tourism sector are not satisfied with the benefits that they receive from tourism activities, they may shift to other sectors where they can make much more money, since this is the basic mechanism that governs the economic activities in any type of sector and tourism is not independent from the mechanisms of economy.

Lastly, sustainable tourism is dependent on the decisions and activities of all stakeholders, local people and communities in host areas (Johnson, 2002). Therefore, collective decision making is possible for future investments by considering the capacity of a destination for resources and labor force for the next periods. As the main actors in tourism sector as an economic activity, stakeholders provide investment for touristic facilities and their expectations for revenues derived from tourism is determinant for the future of tourism sector. As they are more likely to continue to invest in tourism activity, they have to consider ecologically sustainable ways of tourism since protection of environment preserves the authenticity of region which in turn lures more tourists to see natural beauties of a particular destination (Lester & Weeden, 2004).

In conclusion, environmental devastation will be a main cause for the decreasing efficiency in cruise tourism. As long as environmental degradation is not managed, there will be fewer visitors for the polluted oceans and extinct natural beauties. Protecting the environment is one of the fundamental parts for the sustainability of cruise tourism, along with economic investments such as education, infrastructure and involvement of more stakeholders. All in all, sustainability of cruise tourism industry is directly linked to sustainability of environment itself and therefore government, local authorities and stakeholders should act together in order to overcome with the possible threats of environmental degradation as a result of cruise tourism activity.

Limitations and Future Suggestions

There are several limitations that future studies on these subjects need to improve in order to achieve more reliable results. First, the model has not been supported by real world data, and the assumptions of the model are still on a theoretical basis. In real world, the interaction among variables may lead to different results; hence a model supported by empirical findings will have more explanatory power. In addition to this, the model currently considers three major variables to explain the variance in the cruise tourism impact, however there may be many other variables such as the degree of restrictiveness of international legal regulations for environmental pollution or

competition among cruise tourism organizations, which this model has not captured. Although the model include a residual variable, future studies need to clarify the extents of impact and reshape the model accordingly.

References

- Brida, J.G., & Zapata, S. (2010). Economic impacts of cruise tourism: the case of Costa Rica. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research* 21(2), 322-338.
- Butt, N. (2007). The impact of cruise ship generated waste on home ports and ports of call: A study of Southampton. *Marine Policy*, 31(5), 591-598.
- Chase, G.L., & McKee D.L. (2003). Economic impact of cruise tourism in Jamaica. *The Journal of Tourism Studies*, 14(2), 16-22.
- Dwyer, L., & Forsyth, P. (1996). Economic impacts of cruise tourism. *The Journal of Tourism Studies*, 7(2), 36-43.
- Dwyer, L., & Forsyth, P. (1998). Economic significance of cruise tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 393-415.
- Eijgelaar, E., Thaper, C., & Peeters, P. (2010). Antarctic cruise tourism: the paradoxes of ambassadorship, "last chance tourism" and greenhouse gas emissions. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3), 337-354.
- Forsyth, T. (1997). Environmental responsibility and business regulation: The case of sustainable tourism. *Geographical Journal*, 270-280.
- Genc, R. (2012). Tourist Consumption Behavior and Quality of Life. In Uysal, Muzaffer., Perdue, Richard R. & Sirgy, M. Joseph. (Eds.), *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research*. Virginia Tech, Springer.
- Johnson, D. (2002). Environmentally sustainable cruise tourism: a reality check. *Marine Policy*, 26(4), 261-270.
- Klein, R. A. (2011). Responsible cruise tourism: Issues of cruise tourism and sustainability. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18(01), 107-116.
- Krippendorf, J. (1987). Ecological approach to tourism marketing. *Tourism Management*, 8(2), 174-176.
- Lamers, M., & Amelung, B. (2010). Climate change and its implications for cruise tourism in the polar regions. *Cruise tourism in polar regions: promoting environmental and social sustainability*, 147-163.

- Lansing, P., & De Vries, P. (2007). Sustainable tourism: ethical alternative or marketing ploy?. *Journal of Business Ethics*, 72(1), 77-85.
- Lester, J. A., & Weeden, C. (2004). Stakeholders, the natural environment and the future of Caribbean cruise tourism. *International Journal of Tourism Research*, 6(1), 39-50.
- Lück, M., Maher, P. T., & Stewart, E. J. (2010). *Cruise tourism in Polar Regions: Promoting environmental and social sustainability?*. Earthscan.
- Moreno, A., & Amelung, B. (2009). Climate change and coastal & marine tourism: review and analysis. *Journal of Coastal Research*, 1140-1144.
- Steel, F. (2016). The cruise ship. In *Touring Pacific cultures* by Alexeyeff K. & Taylor J. *Anu Press*.
- Stewart, E. J., & Draper, D. (2006). Sustainable cruise tourism in Arctic Canada: An integrated coastal management approach. *Tourism in Marine Environments*, 3(2), 77-88.
- Stewart, E. J., Howell, S. E., Draper, D., Yackel, J., & Tivy, A. (2007). Sea ice in Canada's Arctic: Implications for cruise tourism. *Arctic*, 370-380.
- Taua'a, S. (2013). Tourism Issues in the Pacific. In *Politics, Development and Security in Oceania* by Hegarty D. and Tryon D. *Anu Press*.
- Uebersax, M.B. (1996) Indecent proposal: cruise ship pollution in the Caribbean. Accessed online at <http://old.planeta.com/planeta/96/0896cruise.html> on November 29, 2016
- Vidal, J. (2016, May 21) The world's largest cruise ship and its supersized pollution problem. *The Guardian*. Available at <https://www.theguardian.com/environment/2016/may/21/the-worlds-largest-cruise-ship-and-its-supersized-pollution-problem> Accessed on 12.06.2018.
- Wood, R. E. (2002). Caribbean of the East? Global interconnections and the Southeast Asian cruise industry. *Asian Journal of Social Science*, 30(2), 420-440.

Etnik Girişimci İşletmelerde Kurumsallaşma ve Belirsizlikten Kaçınma İlişkisi Üzerine Bir Araştırma

A Study of Ethnic Entrepreneurs on Institutionalization and Uncertainty Avoidance

Musa ŞANAL¹

Ali Furkan KAYA²

ÖZ

Günümüzde işletmeler, esnek ve organik yapıya sahip oldukları ölçüde hayatta kalmaktadır. Bu değişimlere uyum sağlayabilme sürecinde, işletmeler için kurumsallaşma kilit bir rol oynamaktadır. Kurumsallaşma, işletmenin çevresel değişime duyarlılığı sonucunda gelişen ve bu değişime uyma çabalarıyla oluşan dinamik bir süreçtir. Bu çalışmada, kurumsallaşma düzeylerinin belirlenmesini sağlayan bileşenler olan formalleşme, ve profesyonelleşmenin, Hofstede'in kültürün boyutları çalışmasında yer alan belirsizlikten kaçınma bileşenine olan etkileri incelenmiştir. Araştırma kapsamında Polonya'da faaliyetlerini sürdüren etnik girişimlerden Türk girişimciler özelinde 41 katılımcı ile yüz yüze görüşülerek anket formu aracılığı ile veriler toplanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etnik girişimcilik, kurumsallaşma, formalleşme, profesyonelleşme, belirsizlikten kaçınma

ABSTRACT

Today, the sustainability of the businesses depend on the flexible and organic structures. In this process, institutionalization plays a key role to adapt to these changes. The effects of change and the efforts made by business firms to adopt themselves to the change is a process that facilitate the institutionalization. In this study, effects of formalization and professionalization which are the components that determine level of institutionalization to dimension of uncertainty avoidance which is stated in Hofstede's cultural dimensions study have been aimed. In the content of the study, data has been collected from 41 Turkish participants among ethnic entrepreneurs in Poland in person via questionnaires.

Keywords: Ethnic entrepreneurs, institutionalization, formalization, professionalization, uncertainty avoidance

Tür :Araştırma makalesi
Gönderim tarihi :10.05.2018
Kabul tarihi :31.05.2018

¹ Başlıca yazar, Öğr.Üyesi Dr., Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, msanal77@hotmail.com

² Doktora öğrencisi, Varşova Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, Polonya, ali.furkan.kaya@gmail.com

1. Giriş

Küreselleşme bünyesinde bir takım tehditleri ve fırsatları barındıran bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, kendi ülkesi dışında başka ülkelerde yaşayan ve buralarda yatırım yapan farklı etnik kökenlere mensup göçmenlerin literatüre sunduğu etnik girişimcilik kavramı ortaya çıkmaktadır. Kurumsallaşma kavramı ise değişen çevre koşullarına uyum sağlamak için işletmelerin belirli standartları örgüte aktarması olarak ifade edilmektedir. İşletmelerin bu süreçte varlıklarını sürdürebilmesi açısından iş ve faaliyetlerini bir takım kurallara bağlaması ve bunları yazılı hale getirmesi hayati derecede önemlidir.

Her geçen gün sayıları hızla artan etnik girişimlerin farklı pazarlarda ve sektörlerde faaliyetlerini sürdürmesi, literatürde etnik girişimlerle ilgili çalışmaların da artmasına neden olmuştur. Bu çalışmalar kapsamında etnik girişimci işletme sahiplerinin göç ettikleri ülkelerde çeşitli nedenlerle ticari faaliyetlerde bulunmaya başlaması ile kendi kültürleri ve buldukları ülkenin kültürel değerleri arasında bağlantılar kurarak işletmelerinin devamlılığını sağlamayı amaçladıkları görülmektedir.

Örgüt kültürü konusunda popülerliğini kaybetmeyen temel çalışmalardan biri, Geert Hofstede'in kültürün boyutları adlı çalışmasıdır. Bu çalışmada işletmelerin kurumsallaşma düzeylerinin (formalleşme ve profesyonelleşme), Geert Hofstede (1980)'in 40 ülkede 116 bin IBM çalışanı üzerinde yaptığı araştırmada kültürleri; bireycilik-toplumculuk, güç mesafesi, dişillik-erkeklik, belirsizlikten kaçınma ve daha sonra bu başlıklar arasına eklenen uzun dönem oryantasyonu (konfüçyan) olarak beş boyutta incelediği çalışmadan "belirsizlikten kaçınma" boyutu üzerine etkisi incelenmiştir.

2. Girişimciliğin Küresel Yüzü: Etnik Girişimcilik

Girişimcilik ekonomik bir değer olmasının yanı sıra, toplumsal ve kültürel bir kavramdır. Girişimciliğin en önemli yönü bir düşünüş yapısı olmasıdır. Bir kişinin, gerek bireysel gerekse toplumsal problemleri görebilmesi ve bu problemlere yenilikçi çözümler getirebilmesi girişimciliği ifade etmektedir. Buradan hareketle girişimciliğin problemlerin ekonomik kazanımlara çevrilebilmesi ile doğrudan ilişkili olduğu söylenebilmektedir.

Girişimciliğin öneminin artması, ekonomik ve sosyal gelişmeler açısından önemli bir noktada bulunmasıyla yakından ilişkilidir. Giderek artan girişimci faaliyetler, durgun ekonomileri harekete geçirmede büyük rol oynamakta ve yeni iş alanlarının oluşturarak istihdam sorunlarının çözümüne katkı sağlamaktadır. Teknolojik gelişmenin her geçen gün etkisini artırmasında da girişimci faaliyetler önemli bir rol oynamaktadır.

Girişimcilik çok yönlü bir kavram olup, küreselleşen dünyada ortaya çıkan girişimciliğin alt boyutu etnik girişimciliktir. Bu bağlamda etnik girişimciliğin temelini oluşturan göçmenlik kavramını ele almak gerekmektedir. Göçmenler, sanayi toplumuna geçişle beraber ve daha sonrasında bilgi toplumu ile uzunca bir süre ileri

ekonomilerdeki iş hayatında ucuz işgücü olarak görülmüşler ve vasıfsız işçiler olarak nitelendirilerek çalışmışlardır. Boz (2007, s.9) da bir başka ifade ile bu süreci, zamanla göçmenlerin buldukları ülkenin koşullarına ayak uydurmaya başlamaları ve daha başka nedenlerin de etkisiyle, kendi işlerinin sahibi olmaya yönelmeye başladıkları gözlenmiştir şeklinde tanımlamıştır. Bunun sonucunda etnik girişimcilik kavramı ortaya çıkmıştır. Artık, batı dünyasında ve diğer ileri ekonomiler içerisinde göçmenler, sahibi oldukları girişimlerle kendilerinden daha çok söz ettirir hale gelmeye başlamıştır.

Volery (2007)'ye göre, etnik girişimcilik üzerine yapılan araştırmalar, Weber (1930), Sombart (1914) ve Simmerl (1950)'in çalışmaları gibi klasik çalışmalara kadar uzanabilmektedir. Bu araştırmacılar etnik girişimciliği, başka bir ülkeye yerleşip ticaret yaparken sosyal ve dinsel kurallarla karşılaşan bir kavram olarak tanımlamıştır. Bu noktada etnik işin, genelde bir girişimcinin etnik topluluğun diğer üyelerine hizmet vermeye ve onların ihtiyaçlarını karşılamaya başladığı durumlarda ortaya çıkmakta olduğu ifade edilebilmektedir (Çesteneci, 2012, s.29).

3. Kurumsallaşan Etnik Girişimcilerin Belirsizliğe Tepkisi

Bu bölümde araştırmamızın temel iki değişkeni olan kurumsallaşma ve belirsizlikten kaçınma kavramları üzerinde durulacaktır. Kurumsallaşma kavramı, yönetim literatüründe büyük önem verilen bir kavram olarak görülmekte olup, özellikle aile işletmelerinin sürdürülebilirliğinin bir anahtarı olarak kabul edilmektedir. Belirsizlikten kaçınma ise, günümüz değişken koşullarında bir örgütün kurtulması gereken bir özellik olarak değerlendirilebilir.

3.1. Kurumsallaşma

Kurumsallaşmayla ilgili literatür taraması yapıldığında birçok tanımlamalara ve analizlere rastlamak mümkündür. Kurumsallaşmanın anlaşılabilmesi için öncelikle kurum kavramına değinmekte yarar vardır. North (1990)'a göre kurumlar, günlük hayatta kurallar koyarak belirsizliği azaltan, bireylerin tercihlerini belirleyip sınırlandıran ve insan etkileşimi için bir rehber niteliği taşıyan unsurlardır. Örneğin; sokakta selamlaşırken, otomobil kullanırken, borç para isterken, bir iş kurarken gibi günlük hayatta çok sık rastladığımız işlemlerin nasıl yapılacağını bilmesi veya kolayca öğrenilebilmesi kurumların bu özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla kurumların, bir kavram ve yapıdan ibaret olduğu ve toplumda organize olmuş, yerleşmiş, kabul edilmiş prosedürleri ifade ettikleri söylenebilir.

Yazıcıoğlu(2008, s.43)'na göre, kurumsallaşma; bir işletmenin tüm fonksiyonlarının ve süreçlerinin belirli kurallar ve sistematik içerisinde kendiliğinden yürür hale getirilmesidir. Bu durumda, işletme kültürünün doğmasını ve kurumsal kimliğin oluşmasını sağlar. Kurumsallaşmanın en temel felsefesi işlerin ve süreçlerin kişiye değil bir modele dayandırılmasıdır. İşler ve süreçler bir modele dayandırıldığında işletmenin yöneticilerin ve sahiplerinin kimler olduğu işletmenin devamı için pek bir anlam ifade etmez. Kurumsallaşma kendi içinde rekabeti ve yenileşmeyi getirdiği için sürekli

gelişme söz konusudur. Kurumsallaşmayı oluşturan temel bileşenlerin arasında formalleşme ve profesyonelleşme yer almaktadır.

3.1.1. Formalleşme

Formalleşme ile örgüt eylemleri, kurallar standartlar ve sistematik prosedürlerle belirlenerek işletme içindeki değişik fonksiyonların koordinasyonu sağlanır. Aynı zamanda yönetsel fonksiyonların kimlerce ve nasıl yürütüleceği belirlenir. Örgütün kurumsallaşmasında önemli yeri olan formalleşme, örgüt eylemlerinin bireysellikten uzaklaştırılıp belirlenen kurallara bağlanmasıdır. Bunun sonucunda da çalışanların neyin nasıl yapılacağını bilmeleri sağlanır ve örgüte istikrar kazandırılır. Formalleşen örgütlerin eylemlerinde belirlilik bulunmaktadır. (Şanal, 2011, s.41; Apaydın, 2008, s.123).

3.1.2. Profesyonelleşme

Profesyonelleşmenin kelime anlamı; örgütleri oluşturan bütün çevredeki iş ve işlemlerin o konuda uzman kişiler tarafından yerine getirilmesi, görev, yetki ve sorumluluk dengelerinin uzmanlık esasına göre belirlenmesi anlayışıdır. Profesyonel yöneticiler, işletmenin gelişmesi için “İyi olan nedir?” sorusunun üzerine yoğunlaşarak ve yeri geldiğinde de aile politikalarını görmezden gelebilen kişiler olarak tanımlanmaktadırlar (Barnes ve Hershon,1994, s.379). Bu bağlamda profesyonelleşmeyi, yalnızca aile bireyleri dışındaki kişilerin işletmelerde önemli noktalarda görevlendirilmesi olarak değil, ayrıca aile içerisinde bireylerin de bilgi, beceri ve eğitimleri doğrultusunda görev almaları olarak da özetleyebiliriz. Ayrıca işletmelerin profesyonelleşme derecelerini belirleyen en önemli göstergelerden biri, profesyonellerin işletmedeki çalışanlar arasındaki oranıdır (Yazıcıoğlu ve Koç, 2009).

3.2. Hofstede’ e Göre Kültürel Boyutlar

Hofstede, çalışmalarını 1960’lı ve 70’li yıllarda IBM firmasının dünyanın farklı noktalarındaki çalışanları üzerinde yaptığı anketlerle şekillendirmiştir. Teori ilk ortaya atıldığı zaman 4 farklı boyut içermekte olup, sonraları bu boyutlara iki adet yeni boyut eklenmiştir (Sargut, 1994; Wasti, 1995; Erdem, 1996; Şeker, 2016)

1. Güce uzaklık endeksi (Power distance index, PDI): Bir toplumda güç dağılımı üzerine yoğunlaşan bu endeks, güç dağıtımını ile ilgili düşünceleri sorgular ve gücün eşit mi yoksa dengesiz mi dağıtıldığı şeklinde iki uçtan hangisine daha yakın olduğunu bulmayı hedefler. Aslında güce yakın olanların gücün eşit dağıtıldığını savunması ve güce uzak olanların gücün adil dağıtılmadığını savunması, toplumdaki güce uzaklığı anlatmaktadır. Bu bağlamda güce yakın toplumlarda müzakere kültürünün gelişmiş olması ve demokratik ortama daha açık olmaları savunulabilir.
2. Bireysellik (Individualism , IDV): Topluma bireylerin ne kadar dahil olduklarını ölçmek için kullanılır. Bireysellik kavramının yüksek olduğu toplumlarda, bireysel menfaat ve hedeflerin toplumsal menfaat ve hedeflerden

- önde geldiği söylenebilir. Kişilerin kendilerini birey olarak mı grubun üyesi olarak mı hissetmeleri indeksin temel iki ucunu oluşturmaktadır.
3. Belirsizlikten kaçınma endeksi (Uncertainty avoidance index, UAI): Bir toplumun belirsizliğe karşı ne kadar hoş görüşü olduğunu gösteren endekstir. Belirsizliği kabul etme kapasitesi düşük toplumlarda herhangi bir belirsizliğe karşı kaygı yüksektir ve bu kaygıdan kaynaklı olarak her durumu belirli hale getiren kurallar konulması veya çözümler üretilmesi beklenir. Bununla birlikte yüksek orandaki belirsizlikleri kabul edebilen toplumların kültürel ilişkilerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Bu kültürler değişime daha açıktır ve yeni kültür ve yeni fikirlere saygı gösterme seviyeleri daha yüksektir. Hofstede'in, kültürün boyutlarını içeren araştırmasının sonucunda, toplumların bazıları yüksek düzeyde belirsizlikten kaçınan (örneğin: Yunanistan, Japonya, Fransa, Türkiye), bazıları ise belirsizliğe yüksek tolerans gösteren toplumlar (örneğin: Danimarka, İngiltere, İsveç) olarak belirlenmiştir. Türk toplumuna yönelik daha sonra yapılan diğer araştırmalar da toplumda belirsizlikten kaçınma düzeyinin yüksek olduğunu desteklemektedir.
 4. Erkeklik (Masculinity, MAS). Cinsiyetler arasındaki rollerin duygusal olarak nasıl dağıtıldığını belirleyen endekstir. Erkeksi toplumlarda değerler daha çok rekabet, güç ve somut nesnelere üzerine kuruludur. Buna karşılık kadınsı topluluklarda değerler daha çok ilişkiler, hayat kalitesi ve duygular üzerine kuruludur. Kadınsı topluluklarda kadın veya erkek cinsiyetinin bir önemi yoktur ve bireylere eşit olarak davranılmaktadır. Literatürde bazı topluluklar veya kültürel geçmişten gelen okuyucuları rahatsız etmemek için "erkeksi" veya "kadınsı" topluluk yerine "sayısal hayat" (erkeksi) ve karşıtı olarak da "kaliteli hayat (kadınsı)" kavramları da kullanılmaktadır.

Hofstede bu 4 boyuta ilk başta uzun /kısa dönem boyutunu bundan sonra da 2010 yılında heveslilik ve kısıtlılık boyutunu eklemiştir.

5. Uzun dönem odaklılık (Long Term Orientation LTO) : Literatürde Konfiçyus dinamikliği olarak da geçen kavram, toplumların uzun veya kısa vadeli beklenti, hedef veya planları olmasına göre ölçülmektedir. Uzun dönem odaklı toplumlarda gelecekle ilgili planlarda çıkarıcı davranış görülürken, kısa dönem odaklı topluluklarda gelecekte çok geçmiş ve şimdiye odaklanma söz konusudur. Örneğin para biriktirmek, kalıcı olmak veya çıkarları uğruna uyum sağlamak uzun dönemli toplumlarda söz konusuysen, kısa dönemli toplumlarda geçmişten gelen geleneklere saygı veya şu andaki toplumsal sorumlulukların ne kadar yerine getirildiği gibi parametreler önem taşımaktadır.
6. Heveslilik ve kısıtlılık (Indulgence versus restraint, IVR): Bir topluluğun heva ve heveslerini ne kadar kontrol altında tutabildiklerini ifade etmektedir. Hevesli toplulukların bu anlamda kendilerini özgür bıraktıkları söylenebilir. Hayattan zevk almak veya eğlenmek gibi faaliyetleri birer doğal insan davranışı olarak ele alırlar. Kısıtlılık halindeki topluluklarda ise insani zevklerin ve heveslerin katı kurallar tarafından kontrol edildiği görülebilir. Örneğin güney Amerika toplulukları oldukça hevesli topluluklarken Kuzey

Amerika ve batı avrupada heves ve rahata düşkünlüğün azaldığı, orta doğuya bakıldığında islami kurullarla birlikte kısıtlılığın artmaya başladığı ve özellikle uzak doğuda kısıtlılığın çok daha yüksek seviyelere çıktığı söylenebilir.

Bu çalışmada, etnik girişimci işletmelerde belirsizlikten kaçınma derecesinin incelenmesindeki temel neden, günümüz küreselleşen dünyasında değişimin getirdiği belirsizliktir. Etnik girişimci işletmelerin belirsizliği daha derinden hissettiği öngörülmektedir.

4. Yöntem ve Bulgular

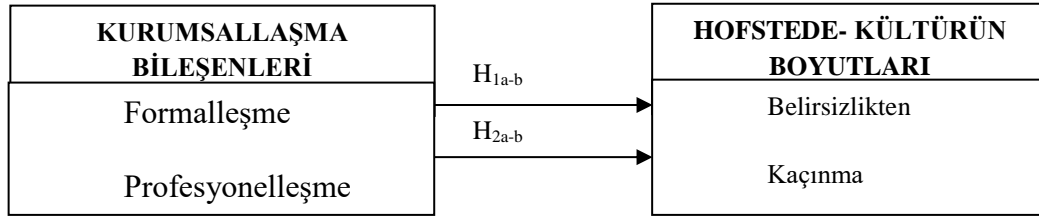
Etnik girişimci işletmelerin, kurumsallaşma düzeylerinin belirsizlikten kaçınma düzeyi üzerindeki etkilerinin incelenmesine yönelik olan çalışmanın bu bölümünde, öncelikle yöntem kısmında araştırma modeline ve hipotezlere daha sonra araştırma bulgularına yer verilecektir.

4.1. Araştırma Yöntemi

Polonya'da ticari faaliyetlerini sürdüren etnik girişimci işletmelerimizin kurumsallaşma düzeylerinin belirsizlikten kaçınma düzeyi üzerindeki etkilerinin incelenmesine yönelik olan çalışmanın bu bölümünde, öncelikle araştırma modeline ve hipotezlere yer verilecektir.

4.1.1. Araştırma Modeli

Etnik girişimci işletmelerin formalleşme ve profesyonelleşme düzeyleriyle belirsizlikten kaçınma ilişkisini ele alan ölçekler incelenip, yeni bir ölçek oluşturulmuştur. Bu inceleme sürecine dair araştırma modeli şekil 1'de gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

4.1.2. Hipotezler

Kuramsal açıklamalar kısmında kısaca değindiğimiz üzere, Apaydın (2008)'in tanımladığı üzere, işletmelerdeki yapılan eylemlerin ve ilişkilerin tanımlanması ve çalışanların görev, yetki ve sorumluluklarının belirlenerek yazılı hale getirilmesi süreci, formalleşme terimi ile ifade edilir (Apaydın, 2008, s.113). Formalleşme ile

belirsizlikten kaçınma arasındaki ilişkiyi değerlendirebilmek adına oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H_{1a}: İşletmenin Formalleşme düzeyi ile belirsizlikten kaçınma düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{1b}: İşletmenin Formalleşme düzeyi ile belirsizlikten kaçınma düzeyi arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

Barnes ve Hershon (1994)'a göre profesyonelleşme, kelime anlamı olarak örgütü oluşturan bütün çevredeki iş ve işlemlerin o konuda uzman kişiler tarafından yerine getirilmesi, görev, yetki ve sorumluluk dengelerinin uzmanlık esasına göre belirlenmesi anlayışı olarak tanımlanmıştır (Karavardar, 2011, s.161). Bu çalışmada profesyonelleşme ile belirsizlikten kaçınma arasında anlamlı bir ilişki olduğu varsayılarak aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

H_{2a}: İşletmenin Profesyonelleşme düzeyi ile belirsizlikten kaçınma düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{2b}: İşletmenin Profesyonelleşme düzeyi ile belirsizlikten kaçınma düzeyi arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

4.2. Araştırma Bulguları

Bu kısımda kullandığımız ölçeklerin maddeleri ve ortalamaları verilecektir. Formalleşme düzeyini ölçebilmek adına oluşturulan ilk 4 maddenin ilk 3'ü Wallace (1995)'dan, diğeri de Miller (2003)'dan alınmıştır (Şanal, 2011, s.71). Bu veriler kullanılan ölçeklerin araştırmaya uygunluğunu göstermektedir.

Tablo 1. Formalleşme Ölçeği Maddeleri ve Ortalamaları

No		Ortalama	Standart sapma
1	Firmamızda güvenlik ve çalışma şartları gibi konuları içeren bilgi kitapçığı bulunmaktadır.	2,88	1,12
2	Firmamızda çalışanlar için yazılı operasyon talimatları bulunmaktadır.	2,90	1,18
3	Firmamızda prosedürleri ve sabit kuralları içeren el kitapçığı bulunmaktadır.	3,07	1,08
4	Çalışanların görev, yetki ve sorumlulukları yazılı hale getirilmiştir.	2,49	1,00

Profesyonelleşme ölçeğinin maddelerinden ilk dört adedi Apaydın (2007), son iki adedi Reid ve Diğerleri (1999) tarafından geliştirilmiştir (Şanal, 2011, s.73).

Tablo 2. Profesyonelleşme Ölçeği Maddeleri ve Ortalamaları

No		Ortalama	Standart sapma
1	Çalışanlar işi yapmalarına ve yeteneklerine göre terfi alırlar.	1,98	0,76
2	Firmamızda uzmanlaşma vardır.	2,00	0,77
3	İşe yeni alınacak kişilerin belirlenmesinde profesyoneller söz sahibidir.	2,20	1,01
4	Çalışanlar işi yapmalarına ve yeteneklerine göre ödüllendirilmektedir.	1,85	0,85
5	Amaçların belirlenmesinde aile dışı çalışanların da fikirleri alınır.	2,56	1,12
6	Finansman yönetimi sorumluluğu uzman kişilere devredilir.	2,59	1,14

Tablo 3.'de formalleşme ve profesyonelleşme ile belirsizlikten kaçınma ölçeğinin Cronbach Alfa'sı verilmiştir. Tabloda yer alan değerler araştırmanın gerçekleştirilmesi için yeterince güvenilir ölçekler kullanıldığını göstermektedir.

Tablo 3. Araştırmada Kullanılan Ölçeğe Ait Faktörlerin Cronbach Alfa Değerleri

Faktörler	İlgili Maddeler	Madde sayısı	Örneklem sayısı	Cronbach Alpha
Formalleşme	1,2,3,4	4	41	0,894
Profesyonelleşme	14,15,16,17,18,19	6	41	0,886
Belirsizlikten Kaçınma	s.15, s.18, s.21, s.24	4	41	0,697

4.2.1. Formalleşme İle Belirsizlikten Kaçınma Arasındaki İlişki

Formalleşme ile belirsizlikten kaçınma arasındaki ilişkiyi değerlendirebilmek adına yapılan ANOVA testi sonucu Tablo 4.'de verilmiştir.

Tablo 4. Formalleşme İle Belirsizlikten Kaçınma Arasındaki İlişki

	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalamaları	F	P
Gruplar içi	23,146	18	1,286	2,106	,049
Gruplar arası	13,431	22	,610		
Toplam	36,576	40			

Tablo 4'de görüldüğü üzere, yapılan ANOVA testi sonuçlarında, belirlenen değişkenler arasında anlamlı düzeyde farklılık olabilmesi için, istatistiki açıdan güvenilirlik değerlerini sağlayabilmesi adına p değerinin %5(,05) anlamlılık düzeyinin altında bir değer alması beklenmektedir. Dolayısıyla katılımcıların formalleşme düzeyleri ile belirsizlikten kaçınma düzeyleri arasındaki p değeri ,049 düzeyinde olup, ,05 ten küçük

olduğu için istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Araştırmaya katılan işletmeler için formalleşme düzeyi ile belirsizlikten kaçınma düzeyleri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu söylenebilir. Aralarında anlamlı bir ilişki tespit edilen Formalleşme ile Belirsizlikten kaçınma arasındaki ilişkinin yönünün ve derecesinin tespit edilebilmesi için Tablo 5.'de görülen çoklu regresyon analizi yapılmıştır

Tablo 5. Formalleşme Çoklu Regresyon Analizi

Değişkenler	B	Std. Hata	Beta	t	P
(Sabit)	208,156	28,16		7,392	0
Formalleşme Düzeyi	-22,252	14,416	-0,337	-1,544	0,031

R:0,893 R²: 0,797 ve F: 8,307 p:0,000<0,05
Bağımlı Değişken: Belirsizlikten Kaçınma ve Bağımsız Değişkenler:Profesyonelleşme Düzeyi, Formalleşme Düzeyi

Formalleşme Düzeyi'ne ait B değerinin, -22,252 olduğu tespit edilmiştir. Bu değer söz konusu bağımsız değişkende gözlemlenecek 1 birimlik değişimin bağımlı değişken üzerinde 22,252 birimlik negatif yönde bir değişime neden olacağını göstermektedir. Özetle formalleşme düzeyi arttıkça firmalarda çalışanlara düşecek görevler netleşip, belirsizlikler azalacağı için koordinasyon kolaylaşacak ve rol çatışmalarının azalmasına neden olacaktır. Tüm bu verilerin ışığında;

"H_{1a}: İşletmenin Formalleşme düzeyi ile belirsizlikten kaçınma düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır" hipotezi reddedilmiştir.

"H_{2b}: İşletmenin Formalleşme düzeyi ile belirsizlikten kaçınma düzeyi arasında negatif yönlü bir ilişki vardır" hipotezi kabul edilmiştir.

4.2.1. Profesyonelleşme İle Belirsizlikten Kaçınma Arasındaki İlişki

Tablo 6'da profesyonelleşme bileşeni ile belirsizlikten kaçınma arasındaki veriler yer almaktadır.

Tablo 6. Profesyonelleşme İle Belirsizlikten Kaçınma Arasındaki İlişki

	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ort.	F	P
Gruplar içi	17,205	18	,956	4,196	,001
Gruplar arası	5,012	22	,228		
Toplam	22,217	40			

Tablo 6'daki veriler incelendiğinde, belirlenen değişkenler arasında anlamlı düzeyde farklılık olabilmesi için, istatistiki açıdan güvenilirlik değerlerinin sağlanabilmesi, p değerinin %5(,05) anlamlılık düzeyinin altında bir değer alabilmesine bağlıdır. Dolayısıyla bu noktada katılımcıların profesyonelleşme düzeyleri ile belirsizlikten kaçınma düzeyleri arasındaki p değeri ,001 düzeyinde olup, ,05 ten küçük olduğu için

istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Araştırmaya katılan işletmeler için profesyonelleşme düzeyi ile belirsizlikten kaçınma düzeyleri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu söylenebilir. Aralarında anlamlı bir ilişki tespit edilen Profesyonelleşme düzeyi ile Belirsizlikten kaçınma arasındaki ilişkinin yönünün ve derecesinin tespit edilebilmesi için Tablo 7’deki çoklu regresyon analizi yapılmıştır.

Tablo 7. Profesyonelleşme Çoklu Regresyon Analizi

Değişkenler	B	Std. Hata	Beta	t	P
(Sabit)	208,156	28,16		7,392	0
Profesyonelleşme Düzeyi	-16,587	27,413	-0,196	-0,605	0,044

R:0,893 R²: 0,797 ve F: 8,307 p:0,000<0,05
Bağımlı Değişken: Belirsizlikten Kaçınma ve Bağımsız Değişkenler: Profesyonelleşme Düzeyi, Formalleşme Düzeyi

Tablo 7.’deki veriler incelendiğinde;

“H_{2a}: İşletmenin Profesyonelleşme düzeyi ile belirsizlikten kaçınma düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır” hipotezi reddedilmiştir.

“H_{2b}: İşletmenin Profesyonelleşme düzeyi ile belirsizlikten kaçınma düzeyi arasında negatif yönlü bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

5. Sonuç

Araştırmada formalleşme ve profesyonelleşme ile belirsizlikten kaçınma düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Her iki değişkenin artışı belirsizlikten kaçınma düzeyini azaltmaktadır. Bu durum hedeflerine bağlı bir yapı için avantaj olarak sayılabilirken, sürekli değişen ve belirsizlik içinde olan günümüz şartları açısından dezavantaj olarak görülebilir. Burada önemli olan örgütün formalleşip profesyonelleşirken, esnekliğini yitirmemesi ve değişime açık olmasıdır. Bunu sağlamak için örgütteki yöneticilerin her yönlü iletişime açık olup, katılımcı bir yönetim anlayışını benimsemeleri gerekir.

Bu çalışmanın en önemli kısıtı, birçok etnik gruba ev sahipliği yapan Polonya’da sadece Türk işletmeler ile yürütülmesi ve bu ülkede Varşova Ticaret Müşavirliği’ne kayıtlı olarak faaliyet gösteren Türk işletmeler ile yapılmış olmasıdır. Çalışmanın kapsamının genişletilebilmesi ve kısıtların ortadan kaldırılması adına gelecekte yapılacak olan çalışmalara öneri olarak, Polonya’da ve diğer ülkelerde faaliyetlerini sürdüren farklı etnik kökenlere sahip işletmeler üzerine de uygulanarak, kurumsallaşmanın formalleşme ve profesyonelleşme düzeyleri ile belirsizlikten kaçınma düzeyleri arasındaki anlamlılığın daha detaylı ve farklı yönleriyle ölçülebileceği ve böylelikle daha sağlıklı ve daha genellenebilir bilgilere ulaşarak karşılaştırmalar yapılabileceği düşünülmektedir.

Bu çalışma sonucunda, etnik girişimcilik kavramının gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler için ne kadar önemli bir konumda olduğundan bahsedilmiştir. Bu noktada etnik girişimciliğin temelini oluşturan modellemelerin, formalleşme ve profesyonelleşme düzeyine etkileri ve dolayısıyla kültür boyutlarına etkilerinin araştırılması, gelecek çalışmalara öneri olarak sunulmaktadır.

KAYNAKÇA

- Barnes, L.B. ve Hershon, S.A. (1994). Transferring Power in the Family Business. *Family Business Review*, 7 (4), 377-392.
- Boz, H. (2007), Etnik Türk Kökenli Girişimciler Üzerine Bir Araştırma. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Antalya).
- Çestenceli, Y. (2012). Göçmenlik Olgusunun Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkileri, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Sakarya).
- Hofstede G., *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills CA: Sage Publications, 1980
- Karavardar, G. (2011). Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma, Yetki Devri ve Belirsizliğe Tolerans. *Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 1, Sayı 1, S.157-179*.
- Volery, T. (2007), Ethnic Entrepreneurship: A Theoretical Framework, Edited By: Leo – Paul Dana, Handbook Of Research On Ethnic Minority Entrepreneurship, Edward Elgar Publishing. s.30-41.
- Yazıcıoğlu, İ. (2008). Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma. *Pusulula Dergisi*, 2, 42-43.
- Şanal, M. (2011). Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma Ve Kurumsal Girişimcilik Üzerine Bir Araştırma, (Basılmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Apaydın, Fahri (2008). Kurumsallaşmanın Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Performansına Etkileri. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı 7*.
- Yazıcıoğlu İ., ve Koç, H. (2009). Aile İşletmelerinin Kurumsallaşma Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 502.
- Sargut, A. S. (2001). Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim, *Genişletilmiş 2. Baskı, İmge Kitabevi*, Ankara, 2001, s.183.

- Erdem, F. (2001). Giriřimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kùltürel Yaklaşım. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakùltesi Dergisi*, 1(2), 43-61.
- North, D.C. (1990). An introduction institutions and institutional change, *Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University, 1 (3), 3–26.
- şeker ř. E., 2016, MIS (Management Information Systems), Yönetim Bilişim Sistemleri (YBS) ve İşletme Enformatiği (YBSİE) Kavramlarının anlatıldığı ansiklopedik sözlük <http://mis.sadievrenseker.com/2015/03/hofstedenin-kulturel-boyutlar-teorisi-hofstedes-cultural-dimensions-theory/>