

SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI DERĐİSİ  
JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES RESEARCHES

SOBBİAD  
Sosyal ve Beşeri Bilimler Araőtirmaları Dergisi

ISSN 2149-5858

**Bu dergi 1302-7824 ISSN numaralı Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü dergisinin devamıdır. Dergi Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından yayımlanmaktadır.**

**SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI DERGİSİ**  
**JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES RESEARCHES**

**Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Adına Sahibi**  
**Owner on Behalf Of Mugla Sıtkı Koçman University**  
Prof. Dr. Mansur HARMANDAR

**Editörler/Editors**

Yrd. Doç. Dr. Ekrem AYAN / Prof. Dr. Mehmet MARANGOZ

**Yayın Kurulu**

Prof. Dr. Mehmet MARANGOZ  
Doç. Dr. Çiğdem PALA MULL  
Doç. Dr. Cafer TOPALOĞLU  
Doç. Dr. Hatice HİCRET ÖZKOÇ  
Yrd. Doç. Dr. Ekrem AYAN

**Dergi Sekreterleri/Editorial Secretaries**

Araş. Gör. Mehmet Sait BENEK  
Araş. Gör. Hayal YETKİN ŞALE

**Bilim Danışma Kurulu/Science Advisory Board**

Ahmet Buran (Fırat Üniversitesi)	M. Faysal Gökalp (Muğla Sıtkı Koçman Üniv.)
Bayram Coşkun (Muş Alpaslan Üniversitesi)	Mehmet Elgin (Muğla Sıtkı Koçman Üniv.)
Bilal Eryılmaz (Medeniyet Üniversitesi)	Mustafa Öner (Ege Üniversitesi)
C. Yenal Kesbiç (Celal Bayar Üniversitesi)	Mustafa Tanyeri (Dokuz Eylül Üniversitesi)
Cihan Çobanoğlu (University of South Florida)	Salih Yılmaz (Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)
Fevzi Okumuş (University of Central Florida)	Sebahattin Çevikbaş (Muğla Sıtkı Koçman Üniv.)
Güljanat Kurmangazi Ercilasun (Gazi Üniv.)	Şükrü Karatepe (Yıldırım Beyazıt Üniv.)
İbrahim Güngör (Akdeniz Üniversitesi)	Yakup Kepenek (Orta Doğu Teknik Üniv.)
İbrahim Sirkeci (University of Regent)	Yusuf Şevki Hakyemez (Karadeniz T.Ü.)

**Kapak Tasarım/Cover Design**

Okt. Özden IŞIKTAŞ

**Baskı/Printing**

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Rektörlüğü Matbaası  
Mugla Sıtkı Koçman University Press

Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi (SOBBİAD) yılda iki kez yayınlanan hakemli bir dergidir. Bu dergide yayınlanan makalelerin bilim ve dil bakımından sorumluluğu yazarlara aittir. Dergide yer alan makalelerdeki görüş ve düşünceler yazarların kişisel görüşleri olup, hiçbir şekilde Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün veya Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi'nin görüşlerini yansıtmaz. Dergide yayınlanan makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz. Dergi ASOS İndeks ve Open Akademik Journals Index tarafından taranmaktadır.

Journal Of Social Sciences And Humanities Researches (SOBBİAD) is a refereed journal and published biannually. Authors are responsible for the content and linguistic of their articles. Articles published here could not be used without referring to the Journal. The opinions in the articles published belong to the authors only and do not reflect those of Muğla University and Muğla Sıtkı Koçman University Journal of Social Sciences. The journal is abstracted by ASOS and Open Akademik Journals Index.



Dergimizin bu sayısına gönderilen makaleleri değerlendiren hakemlerimize teŖekkür ederiz.

We gratefully acknowledge the referees who kindly helped us to evaluate the articles sent for current issue of the Journal

#### **HAKEMLER/REFEREES**

Prof. Dr. Ozan BAHAR	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Muzaffer DEMİR	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Ali AKAR	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Umut AVCI	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Özcan SAYGIN	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Erkan POYRAZ	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Zekai ÖZDEMİR	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Necdet SAĞLAM	Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Oęuz TÜRKAY	Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Murat DOĞDUBAY	Balıkesir Üniversitesi
Doç. Dr. KürŖat ÖZDAŞLI	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Doç. Dr. Adem ÖGER	NevŖehir Hacı BektaŖ Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Elbeyi PELİT	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Doç. Dr. Gül GÜNEŞ	Atılım Üniversitesi
Doç. Dr. Murat DEMİR	Harran Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Osman EMİR	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Hamza ŖİMŞEK	Batman Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. İlhan ADİLOĞULLARI	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

**İÇİNDEKİLER**

---

<b>1</b>	<b>Turgay BUCAK, Hakan ÖZARSLAN</b> Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesi İle Misafir Memnuniyeti Arasındaki İlişki (Çanakkale İli Merkezindeki 4 ve 5 Yıldızlı Oteller Örneği)	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Hamza KANDEMİR</b> Çevre Etkenlerinin Kurumsal Stratejilere Etkisi: Büyük Ölçekli İnşaat Firmaları Üzerinde Bir Araştırma	<b>29</b>
<b>3</b>	<b>Mehmet AVCI, Soner UYSAL, Ramazan TAŞCI</b> Türk İmalat Sanayinin Teknolojik Yapısı Üzerine Bir Değerlendirme	<b>49</b>
<b>4</b>	<b>Gülriiz Hande YILMAZ</b> Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Kredi Sorunları Üzerine Muğla İlinde Yapılan Bir Araştırma	<b>67</b>
<b>5</b>	<b>Mehmet Sait BENEK</b> Genç Plinius'un Anadolu Mektupları Işığında Traianus Döneminde Bithynia Eyalet Yönetimi	<b>83</b>
<b>6</b>	<b>Cemal Ersin SİLİK, Evren GÜÇER</b> Uluslararası Spor Organizasyonlarının Sosyo-Kültürel Etkileri: 2013 Mersin XVII. Akdeniz Oyunlarına Yönelik Bir Uygulama	<b>97</b>
<b>7</b>	<b>Arif İĞDELİ, Erşan SEVER</b> Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Enflasyon Hedeflemesi Stratejisi ve Ekonomik Performans: Ülkeler Arası Mukayeseli Bir Analiz	<b>116</b>
<b>8</b>	<b>Kubilay ÖCAL, Ender ŞENEL</b> Duygusal Zekânın Sosyal Destek Algısı Üzerindeki Etkisi: Öz Yeterlik İnancının Aracı Rolü	<b>138</b>
	<b>Kitap Tanıtımı</b>	
<b>9</b>	<b>Fatma ŞAHİN</b> Bir Devrin Aynası Gurbannazar Ezizow'a Mektuplar	<b>155</b>

---

## **Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesi İle Misafir Memnuniyeti Arasındaki İlişki (Çanakkale İli Merkezindeki 4 ve 5 Yıldızlı Oteller Örneği)**

**Yrd. Doç. Dr. Turgay BUCAK**

Dokuz Eylül Üniversitesi,  
Seferihisar F. Hepkon Uyg. Bil. Y.O.  
tbucak@yahoo.com

**Hakan ÖZARSLAN**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi,  
SOBE, Turizm İşletmesi A.B.D.  
hakan4503@hotmail.com

---

### **Öz**

Otel işletmeciliğindeki temel prensip, misafirlerinin tüm gereksinimlerinin karşılanabilmesi ve misafirleri memnun edecek hizmetlerin sunulabilmesidir. Hizmet kalitesi, sunulan hizmetin misafirlerin beklentilerini karşılama derecesi olarak tanımlanabilir. Misafir memnuniyeti ise alınan mal veya hizmet sonrasında misafirlerce sergilenen davranıştır. Hizmet kalitesi ve misafir memnuniyeti kavramları birbirleriyle ilişkili iki kavramdır. Misafir memnuniyeti ve hizmet kalitesinin arasındaki ilişkilerin bağlı olduğu hususların otel işletmeleri tarafından bilinmesi ve bu hususlara öncelik verilmesi, işletmelerin varlığını sürdürebilmeleri ve diğer işletmelerle rekabet edebilmeleri açısından önem arz etmektedir.

Araştırmada Çanakkale ili merkezinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otellerde hizmet kalitesi ile misafir memnuniyeti arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amacın gerçekleştirilmesi doğrultusunda Çanakkale ili merkezinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otellerde konaklayarak hizmet almış 225 misafire anket uygulanmıştır. Araştırmanın sonucunda, hizmet kalitesi ile misafir memnuniyeti arasında, yaş ve hizmet kalitesi arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda günümüz rekabet koşullarında otel işletmelerinin varlıklarını sürdürebilmeleri adına kaliteli hizmet verme anlayışını kurum kültürü haline getirmeyi amaçlayan ve bu doğrultuda hedefler belirleyen çalışmalar yapmaları önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kalite, Hizmet, Hizmet Kalitesi, Misafir Memnuniyeti.

### **The Relationship Between Service Quality and Guest Satisfaction in Hotel Management: A Sample Of 4 And 5 Star Hotels in Canakkale**

#### **Abstract**

The main principle of hotel management is to meet all the basic needs of the guests and thus provide the services that will satisfy them. The quality of the service can be defined as the degree to which it meets the expectations of the guests. Guest satisfaction can be observed in the behaviours of the guests upon purchasing the goods and services. Service quality and guest satisfaction are interrelated terms. It is of great importance that hotel managements are aware of the fact that these two terms are interrelated and thus they should give priority to them in order to survive in the market and compete with other businesses in the sector.

This study has been run in the 4 and 5-star hotels in the province of Canakkale, and it aims to identify the relationship between service quality and guest satisfaction. To serve

this purpose, a questionnaire has been conducted in 4 and 5-star hotels in the province of Canakkale on 225 guests who stayed in these hotels. As for the research results, meaningful differences have statistically been observed between the perception of service quality and guest satisfaction in accordance with the ages of the guests and the service quality maintained. In line with the results obtained through this study, to be able to survive in the market, it is suggested that hotel managements follow a guideline that aims to turn the understanding of offering quality service into their corporate culture and thus make efforts in this direction so as to set their goals to this end.

**Keywords:** Quality, Service, Service Quality, Guest Satisfaction.

### **Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesi İle Misafir Memnuniyeti**

Otel işletmeciliğinin temel prensibi misafirlerin tüm gereksinimlerini karşılamak ve onlara memnun edici hizmetin verilebilmesini sağlamaktır (Goodwing, Squire ve Chapman, 2005:60). Otel işletmelerinde hizmet kalitesi ve performansın en iyi değerlendirilmesi misafir memnuniyetinin sağlanmasıyla birlikte olur. Bu da misafire odaklanmakla gerçekleşebilir (Kawasaki, 2000:87).

Misafir memnuniyetinde başarılı olmak isteyen otel işletmelerinin misafirlerini rakiplerine göre daha fazla memnun etmek zorunda olduğu açıktır. Mevcut misafirlerin devamlılığını sağlamak ve yeni misafir kazanmak, mevcut misafirlerin memnuniyetinin sağlanmasına bağlıdır (Eser, 2002:78). Otel işletmeleri için misafiri memnun etme becerisi, işletme için en büyük başarıdır (Yüksel ve Demirtaş, 1999:424).

Misafir memnuniyeti tanımına ilişkin olarak yazarlar farklı tanımlar ortaya koymuşlardır. Bunlardan Nykiel (2005:200) misafir memnuniyetini şu şekilde ifade etmektedir:

Misafir Memnuniyeti = Misafir Beklentileri  $\pm$  Algılanan Değer

Oliver'a (1997:37) göre misafir memnuniyeti; bir hizmet veya ürünün misafir tarafından algılanması ile o hizmet veya ürünün objektif unsurları arasındaki ilişkiye bağlı olarak misafirin elde etmiş olduğu tüketim sonrası deneyiminin değerlendirilmesidir.

Otel işletmelerinde misafirlerin beklentileri ürün ve hizmet performansını aştığı durumda memnuniyetsizlik meydana gelir. Misafir beklentileri karşılandığında ise memnuniyet ortaya çıkmaktadır (Bitner, 1990:70).

Otel işletmelerinde misafir memnuniyetinin sağlanması misafirin önceki satın aldığından daha kaliteli bir ürün ve hizmet almasıyla mümkündür. Misafir memnuniyeti, misafirin algıladığı hizmetten memnun olma derecesiyle yakından ilişkilidir (Öztürk ve Seyhan, 2005:122). Otel işletmeleri, misafirlerin beklentileri, algılanan işletme performansı ve misafir memnuniyeti bilgilerine ilişkin olarak veri kaynaklı çalışmaktadırlar. Fakat misafir memnuniyetiyle ilgili bilgiler sadece rakiplerin bulunduğu bir ortamda bir anlam taşıdığından otel işletmeleri hem kendilerinin hem de rakiplerinin misafir memnuniyet performansını takip etmelidirler (Kotler, Bowen ve Makens, 1998:350).



Misafirler satın aldıkları her bir hizmetten sonra beklentilerinin karşılanması, karşılanmaması veyahut aşılması durumuna göre çeşitli düzeylerde memnun veya memnun olmama deneyimi edinirler (Eser, 2002:78). Otel işletmelerinde misafir memnuniyetinin sağlanmasında misafirlerin gereksinimlerine uygun kalitede ve özellikle hizmet üretilmesi gerekir (Bahar ve Kozak, 2005:139).

Otel işletmelerinde misafirler memnun edici bir ürün ve hizmeti rekabetçi bir fiyatla değiştirmezler. Yani rakiplerin düşük fiyatı, memnun edici ürün ve hizmeti sunan otel işletmelerin misafirlerini etkilememektedir (Valen ve Valen, 2005:246).

Otel işletmeleri, rakiplerinin karşısında varlıklarını sürdürebilmeleri ve rekabete yenik düşmemeleri için misafirlerin ihtiyaçlarını ve beklentilerini iyi tespit etmelidir. Tespit neticesinde ise mutlaka ihtiyaç ve beklentiler karşılamalıdır (Choi ve Chu, 2001:278).

Otel işletmelerinde sunulan hizmetler tüm misafirlerde aynı etkiyi yaratmaz. Aynı hizmet türünden bir misafir oldukça memnun kalırken bir diğersinin aynı hizmete ilişkin algısı hayal kırıklığı olabilir (Laws, 2004:17). Memnuniyetteki değişiklikler otel işletmesinden alınan hizmet kalitesi ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki farklılıklardan doğmaktadır. Dolayısıyla otel işletmelerinde misafir beklentilerindeki değişiklikler, misafir ihtiyaçları ve hedeflerindeki değişikliklerden kaynaklanabilir (Pizam ve Ellis, 1999:329). Otel işletmelerinin kalite sorunlarının yapısını gözlemeleri, sorunlar karşısında kısa sürede çözümler bulunması konusunda misafirlerine teminat vermeleri, misafirlerin sorunlarını çözmeleri ve gelecekte sorunların tekrar etmesine karşı önlemler almaları önem arz etmektedir (Akbaba, 2005:63).

Otel işletmelerinde misafirlerin ürün ve hizmetleri satın alma ve tüketim davranışları ile ilgili bilgiler çoğunlukla bireysel-toplum psikolojisi ve sosyoloji gibi bilim dallarından elde edilir (İçöz, 2001:75). Misafirlerin beklentileri ve memnuniyetleri, misafirin bireysel olarak gereksinimlerinin ve güdülerinin öğrenme sürecinin, kişiliğinin, algılamalarının, tutum ve inançlarının etkisiyle, sosyal ve ekonomik faktörlerin etkisiyle ortaya çıkmaktadır (Mucuk, 1997:80). Otel işletmelerinde misafirlerin beklenti ve memnuniyetini etkileyen faktörler dört grupta incelenebilir. Bunlar: kişisel, sosyal, ekonomik ve psikolojik faktörlerdir. (İçöz, 2001:77).

Bir kısım otel işletmeleri misafirlerini neden kaybettiklerini bilememektedirler. Yeni misafir kazanmanın maliyeti mevcut misafiri elde tutmanın maliyetinden daha fazla olmasından dolayı, bu nedenlerin araştırılması, işletmelerin karlılığı ve devamlılığı açısından faydalı olacaktır (Müşteri Memnuniyeti Uzmanlık Grubu, 2000:12).

Otel işletmelerinde misafir memnuniyetini ölçmek için bir takım yöntemler kullanılmaktadır. Örneğin; misafir şikâyet ve dilek formları, misafir memnuniyet araştırmaları, anketler, telefon görüşmeleri, aracı kuruluşlardır (Kotler, Bowen ve Maknes, 1998:350-351).

## Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesi İle Misafir Memnuniyeti Arasındaki İlişkisi Üzerine Bir Araştırma

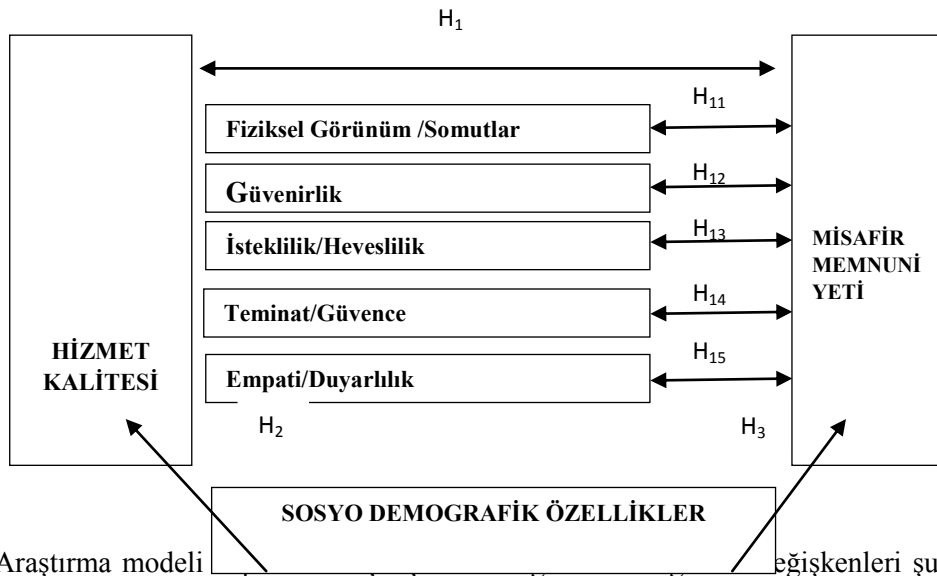
### Araştırmanın Kapsamı

Bu çalışmanın kapsamını Çanakkale merkezinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri oluşturmaktadır. Araştırma otel işletmelerinde hizmet kalitesi ve misafir memnuniyeti ilişkilerini kapsamaktadır.

### Araştırmanın Tasarımı

Çalışmanın tasarımı şu şekildedir:

#### Şekil 1. Araştırmanın Tasarımı



Araştırma modeli şu şekildedir:  $H_1$   $H_2$   $H_3$   $H_{11}$   $H_{12}$   $H_{13}$   $H_{14}$   $H_{15}$  değişkenleri şu şekildedir:

**Tablo 1.** Bağımlı ve Bağımsız Değişkenler

Bağımlı değişkenler	Bağımsız değişkenler
<ul style="list-style-type: none"><li>Hizmet Kalitesi</li><li>Misafir Memnuniyeti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Hizmet Kalitesi</li><li>Misafir Memnuniyeti</li><li>Sosyo-Demografik Değişkenler</li></ul>

Hizmet kalitesi ve misafir memnuniyeti algılarının birbirleriyle olan ilişkileri karşılıklı olarak inceleneceğinden hem bağımlı hem de bağımsız değişkenler olarak ele alınmışlardır.

### Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın temel amacı Çanakkale ili merkezinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde hizmet kalitesiyle misafir memnuniyeti arasındaki ilişkinin saptanmasıdır. Araştırma, Çanakkale merkezinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde hizmet kalitesiyle misafir memnuniyeti arasındaki ilişkinin

incelenmesi ve bu konuda otel işletmelerine öneriler sunulması ayrıca çalışmanın akademik bir katkı sağlaması açısından önemlidir.

Araştırmanın hipotezleri şu şekildedir:

H<sub>1</sub>: Hizmet kalitesi algısı ve misafir memnuniyeti algısı arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>11</sub>: Fiziksel Görünüm/Somutlar algısı ve misafir memnuniyeti algısı arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>12</sub>: Güvenilirlik algısı ve misafir memnuniyeti algısı arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>13</sub>: İsteklilik/Heveslilik algısı ve misafir memnuniyeti algısı arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>14</sub>: Teminat/Güvence algısı ve misafir memnuniyeti algısı arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>15</sub>: Empati/Duyarlılık algısı ve misafir memnuniyeti algısı arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>2</sub>: Hizmet kalitesi algısı ve sosyo-demografik özellikler arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>21</sub>: Hizmet kalitesi algısı ve cinsiyet arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>22</sub>: Hizmet kalitesi algısı ve yaş arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>23</sub>: Hizmet kalitesi algısı ve meslek arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>24</sub>: Hizmet kalitesi algısı ve eğitim durumu arasında anlamlı farklılık mevcuttur..

H<sub>25</sub>: Hizmet kalitesi algısı ve aylık gelir arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>26</sub>: Hizmet kalitesi algısı ve Çanakkale'ye önceden gelme durumu arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>27</sub>: Hizmet kalitesi algısı ve Çanakkale'ye önceden gelme sıklığı arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>28</sub>: Hizmet kalitesi algısı ve Çanakkale'ye gelme nedeni arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>3</sub>: Misafir memnuniyeti algısı ve sosyo-demografik özellikler arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>31</sub>: Misafir memnuniyeti algısı ve cinsiyet arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>32</sub>: Misafir memnuniyeti algısı ve yaş arasında anlamlı farklılık mevcuttur..

H<sub>33</sub>: Misafir memnuniyeti algısı ve meslek arasında anlamlı farklılık mevcuttur..

H<sub>34</sub>: Misafir memnuniyeti algısı ve eğitim durumu arasında anlamlı farklılık mevcuttur..

H<sub>35</sub>: Misafir memnuniyeti algısı ve aylık gelir arasında anlamlı farklılık mevcuttur..

H<sub>36</sub>: Misafir memnuniyeti algısı ve Çanakkale'ye önceden gelme durumu arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>37</sub>: Misafir memnuniyeti algısı ve Çanakkale'ye önceden gelme sıklığı arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

H<sub>38</sub>: Misafir memnuniyeti algısı ve Çanakkale'ye gelme nedeni arasında anlamlı farklılık mevcuttur.

#### **Araştırmanın Evreni ve Örnekleme**

Araştırmanın evrenini Çanakkale merkezde bulunan 4-5 yıldızlı otel işletmelerinden hizmet alan misafirler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini bu otellerden hizmet alan misafirlerden görüşülebilen 225 misafir oluşturmaktadır. Araştırmada örneklem seçiminde basit tesadüfi örneklem yöntemi kullanılmıştır.

#### **Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi ve Sınırlılığı**

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formunda ölçek 5'li Likert derecelemesi ile 1 "kesinlikle katılmıyorum"dan 5 "kesinlikle katılıyorum" şeklinde verilmiştir. Anket formunun güvenilirliği uzman istatistikçiler tarafından test edilmiştir. Cronbach's Alpha Değerleri Tablo 2.'de gösterilmiştir.

**Tablo 2.** Cronbach's Alpha Değerleri

<b>Ölçek/Boyutun Adı</b>	<b>Cronbach's Alpha Değeri</b>
<b>Hizmet Kalitesi Ölçeği</b>	0,841
<b>Fiziksel kanıtlar boyutu</b>	0,812
<b>Güvenirlilik boyutu</b>	0,845
<b>Heveslilik boyutu</b>	0,864
<b>Güvence boyutu</b>	0,836
<b>Empati boyutu</b>	0,837
<b>Misafir Memnuniyeti Ölçeği</b>	0,817

Araştırmanın sınırlılığı şu şekildedir: Araştırma Çanakkale merkezinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri ile sınırlıdır.

#### **Araştırmanın Veri Analizi**

Araştırmada veri analizi istatistik programıyla yapılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde frekans, yüzde, ortalama, standart hata gibi tanımlayıcı istatistiklerden ve ilişki analizinden faydalanılmıştır. Hipotezlerin testinde ANOVA, kıkare ve t testi istatistiklerinden ve korelasyon analizinden

faidalanılmıştır. t testi bir parametrik çıkarımsal metodu olup iki anakütle ortalamaları arasında farkın olup olmadığını sınamak için kullanılır.

#### Araştırmanın Bulguları

Araştırma sonuçlarına göre elde edilen bulgulara bu bölümde yer verilmiştir.

#### Sosyo-Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

**Tablo 3.** Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Demografik Özellikler	Frekans	%
<b>Cinsiyet</b>		
<b>Kadın</b>	83	36,9
<b>Erkek</b>	142	63,1
<b>Toplam</b>	225	100,0
<b>Yaş</b>		
<b>20 yaş ve altı</b>	6	2,7
<b>21-30</b>	28	12,4
<b>31-40</b>	95	42,2
<b>41-50</b>	86	38,2
<b>51 ve üstü</b>	10	4,4
<b>Toplam</b>	225	100,0
<b>Eğitim Durumu</b>		
	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
<b>İlköğretim</b>	1	0,4
<b>Lise</b>	84	37,3
<b>Üniversite</b>	133	59,1
<b>Y. Lisans/Doktora</b>	7	3,1
<b>Toplam</b>	225	100,0

Araştırmaya katılanların %63,1'i erkek, %42,2'si 31-40 yaş aralığında ve %59,1'i üniversite mezunudur.

**Tablo 4.** Meslek ve Gelir Durumuna İlişkin Bulgular

Meslek ve Gelir Durumu	Frekans	%
<b>Meslek Durumu</b>		
<b>Kamu Çalışanı</b>	17	7,6
<b>Emekli</b>	26	11,6
<b>Özel Sektör</b>	112	49,8
<b>Serbest Meslek</b>	51	22,7
<b>Ev Hamı</b>	10	4,4

<b>Öğrenci</b>	9	4,0
<b>Toplam</b>	225	100,0
<b>Aylık Gelir</b>		
<b>1000TL'den az</b>	16	7,1
<b>1001-2000TL</b>	37	16,4
<b>2001-3000TL</b>	133	59,1
<b>3001-4000TL</b>	31	17,4
<b>4001'den fazla</b>	8	3,8
<b>Toplam</b>	225	100,0

Araştırmaya katılanların %49,8'i özel sektörde çalışmaktadır. Katılımcıların %59,1'i 2001-3000TL gelire sahiptir.

**Tablo 5.** Çanakkale'ye Gelme Durumuna ilişkin Bulgular

<b>Önceden Gelme</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
<b>Evet</b>	80	35,6
<b>Hayır</b>	145	64,4
<b>Toplam</b>	225	100,0
<b>Gelme Sayısı</b>		
<b>2-3 kez geldim</b>	53	23,6
<b>3'den daha fazla</b>	27	11,6
<b>Toplam</b>	80	100,0
<b>Gelme Nedeni</b>		
<b>Dinlenme/Eğlence/Tatil</b>	53	23,6
<b>İş Seyahatleri</b>	77	34,2
<b>Tarih ve Kültürel Geziler</b>	91	40,4
<b>Sağlık Amaçlı</b>	4	1,8
<b>Toplam</b>	228	100,0

Araştırmaya katılanların %64,4'ü daha önce Çanakkale'ye hiç gelmemiştir. Çanakkale'ye önceden gelenler incelendiğinde %23,6'sı önceden 2-3 kez, %11,6'si 3 kez den daha fazla gelmiştir. Katılımcıların Çanakkale'ye gelme nedenleri incelendiğinde, %40,4'ü tarih ve kültürel gezi amaçlı geldiğini belirtmiştir.

#### **Algılanan Hizmet Kalitesine İlişkin Bulgular**

Bu bölümde algılanan hizmet kalitesine ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

**Tablo 6.** Algılanan Hizmet Kalitesine İlişkin Bulgular

	Minimu m	Maksimu m	Ortalama	Std. Hata
<b>Fiziksel Görünüm/Somutlar</b>				
1.Otel binası modern görünüme sahiptir.	1,00	5,00	4,0844	,71775
2.Otelin bina ve tesisleri göze hoş gelmektedir.	1,00	5,00	4,0000	,68791
3.Otelin çalışanları düzgün görünüşlüdür.	1,00	5,00	4,0400	,62192
4.Otelin hizmet verirken kullandıkları malzemeler göze hoş görünmektedir.	1,00	5,00	4,0667	,67480
<b>Toplam</b>	1,00	5,00	4,0477	,62171
<b>Güvenirlilik</b>				
5.Otel verdiği sözü zamanında yerine getirir.	2,00	5,00	4,1911	,65049
6.Otel misafirlerinin sorunlarını çözmek için samimi ilgi gösterir.	2,00	5,00	4,0889	,66890
7.Otel ilk seferinde doğru hizmet verir.	2,00	5,00	4,1067	,63892
8.Otel hizmetlerini söz verdiği süre içinde tamamlar.	2,00	5,00	4,0622	,63079
9.Otel hatasız kayıt tutmaya özen gösterir.	1,00	5,00	4,1022	,67032
<b>Toplam</b>	1,00	5,00	4,0900	,61421
<b>İsteklilik/Heveslilik</b>				
10.Otelin çalışanları hizmetin ne zaman verileceği ile ilgili sizi bilgilendirir.	1,00	5,00	4,0711	,75847
11.Otelin çalışanları size zamanında hizmet verir.	1,00	5,00	4,0356	,68698
12.Otelin çalışanları her zaman size yardımcı olmaya çalışırlar.	1,00	5,00	4,0800	,64973
13.Otelin çalışanları hiçbir zaman sizin isteklerinize	1,00	5,00	4,0578	,77991

<b>cevap veremeyecek kadar meşgul olmazlar.</b>				
<b>Toplam</b>	1,00	5,00	4,0611	,71214
<b>Teminat/Güvence</b>				
<b>14.Otelin çalışanlarının davranışları size güven duygusu verir.</b>	1,00	5,00	4,0356	,71250
<b>15.Otel ile yaptığınız işlemlerde kendinizi güvende hissedersiniz.</b>	1,00	5,00	4,0000	,69437
<b>16.Otelin çalışanları size karşı daima saygılıdır.</b>	2,00	5,00	4,0844	,66613
<b>17.Otelin çalışanları sorunlarınıza cevap verebilecek bilgiye sahiptir.</b>	2,00	5,00	4,1289	,69199
<b>Toplam</b>	1,00	5,00	4,0622	,62141
<b>Empati/Duyarlılık</b>				
<b>18.Otelde size özel ilgi gösterirler.</b>	2,00	5,00	3,9156	,84356
<b>19.Otelin çalışma saatleri tüm misafirlere uygundur.</b>	1,00	5,00	3,9333	,86086
<b>20.Otelin çalışanları size özel ilgi gösterirler.</b>	1,00	5,00	3,8756	,85700
<b>21.Otelde sizin menfaatlerinizi üstün tutarlar.</b>	1,00	5,00	3,8000	,86086
<b>22.Otelin çalışanları sizin özgün gereksinimlerinizi anlarlar.</b>	1,00	5,00	3,8578	,84370
<b>Toplam</b>	1,00	5,00	3,8764	,86247

Algılanan hizmet kalitesine ilişkin bulgular incelendiğinde, 4,09 ortalama ile güvenilirlik algısı en yüksek ortalamaya sahiptir. Bu durum misafirlerin otellerin en fazla güvenilirlik olgusuna önem verdiklerini düşündüklerini göstermektedir. En düşük algıya ise 3,8764 ortalama ile empati/duyarlılık algısı sahiptir. Bu durum misafirlerin en az empati/duyarlılık algısında otellerin düşük düzeyde kaldığını düşündüklerini göstermektedir. Ortalamalar incelendiğinde, fiziksel görünüm/somutla, güvenilirlik, isteklilik/heveslilik ve teminat/güvence algılar 4'ün üzerinde puan almıştır. Bu durum katılımcıların Çanakkale'de



konakladıkları süre boyunca, otellerin yüksek kalitede hizmet sunduklarını göstermektedir. Yalnızca empati/duyarlılık algısı düşük düzeyde kalmıştır.

**Tablo 7.** Cinsiyet ve Hizmet Kalitesi Algısı

Boyut	Cinsiyet	Ortalama	t	p
<b>Fiziksel Görünüm/Somutlar</b>	Kadın	15,95	1,260	0,209
	Erkek	16,34		
<b>Güvenirlilik</b>	Kadın	20,24	1,469	0,143
	Erkek	20,74		
<b>İsteklilik/Heveslilik</b>	Kadın	16,16	0,373	0,710
	Erkek	16,29		
<b>Teminat/Güvence</b>	Kadın	16,20	0,142	0,887
	Erkek	16,24		
<b>Empati/Duyarlılık</b>	Kadın	19,02	1,262	0,208
	Erkek	19,58		

Cinsiyet ve hizmet kalitesi algısı arasındaki farklılık incelendiğinde, katılımcıların cinsiyetleri ile hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{21}$  desteklenmez. Misafirlerin kadın veya erkek olmaları, Çanakkale'deki otellerin hizmet kaliteleri hakkında farklı düşüncelerine neden olmamaktadır. Kadın ve erkek misafirler Çanakkale'deki otellerin hizmet kaliteleri hakkında benzer algıya sahiptirler.

**Tablo 8.** Yaş ve Hizmet Kalitesi Algısı

Boyut	Yaş Düzeyi	Ortalama	F	p
<b>Fiziksel Görünüm/Somutlar</b>	20 yaş altı	16,33	1,075	0,370
	21-30	16,07		
	31-40	16,10		
	41-50	16,45		
	51 ve üstü	15,00		
<b>Güvenirlilik</b>	20 yaş altı	21,16	0,862	0,488
	21-30	19,89		
	31-40	20,49		
	41-50	20,81		
	51 ve üstü	20,30		
<b>İsteklilik/Heveslilik</b>	20 yaş altı	17,16	1,092	0,362
	21-30	16,03		
	31-40	15,98		

	41-50	16,58		
	51 ve üstü	15,80		
<b>Teminat/Güvence</b>	20 yaş altı	16,33	0,684	0,604
	21-30	15,60		
	31-40	16,31		
	41-50	16,34		
	51 ve üstü	16,50		
<b>Empati/Duyarlılık</b>	20 yaş altı	22,16	2,744	0,029
	21-30	20,42		
	31-40	18,90		
	41-50	18,20		
	51 ve üstü	18,00		

Yaş ve hizmet kalitesi algısı arasındaki farklılık incelendiğinde, katılımcıların yaşları ile empati/duyarlılık algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık mevcutken ( $p < 0,05$ ), fiziksel görünüm/somutla, güvenirlik, isteklilik/heveslilik ve teminat/güvence hizmet algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p > 0,05$ ).  $H_{22}$  kısmen desteklenemez. Bununla beraber katılımcıların yaşları ile empati/duyarlılık algıları arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Farklılığın hangi değişkenden kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Post Hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre 20 yaş altı ile 31-40 yaş, 41-50 yaş ve 51 ve üzeri yaş arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların yaşları değiştikçe hizmet kalitesine yönelik olarak empati/duyarlılık algıları da farklılık göstermektedir. 20 yaş ve altındaki (22,16) bireylerin empati/duyarlılık algıları, 21-30 yaş (20,42), 31-40 yaş (18,90), 41-50 yaş (18,20) ve 51 ve üzeri yaşındaki (18,00) bireylerden daha yüksektir. ayrıca katılımcıların yaşları arttıkça empati/duyarlılık algıları düşmektedir. Bu durum katılımcıların yaşları ilerledikçe, otel çalışanlarından algıladıkları duyarlılığa göre daha fazla ilgi ve alaka beklediklerini göstermektedir.

**Tablo 9.** Meslek ve Hizmet Kalitesi Algısı

Boyut	Meslek	Ortalama	F	p
<b>Fiziksel Görünüm/Somutlar</b>	Kamu çalışanı	15,88	1,458	0,205
	Emekli	16,19		
	Özel Sektör	16,10		
	Serbest Meslek	16,70		
	Ev Hanımı	14,80		
	Öğrenci	16,11		
<b>Güvenirlik</b>	Kamu çalışanı	20,35	1,750	0,124

	Emekli	20,69		
	Özel Sektör	20,35		
	Serbest Meslek	21,11		
	Ev Hanımı	19,00		
	Öğrenci	21,44		
<b>İsteklilik/Heveslilik</b>	Kamu çalışanı	15,64	0,502	0,775
	Emekli	16,42		
	Özel Sektör	16,18		
	Serbest Meslek	16,39		
	Ev Hanımı	16,00		
	Öğrenci	17,00		
<b>Teminat/Güvence</b>	Kamu çalışanı	16,23	0,077	0,996
	Emekli	16,30		
	Özel Sektör	16,16		
	Serbest Meslek	16,39		
	Ev Hanımı	16,20		
	Öğrenci	16,33		
<b>Empati/Duyarlılık</b>	Kamu çalışanı	18,52	0,884	0,492
	Emekli	20,26		
	Özel Sektör	19,39		
	Serbest Meslek	19,47		
	Ev Hanımı	18,30		
	Öğrenci	19,00		

Meslek ve hizmet kalitesi algısı arasındaki farklılık incelendiğinde, katılımcıların meslekleri ile hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{23}$  reddedilir. Misafirlerin herhangi bir meslekte çalışıyor olmaları, Çanakkale'deki otellerin hizmet kaliteleri hakkında farklı düşüncelerine neden olmamaktadır. Farklı meslekteki misafirler Çanakkale'deki otellerin hizmet kaliteleri hakkında benzer algıya sahiptiler.

**Tablo 10.** Öğrenim Durumu ve Hizmet Kalitesi Algısı

Boyut	Eğitim Düzeyi	Ortalama	F	p
Fiziksel	İlköğretim	20,00	2,039	0,109

<b>Görünüm/Somutlar</b>	Lise	15,84		
	Üniversite	16,35		
	Y.Lisans/Doktora	16,71		
<b>Güvenirlilik</b>	İlköğretim	22,00	0,615	0,606
	Lise	20,33		
	Üniversite	20,70		
	Y.Lisans/Doktora	20,00		
<b>İsteklilik/Heveslilik</b>	İlköğretim	18,00	1,088	0,355
	Lise	15,96		
	Üniversite	16,44		
	Y.Lisans/Doktora	15,57		
<b>Teminat/Güvence</b>	İlköğretim	18,00	0,658	0,579
	Lise	15,96		
	Üniversite	16,44		
	Y.Lisans/Doktora	15,57		
<b>Empati/Duyarlılık</b>	İlköğretim	18,00	0,065	0,978
	Lise	16,02		
	Üniversite	16,36		
	Y.Lisans/Doktora	16,57		

Öğrenim durumu ve hizmet kalitesi algısı arasındaki farklılık incelendiğinde, katılımcıların öğrenim durumları ile hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{24}$  reddedilir. Misafirlerin herhangi bir öğrenim durumuna sahip olmaları, Çanakkale'deki otellerin hizmet kaliteleri hakkında farklı düşüncelerine neden olmamaktadır. Farklı öğrenim durumuna sahip misafirler Çanakkale'deki otellerin hizmet kaliteleri hakkında benzer algıya sahiptiler.

**Tablo 11.** Aylık Gelir ve Hizmet Kalitesi Algısı

Boyut	Aylık Gelir	Ortalama	F	p
<b>Fiziksel Görünüm/Somutlar</b>	1000TL'den az	15,93	2,265	0,063
	1001-2000TL	15,54		
	2001-3000TL	16,27		
	3001-4000TL	16,25		
	4001TL'den fazla	16,25		
<b>Güvenirlilik</b>	1000TL'den az	20,37	0,843	0,499
	1001-2000TL	20,35		

	2001-3000TL	20,63		
	3001-4000TL	20,19		
	4001TL'den fazla	21,87		
<b>İsteklilik/Heveslilik</b>	1000TL'den az	16,75	1,477	0,210
	1001-2000TL	15,81		
	2001-3000TL	16,22		
	3001-4000TL	16,16		
	4001TL'den fazla	17,87		
<b>Teminat/Güvence</b>	1000TL'den az	16,25	0,856	0,491
	1001-2000TL	16,02		
	2001-3000TL	16,15		
	3001-4000TL	16,67		
	4001TL'den fazla	17,25		
<b>Empati/Duyarlılık</b>	1000TL'den az	18,81	0,575	0,681
	1001-2000TL	19,21		
	2001-3000TL	19,31		
	3001-4000TL	19,87		
	4001TL'den fazla	20,50		

Aylık gelir durumu ve hizmet kalitesi algısı arasındaki farklılık incelendiğinde, katılımcıların aylık gelir durumları ile hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{25}$  reddedilir. Misafirlerin herhangi bir aylık gelire sahip olmaları, Çanakkale'deki otellerin hizmet kaliteleri hakkında farklı düşüncelerine neden olmamaktadır. Farklı aylık gelir durumuna sahip misafirler Çanakkale merkezindeki otellerin hizmet kaliteleri hakkında benzer algıya sahiptiler.

**Tablo 12.** Daha Önce Çanakkale'ye Gelme Durumu ve Hizmet Kalitesi Algısı

Boyut	Cevap	Ortalama	t	p
<b>Fiziksel Görünüm/Somutlar</b>	Evet	15,85	1,713	0,088
	Hayır	16,37		
<b>Güvenirlilik</b>	Evet	20,45	0,453	0,651
	Hayır	20,60		
<b>İsteklilik/Heveslilik</b>	Evet	15,81	2,056	0,057
	Hayır	16,48		
<b>Teminat/Güvence</b>	Evet	16,25	0,006	0,996
	Hayır	16,24		

<b>Empati/Duyarlılık</b>	Evet	19,47	0,319	0,750
	Hayır	19,33		

Çanakkale'ye daha önce gelme durumu ve hizmet kalitesi algısı arasındaki farklılık incelendiğinde, katılımcıların Çanakkale'ye daha önce gelme durumları ile hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{26}$  reddedilir. Misafirlerin Çanakkale'ye daha önce gelmeleri ya da gelmemeleri, Çanakkale'deki otellerin hizmet kaliteleri hakkında farklı düşüncelerine neden olmamaktadır. Çanakkale'ye daha önce gelen ya da gelmeyen misafirler Çanakkale'deki otellerin hizmet kaliteleri hakkında benzer algıya sahiptiler.

**Tablo 13.** Daha Önce Çanakkale'ye Gelme Sıklığı ve Hizmet Kalitesi Algısı

Boyut	Gelme Sıklığı	Ortalama	t	p
<b>Fiziksel Görünüm/Somutlar</b>	2-3 kez	15,71	0,592	0,555
	3 ve daha fazla	16,03		
<b>Güvenirlilik</b>	2-3 kez	20,64	0,897	0,372
	3 ve daha fazla	20,07		
<b>İsteklilik/Heveslilik</b>	2-3 kez	16,01	0,976	0,332
	3 ve daha fazla	15,38		
<b>Teminat/Güvence</b>	2-3 kez	16,33	0,707	0,482
	3 ve daha fazla	16,00		
<b>Empati/Duyarlılık</b>	2-3 kez	19,54	0,522	0,603
	3 ve daha fazla	19,11		

Çanakkale'ye daha önce gelme sıklığı ve hizmet kalitesi algısı arasındaki farklılık incelendiğinde, katılımcıların Çanakkale'ye daha önce gelme sıklıkları ile hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{27}$  reddedilir. Misafirlerin Çanakkale'ye daha önce gelme sıklıkları, Çanakkale'deki otellerin hizmet kaliteleri hakkında farklı düşüncelerine neden olmamaktadır. Çanakkale'ye daha önce 2-3 kez veya 3'den fazla zamandır gelen misafirler Çanakkale'deki otellerin hizmet kaliteleri hakkında benzer algıya sahiptiler.

**Tablo 14.** Daha Önce Çanakkale'ye Gelme Nedeni ve Hizmet Kalitesi Algısı

	Gelme Nedeni	Ortalama	F	p
<b>Fiziksel</b>	Dinlenme/Eğlence/Tatil	16,13	0,429	0,732

<b>Görünüm/Somutlar</b>	İş Seyahatleri	16,35		
	Tarih ve Kültürel Geziler	16,05		
	Sağlık Amaçlı	17,00		
<b>Güvenirlilik</b>	Dinlenme/Eğlence/Tatil	19,92	2,000	0,115
	İş Seyahatleri	20,75		
	Tarih ve Kültürel Geziler	20,80		
	Sağlık Amaçlı	19,25		
<b>İsteklilik/Heveslilik</b>	Dinlenme/Eğlence/Tatil	16,24	0,312	0,817
	İş Seyahatleri	16,05		
	Tarih ve Kültürel Geziler	16,40		
	Sağlık Amaçlı	16,25		
<b>Teminat/Güvence</b>	Dinlenme/Eğlence/Tatil	16,37	0,118	0,949
	İş Seyahatleri	16,14		
	Tarih ve Kültürel Geziler	16,26		
	Sağlık Amaçlı	16,25		
<b>Empati/Duyarlılık</b>	Dinlenme/Eğlence/Tatil	19,33	0,292	0,831
	İş Seyahatleri	19,58		
	Tarih ve Kültürel Geziler	19,28		
	Sağlık Amaçlı	18,25		

Çanakkale'ye daha önce gelme nedeni ve hizmet kalitesi algısı arasındaki farklılık incelendiğinde, katılımcıların Çanakkale'ye daha önce gelme nedenleri ile hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{28}$  reddedilir. Misafirlerin Çanakkale'ye daha önce gelme nedenleri, Çanakkale merkezindeki otellerin hizmet kaliteleri hakkında farklı düşüncelerine neden olmamaktadır.

#### Misafir Memnuniyetine İlişkin Bulgular

**Tablo 15.** Misafir Memnuniyetine İlişkin Bulgular

	Minimum	Maksimum	Ortalama	Std. Hata
<b>1.Bu otelde konakladığım sürece kendimi güvenli ve huzurlu bir ortamda</b>	2,00	5,00	4,1333	,59761

hissettim.				
2.Yakınlarıma ve arkadaşlarıma bu oteli tavsiye ederim.	2,00	5,00	4,0400	,60000
3.Çanakkale'ye bir daha ziyaret edersem bu otel işletmesi ilk tercihim olacaktır.	2,00	5,00	3,9867	,57848
4.Konakladığım otelin misafir profili memnuniyetimde olumlu yönde etkili olmuştur	2,00	5,00	4,0400	,68348
5.İşletmenin sunduğu güven ortamı memnuniyetimi arttırır.	2,00	5,00	4,0578	,61328
6.Otel işletmesinin konumu ve ulaşılabilirliği bu işletmeyi tekrar tercih etmemde etkilidir.	1,00	5,00	4,0444	,68646
7.Bu otele ödediğim paranın karşılığını aldığımı düşünüyorum.	1,00	5,00	3,8400	,82440
8.Çalışan personelin misafir ilişkileri konusundaki bilgi ve deneyimleri bu işletmeden memnun ayrılmamda olumlu etki yaratmıştır.	2,00	5,00	4,1244	,66987
9.Bu otelde arzu, istek veya şikâyetlerimin zamanında karşılanması otele olan memnuniyetimi arttırmıştır.	2,00	5,00	4,0133	,64420
10.Bu otelde kendimi evimdeymiş gibi hissettim	1,00	5,00	4,0800	,72752
11.Otelin sunduğu fiziksel olanaklar memnuniyetimde olumlu yönde etkilidir.	2,00	5,00	4,0844	,64571
12.Konakladığım otelin sunduğu hizmete ilişkin	1,00	5,00	4,0889	,73867



<b>memnuniyetim bu otele olan bağlılığımı arttıracak düzeydedir.</b>				
<b>13. Oteldeki hizmetler beni tatmin edici düzeydedir.</b>	2,00	5,00	4,0311	,63661
<b>14. Otelden kendimi tamamen mutlu hissederek ayrılıyorum.</b>	2,00	5,00	4,0800	,72136
<b>15. Otelin genel olarak atmosferinden memnun kaldım.</b>	1,00	5,00	3,9822	,73778

Misafir memnuniyetine ilişkin bulgular incelendiğinde en yüksek ortalamaya 4,13 ile “Bu otelde konakladığım sürece kendimi güvenli ve huzurlu bir ortamda hissettim” olgusu sahiptir. Misafirlerin otelle ilgili en büyük memnuniyetleri güven ve huzurdur. Misafir memnuniyeti algısında en düşük ortalamaya 3,84 ile “Bu otele ödediğim paranın karşılığını aldığımı düşünüyorum” algısı sahiptir. Misafirlerin büyük çoğunluğu kaldığı otelde ödediği bedelin karşılığını aldığını düşünürken, bazı misafirler karşılığını alamadıklarını belirtmişlerdir. Misafir memnuniyeti algısından tüm ortalamalar 3,5 değerinin üzerindedir. Bu durum katılımcıların Çanakkale’de kaldıkları 4-5 yıldızlı otellerden genel olarak memnun kaldıklarını göstermektedir. Katılımcıların memnuniyet algıları yüksektir.

**Tablo 16.** Cinsiyet ve Misafir Memnuniyeti Algısı

Algı	Cinsiyet	Ortalama	t	p
<b>Misafir Memnuniyeti Algısı</b>	Kadın	59,79	1,457	0,146
	Erkek	61,07		

Cinsiyet ve memnuniyet algısı arasındaki farklılık incelendiğinde, katılımcıların cinsiyetleri ile memnuniyeti algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{31}$  reddedilir.

Misafirlerin kadın veya erkek olmaları, Çanakkale’de konakladıkları otellerle ilgili memnuniyet algılarında farklılığa neden olmamaktadır. Kadın veya erkek misafirlerin Çanakkale’deki otellerle ilgili memnuniyet algıları benzerdir.

**Tablo 17.** Yaş ve Misafir Memnuniyeti Algısı

Algı	Yaş Aralığı	Ortalama	F	p
<b>Misafir Memnuniyeti Algısı</b>	20 yaş altı	61,66	1,428	0,226
	21-30	60,28		
	31-40	60,64		

	41-50	61,16		
	51 ve üstü	56,20		

Yaş ve memnuniyet algısı arasındaki farklılık incelendiğinde, katılımcıların yaşları ile memnuniyeti algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{32}$  desteklenemez. Misafirlerin genç veya yaşlı olmaları, Çanakkale’de konakladıkları otellerle ilgili memnuniyet algılarında farklılığa neden olmamaktadır. Genç veya yaşlı misafirlerin Çanakkale’deki otellerle ilgili memnuniyet algıları benzerdir.

**Tablo 18.** Meslek ve Misafir Memnuniyeti Algısı

Algı	Meslek	Ortalama	F	p
<b>Misafir Memnuniyeti Algısı</b>	Kamu çalışanı	59,47	1,117	0,352
	Emekli	60,15		
	Özel Sektör	60,72		
	Serbest Meslek	61,86		
	Ev Hanımı	57,30		
	Öğrenci	59,66		

Meslek ve memnuniyet algısı arasındaki farklılık incelendiğinde, katılımcıların meslekleri ile memnuniyeti algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{33}$  reddedilir. Misafirlerin herhangi bir meslekten olmaları, Çanakkale’de konakladıkları otellerle ilgili memnuniyet algılarında farklılığa neden olmamaktadır. Farklı meslekteki misafirlerin Çanakkale’deki otellerle ilgili memnuniyet algıları benzerdir.

**Tablo 19.** Öğrenim Durumu ve Misafir Memnuniyeti Algısı

Algı	Eğitim Durumu	Ortalama	F	p
<b>Misafir Memnuniyeti Algısı</b>	İlköğretim	64,00	0,619	0,603
	Lise	59,94		
	Üniversite	61,05		
	Y.Lisans/Doktora	60,28		

Öğrenim durumu ve memnuniyet algısı arasındaki farklılık incelendiğinde, katılımcıların öğrenim durumları ile memnuniyeti algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{34}$  reddedilir. Misafirlerin herhangi bir öğrenim durumuna sahip olmaları, Çanakkale’de konakladıkları otellerle ilgili memnuniyet algılarında farklılığa neden olmamaktadır. Farklı öğrenim durumuna sahip misafirlerin Çanakkale’deki otellerle ilgili memnuniyet algıları benzerdir.

**Tablo 20.** Aylık Gelir ve Misafir Memnuniyeti Algısı

Algı	Aylık Gelir	Ortalama	F	p
<b>Misafir Memnuniyeti Algısı</b>	1000TL'den az	59,37	1,344	0,255
	1001-2000TL	59,78		
	2001-3000TL	60,51		
	3001-4000TL	61,70		
	4001TL'den fazla	64,62		

Aylık gelir ve memnuniyet algısı arasındaki farklılık incelendiğinde, katılımcıların aylık gelirleri ile memnuniyeti algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{35}$  reddedilir. Misafirlerin herhangi bir gelire sahip olmaları, Çanakkale'de konakladıkları otellerle ilgili memnuniyet algılarında farklılığa neden olmamaktadır. Farklı gelir durumuna sahip misafirlerin Çanakkale'deki otellerle ilgili memnuniyet algıları benzerdir.

**Tablo 21.** Daha Önce Çanakkale'ye Gelme Durumu ve Misafir Memnuniyeti Algısı

Algı	Cevap	Ortalama	t	p
<b>Misafir Memnuniyeti Algısı</b>	Evet	60,58	0,068	0,981
	Hayır	60,64		

Daha önce Çanakkale'ye gelme durumu ve memnuniyet algısı arasındaki farklılık incelendiğinde, katılımcıların daha önce Çanakkale'ye gelme durumları ile memnuniyeti algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{36}$  reddedilir. Misafirlerin daha önce Çanakkale'ye gelmeleri ya da gelmemeleri, Çanakkale'de konakladıkları otellerle ilgili memnuniyet algılarında farklılığa neden olmamaktadır.

**Tablo 22.** Daha Önce Çanakkale'ye Gelme Sıklığı ve Misafir Memnuniyeti Algısı

Algı	Gelme Sıklığı	Ortalama	t	p
<b>Misafir Memnuniyeti Algısı</b>	2-3 kez	60,56	0,175	0,862
	3 ve daha fazla	60,26		

Daha önce Çanakkale'ye gelme sıklığı ve memnuniyet algısı arasındaki farklılık incelendiğinde, katılımcıların daha önce Çanakkale'ye gelme sıklıkları ile memnuniyeti algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{37}$  reddedilir. Misafirlerin daha önce Çanakkale'yi az veya sık ziyaret etmeleri, Çanakkale'de konakladıkları otellerle ilgili memnuniyet algılarında farklılığa neden olmamaktadır.

**Tablo 23.** Daha Önce Çanakkale'ye Gelme Nedeni ve Misafir Memnuniyeti Algısı

Algı	Gelme Nedeni	Ortalama	F	p
<b>Misafir Memnuniyeti Algısı</b>	Dinlenme/Eğlence/Tatil	59,90	0,320	0,811
	İş Seyahatleri	60,84		
	Tarih ve Kültürel Geziler	60,81		
	Sağlık Amaçlı	61,75		

Daha önce Çanakkale'ye gelme nedeni ve memnuniyet algısı arasındaki farklılık incelendiğinde, katılımcıların daha önce Çanakkale'ye gelme nedenleri ile memnuniyeti algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{38}$  reddedilir. Misafirlerin daha önce Çanakkale'ye gelme nedenleri, Çanakkale'de konakladıkları otellerle ilgili memnuniyet algılarında farklılığa neden olmamaktadır.

#### **Hizmet Kalitesi Algısı ve Misafir Memnuniyeti Algısı İlişkisi**

**Tablo 24.** Hizmet Kalitesi Algısı ve Misafir Memnuniyeti Algısı İlişkisi, Pearson Korelasyon Testi

		<b>Misafir Memnuniyeti Algısı</b>
<b>Fiziksel Görünüm/Somutlar</b>	Pearson Korelasyon (r)	,436**
	p	,000
	N	225
<b>Güvenirlilik</b>	Pearson Korelasyon (r)	,474**
	p	,000
	N	225
<b>İsteklilik/Heveslilik</b>	Pearson Korelasyon (r)	,527**
	p	,000
	N	225
<b>Teminat/Güvence</b>	Pearson Korelasyon (r)	,529**
	p	,000
	N	225
<b>Empati/Duyarlılık</b>	Pearson Korelasyon (r)	,549**
	p	,000
	N	225

Pearson korelasyon testine göre hizmet kalitesi algısı ve misafir memnuniyeti algısı arasındaki farklılık incelendiğinde hizmet kalitesiyle, misafir memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ).  $H_1$  reddedilemez.

**Tablo 25.** Hizmet Kalitesi Algısı ve Misafir Memnuniyeti Algısı İlişkisi, Kikare Testi

		<b>Misafir Memnuniyeti Algısı</b>
<b>Fiziksel Görünüm/Somutlar</b>	KiKare ( $X^2$ )	34,254 <sup>**</sup>
	p	,000
	N	225
<b>Güvenirlilik</b>	KiKare ( $X^2$ )	41,241 <sup>**</sup>
	p	,000
	N	225
<b>İsteklilik/Heveslilik</b>	KiKare ( $X^2$ )	40,314 <sup>**</sup>
	p	,000
	N	225
<b>Teminat/Güvence</b>	KiKare ( $X^2$ )	35,514 <sup>**</sup>
	p	,000
	N	225
<b>Empati/Duyarlılık</b>	KiKare ( $X^2$ )	28,419 <sup>**</sup>
	p	,000
	N	225

Kikare testine göre hizmet kalitesi algısı ve misafir memnuniyeti algısı arasındaki farklılık incelendiğinde hizmet kalitesiyle, misafir memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir ( $p < 0,05$ ).  $H_1$  reddedilemez. Fiziksel görünüm/somutla, güvenirlilik, isteklilik/heveslilik, teminat/güvence ve empati/duyarlılık algıları ile misafir memnuniyeti algısı arasında pozitif yönlü ve anlamlı farklılık mevcuttur. Otellerin fiziksel görünüm/somutla, güvenirlilik, isteklilik/heveslilik, teminat/güvence ve empati/duyarlılık ve empati/duyarlılık unsurlarına göre faaliyetlerini yürütmeleri, misafir memnuniyetini arttırmaktadır. Hizmet kalitesi misafir memnuniyetinde önemli bir kriter olarak tespit edilmiştir. Hizmet kalitesindeki artış, misafir memnuniyetini doğrudan etkilemektedir. Ters şekilde misafir memnuniyetinin artması da işletmelerin fiziksel görünüm/somutla, güvenirlilik, isteklilik/heveslilik, teminat/güvence ve empati/duyarlılık algılarını arttırmaktadır. Memnuniyetin yükseltilmesiyle beraber artan talebi memnun edebilmek adına oteller hizmet kalitesine daha fazla önem vermektedirler.

### Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada Çanakkale merkezinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde hizmet kalitesiyle misafir memnuniyeti arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar şu şekildedir:

Araştırmaya katılanların %63,1'i erkek, %42,2'si 31-40 yaş aralığında ve %59,1'i üniversite mezunudur. Araştırmaya katılanların %49,8'i özel sektörde çalışmaktadır. Katılımcıların %59,1'i 2001-3000TL gelire sahiptir. Araştırmaya katılanların %64,4'ü daha önce Çanakkale'ye hiç gelmemiştir. Çanakkale'ye önceden gelenler incelendiğinde %23,6'sı önceden 2-3 kez, %11,6'si 3 kez den daha fazla gelmiştir. Katılımcıların Çanakkale'ye gelme nedenleri incelendiğinde, %40,4'ü tarih ve kültürel gezi amaçlı geldiğini belirtmiştir.

Ortalamalar incelendiğinde, fiziksel görünüm/somutla, güvenilirlik, isteklilik/heveslilik ve teminat/güvence algılar 4'ün üzerinde puan almıştır. Bu durum katılımcıların Çanakkale'de konakladıkları süre boyunca, otellerin yüksek kalitede hizmet sunduklarını göstermektedir. Yalnızca empati/duyarlılık algısı düşük düzeyde kalmıştır.

Cinsiyet ve hizmet kalitesi algısı arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcıların cinsiyetleri ile hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{21}$  reddedilir.

Yaş ve hizmet kalitesi algısı arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcıların yaşları ile empati/duyarlılık algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık mevcutken ( $p<0,05$ ), fiziksel görünüm/somutla, güvenilirlik, isteklilik/heveslilik ve teminat/güvence hizmet algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{22}$  kısmen reddedilir. Demir ve Kozak (2011) yaptıkları çalışmada beklenti ve memnuniyetin doğru ilişkili olduğunu belirtmiştir. Yaşlı turistlerin daha fazla beklenti içinde olmaları memnuniyet algılarını yükseltmektedir.

Meslek ve hizmet kalitesi algısı arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcıların meslekleri ile hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{23}$  reddedilir.

Öğrenim durumu ve hizmet kalitesi algısı arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcıların öğrenim durumları ile hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{24}$  reddedilir.

Aylık gelir durumu ve hizmet kalitesi algısı arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcıların aylık gelir durumları ile hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{25}$  reddedilir.

Çanakkale'ye daha önce gelme durumu ve hizmet kalitesi algısı arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcıların Çanakkale'ye daha önce gelme durumları ile hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{26}$  reddedilir.

Çanakkale'ye daha önce gelme sıklığı ve hizmet kalitesi algısı arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcıların Çanakkale'ye daha önce gelme sıklıkları ile

hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ). H<sub>27</sub> reddedilir.

Çanakkale'ye daha önce gelme nedeni ve hizmet kalitesi algısı arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcıların Çanakkale'ye daha önce gelme nedenleri ile hizmet kalitesi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ). H<sub>28</sub> reddedilir.

Misafir memnuniyeti algısından tüm ortalamalar 3,5 değerinin üzerindedir. Bu durum katılımcıların Çanakkale'de kaldıkları 4-5 yıldızlı otellerden genel olarak memnun kaldıklarını göstermektedir. Katılımcıların memnuniyet algıları yüksektir.

Cinsiyet ve memnuniyet algısı arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcıların cinsiyetleri ile memnuniyeti algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ). H<sub>31</sub> reddedilir.

Yaş ve memnuniyet algısı arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcıların yaşları ile memnuniyeti algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ). H<sub>32</sub> reddedilir.

Meslek ve memnuniyet algısı arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcıların meslekleri ile memnuniyeti algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ). H<sub>33</sub> reddedilir.

Öğrenim durumu ve memnuniyet algısı arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcıların öğrenim durumları ile memnuniyeti algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ). H<sub>34</sub> reddedilir.

Aylık gelir ve memnuniyet algısı arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcıların aylık gelirleri ile memnuniyeti algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ). H<sub>35</sub> reddedilir.

Daha önce Çanakkale'ye gelme durumu ve memnuniyet algısı arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcıların daha önce Çanakkale'ye gelme durumları ile memnuniyeti algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ). H<sub>36</sub> reddedilir. Kozak (2001) yaptığı çalışmada destinasyona daha önce gelip memnun kalan turistlerin tatil sonrası davranışlarının olumlu yönde değiştiğini tespit etmiştir. Bizim çalışmamızda farklı olarak daha önce gelen veya gelmeyen turistlerin memnuniyet algıları arasında anlamlı farklılık tespit edilememiştir.

Daha önce Çanakkale'ye gelme sıklığı ve memnuniyet algısı arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcıların daha önce Çanakkale'ye gelme sıklıkları ile memnuniyeti algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ). H<sub>37</sub> reddedilir. Farklı şekilde Dökmen (2003) çalışmasında daha önce gelme sıklığı ve misafir memnuniyeti arasında anlamlı farklılık tespit etmiştir. Tam (2004) çalışmalarında farklı olarak destinasyonu daha önce ziyaret edenlerin memnuniyet algılarının daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir.

Daha önce Çanakkale'ye gelme nedeni ve memnuniyet algısı arasındaki ilişki incelendiğinde, katılımcıların daha önce Çanakkale'ye gelme nedenleri ile

memnuniyeti algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ).  $H_{38}$  reddedilir.

Hizmet kalitesi algısı ve misafir memnuniyeti algısı arasındaki ilişki incelendiğinde hizmet kalitesiyle, misafir memnuniyeti arasında istatistiksel olarak ilişki tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ).  $H_1$  reddedilemez. Hizmet kalitesi misafir memnuniyetini etkileyen en önemli faktör olarak tespit edilmiştir.

Sosyo-demografik özelliklerden sadece yaş ve empati arasında ilişki tespit edilirken diğer değişkenler arasında herhangi bir anlamlı farklılık tespit edilememiştir. Bu durum misafirlerin hizmet kalitesiyle ilgili ortak algıya sahip olduğunu göstermektedir. Hizmet kalitesinin artması doğrudan misafir memnuniyetini arttırmaktadır. Benzer şekilde birçok araştırmada hizmet kalitesi ve misafir memnuniyeti arasında ilişki tespit edilmiştir (Fornell ve ark. 1996; Varki ve Colgate, 2001; Kozak, 2001; Tam, 2004; Smith, 2008; Demir ve Kozak, 2011).

Araştırmada misafir memnuniyeti ile hizmet kalitesi arasında karşılıklı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Zeithaml ve arkadaşlarının (1996: Akt. Demir ve Kozak, 2011) çalışmasına göre hizmet kalitesi ve misafir memnuniyeti karşılıklı ilişkiye sahiptir. Hizmet kalitesi arttıkça misafir memnuniyeti artar, misafir memnuniyetinin artması da işletmenin hizmet kalitesini arttırmasına teşvik eder.

Araştırma kapsamında öneriler şu şekildedir:

- Araştırmada hizmet kalitesinin ile misafir memnuniyeti arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu nedenle otel işletmelerinin hizmet kalitesini arttırıcı yöndeki yatırımları, misafir memnuniyetlerini dolayısıyla karlılıklarını arttıracaktır.
- Otel işletmelerinin fiziksel görünüme yönelik olarak yenilikler yapmaları ve misafirlerin ilgisini çekebilecek dizaynlar gerçekleştirmeleri, misafir memnuniyetini arttıracaktır.
- Otel işletmelerinin güvenilirliklerini arttırmak adına daha fazla reklam yapmaları ve referans vermeleri önerilebilir.

Bu çalışmada yalnızca nicel veri analizinden faydalanılmıştır. İlerde yapılacak olan çalışmalarda nitel veri analizi tekniklerinden de faydalanılabilir.

### **Kaynakça**

- Akbaba, A. (2005). Müşteri Odaklı Hizmet Üretiminde Kalite Fonksiyon Göçerimi (KFG) Yaklaşımı: Konaklama İşletmeleri İçin bir Uygulama Çalışması, 16 (1): 59-81.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2005). Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edilebilirlik, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Bitner, M. (1990). Evaluating Service Encounters the Effect of Physical Surroundings and Employee Responses, Journal of Marketing, V(54), 69-82.



- Choi T. ve Chu, R. (2001). Determinants of Hotel Guests Satisfaction and Repeat Patronage in the Hong Kong Hotel Industry, *Hospitality Management*, V(20), 277-297.
- Demir, Ş., Kozak, M. (2011). Turizmde Tüketici Davranışları Modelini Oluşturan Aşamalar Arasındaki İlişki. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 19-34.
- Dökmen, T. (2003). Havayolu İşletmelerinde Müşteri Tatmini ve İş gören Müşteri Karşılaşmalarının Müşteri Tatmini Üzerindeki Etkisi, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eser, Z. (2002). Çinli Turistlerin Türkiye’de Sağlanan Hizmetlerden Tatminlerini Oluşturan Boyutları Üzerine Bir Araştırma, *D.A.Ü. Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (2), 77-96.
- Ferguson, G.A. ve Takane, Y. (2005). *Statistical Analysis in Psychology and Education 6.Ed.*. Montréal, Quebec: McGraw-Hill Ryerson Ltd.
- Fornell, C., Johnson, M.D., Anderson, E.W., Cha, J. Bryant, B.E. (1996). The American customer satisfaction index: Nature, purpose and findings, *Journal of Marketing*, Sayı (60): 7-18.
- Goodwing, C. Squire III, A.B., Chapman. (2005). *The Hospitality Supervisor’s Survival Kit*, upper saddle River, New Jersey.
- İçöz, O. (2001). *Turizm İşletmelerinde Pazarlama İlkeler ve Uygulamalar*, Ankara, Turhan Kitabevi.
- Kawasaki, G. (2000). *Rakiplerinizi Çıldırtmanın Yolları*, Çev. Tanju Kalkay, İstanbul, Media Cat Yayınları.
- Kotler, P., Bowin, J. ve Makens, J. (1998). *Marketing for Hospitality and Tourism, Sec.Ed.* Prentice Hall, Upper saddle River, New Jersey.
- Kozak, M. (2001). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism Management*, 23(3): 221-232.
- Laws, E. (2004). *Improving Tourism and Hospitality Services*, CABI Publishing, USA.
- Mucuk, İ. (1997). *Pazarlama İlkeleri*, İstanbul, Türkmen Kitabevi.
- Müşteri Memnuniyeti Uzmanlık Grubu, (2000). *Müşteri Memnuniyeti Yönetimi*, Kalder Yayınları, No:31, Kasım.
- Nykiel, R.A. (2005). *Hospitality Management Strategies*, upper saddle River, New Jersey.
- Oliver, R.L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, McGraw-Hill, New York.
- Öztürk, Y. ve Seyhan, K. (2005). Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Arttırılmasında İşgören Eğitiminin Yeri ve Önemi, Gazi

- Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı (1), 121-140.
- Pizam, A. ve Ellis, T. (1999). Customer Satisfaction and Ots Measurement in Hospitality Enterprises, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(7), 326-339.
- Smith A.C.T. (2008). *Introduction to Sport Marketing*. Butterworth-Heinemann, Oxford, UK.
- Tam, J.L.M. (2004). Customer Satisfaction, Service Quality and Perceived Value: An Integrative Model, *Journal of Marketing Management*, Sayı (20): 897-917.
- Valen, G.K. ve Valen J.J. (2005). *Check-in Check-out : Managing Hotel Operations*, SeventEd. Upper saddle River, New Jersey.
- Varki, S., Colgate, M. (2001). The Role Of Price Perceptions In An Integrated Model of Behavioral Intentions, *Journal of Service Research*, 3(3): 232-240.
- Yüksel, B. ve Demirtaş, M. (1999). İşletmelerde Müşteri Tatmini: Antalya ve Yöresi Konaklama İşletmelerinde Müşteri Tatmini Sağlama Yönlü Çabaların Araştırılması, C.B.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı (5), 423-439.
- Zeithaml, V., Tner, M. (1996). *Services Marketing*. New York. The Mcgraw Hill Comp:5.

## Çevre Etkenlerinin Kurumsal Stratejilere Etkisi: Büyük Ölçekli İnşaat Firmaları Üzerinde Bir Araştırma

**Dr. Hamza KANDEMİR**

Süleyman Demirel Üniversitesi,  
Atabey MYO, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü  
hamzakandemir@sdu.edu.tr

---

### Öz

Bu araştırma büyük ölçekli inşaat firmalarında kurumsal stratejilerin seçiminde dış çevre faktörlerinin etkisini ölçmek ve alan yazında çevre etkenlerinin strateji seçiminde etkisinin olduğu kabulünü doğrulamak amacıyla yapılmıştır. Bu araştırmanın konusu itibari ile araştırmaya konu olan işletmelerden anket yöntemi ile veri toplanmış ve veriler Yapısal Eşitlik Modellemesi tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Alan yazında dış çevre faktörlerinin strateji seçiminde etkili olduğuna değinilmekte ve bazı araştırmalar ile istatistiki olarak ortaya konmaktadır. Araştırmada dış çevre faktörlerinin etkilerinin regresyon katsayılarının farklı değerlere sahip olduğu tespit edilmiştir. Büyük ölçekli inşaat firmalarında çeşitlendirme stratejilerine yönelimin yoğun olduğu ve çekilme stratejilerinin çok fazla uygulanmadığı görülmüştür. Kurulan teorik model, yapısal eşitlik modeli ile doğrulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kurumsal Stratejiler, Çevre Etkenleri, Yapısal Eşitlik Modellemesi

### The Effect Of Environmental Factors To The Corporate Strategies: A Research About Large-Scale Construction Companies

#### Abstract

This study was carried out to survey effect of the external environmental factors to selection of corporate strategies in the large-scale construction companies and verify agreement about effect of the environmental factors to selection of corporate strategies in the literature. Due to the subject of this study, the datas were collected by using survey method and the datas were analyzed by using Structural Equation Modeling technical. In literature, researchers mention about the effect of the external environmental factors to selection of strategie and suggest as statistical in some research. In the study, researchs determined that regression coefficient of the external environmental factors have different values. It was determined that in the large-scale construction companies, tendency to the diversification strategies is more intense and the withdrawal strategies is not implemented commonly. The theoretical model was verify by using Structural Equation Modeling.

**Keywords:** Corporate Strategies, Environmental Factors, Structural Equation Modeling

## **Giriş**

Günümüzde teknolojik, sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel alanda nerdeyse her an bir değişim gerçekleşmektedir. Değişim işletmeler tarafından takip edilmekte ve fırsat ve tehditler sürekli analiz edilmektedir. Bu analizler anlık, günlük, aylık veya daha uzun dönemlerde yapılabilmektedir. İşletmeler, çevresinde gerçekleşen değişimlere karşı duyarlı olmak durumdadırlar. Genellikle büyük ölçekli işletmelerde stratejik yönetim çalışmaları bilinçli bir şekilde uygulanarak, çevre etkenlerinin fırsat ve tehditleri ölçülmekte ve stratejik yönetim çalışması üst yönetim stratejileri hazırlanarak başlanmaktadır.

İşletmeler piyasada devamlılıklarını sağlayabilmek için ürün, piyasa ve süreç ekseninde hangi çalışma alanına girmesi, yoğunluk göstermesi veya uzaklaşması konusunda bazı stratejiler belirlemesi gerekmektedir. Tercih edilen bu stratejilere kurumsal (üst yönetim) stratejileri ismi verilmektedir. Ayrıca faaliyet alanında rakiplerine karşı üstünlük sağlayabileceği, daha fazla kazanç sağlayabileceği tercihlerin neler olduğunu belirleyeceği stratejiler olmalıdır. Belirlenen bu stratejilere rekabet stratejileri denmektedir. Görüldüğü gibi bu stratejiler işletmelerin basit faaliyetlerini değil, bütün olarak bir yol haritasının çizildiği ve yoğun olarak da üst yönetimin belirlediği stratejilerdir. Bu sebeple kurumsal (üst yönetim) strateji tanımlaması daha uygun düşmektedir (Koparal ve Şakar, 2013:3). Kurumsal stratejiler, rekabet avantajını yakalama ve işletme performansını arttırmak açısından genellikle bağlı şirketler grupları tarafından temel strateji olarak üzerinde yoğunlaşılacak bir strateji tipidir (Eisenhardt ve Piezunka, 2011:506). Son yıllarda kurumsal strateji yazını satın alma ile büyüme stratejilerine odaklandığı görülmüştür. Bunun sebebi ise işletme yeni beceri ve yetenek kazanmaktan ziyade var olan beceri ve yeteneği satın almayı daha avantajlı olarak değerlendirmiştir (Berchicci, Glen, ve King, 2012:1055). Kurumsal stratejilerin bir diğer odak noktası ise stratejik planlama, stratejik durumlar ve kurumsal iş birimleridir ve kurumsal stratejilerin uygulanması yöneticilere çok düşük bir esneklik sağlamaktadır (Chen ve diğerleri, 2013:2887). İşletmelerin üst yöneticileri her bir iş koluna odaklanırlar. Bu yöneticilerin özelliği kurumsal stratejiyi belirlemeleri, faaliyet gösterilen sektöre hakim olmaları, firmanın mali yapısı hakkında yeterli bilgiye sahip olmaları, iş portföyü tercihinin yapma yeterliliğinin olması olarak sıralanabilir. Üst düzey yöneticilerin iyi analiz etme ve doğru cevabı belirlendiğine güçlü bir güven duygusu vardır (Berke, 2005:12). Kurumsal strateji, her şeyden önce tüm şirketlerin rotasının belirlenmesi ile ilgili bir stratejik tekniktir (Özdaşlı, 2012:191).

### **1. Kurumsal (Üst Yönetim) Stratejilerinin Boyutları**

Kurumsal strateji genellikle büyüme, küçülme ve çekilme stratejileri alt başlıklarıyla açıklanmaya çalışılmaktadır. Alanyazında bu boyutların kurumsal stratejiyi açıklamakta yetersiz kaldığına dair görüşler mevcuttur. Ancak kurumsal stratejilerin temel alt boyutlarına ilişkin alanyazında hem fikir olduğu gözlenmektedir.

### 1.1. Büyüme Stratejileri

Gelişen pazarlara ve değişen şartlara uyum sağlamak ve ayakta kalabilmek için firmalar iç yapılarını, yönetim sistemlerini ve sermayelerini güçlendirme zorunluluğu ile karşılaşmışlardır. Bir yandan yeni rakipler, bir yandan da yaşanan içerideki değişim süreci firmaları yeni strateji seçimlerine yöneltmiştir. Bu çerçevede, bazı firmalar birleşmeler yoluyla güç birliğine gitmekte, bazıları satın almalar yoluyla el değiştirmekte, bazıları ise yeniden yapılanarak, rekabet etmeye devam etmeye çalışmışlardır (Aslanoğlu, 2007:72). İşletmenin bütünü veya her yönetim düzeyinde mevcut işin tanımını değiştirerek veya faaliyetlerin tanımını değiştirerek uygulanan “jenerik-genel” stratejilerden biri olan Büyüme Stratejileri, işletmenin mevcut işlerine yeni mal ve hizmetlerin, pazarların veya süreçlerin eklenmesi ile devreye sokulur. Büyüme stratejileri işletmenin gelişimini çağrıştıran ve her kesim paydaşlarca olumlu olarak algılanan bir strateji şeklidir (Koparal ve Şakar, 2013:4). Büyüme stratejileri kendi içinde yatay ve dikey büyüme stratejileri şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Yatay büyüme; İşletmeler yatay büyüme yönelimlerini daha sağlıklı ve rekabet avantajının daha iyi olacağı bir strateji olarak değerlendirirler. Yatay büyüme stratejisinin tercih edilmesi ile işletmeler, esnek ve yenilikçi olma, kaynak kullanımında üstünlükler, maliyetleri düşürerek pazarda üstünlük sağlama gibi fırsatlar yakalayabilmekteler (Sayli ve diğerleri, 2006:36). Dikey büyüme ise; İşletmelerin kaynak sağlama ve dağıtım faaliyetlerinde etkinliğinin artması için işletmenin kendine ürün satan veya potansiyel müşterisi olan, digger firmalarla birleşme yoluna gitmesi, onları satın alması veya holding oluşturma yoluna gitmesi olarak tanımlanabilir (Koçoğlu, 2012:268).

### 1.2. Çeşitlendirme Stratejileri

Çeşitlendirme kavramı bir işletmenin iş geliştirmesi veya başka işletmeleri bünyelerine katarak yeni ürün ve hizmetler ile hedef pazarda faaliyet göstermesidir. Bu yeni iş alanları, işletmenin halen faaliyet gösterdiği alanda olması ile temel yetenekler ve kaynakları açısından doğrudan bir ilişki içinde ise ilişkili çeşitlendirme, direkt bir ilişki bulunmuyor ise ilişkisiz çeşitlendirme olarak tanımlanmaktadır. Gelişmiş ülkelerde faaliyet gösteren işletmelerde çeşitlendirme stratejilerini tercih etme sebebinin altında yatan sebepler; Büyüme, riskten kaçınma ve ölçek ekonomilerinden fayda elde etmek olarak sıralanmıştır (Karaveli, 2008:5). Son yıllarda Türkiye’de yaşanan başlıca ekonomik ve kurumsal alanlardaki değişimler, işletmelerde büyümeye ve finansal karlılık elde etmesine imkan veren bu ortam değişimi ve gelişimi beraberinde getirmiştir. Bununla birlikte önemle üzerinde durulması gereken, küresel bilgi ekonomisinin giderek hakimiyetini arttırması ve ticaretin önündeki engellerin kalkması ile birlikte işletmeler aynı çeşitlendirme stratejisi ve aynı yönetim anlayışına sürekli değişimle birlikte çevreye ne kadar uyumlu çalışmaya devam edebilecekler (Karaveli, 2006:10-11). Bu sorunun çözümü ise küresel piyasaların gelişimi takip ederek işletmeyi bu değişime duyarlı hale

getirmek ve bununla birlikte yönetim anlayışının da gelişime ve değişime açık hale getirilmesi ile alışılabilir.

Çeşitlendirme stratejisi işletme için olumlu bir yöntem olduğu kadar, çeşitlendirmenin çok fazla yapılması da işletme için olumsuzluklar doğurabilmektedir. Bu olumsuz sonuçlar denetim yapılamaması, durgunlukla mücadelede zayıf kalma gibi sıralanabilir. Çeşitlendirmenin finansal kaynakları yabancı kaynakla yapılmış ise beklenmedik olumsuz ekonomik koşullarda işletmeyi borç krizine de sokabilmektedir (Tokat ve Kara, 1999:244).

Chang ve Wang'ın (2007) yaptığı bir araştırmaya göre ürün çeşitlendirme stratejisinin, uluslararası çeşitlendirme ve performans arasında önemli bir rol oynadığı ortaya konmuştur. Ürün çeşitlendirme stratejisi baz alındığında; ilişkili çeşitlendirmenin performans üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu, ilişkisiz çeşitlendirmenin ise performansa negatif etki ettiği ilişkisi ortaya konmuştur (Chang ve Wang, 2007:62). Çeşitlendirme stratejilerini iki şekilde uygulanmaktadır. Birincisi ilişkili çeşitlendirme stratejisidir şu şekilde ifade edilir; Çeşitlendirme stratejisini uygulayan işletmeler, tek bir iş kolunda faaliyet göstermeyip birden fazla iş kolunda faaliyet gösteren yani iş portföyüne sahip işletmelerdir. İş portföyünün oluşturulmasında göz önünde bulundurulması gereken olgu şudur; çeşitlendirmenin yapılacağı sektörün veya işin firmanın diğer faaliyetleri ile benzeşmesi ve sinerji oluşturmaya zemin hazırlanmasıdır, böylelikle kazan kazan ilişkisi kurulmuş olacaktır (Alpaslan ve Çarıkçı, 2014:22). İkincisi ise ilişkisiz çeşitlendirme stratejisidir ve şu şekilde ifade edilir; İşletme kurucu liderlerinin genellikle seçtiği bir büyüme stratejisi olarak düşünülebilir. Bu tip girişimcilerin niyeti kısa vadede yüksek kazanç elde etme arzusu olduğundan piyasanın bir iş koluna uzun vadede bağlanmaktan uzak durmayı tercih etmişlerdir (Boztosun, 2009:82).

### 1.3. Çekilme Stratejileri

Çekilme stratejileri işletmelerin faaliyet gösterdiği iş kolunda pazar payının düşük olması, büyüme hızının düşük olması, ürün özelliklerinin yüksek olmayıp finansal durumunun iyi olması, zarar riskinin düşük olması sonucunda tercih ettiği bir strateji tipidir (Tür ve Kazaz, 5). Tasarruf ve tasfiye stratejileri olarak iki şekilde görülür.

Tasarruf stratejileri uygulamaları; yönetim giderlerinin azaltılması, yabancı kaynak yerine öz sermaye kullanımı, alacak devir hızının artırılması, pazarlamaya ağırlık verilmesi, vadeli satışlardan uzak durulması, ve satışların nakit olarak yapılmasına özen gösterilmesi olarak sıralanabilir (Tuğay ve diğerleri, 2014:6).

Kısmi tasfiye ve tam tasfiye stratejileri ise, işletmenin başarılı olmayan faaliyetlerinin, yeterli verim elde edemediği iş kollarının veya bölümlerinin kısmi olarak veya tamamının terk edilmesi, kapatılması tercihi ile uygulanan strateji tipidir (Özgür, 2007:44).

## **2. Araştırma**

Bu bölümde araştırmanın amacı, yöntemi, uygulanması ve elde edilen bulgular yer alacaktır.

### **2.1. Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmanın temel amacı daha önceki bölümlerde ifade edilen kurumsal stratejilerin çevre etkenlerinden nasıl etkilendiği sorusuna cevap aramaktır. Bu amaçla araştırmanın evreni büyük ölçekli inşaat firmaları olarak tespit edilmiştir. Ülkemizde 150.000'e yakın inşaat sektöründe faaliyet gösteren, farklı büyüklüklere sahip işletme bulunmaktadır. Bu işletmeler içerisinde Türkiye Müteahhitler Birliğine üye inşaat firmaları içerisinde iki tanesi örneklem olarak belirlenmiştir. Örneklem olarak seçilen bu firmaların kurumsal stratejileri belirlerken çevre etkenlerinden ne ölçüde etkilendiği Yapısal Eşitlik Modeli ile yol analizi ile belirlenecektir.

### **2.2. Araştırmanın Yöntemi**

Yapısal Eşitlik Modellerinin temelleri, seksen yıl önce Chicago Üniversitesinden Sewall Wrigt tarafından bulunan yol analizinden alır. Sewall Wrigt doğrusal ilişkilerin yol ve yol katsayısı tarafından temsil edebileceğini göstermiştir. Buna göre, bu model iki temel noktaya oturmaktadır. Birincisi; var olduğu düşünülen nedensel ilişki yapısının yani teorik varsayımın deneysel veriler ile uyumluluğunun istatistiksel olarak tespit edilmemesi, İkincisi ise; nedensel iddialar ile olasılık dağılımı arasındaki ilişkinin açıklanmasındaki eksikliklerdi (Ayyıldız ve Cengiz, 2006:67). Gizli değişkenleri yorumlama ve analiz etme imkanı verdiği için dolayı son yıllarda oldukça popüler olan bir model şeklini almıştır. Model birçok alanda yaygın olarak kullanılabilir. Kurumsal yapıların formüle edilmesiyle ilgili karşılaşılan problemlerin çözümünde de yararlı bir teknik olduğu kanıtlanmış durumdadır (Kaynak, 2012:2). Özellikle psikoloji, sosyoloji, pazarlama ve eğitim bilimlerinde değişkenler arasındaki ilişkilerin analiz edilmesinde ve kurumsal modellerin sınanmasında kullanılan sistemli bir araç olduğu düşünülür (Yılmaz, 2004:80). Bundan önceki istatistiksel yöntemlerle sadece iki değişken arasındaki ilişki incelenebilirken, yapısal eşitlik modelleri sayesinde iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkiler aynı anda gözlemlenebilme imkanı vardır. Yapısal eşitlik modelleri, bir model içerisindeki bağımlı ve bağımsız değişkenleri bütün olarak ele alırken, kurulan model ile toplanan verilerin birbirleriyle olan uyumu analiz edilebilir (Yücenur, 2011:164; Emhan ve diğerleri, 2013:60). Bir başka görüşe göre; YEM, sosyal bilimciler tarafından sıklıkla kullanılan ve çok değişkenli istatistiksel tekniklerin bileşiminden meydana gelen güçlü bir analiz tekniği olarak tanımlanır. YEM'in anova, manova, regresyon gibi alışılmış istatistiksel yöntemlerden en büyük farkı çok sayıda değişken arasındaki ilişkiyi bir bütün olarak analiz etmesi şeklinde düşünülebilir (Şahin ve Taşkaya 2010:93). YEM yönetim bilimleri alanında yeni yeni kullanılmaya başlanan bir yöntem olmasından dolayı alan yazına farklı bir bakış açısı getirebilecektir.

### 2.3. Araştırmanın Uygulanması

Araştırmanın kapsamı Türkiye Müteahhitler Birliğine üye inşaat firmaları olarak belirlenmiştir. Birliğe üye olan büyük ölçekli inşaat firmalarının sayısı 140'tır. Bu firmalar içinden işletme değerleri 1 milyar dolar ve üzeri olan işletmeler tercih edilmiştir. Değerlendirmeler son beş (5) yıllık gelişmeler göz önünde bulundurularak araştırılmaktadır. Bu açıdan zaman kısıtı da bulunmaktadır Bu birliğe üye olan işletmelerin hepsi; 2012/3834 sayılı Değişiklik Yönetmeliği'ne dayanarak hayata geçen "4 Kasım 2012 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan 2012/3834 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı eki Yönetmelik (Yönetmelik) ile 2005/9617 sayılı "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik"te bazı değişiklikler yapılmıştır."(www.vergigundem.com: www.remigazete.gov.tr). Yönetmelik esas alınarak kapsam belirlenmiştir. Bu yönetmelik ile büyük ölçekli inşaat firmaları kısıtına adı geçen birlik üyeleri uymaktadır. Kısıta baktığımızda bu firmaların Büyük Ölçekli İnşaat Firmaları olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırmanın analiz birimi Ankara'da faaliyet gösteren büyük ölçekli inşaat firmalarıdır. Bu firmaların yönetim kurulu başkanları ile yüzyüze görüşme yapılarak anket uygulanmış ve yönetim kurulu başkanları referans alınarak üst yönetim çalışanlarına anket uygulanmıştır. Araştırmaya iki firma çalışanlarından toplam 224 kişi katılmıştır.

Araştırmanın yapıldığı ilk şirket 1958 yılında Elektrik Yüksek Mühendisi tarafından Ankara'da kollektif şirket olarak kurulmuştur. İlk işi enerji nakil hattı kurma işidir. Daha sonra bazı yol, liman ve islah projelerini gerçekleştirmiştir. 1968 yılında makine parçaları üreten bir ananım şirket kurulmuş ve ilk ilişkisiz çeşitlendirme stratejisini uygulamıştır. 1981 yılına gelindiğinde Almanya'da ilk yurtdışı ofisini açmıştır. Liman inşaatları, yol projeleri, metro, tramvay hatları darden bugün işletme değeri bir milyar doların üzerinde bir şirket haline gelmiştir. Bu şirket inşaat sektöründe holding bünyesine bağlı inşaat sektöründe iki anonim şirket ve bir limited şirket ile faaliyet göstermektedir. Sanayi sektöründe ise farklı iş çeşidine sahip altı anonim şirket ile faaliyet göstermektedir. Enerji sektöründe ise elektrik üretimi yapan on üç anonim şirket ile faaliyet göstermektedir. Yine holdinge bağlı turizm sektöründe faaliyet gösteren iki anonim şirket, madencilik sektöründe ise bir anonim şirket ile faaliyet göstermektedir.

Araştırmanın yapıldığı ikinci şirket ise 1930'lu yıllarda kurulan bir müteahhitlik firmasıdır. Bugün şirketin yöneticileri üçüncü kuşak olarak faaliyet göstermektedirler. Şirketin ana faaliyet kolu inşaat işleridir. Bu işler genellikle yurt içinde ve yurt dışında alt yapı ve üst yapı inşaat işleridir. Bunun dışında inşaat sektörü ile ilişkili ve ilişkisiz yatırımları vardır. Bu yatırımlar; inşaat yapımında kullanılan hammadde ve yarı mamül (beton, betonarme, ön gerilmeli beton boru, kiriş imalatı) üretimi yapan bir firma, her türlü elektromekanik mühendislik, montaj, taahhüt, proje danışmanlık hizmeti yapan bir firma,



savunma sistemleri üzerine mühendislik ve arge çalışmaları yapan bir firma, bilgi-işlem ve enformasyon teknolojisi üzerine faaliyet gösteren bir firma, tüm sigortacılık branşlarında faaliyet gösteren bir firma, yat turizmine yönelik bir firma, ulusal ve uluslararası alanda faaliyet gösteren bir güvenlik firması, enerji sektöründe faaliyet gösteren bir firma, sermaye piyasalarında faaliyet gösteren yatırım ve aracılık işleri ile ilgili bir firma, yönetim hizmetleri alanında faaliyet gösteren bir firma, havacılık sektöründe faaliyet gösteren ara mamül üretimine yönelik bir firma olmak üzere şirket iki holding ve 14 bağlı şirket olmak üzere geniş bir ürün ve hizmet yelpazesinde faaliyet göstermektedir. Şirketin değeri toplamda beş milyar doların üzerindedir.

Araştırma için on bir ölçek belirlenmiştir. Bu ölçekler;

- Ekonomik Çevre Etkenlerinin
- Teknolojik Çevre Etkenleri
- Sosyo-Kültürel Çevre Etkenleri
- Doğal Çevre Etkenleri
- Politik ve Yasal Çevre Etkenleri
- Rakiplere İlişkin Çevre Etkenleri
- Satıcılara İlişkin Çevre Etkenleri
- Tedarikçilere İlişkin Çevre Etkenleri
- Finansal Çevre Etkenleri
- Müşterilere İlişkin Çevre Etkenleri
- Sendikalara İlişkin Çevre Etkenleri'dir.

Bu bağımlı değişkenleri yordayan yetmişbeş (75) araştırma sorusu sorulmuştur.

Araştırmanın bağımlı değişken kısmını oluşturan kurumsal strateji ise üç farklı ölçek altında on farklı araştırma sorusu ile araştırılmıştır. Kurumsal strateji ölçeği (KSO1); çeşitlendirme stratejilerini ifade etmektedir. Kurumsal strateji ölçeği iki (KSO2); çeşitlendirme stratejilerinin ilişkilerine göre araştırmayı oluşturmaktadır. Kurumsal strateji ölçeği üç (KSO3); çekilme stratejilerinin araştırıldığı soru grubunu oluşturmaktadır.

#### **2.4. Araştırmanın Bulguları**

Araştırmanın demografik bulguları şöyle sıralanmaktadır:

- Yaş aralıkları; 25-30 yaşında olanlar %6'lık kesimi oluşturmaktadırlar. 31-36 yaşında olanlar %19'luk kesimi oluşturmaktadır. 41-45 yaşında olanlar %37'lik kesimi oluşturmaktadır. 46 yaş ve üzerinde olanlar ise %38'lik kesimi oluşturmaktadır.

- Araştırmanın cinsiyet dağılımı %75'i erkek, %19'u kadın ve %6'lık kısmı ise işaretleme yapmamıştır.

- Araştırmaya katılanların eğitim düzeyi ise %62 lisans mezunu, %38'i ise lisans üstü eğitime sahiptir.

- Araştırmaya katılanların mezun olduğu bölümlere göre dağılımı İşletme

%19, İnşaat mühendisliği %19, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi bölümleri mezunu oranı %31, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi mezunu ise %31 olarak tespit edilmiştir.

- Firma çalışan sayıları 100-500 %25, 501-1000 %12, 3001-5000 %13, 5001 ve üzeri ise %50 olarak tespit edilmiştir.

- Araştırmaya katılanların faaliyet gösterilen sektöre göre dağılımı ise İnşaat, Enerji, Maden, Medya %6, İnşaat, Enerji, Maden %6, İnşaat %44, İnşaat, Enerji, Hizmet %25, İnşaat, Enerji %13 olarak tespit edilmiştir.

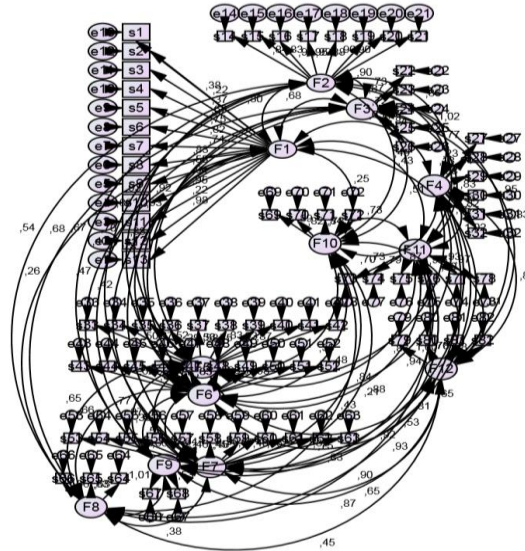
#### 2.4.1. Yapısal Eşitlik Modeli Analizleri ve Sonuçları

Büyük ölçekli inşaat firmalarının etkilendiği düşünülen, çevre faktörlerinin ayrı ayrı doğrulayıcı faktör analizi uygulamaları yapılmıştır. Daha sonra dış çevre etkenlerinin toplam skorları SPSS 22 programında alınarak, buradan AMOS 16 paket programına aktarılmıştır. AMOS programında yapılan yol analizi ile araştırma konusunun en önemli bulgusuna ulaşılmış oldu.

##### 2.4.1.1. Dış Çevre Etkenlerinin I. Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi araştırma evresine başlamadan belli olan bir ilişkiyi test ederken kullanılan birçok değişkene sahip bir yöntemdir (Güleş ve diğerleri, 2011:72). Bu yöntem kullanılarak, daha önce de ifade edilen alan yazına sadık şekilde hareket edilmiş ve veriler bu yöntemle göre analize tabi tutulmuştur.

Şekil 1. Dış Çevre Etkenleri Birinci Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi



Dış çevre etkenleri birinci düzey doğrulayıcı faktör analiz uyum iyiliği

indeksleri  $\chi^2 / df=3,266$ , RMSEA=0,069, NFI=0,81, PNFI=0,84, CFI=0,89, NNFI=0,86, PNFI=0,81, PGFI=0,88, RMR=0,071, GFI=0,90, AGFI=0,87 şeklinde hesaplanmıştır.

Elde edilen uyum iyiliği kriterlerine göre çalıştırılan modelde, dış çevre etkenlerinin I. düzey doğrulayıcı faktör analizi modeli kabul edilebilir sınırlar içinde olduğu kabul edilmektedir.

Birinci düzey doğrulayıcı faktör analizi regresyon katsayıları standardize edilmiş değerleri ile aşağıda verilmiştir.

Ekonomik çevre bağımsız değişkenini; yatırım teşvik alanları ve oranları 0.975, kartelleşme ve tekelleşme eğilimleri 0.215\*, döviz fiyatlarındaki değişim 0.950, ekonomik büyüme 0.938, gümrük mevzuatı 0.554, ithalat ve ihracat olanakları 0.828, merkez bankası politikaları 0.739, enflasyon 0.818, fon ve kaynak kullanımları 0.754, vergiler 0.675, faiz hadleri 0.371\*, tasarruf oranları 0.275\*, emisyon hacmi 0.382\* düzeyinde yordamaktadır (\*Regresyon katsayısı  $\leq 0,40$  olduğundan yordama gücü yetersizdir).

Teknolojik çevre bağımsız değişkenini; endüstrideki teknolojik değişim hızı 0.839, sanayide makinalaşma ve otomasyon 0.835, bilgisayar destekli üretim 0.919, işgücünde yeni beceriler geliştirme olanakları 0.988, çalışanların yaratıcılığı 0.950, faaliyet alanında ar-ge yoğunluğu 0.879, ikame mal teknolojisi ve değişim hızı 0.905, üretim faktörlerinin teknolojisi ve değişim potansiyeli 0.901 düzeyinde yordamaktadır.

Sosyo-kültürel çevre bağımsız çevre değişkenini; toplumun dünya görüşü ve değerleri 0.727, işletme çalışanlarının dünya görüşü ve değerleri 0.867, nüfus artış hızı 0.717, gelir dağılımındaki değişiklikler 0.574, toplumun eğitim ve kültür seviyesi 0.839 düzeyinde yordamaktadır.

Doğal çevre bağımsız değişkenini; toprak, hava ve su kirliliği 0.226\*, gürültü 0.178\*, nükleer enerji girişimleri 0.332\*, temiz enerji girişimleri (rüzgar, güneş, dalga) 0.826, iklim şartları 0.535, çevre kirliliğini önleyici tedbirler 0.819 düzeyinde yordamaktadır (\*Regresyon katsayısı  $\leq 0,40$  olduğundan yordama gücü yetersizdir).

Politik ve yasal çevre bağımsız değişkenini; siyasi eğilimlerdeki değişiklikler 0.504, mülkiyet kanunu 0.828, seçimler 0.524, siyasi partiler arası çekişmeler 0.288\*, hükümet değişiklikleri 0.579, çalışma hayatını düzenleyici kanunlar 0.579, sosyal sigorta mevzuatı 0.753, dışa açılma 0.932, liberasyon 0.871 düzeyinde yordamaktadır (\*Regresyon katsayısı  $\leq 0,40$  olduğundan yordama gücü yetersizdir).

Devlet bağımsız değişkenini; devletin ücretlere müdahalesi 0.621, devletin fiyat kontrolleri 0.557, devletin yerli üreticiyi koruması 0.858, devletin tüketiciyi koruması 0.858, devletin anti-tröst kanunları 0.827, devletin vergi kanunlarına müdahalesi 0.652, devletin kredi politikaları 0.602, devletin yatırım

teşvikleri 0.981, devletin ihracatı kolaylaştırması 0.936, devletin teknoloji gelişimine katkısı 0.983 düzeyinde yordamaktadır.

Rakipler bağımsız değişkenini; rakiplerin pazara giriş çıkışları 0.298\*, uluslararası rekabet durumu 0.653, ulusal rekabet durumu 0.666, pazardaki rakip sayısı 0.643, pazardaki rakiplerin büyüklüğü 0.455, rakiplerin pazar payını kontrolü 0.398, rakiplerin ürün farklılaşmaları 0.451, rakiplerin ürettikleri mal ve hizmet miktarı 0.497, rakiplerin ürettikleri mal ve hizmet kalitesi 0.666, yabancı pazarlardaki fırsatlar 0.766, rakiplerin üretim teknolojileri 0.649 düzeyinde yordamaktadır (\*Regresyon katsayısı  $\leq 0,40$  olduğundan yordama gücü yetersizdir).

Satıcılar bağımsız değişkenini; satıcı firmaların sayıları 0.830, satıcı firmaları büyüklükleri 0.649, satıcı pazarın yapısı 0.955 düzeyinde yordamaktadır.

Tedarikçiler bağımsız değişkenini; Üretim Faktörlerinin Bulunabilirliği 0.527, Üretim Faktörlerinin Maliyeti 0.877 düzeyinde yordamaktadır.

Finans kuruluşları bağımsız değişkenini; banka ve benzeri finans kurumları nezdindeki kredibilite 0.893, para temin maliyeti 0.821, sermaye piyasasının hisse senedi ihracı 0.779, sermaye piyasasına tahvil ihracı 0.841, düzeyinde yordamaktadır.

Müşteriler bağımsız değişkenini; kredili satış yapmak 0.971, yaptığınız ürün ve hizmetlerin fiyatları 0.930, ürettiğiniz ürünün veya hizmetin garantisi 0.909, ürettiğiniz ürünün veya hizmetin bulunabilirliği 0.788, ürettiğiniz mal veya hizmetin kalitesi 0.734, firmanın tanınırlığı 0.703 düzeyinde yordamaktadır.

Sendika bağımsız değişkenini; işçi-işveren ilişkisi 0.823, işçi sendikalarının tutumu 0.776, işveren sendikalarının tutumu 0.698, işgücü piyasalarının özellikleri 0.776 düzeyinde yordamaktadır.

Bağımlı değişkenler arası kovaryans tahminleri ise şöyle sıralanmaktadır; ekonomik çevre ile teknolojik çevre 0.813, ekonomik çevre ile sosyo-kültürel çevre 0.672, ekonomik çevre ile müşteriler 0.539, teknolojik çevre ile sosyo-kültürel çevre 0.754, teknolojik çevre ile tedarikçiler 0.400, teknolojik çevre ile finansal kuruluşlar 0.471, sosyo-kültürel çevre ile doğal çevre 0.176, sosyo-kültürel çevre ile devlet 0.627, sosyo-kültürel çevre ile sendikalar 0.811, devlet ile finansal kuruluşlar 0.423'dür.

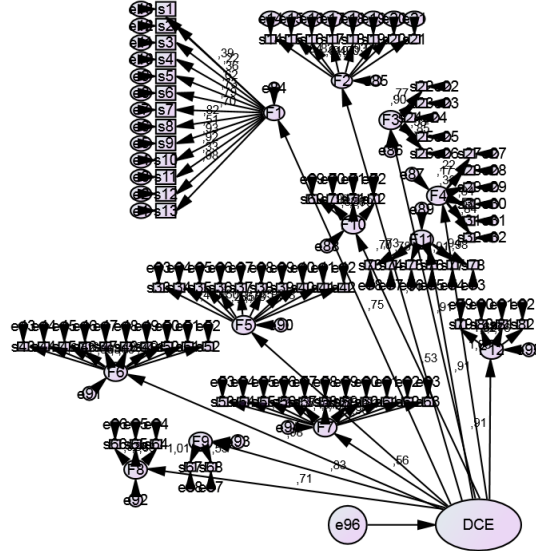
Dış çevre etkenlerinin birinci düzey doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve yukarıdaki sonuçlar ve şekil elde edilmiştir. 12 bağımlı değişken ve bu bağımlı değişkenleri yordayan 82 bağımsız değişkenler ile doğrulayıcı faktör analizi ilişkileri kurulmuş ve şekilde de görüldüğü üzere çok karmaşık bir görüntü elde edilmiştir. Amos 16 paket programında böyle durumlarla karşılaşılması muhtemel olduğu için regresyon katsayıları ve korelasyon katsayıları görebilmek için büyüteç aracı da bulunmaktadır.

Bağımlı değişkenler arasındaki kovaryans değerleri I. Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi ile bulunmuş ve  $p \leq 0,05$ 'den büyük olan değerler anlamsız olduğundan dolayı değerlendirme dışı tutulacaktır. Anlamlı ilişkilerin olduğu bağımlı değişken kovaryansları ifade edilmiştir.

### 2.3.1.2. Dış Çevre Etkenleri II. Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi

Birinci düzey faktörlere doğrudan etkisi olan ikinci düzey faktörün tanımlanması amacıyla kurulan doğrulayıcı faktör analizi modellerinde, yapılar arasındaki hiyerarşik ilişkiler hakkındaki varsayımların gösterilmesi olanaklıdır (Çokluk ve diğerleri, 2012:272). Bu olanağın kurulduğu yapıda on iki farklı bağımlı değişken tek bir faktör (Dış Çevre Etkenleri) altına toplanmıştır. Bu şekildeki kurulan yapıda artık birinci düzey faktörler içsel değişken iken, ikinci düzey faktör ise dışsal değişken olarak tanımlanmaktadır.

Şekil 2. Dış Çevre Etkenleri 2. Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi



Dış çevre etkenleri ikinci düzey doğrulayıcı faktör analiz uyum iyiliği indeksleri  $\chi^2 / df=2,947$ ,  $RMSEA=0,065$ ,  $NFI=0,87$ ,  $PNFI=0,86$ ,  $CFI=0,90$ ,  $NNFI=0,87$ ,  $PNFI=0,86$ ,  $PGFI=0,89$ ,  $RMR=0,068$ ,  $GFI=0,89$ ,  $AGFI=0,87$  şeklinde hesaplanmıştır.

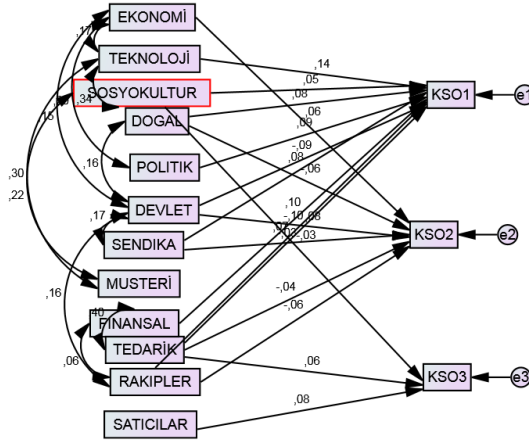
Dış Çevre Etkenleri II. Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli kurulduktan sonra elde edilen uyum iyiliği kriterleri kabul edilebilir uyum ölçüleri içinde yer almaktadır. İçsel değişkenlerin dışsal değişkenleri yordama katsayıları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

İkinci düzey doğrulayıcı faktör analizi sonucunda dış çevre etkenlerini yordayan içsel değişkenlere ilişkin yordama katsayıları şu şekilde çıkmıştır; Ekonomik Çevre 0.750, Teknolojik Çevre 0.914, Sosyo-Kültürel Çevre 0.910, Doğal Çevre 0.854, Politik ve Yasal Çevre 0.965, Devlet 0.982, Rakipler 0.560,

Satıcılar 0.712, tedarikçiler 0.833, Finansal Kuruluşlar 0.535, Müşteriler 0.910, Sendikalar 0.914'tür.

#### 2.4.1.2. Çevre Etkenlerinin Kurumsal (Üst Yönetim) Stratejilerine Etkisi: Yol (Path) Modeli

Dış çevre etkenlerinin kurumsal stratejilere etkisinin yol analizi yapılmış aşağıdaki şekil ve tabloda bulunan uyum iyiliği kriterleri elde edilmiştir. Elde edilen uyum iyiliği kriterleri kabul edilebilir sınırlar içinde olduğundan dolayı model kabul edilmiştir.



Şekil 3. Dış Çevre Etkenlerinin Kurumsal Stratejiler İle İlişkisini Gösteren Yol Analizi

Dış çevre etkenlerinin kurumsal stratejiler ilişkisine ilişkin yol analizi uyum iyiliği indeksleri  $\chi^2 / df=1,989$ , RMSEA=0,067, NFI=0,91, PNFI=0,81, CFI=0,89, NNFI=0,91, PNFI=0,81, PGFI=0,85, RMR=0,058, GFI=0,89, AGFI=0,84 şeklinde hesaplanmıştır.

Yapılan çevre etkenlerinin kurumsal stratejilere etkisi yol modeli analizi sonucunda aşağıdaki yol katsayıları elde edilmiştir.

Kurumsal Strateji Ölçeği 1'i Ekonomi 0.510, Teknoloji 0.15, Doğal Çevre 0.077, Politik çevre 0.091 düzeyinde yordamaktadır. Kurumsal Strateji Ölçeği 2'yi Devlet 0.09, Sendika 0.073, Finansal çevre 0.094 düzeyinde yordamaktadır. Kurumsal Strateji Ölçeği 3'ü ise Tedarikçiler 0.103, Rakipler 0.063, Satıcılar 0,080 düzeyinde yordamaktadır (Sadece anlamlı olan  $[\leq 0,05]$  yol katsayıları yer almaktadır).

#### 2.4.1.3. Yapısal Eşitlik Analizi Bulguları

Ekonomik çevre etkenlerinin yordama katsayılarına bakıldığında yatırım teşvik oranlarının ekonomik çevreyi yordama katsayısı 0,97 oranında gerçekleşmiştir. Kartelleşme ve tekelleşme eğilimleri yordama katsayısı 0,21 olduğundan yordama gücü düşük çıkmıştır. Döviz fiyatlarındaki değişim yordama katsayısı 0,95 oranında güçlü bir yordamaya sahiptir. Ekonomik

büyüme yordama katsayısı 0,93 oranıyla güçlü bir yordamaya sahiptir. Gümrük mevzuatının yordama katsayısı 0,55 olarak, düşük oranda gerçekleşmiştir. İthalat ve ihracat oranları 0,88 oranında yordama katsayısı ile güçlü bir etkiye sahip olmuştur. Merkez bankası politikalarının yordama gücü ise 0,73 oranında gerçekleşmiştir. Enflasyon yordama katsayısı ise 0,81 oranında gerçekleşmiş ve güçlü bir etkiye sahiptir. Fon kaynak ve kullanımlarının yordama katsayısı ise 0,75 oranında yine güçlü bir etkiye sahiptir. Vergilerin yordama katsayısı ise 0,67 oranında gerçekleşmiş ve çok güçlü bir etkiye sahip değildir. Faiz hadleri, tasarruf oranları ve emisyon hacmi yeterli düzeyde yordama katsayısına sahip değildir.

Teknolojik çevre faktörlerinde ise endüstrideki teknolojik değişim hızının yordama katsayısı 0,83 oranında gerçekleşmiş ve güçlü bir yordama gücüne sahiptir. Sanayide makinalaşma ve otomasyon çevre etkeni 0,83 oranında güçlü bir yordamaya sahiptir. Bilgisayar destekli üretim çevre etkenin yordama katsayısı 0,91 oranında güçlü etkiye sahiptir. İşgücünde yeni beceriler geliştirme olanakları çevre etkeni 0,98 oranında çok güçlü bir etkiye sahiptir. Çalışanların yaratıcılığı çevre etkeni 0,95 oranında çok güçlü bir yordama gücüne sahiptir. Faaliyet alanında arge yoğunluğu 0,87 oranında güçlü bir yordama gücüne sahiptir. İkame mal ve teknolojisi ve değişim hızı 0,90 oranında güçlü yordama gücüne sahiptir. Üretim faktörlerinin teknolojisi ve değişim potansiyeli çevre etkeni 0,90 oranında güçlü bir yordam gücüne sahiptir.

Sosyo-kültürel çevre ölçeğinde ise toplumun dünya görüşü ve değerleri 0,72 oranında yeterli bir yordama gücüne sahiptir. İşletme çalışanlarının dünya görüşü 0,86 güçlü bir yordama gücüne sahiptir. Nüfus artış hızı 0,71 oranında ortalama bir yordama gücüne sahiptir. Gelir dağılımdaki değişiklikler 0,57 oranında düşük bir yordama gücüne sahiptir. Toplumun eğitim ve kültür seviyesi 0,83 oranında güçlü bir yordama gücüne sahiptir.

Doğal çevre etkenleri ölçeğinde ise toprak, hava ve su kirliliği çevre etkeni, gürültü çevre etkeni, nükleer enerji girişimi çevre etkeni 0,40 oranının altında bir yordama gücüne sahip olduğundan değerlendirmeye alınmamıştır. Temiz enerji girişimi çevre etkeni 0,82 oranında güçlü bir yordama gücüne sahiptir. İklim şartları çevre etkeni 0,53 oranında düşük bir yordama gücüne sahiptir. Çevre kirliliğini önleyici tedbirler çevre etkeni 0,81 oranında güçlü bir yordama gücüne sahiptir.

Politik ve yasal çevre ölçeğinde ise mülkiyet kanunu ve siyasi partiler arasındaki değişimler 0,40 oranının altında bir yordama gücüne sahip olduğundan dolayı değerlendirmeye alınmamıştır. Siyasi eğilimlerde değişimler etkeni 0,50 oranında düşük bir yordama gücüne sahiptir. Seçimler çevre etkeni 0,52 oranında düşük bir yordama gücüne sahiptir. Hükümet değişiklikleri çevre etkeni 0,57 oranında düşük bir yordama gücüne sahiptir. Çalışma hayatını düzenleyici kanunlar çevre etkeni 0,57 oranında düşük bir yordama gücüne sahiptir. Sosyal sigortalar mevzuatı çevre etkeni 0,75 oranında kendi ölçeği

içinde yüksek bir yordama gücüne sahiptir. Dışa açılma çevre etkeni 0,93 oranında çok güçlü bir yordama gücüne sahiptir. Liberasyon çevre etkeni ise 0,87 oranında güçlü bir yordama gücüne sahiptir.

Devlet çevre ölçeğinde ise devletin ücretlere müdahalesi çevre etkeni 0,61 oranında düşük bir yordama gücüne sahiptir. Devletin fiyat kontrolleri çevre etkeni ise 0,55 oranında düşük bir yordama gücüne sahiptir. Devletin yerli üreticiyi koruma kanunu çevre etkeninin 0,85 oranında güçlü bir etkiye sahiptir. Devletin tüketiciyi koruması 0,85 oranında güçlü bir yordama gücüne sahiptir. Devletin anti-tröst kanunları 0,82 oranında güçlü bir yordama gücüne sahiptir. Devletin vergi kanunlarına müdahalesi çevre etkeni 0,65 oranında düşük bir yordama gücüne sahiptir. Devletin kredi politikalarına müdahalesi çevre etkeni 0,60 oranında düşük bir yordama katsayısına sahiptir. Devletin yatırım teşvikleri çevre etkenleri 0,98 oranında çok güç bir yordama gücüne sahiptir. Devletin ihracatı kolaylaştırması çevre etkeni 0,93 oranında güçlü bir yordama gücüne sahiptir. Devletin teknoloji gelişimine katkısı çevre etkeni 0,98 oranında çok güçlü bir yordama gücüne sahiptir.

Rakipler çevre etkeni ölçeğinde ise rakiplerin pazara giriş çıkışları ve rakiplerin Pazar payı kontrolü çevre etkenleri 0,40 oranının altında bir yordama gücüne sahip olmasından dolayı değerlendirmeye tabi tutulmamıştır. Uluslararası rekabet durumu çevre etkeni 0,65 oranında düşük bir yordama gücüne sahiptir. Ulusal rekabet durumu çevre etkeni 0,66 oranında düşük bir yordama gücüne sahiptir. Pazardaki rakip sayısı 0,64 oranında düşük bir yordama gücüne sahiptir. Rakiplerin pazardaki büyüklüğü çevre etkeni 0,45 oranında çok düşük bir yordama gücüne sahiptir. Rakiplerin ürün farklılaşmaları çevre etkeni 0,45 oranında düşük bir yordama katsayısına sahiptir. Rakiplerin ürettikleri mal ve hizmet miktarı çevre etkeni 0,49 oranında çok düşük bir yordama katsayısına sahiptir. Rakiplerin ürettikleri mal ve hizmetin kalitesi çevre etkeni 0,66 oranında düşük bir yordama gücüne sahiptir. Yabancı pazarlardaki fırsatlar 0,76 oranında güçlü bir yordama katsayısına sahiptir. Rakiplerin üretim teknolojileri 0,65 oranında düşük bir yordama gücüne sahiptir.

Satıcılar çevre etkenleri ölçeğinde ise satıcı firmaların büyüklüğü 0,83 oranında güçlü bir yordama gücüne sahiptir. Satıcı firmaların büyüklüğü 0,65 oranında düşük bir yordama gücüne sahiptir. Satıcı pazarın yapısı çevre etkeni 0,95 oranında çok güçlü bir yordama gücüne sahiptir.

Tedarikçiler çevre etkeleri ölçeğinde ise 0,52 oranında düşük bir yordama gücüne sahiptir. Üretim faktörlerinin maliyeti çevre etkeni ise 0,87 oranında güçlü bir yordama gücüne sahiptir.

Finans kuruluşları çevre etkenleri ölçeğinde ise banka ve benzeri finans kurumları nezdindeki kredibilite çevre etkeni 0,89 oranında güçlü bir yordama gücüne sahiptir. Para temin maliyeti çevre etkeni 0,82 oranında güçlü yordama gücüne sahiptir. Sermaye piyasasının hisse senedi ihtiyacı çevre etkeni 0,77



oranında yeterli bir yordama gücüne sahiptir. Sermaye piyasasına tahvil ihracı çevre etkenleri 0,84 oranında güçlü bir yordama gücüne sahiptir.

Müşteriler çevre etkenleri ölçeğinde ise kredili satış yapma çevre etkeni 0,97 oranında çok güçlü bir yordama oranına sahiptir. Yaptığınız ürün ve hizmetlerin fiyatları çevre etkeni 0,93 oranında çok güçlü bir yordama gücüne sahiptir. Ürettiğiniz mal ve hizmetin kalitesi 0,90 oranında çok güçlü yordama gücüne sahiptir. Ürettiğiniz ürünün ve hizmetin bulunabilirliği çevre etkeni 0,78 oranında yordama gücüne sahiptir. Ürettiğiniz ürünün ve hizmetin kalitesi çevre etkeni 0,73 oranında yeterli bir yordama gücüne sahiptir. Firmanın tanınırlığı çevre etkeni 0,70 oranında yeterli bir yordama gücüne sahiptir.

Sendika çevre etkenleri ölçeğinde ise işçi ve işveren çevre etkeni 0,82 oranında güçlü bir yordama gücüne sahiptir. İşçi sendikalarının tutumu 0,77 oranında yeterli yordama gücüne sahiptir. İşveren sendikasının tutumu çevre etkeni 0,69 oranında yeterli bir yordama gücüne sahiptir. İşgücü piyasasının özellikleri çevre etkeni 0,77 oranında yeterli yordama gücüne sahiptir.

Dış çevre etkenlerinin bağımsız değişkenlerle doğrulayıcı faktör analizinin yapılması sonucunda elde edilen sonuçlara göre; bağımsız değişkenlerin çok büyük bir kısmı ölçeği açıklamakta yeterli olmuştur. Ölçeğin sadece inşaat firmalarının bağımsız değişkenlerini ifade etmediği, daha genel bir ölçek olduğu düşünüldüğünde yordama gücünün 0,40 oranının altında olan değerlerin inşaat firmaları için yapılacak çalışmalarda kullanılmaması sonucuna ulaşılmıştır. 0,40 oranının üzerinde olan değerlerin ise ölçeği açıklamada kullanılabilir bağımsız değişkenler olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Çalışmanın verilerinin büyük ölçekli firmalardan elde edilmesi, firmaların kuruluşlarının çok eskiye dayanması, firma değerlerinin 1 milyar dolar seviyesinin üzerinde olması rakipler konusunda büyük endişelerinin olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Dış çevre etkenleri ölçekleri arasındaki kovaryans oranlarına bakıldığında,  $p < 0,05$  anlamlılık düzeyinde, anlamlı olan ilişkiler değerlendirildiğinde ekonomik çevre etkenleri ile teknolojik çevre etkenleri arasında anlamlı ilişki bulunmuş ve kovaryans oranı 0,83 olarak bulunmuştur. Bunun anlamı ise teknolojik çevre etkeni ölçeğinde gerçekleşen bir birimlik değişim ekonomik çevre etkeni ölçeğinde 0,83 oranında değişim olduğu sonucunu vermektedir. Ya da teknolojik çevre etkenleri ölçeğinde pozitif bir değişim isteniyorsa ekonomik çevre etkenleri ölçeğinde değişimin sağlanması gerektiği ve değişim sağlandığı ölçüde teknolojik çevre etkeni ölçeğinde pozitif değişimin oranı görülebilmektedir. Ekonomik çevre etkeni ölçeği ile sosyo-kültürel çevre etkeni ölçeği arasında kovaryans oranı  $p < 0,05$ 'de anlamlı çıkmıştır. Kovaryans oranı 0,67 oranında gerçekleştirmiştir. Bu da ekonomik çevre etkeni ölçeğinde 1 birimlik değişim olduğunda sosyo-kültürel çevre etkeni ölçeğinde 0,67 oranında pozitif değişim olacağını ifade etmektedir. Ekonomik çevre etkeni ölçeği ile müşteri çevre etkeni ölçeği arasında anlamlı pozitif ilişki bulunmuştur. Ekonomik çevre etkenleri ölçeğinde 1 birimlik değişim müşteri

çevre etkenleri ölçeğinde 0,53 oranında pozitif değişimi sağlayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Teknolojik çevre etkenleri ölçeği ile sosyo-kültürel çevre etkenleri ölçeğinde anlamlı ilişki bulunmuştur. Teknolojik çevre etkenleri ölçeğinde 1 birimlik olumlu değişim sosyo-kültürel çevre etkenleri ölçeğinde 0,75 oranında olumlu değişim gerçekleşmektedir. Teknolojik çevre etkenleri ölçeği ile tedarikçiler çevre etkenleri ölçeği arasında anlamlı ilişki bulunmuş ve kovaryans değeri 0,40 olarak değer almıştır. Teknolojik çevre etkeni ölçeğinde 1 birimlik olumlu değişim tedarikçiler çevre etkeni ölçeğinde 0,40 oranında olumlu değişime sebep olmaktadır. Teknolojik çevre etkenleri ölçeği ile finansal kuruluşlar ölçeği arasında anlamlı ilişki bulunmuş ve kovaryans oranı 0,47 oranında gerçekleşmiştir. Teknolojik çevrede yaşanan olumlu 1 birimlik değişim finansal kuruluşlar çevre etkenleri ölçeğinde 0,47 oranında olum değişime sebep olmaktadır. Sosyo-kültürel çevre etkeni ölçeği ile doğal çevre etkeni ölçeği arasında anlamlı ilişki bulunmuş ve kovaryans oranı 0,17 olarak gerçekleşmiştir. Sosyo-kültürel çevre etkenleri ölçeğinde 1 birimlik olumlu değişim doğal çevre etkenlerinde 0,17 oranında olumlu değişime sebep olmaktadır. Sosyo-kültürel çevre etkenleri ölçeği ile devlete ilişkin çevre faktörleri ölçeği arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş ve kovaryans oranı 0,62 oranında gerçekleşmiştir. Sosyo-kültürel çevrede gerçekleşen 1 birimlik olumlu değişim devlete ilişkin faktörlerde 0,62 oranında olumlu değişime sebep olmaktadır. Sosyo-kültürel çevre etkeni ölçeği ile sendikalara ilişkin etmenler ölçeği arasında anlamlı ilişki bulunmuş ve kovaryans oranı 0,81 oranında gerçekleşmiştir. Sosyo-kültürel çevre etkeni ölçeğinde 1 birimlik olumlu değişim sendikalara ilişkin çevre etkenleri ölçeğinde 0,81 oranında olumlu değişime sebep olmaktadır. Devlete ilişkin çevre etkenleri ölçeği ile finansal kuruluşlara ilişkin çevre etkenleri ölçeği arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş ve kovaryans oranı 0,42 oranında gerçekleşmiştir. Devlete ilişkin çevre faktörleri ölçeğinde bir birimlik olumlu değişim finansal kuruluşlara ilişkin çevre etkenleri ölçeğinde 0,42 oranında olumlu değişime sebep olmaktadır.

Dış çevre etkenlerinin II. Düzey doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre, hiyerarşik şekilde düzenlenerek yapılan analizlerin hangi ölçeğin, dış çevre bağımlı değişkenine (dışsal değişken) hangi dış çevre (içsel değişken) ölçeğinin yordama katasayısına sahip olduğuna ilişkin sonuçlara ulaşılmıştır. Ekonomik çevre etkenleri, dış çevre etkenini 0,75 oranında yordamaktadır. Teknolojik çevre etkeni, dış çevre etkenini 0,91 oranında yordamaktadır. Sosyo-kültürel çevre, dış çevre etkenini 0,91 oranında yordamaktadır. Doğal çevre etkeni, dış çevre etkenini 0,85 oranında yordamaktadır. Politik ve yasal çevre etkeni, dış çevre etkenini 0,96 oranında yordamaktadır. Devlet çevre etkeni, dış çevre etkenini 0,98 oranında yordamaktadır. Rakiplere ilişkin çevre etkeni 0,56 oranında yordamaktadır. Satıcılar çevre etkeni, dış çevre etkenini 0,71 oranında yordamaktadır. Tedariçiler çevre etkeni, dış çevre etkenini 0,83 oranında yordamaktadır. Finansal kuruluşlar çevre etkeni, dış çevre etkenini 0,53 oranında yordamaktadır. Müşteriler çevre etkeni, dış çevre etkenini 0,91

oranında yordamaktadır. Sendikalar çevre etkeni, dış çevre etkenini 0,91 oranında yordamaktadır.

Dış çevre etkenlerinin kurumsal stratejiler ile ilişkisini gösteren yol analizi sonuçlarına göre gözlenen değişken haline getirilen dış çevre etkenleri kurumsal strateji ölçeğine şekilde gösterildiği ilişkilere sahiptir. En güçlü ilişki teknoloji çevre etkeni ile kurumsal strateji I ölçeği arasında gerçekleşmiştir. Teknoloji etkeni ile kurumsal strateji I ölçeği arasındaki regresyon katsayısı 0,86 oranında gerçekleşmiştir. Çeşitlendirme stratejileri uygulamalarında en güçlü dış çevre etkeni teknoloji etkeni olarak ortaya çıkmıştır. Bu demektir ki çeşitlendirme stratejileri uygularken teknoloji değişkenine dikkat edilmelidir.

### **Sonuç**

Kurumsal stratejilerin uygulamaları grup şirket olarak çalışan, genellikle de büyük ölçeğe sahip olan firmalar tarafından uygulanmaktadır. Çalışmamıza konu olan büyük ölçekli inşaat firmaları (BÖİF) grup şirket olarak faaliyet göstermekte ve yatırımlarını oldukça çeşitlendirmiş bulunmatadırlar. Dolayısı ile stratejik yönetimin kurumsal strateji uygulamalarını uygulamaktadırlar. Çalışma kapsamında Gürış Holding ve Yüksel İnşaat firmalarına gidilmiştir. Bu firmalar liman, metro, otoban, toplu konut, idari binaların inşaatları yapmaktadırlar. İnşaat sektörü yatırımlarından sonra en fazla yatırım enerji sektörüne yapılmıştır. Daha sonra çok daha farklı sektörlere de çeşitlendirmeli yatırımları gerçekleşmiştir.

Bu firmaların ana faaliyet konuları inşaat sektörüdür. İNTES (Türkiye İnşaat Sanayicileri İşveren Sendikası) 2014 raporuna göre; 2013 yılında inşaat sektörünün GSMH içindeki payı %6 seviyesinde gerçekleşmiştir. Türk inşaat sektörü 1.800.000'e yakın istihdam sağlama ile önemli bir istihdam alanı olmaktadır. Türk müteahhitlik firmaları ilk kez 1972 yılında ilk uluslararası yatırımı yapmış ve 109 milyon dolarlık taahhüt gerçekleştirmiştir. O günden bu güne dek geçen sürede 2014 yılı rakamlarına göre 277 milyar dolarlık taahhüt gerçekleştirilmiş ve bitirilen proje sayısı 7.371 olmuştur. Uluslararası piyasalarda Türk inşaat sektörü aranan bir marka haline gelmiştir. Bu faaliyetler daha çok Rusya, Ortadoğu ve Türki Cumhuriyetlerde gerçekleşmiştir (İntes, 2015:3-4).

Sonuç olarak çevre etkenleri BÖİF'lerde strateji seçimlerinde etkilidir. Kurumsal strateji seçiminde dış çevre etkenleri ölçekleri belirli oranlarda etkiye sahiptir. Yapılan ankette kurumsal strateji ölçeğindeki bazı sorular cevapsız bırakılmış ve boş bırakılan seçeneklere SPSS paket programında kayıp değerlere ortalama değer ataması yapılarak cevapsız soru bırakılmamıştır. Yol analizinde eksik cevaplamaların etkisi ile yordama katsayıları tam olarak beklenen düzeylerde gerçekleşmemiştir. Bazı eksiklikler olmuş olsa da beklenen ilişki Yapısal Eşitlik Modeli kurulmuş ve teorik model doğrulanmıştır.

### **TEŞEKKÜR**

Bu çalışma Süleyman Demirel Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri

Koordinasyon Birimi 3994-D1-14 nolu proje tarafından desteklenmiştir.

### **Kaynakça**

- Alparslan, A. M. ve İ. H. Çarıkçı (2014). İşletmede Strateji Oluşturma Yaklaşımlarını Değerlendirmeye Yönelik Bir Vaka Çalışması. Yönetim: İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadı Enstitüsü Dergisi, Sayı (76): 18-44.
- Aslanoğlu, S., (2007). Bir Büyüme Stratejisi Olarak Franchising Sistemi; Firmalar Açısından Önemi, Mevzuat Boyutu Ve Muhasebe Uygulaması.
- Ayyıldız, H., Cengiz, E., (2006). Pazarlama modellerinin testinde kullanılabilir yapısal eşitlik modeli (YEM) üzerine kavramsal bir inceleme. Suleyman Demirel University The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences, 11(1), 63-84.7
- Berchicci, L., Dowell, G., & King, A. A. (2012). Environmental capabilities and corporate strategy: Exploring acquisitions among US manufacturing firms. Strategic Management Journal, 33(9), 1053-1071.
- Berke, D. (2005). Succession planning and management: A guide to organizational systems and practices, Center for Creative Leadership.
- Boztosun, N. A. O. (2009). Türkiye için nasıl bir rekabet mevzuatı ve uygulaması? Rekabet kurumu için yeni açılımlar. Rekabet Hukukunda Güncel Gelişmeler Sempozyumu-v11: 71.
- Bresnahan, T. F. ve Levin, J. D. (2012). Vertical integration and market structure, National Bureau of Economic Research.
- Chang, S. C. ve C.-F. Wang (2007). The effect of product diversification strategies on the relationship between international diversification and firm performance. Journal of World Business, 42(1): 61-79.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., Büyüköztürk, Ş., (2010). Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları. Pegem Akademi.
- Eisenhardt, K. M. and Piezunka, H. (2011). Complexity theory and corporate strategy. The Sage handbook of complexity and management: 506-523.
- Emhan, A., Kula, S., Töngür, A., (2013). Yapısal Eşitlik Modeli Kullanılarak Yönetici Desteği, Örgütsel Bağlılık, Örgütsel Performans Ve Tükenmişlik Kavramları Arasındaki İlişkilerin Analizi: Kamu Sektöründe Bir Uygulama. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 31(1).
- Güleş, H. K., Akgemci, T., Türkmen, M., (2011). Stratejik Üretim İşletme Performansı İlişkisi: Yapısal Eşitlik Modellemesi Üzerine Bir Analiz. Ekonometri ve İstatistik e-Dergisi, Sayı (13), 62-79.
- İntes, (2015). Türkiye İnşaat Sanayicileri İşveren Sendikası Şubat 2015 raporu.

- Karaevli, A. (2006). Çeşitlendirme stratejileri ve yönetim kontrol sistemlerinin Türkiye'deki işletme gruplarının değişim kapasitesi üzerindeki etkileri.
- Karaevli, A. (2008). Türkiye'deki işletme gruplarında çeşitlendirme stratejilerinin evrimi. Yönetim Araştırmaları Dergisi (Journal of Management Research).
- Karatay, P. (2013). Kaynak Tabanlı Yaklaşımın Dikey Bütünleşme Stratejisi Üzerine Etkilerini Ölçen Bir Çalışma, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Karaveli, A., (2008). Türkiye'deki işletme gruplarında çeşitlendirme stratejilerinin evrimi. Yönetim Araştırmaları Dergisi (Journal of Management Research).
- Koçoğlu, D. (2012). Büyük Sanayi Kuruluşlarının Büyüme Stratejilerinin BAHS ile Değerlendirilmesi: Denizli Örneği. Ege Akademik Bakış 12(2): 267-283.
- Koparal, C. ve Şakar, A. N. (2013). Stratejik Yönetim-II.
- Küp, H. F. (2012). Stratejik Planlama Süreci Ve Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerde Yaşanan Sorunların Stratejik Planlama İle Çözülmesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Lechner, C. ve Dowling, M. (2003). Firm networks: external relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms. Entrepreneurship & Regional Development 15(1): 1-26.
- Özgür, G. (2007), Denizli Kobi'lerinde Stratejik Yönetim, Yayınlanmamış Yüksel Lisans Tezi, Denizli.
- Saylı, H., Kurt, M., Baytok, A. (2006). Şebeke (Network) Organizasyon Yapılarının Rekabet Gücü Kazandırma Rolü ve Afyonkarahisar Mermer Sektöründe Bir Uygulama Örneği. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı (16).
- Soylu, Y. ve İleri, H. (2010). "Hastanelerde Stratejik Yönetim Uygulamaları Sü Meram Tıp Fakültesi Örneği." Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Myo Dergisi 13(1-2): 79-96.
- Şahin, B., Taşkaya, S., (2010). Sağlık Çalışanlarının Örgütsel Adalet Algılarını Etkileyen Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modeli İle İncelenmesi. Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 13(2).
- Tokat, B., Kara, H. (1999). Yeniden yapılanma (restructuring) stratejileri. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı (3).
- Tuğay, O., Dalğar, H., Tekşen, Ö. (2014). Ekonomik Kriz Dönemlerinde İşletmelerin Muhasebeye Karşı Tutumlarındaki Değişikliklerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Journal of Accounting & Finance, Sayı (61).
- Tür R., Kazaz A., (2005). İnşaat Firmalarında Stratejik Planlama Süreci Ve İzlenen Staratejilerin Miles-Snow Tipolojisine Uyarlanması ", Antalya

Yöresinin İnşaat Mühendisliği Sorunları Kongresi, 659-668.

Yılmaz, V., (2004). Lisrel ile yapısal eşitlik modelleri: Tüketici şikâyetlerine uygulanması.

Yücenur, G. N., Demirel, N. Ç., Ceylan, C., Demirel, T., (2011). Hizmet değerinin müşterilerin davranışsal niyetleri üzerindeki etkisinin yapısal eşitlik modeli ile ölçülmesi.

## **Türk İmalat Sanayinin Teknolojik Yapısı Üzerine Bir Değerlendirme**

**Yrd. Doç. Dr. Mehmet AVCI**

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,  
İİBF Fakültesi, İktisat Bölümü  
mehmeta@mu.edu.tr

**Araş. Gör. Soner UYSAL**

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,  
İİBF Fakültesi, İktisat Bölümü  
soneruysal@mu.edu.tr

**Araş. Gör. Ramazan TAŞCI**

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,  
İİBF Fakültesi, İktisat Bölümü  
ramazantasci@mu.edu.tr

---

### **Öz**

Türkiye ekonomisi Cumhuriyetin kuruluş yıllarından günümüze sanayide önemli başarımlar göstermesine karşın, geleneksel bazı sektörler dışında kendi teknolojisini üreten bir üretim mekanizmasını kuramamış, sanayileşme sürecine sonradan katılan bir ülke olarak teknoloji farklılıkları Türkiye'nin aleyhine hızla açılmıştır. İmalat sanayinde meydana gelen yapısal değişimin analizi için alt sektörlerdeki üretim, dış ticaret ve istihdamın yapısı teknoloji düzeyine göre sınıflandırılarak yapısal değişimin yönü belirlenebilmektedir. Teknoloji düzeyine göre yapılan analizde alt sektörler düşük, orta-düşük, orta-yüksek ve yüksek teknoloji olarak sınıflandırılmaktadır. Bu çalışmada Türk imalat sanayinin üretim ve katma değer yapısı ile birlikte dış ticaretinin ve istihdamın teknolojik yapısının incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışma 2003-2015 yılları arası dönemi kapsamakta olup, çalışmada TÜİK Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri ile Dünya Bankası Kalkınma Göstergelerine ait veriler kullanılmıştır. Bu kapsamda çalışmada ilk olarak imalat sanayinin ekonomideki büyüklüğü ortaya konulduktan sonra Türk imalat sanayi üretim, katma değer, ihracat, ithalat, girişim sayısı ve istihdam verileri teknoloji düzeylerine göre değerlendirilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgulara göre Türk imalat sanayinin teknolojik yapısı değerlendirmeye alınan tüm göstergelerde düşük ve orta-düşük yoğunlukta toplanmaktadır ve yüksek teknolojiye geçiş konusunda dikkate değer herhangi bir gelişme söz konusu değildir.

**Anahtar Kelimeler:** Türk İmalat Sanayi, Teknoloji Düzeyi, Üretim, Dış Ticaret, İstihdam

## **An Assessment on the Technological Structure of Turkish Manufacturing Industry**

### **Abstract**

Although Turkish economy has showed significant achievements in the industry since the founding years of the Republic to the present day, apart from some traditional sectors, it failed to establish a production mechanism that produces its own technology, as a country participating in the process of industrialization belatedly, differences in technology was opened rapidly against Turkey. The direction of structural changes that have occurred in the manufacturing industry can be determined by classification of the sub-sectors of production, foreign trade and employment structure according to the technology level. In the analysis conducted by technology level, sub-sectors are classified as low, medium-low, medium-high and high-technology. In this study, the production and value-added structure of Turkish manufacturing industry together with the technological structure of foreign trade and employment are aimed to be examined. The study covers the period between the years 2003-2015. TurkStat Annual Industry and Service Statistics and data from World Bank Development Indicators are used in the study. In this context, firstly, the size of manufacturing industry in the economy is revealed, then, production, value added, exports, imports, number of enterprises and employment figures in Turkish manufacturing industry are evaluated according to the level of technology. According to the findings obtained in this study, the technological structure of Turkish manufacturing industry is concentrated on low and medium-low technology levels in all indicators taken into consideration and there is no remarkable improvement in the transition to high-technology level.

**Key Words:** Turkish Manufacturing Industry, Technology Level, Production, Foreign Trade, Employment

### **1. Giriş**

Bilgiyi yeniliğe dönüştürme ve bu yeniliği kullanabilme kabiliyetinin ülkelerin uluslararası rekabet pozisyonunu belirlediği günümüz dünyasında, birçok ülke ekonomilerini dışa açma ve dünya ekonomisiyle bütünleştirme çabası içerisinde. Ülkelerin bu çabalarından verimli sonuçlar alabilmeleri için hiç kuşkusuz yenilik performanslarını ön planda tutmaları gerekmektedir. AB ve OECD literatüründe yenilik kavramı süreç olarak, bir fikri pazarlanabilir bir ürün ya da hizmete, yeni ya da geliştirilmiş bir imalat ya da dağıtım yöntemine, ya da bir toplumsal hizmet yöntemine dönüştürmeyi ifade etmektedir (Avcı, 2007: 1). Bu bağlamda ülkelerin dünya ekonomisiyle bütünleşme performansları, uluslararası rekabet edebilme güçleri, iktisadi büyümeleri ve kalkınmaları, istihdam olanakları yaratmaları yalnızca yeni fikirleri ortaya atabilmeleriyle değil, bu fikirleri teknik ve ticari başarıya dönüştürebilme performanslarıyla da yakından ilişkilidir. Özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra iktisat



literatürüne giren kalkınma kavramı ile birlikte iktisatçılar ülkelerin kalkınmalarında rol alan faktörleri analiz etme ve bu faktörlere açıklık getirme eğilimi içerisinde olmuşlardır. Kalkınma iktisatçıların genel görüşü sanayi sektörünün ve özellikle imalat sanayinin ülkelerin kalkınmalarında kilit rol üstlendiği yönündedir. Ülkelerin kalkınmalarını sağlamaları ve uluslararası düzeyde rekabet edebilmeleri için üretim yapabilme ve yaptığı üretimi yurtdışında pazarlayabilme yeteneklerini sürekli olarak yenilemeleri gerekmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta kalkınmanın lokomotifini gösteren “yenilik” ve “sanayi” kavramlarının birbirinden ayrı düşünülmemesi olacaktır. Dinamik pazar koşullarına yeni fikirler sunamayan ve bu fikirleri ticari ve teknik başarıya dönüştüremeyen bir sanayi, kalkınmanın lokomotifini görevini de üstlenemeyecektir.

Türkiye özellikle 1980 yılı sonrasında dışa açılma ve dünya ekonomisiyle bütünleşme çabası içerisinde olmuştur. Bu bağlamda ithal ikamesine dayalı politikalar yerini ihracata yönelik politikalara bırakmıştır. Bu tarihten günümüze kadar temelde söz konusu politikalarda önemli bir değişiklik olmamakla birlikte, Türkiye'nin Dünyadaki sayılı ekonomiler arasına girme çabası son yıllarda daha sık dile getirilmeye başlanmıştır. Türkiye'nin Dünyanın en büyük ilk 10 ekonomisi içerisinde olabilmesi için kalkınmanın lokomotifini üstlenen sanayi kavramı ile yenilik kavramının birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir. Nitekim bu çalışmada da Türk imalat sanayinin büyüklüğü ve teknolojik yapısı üretim, katma değer, ihracat, ithalat, girişim ve istihdam bazında incelenmektedir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

Teknoloji bir mal veya hizmetin üretimi ile ilgili gerekli bilgi, organizasyon ve tekniklerin bütünü olarak tanımlanmaktadır (Smith, 1994: 6). Bir başka tanıma göre ise, yeni bir mal ortaya çıkaran veya mevcut malların daha ucuz ve kaliteli bir biçimde üretimine olanak veren her türlü bilgi, beceri ve süreçler teknoloji olarak adlandırılmaktadır (Seyidoğlu, 2009: 666). Yenilik ise, işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet) veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Anlağan, 2011: 40). Yenilik konusunda belirli standartlar oluşturmak amacıyla OECD tarafından hazırlanan Oslo Kılavuzu'nda yenilik kavramından algılanan teknolojik yenilik olmakta ve teknolojik yenilik kavramı kılavuzda tüketiciye yeniyi veya daha geliştirilmiş verebilmek için performans özellikleri yüksek bir ürünün oluşturulması ve/veya bu ürünün ticarileştirilmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Oğuztürk, 2003: 254). Bir başka tanıma göre ise

teknolojik yenilik bir ekonominin belirli bir girdi ile daha fazla çıktı elde etmesini, ya da bir başka deyişle aynı miktar çıktının daha az girdi yardımı ile elde edilmesini ifade eden bir kavramdır (Romer, 1990: 72). Bilgiyi üretme, kullanma ve yayma yeteneği olarak tanımlanabilecek teknolojik yetenek, uluslararası rekabet gücünün ve ekonomik büyümenin ve dolayısıyla toplumların refahının en temel belirleyicisi haline gelmiştir (Saygılı, 2003: 5).

Teknolojik değişim sürecinde kavramsal olarak buluş, yenilik ve yayılma olmak üzere üç aşamanın varlığından bahsedilebilir. Buluş, ekonomide uygulanma potansiyeli olan yeni bir düşüncenin oluşturulmasıdır. İkinci aşama, yenilik, buluşun ilk ticari uygulama aşaması olarak tanımlanmaktadır. Yeniliklerin geliştirilmesi büyük ölçüde (yenilik yapan) firmanın içinde bulunduğu teknolojik ve ekonomik koşullar tarafından belirlenmektedir. Teknolojik değişim sürecinde üçüncü aşama ise, yeniliğin diğer işyerleri ve sektörlerle yayılması aşamasıdır. Teknolojik yeniliğin ekonomik etkisi, yeni teknoloji pek çok işyeri tarafından kullanılmaya başladığı için bu aşamada ortaya çıkmaktadır (Eşiyok, 2004: 1). Burada önemli olan nokta bir düşüncenin ya da buluşun “yenilik” özelliği kazanabilmesi için mutlaka ticari ya da teknik bir başarıya dönüşmesi gerekliliğidir. Teknoloji ile ilgili olarak iktisat literatüründe farklı yaklaşımlar olmakla birlikte, klasik iktisadi görüşü temel tartışmaların dışında tutacak olursak, bu alanda iki teorinin güçlü olduğu görülmektedir: Neo-klasik Teori ve Schumpeterci (Evrimci) Teori.

Klasik iktisadın en önemli temsilcilerinden D. Ricaro ve K. Marx, teknolojiyi emek başına çıktı düzeylerinde meydana gelen değişmelerle açıklamaktadır. D. Ricardo teknolojiyi sermayenin bir bileşimi olarak ele almakta ve teknolojik gelişmeyi üretim sürecinde makine kullanımı olarak ifade etmektedir. K. Marx ise sermaye birikimi ile birlikte ortaya çıkan teknolojik gelişmenin işgücü talebi, istihdam düzeyi ve kar oranı üzerindeki etkilerine odaklanmaktadır. Bununla birlikte her iki iktisatçının da teknolojik gelişmeyi üretimde birim çıktı başına daha çok makine ve daha az dolaysız işgücü kullanımı şeklinde ifade ettiğini söyleyebiliriz (Akyüz, 1980: 64, 77). Burada önemli olan nokta teknolojinin klasik iktisatçılar için bir üretim faktörü olan sermaye malı gibi algılanmasıdır.

Neo-klasik yaklaşımda teknoloji, üretim iktisadının bir parçası/uzantısı konumundadır. Bu kuramın en önemli özelliklerinden birisi, üretim teknolojisini çıktı ve girdiler arasındaki ilişkiyi gösteren bir üretim fonksiyonu ile tanımlanmasıdır (Taymaz, 2001: 6). Buna göre neo-klasik iktisatta teknoloji olgusu üretim fonksiyonu çerçevesinde ele alınmakta ve üretimde kullanılan girdi ve çıktı arasındaki teknik ilişkiyi ifade etmektedir (Çiftçi, 2004: 63). Neo – klasik yaklaşımda üretim fonksiyonu üzerindeki hareketin nedeni girdi artışlarına bağlanırken,

üretim fonksiyonundaki kaymanın girdi artışlarına atfedilmeyen kısmı (residual) teknolojik gelişme olarak yorumlanmaktadır. Öte yandan, teknolojik bilginin ekonomik sistemde dışsal olarak geliştiği ve kamusal nitelikte olduğu varsayılmaktadır. Bu durum teknolojinin rahatlıkla çözülebildiği ve dolayısıyla firmadan firmaya transferinin bir çaba ve maliyet gerektirmeyen bir yapıda kabul edildiğini göstermektedir (Soyak, 1995: 94).

Schumpeterci/Evrimci yaklaşım, Schumpeter'in çalışmalarından (1911, 1942) yola çıkarak teknolojik yeniliği, uzun dönemde ekonomik gelişmenin motoru olarak değerlendirmekte, bu nedenle evrimci analizlerde teknolojik yenilik süreci merkezi bir role sahip olmaktadır (Taymaz, 2001: 12). Evrimci kuramın teknoloji yaklaşımı, neo-klasik kuramın yanıtızsız bıraktığı firmalararası teknolojik farklılıkları açıklamaya yönelik olarak geliştirilen bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımın temelinde, teknolojik gelişme sürecinin mikroekonomik doğasına yönelik olarak yapılan çalışmaların bulguları vardır (Soyak, 1995: 97). Schumpeter, yaratıcı-yıkım mekanizmasını yeniliklere, yani teknolojik gelişmelere bağlamıştır. Buna göre yenilikler ortaya çıktıkça eski olanların "yıkılacağı" ve yerini "yenisinin" alacağını savunulmaktadır (Yıldırım ve Kostakoğlu, 2014: 93). Schumpeter bütün bu yeniliklerin merkezine firmaları koymakta ve neo-klasiklerin iddia ettiklerinin aksine, teknolojinin firmadan firmaya geçeceğini ve dışsal kabul edilemeyeceğini belirtmektedir.

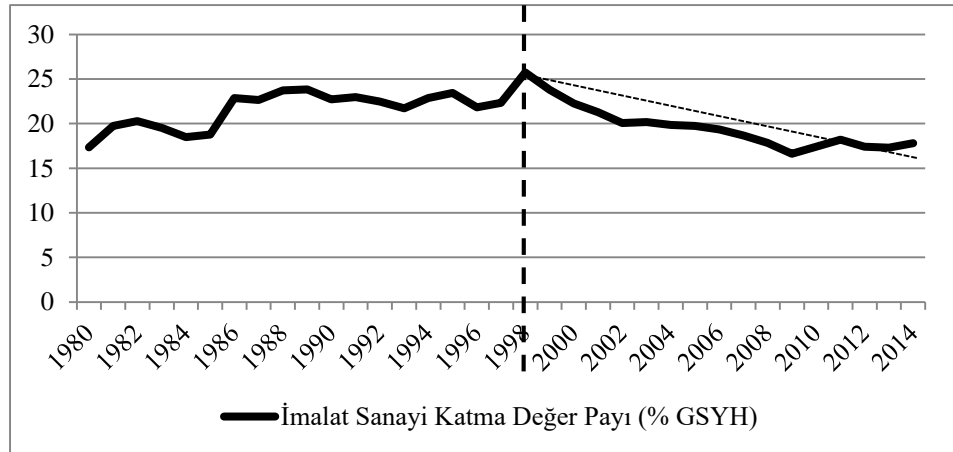
Özellikle İkinci Dünya Savaşı yıllarından sonra ayrı bir bilim dalı olarak ortaya çıkan kalkınma iktisadında sanayi sektörünün kalkınmada kilit rol üstlendiği sonucuna ulaşılmaktadır. R.Nurkse, A.Lewis, R.Prebisch, H.Chennery, C.Clark, S.Kuznets, N.Kaldor gibi tanınmış çok sayıda iktisatçı, İkinci Dünya Savaşı sonrasında az gelişmiş ülkelerin hızlı bir şekilde büyümelerini ve kalkınmalarını sanayileşmeye bağlamışlar, sanayileşmenin iktisadi büyümenin ve kalkınmanın itici gücü olduğunu ileri sürmüşlerdir (Arısoy, 2008: 2). Örneğin Kaldor (1966)'a göre, savaş sonrası dönemde gelişmiş ekonomilerin ekonomik büyümesinde en önemli gerçek, ekonominin genel performansı ve sanayi büyümesi arasındaki ilişkidir. Kaldor'un birinci yasasının temelini oluşturan bu gözlem, sanayi büyümesi ile GSYİH büyümesi arasında yakın bir ilişkinin varlığını ima etmektedir. Kaldor'un bu birinci yasası "İmalat sanayi (genel olarak sanayi) ekonomik büyümenin motorudur." şeklinde özetlenebilir. Yine Kaldor'un ikinci ve üçüncü yasalarına baktığımızda imalat sanayinin üretim artışı ile işgücü verimliliğinin ve toplam verimliliğin pozitif ilişki içinde olduğu savunulmaktadır. Kaldor'un bu düşüncelerini destekleyen birçok ampirik çalışma da imalat sanayinin önemini ortaya koymaktadır (Çetin, 2009: 359). Büyük Britanya'da yaşanan sanayi devriminden günümüze kadar, imalat sanayindeki yüksek katma değerli aktiviteler, ülkelerin

kalkınmasında itici bir güç olagelmıştır (Naude, 2012: 1, 2). Gelişmiş ülkelerin tarım sektöründen sanayi sektörüne geçişlerinde yaşadıkları tecrübelerden yola çıkarak, imalat sanayinin ekonomik büyüme ve gelişmenin lokomotifi olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (Kocabaş, 2010: 33). Bu bağlamda, kalkınma iktisatçıları tarafından büyümenin lokomotifi olarak nitelendirilen imalat sanayi ile özellikle evrimci iktisatçıların önemle üzerinde durduğu teknolojik yenilik kavramları birbirinden ayrı düşünülmemelidir. Bir fikri yeniliğe dönüştüremeyen, yani ticari veya teknik başarıya ulaştıramayan bir imalat sanayi, büyümenin lokomotifi olma özelliğini de yitirecektir.

### 3. Türk İmalat Sanayinin Büyüklüğü

Türk imalat sanayi 2000’li yıllara peş peşe gelen ekonomik krizlerle girmiştir. Dünya Bankası verilerine göre, 1998 yılı sonunda %25 seviyesinde seyreden imalat sanayinin katma değerinin GSYH içindeki payı 2002 yılı sonunda %20 seviyesine gerilemiştir. İmalat sanayinin katma değerindeki bu azalmanın nedeni ile ilgili olarak ekonomik krizlerin sektör üzerinde yarattığı baskı ile ilgili bir algı oluşsa da, kriz sonrası dönemde de imalat sanayinin katma değerindeki azalma eğiliminin devam ettiği görülmektedir. Aşağıdaki Şekil 1’den de görülebileceği üzere 2002 yılı sonu itibarıyla %20 seviyelerindeki imalat sanayinin katma değer payı 2014 yılı sonu itibarıyla %17 seviyelerine gerilemiştir. Burada dikkat çeken nokta 1998 ile 2014 yılları arasındaki azalma eğilimi olmaktadır.

**Şekil 1: İmalat Sanayi Katma Değerinin GSYH İçindeki Payı (1980 - 2014)**



Kaynak: Dünya Bankası (WDI) verileri  
(<http://data.worldbank.org/indicator/NV.IND.MANF.ZS>).

İmalat sanayindeki bu daralmanın ise birkaç nedene dayandığı söylenebilir. Sektörel bazda GSYH'nın yapısı incelendiğinde sektörler arası eşit olmayan bir gelişimin söz konusu olduğu görülmektedir. Dünya Bankası verilerine göre hizmet sektörünün GSYH içerisindeki katma değerinin payı 2000 yılında %57,4 iken 2014 yılında bu rakam %64,9'a yükselmiştir. Özellikle hizmet sektörü ile imalat sanayi arasındaki bu farkın giderek açılması, imalat sanayinin üretim içindeki payının da zamanla azalmasına sebep olmuştur. Türk Lirası'nın değerlenmesi ile birlikte ithalatın artması ve ihracatın azalması, genel olarak emtia fiyatlarının artması ile birlikte karlılığın düşmesi de imalat sanayinde daralmanın sebepleri arasında yer almaktadır. İmalat sanayinin milli gelirdeki payı azalma eğiliminde iken teknolojik yapısında ne gibi gelişmeler olduğu, çalışmanın bundan sonraki kısımlarında ele alınacaktır.

#### 4. Türk İmalat Sanayinin Üretim ve Katma Değerinin Teknolojik Yapısı

Türk imalat sanayinin üretim ve katma değerinin teknolojik düzeyi ile ilgili veriler aşağıdaki Tablo 1 ve Tablo 2'de yer almaktadır. Verilerin hesaplanmasında EUROSTAT ISIC Rev.2 sınıflandırması baz alınmıştır (Bkz. Ek-1).

**Tablo 1. Türk İmalat Sanayi'nin Teknoloji Düzeylerine Göre Üretim Değeri (Milyon TL) ve Yüzdesi**

	Düşük Teknoloji		Orta-Düşük Teknoloji		Orta-Yüksek Teknoloji		Yüksek Teknoloji	
	Değer (Milyar TL)	Yüzde (%)	Değer (Milyar TL)	Yüzde (%)	Değer (Milyar TL)	Yüzde (%)	Değer (Milyar TL)	Yüzde (%)
2003	39,2	24,8	57,4	36,3	49,4	31,3	12,0	7,6
2004	121,9	43,0	78,2	27,6	68,2	24,1	14,9	5,3
2005	131,9	42,6	90,0	29,1	73,8	23,9	13,7	4,4
2006	148,6	39,5	121,4	32,2	91,1	24,2	15,3	4,1
2007	162,8	39,5	134,1	32,6	101,8	24,7	13,1	3,2
2008	175,6	37,1	170,0	35,9	113,9	24,1	13,9	3,0
2009	175,2	41,7	129,1	30,7	101,4	24,1	14,6	3,5
2010	213,3	40,7	170,0	32,5	124,8	23,8	15,9	3,0
2011	268,7	38,6	242,0	34,8	166,9	24,0	18,5	2,7
2012	297,0	39,6	262,7	35,0	172,6	23,0	17,9	2,4
2013	334,1	39,1	294,6	34,5	204,0	23,9	21,2	2,5
2014	380,7	39,8	322,8	33,8	228,3	23,8	25,3	2,6

Kaynak: EUROSTAT'ın ISIC REV.2 sınıflandırması baz alınarak TÜİK verilerinden hareketle yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

2003 yılında %24 seviyelerinde olan düşük teknoloji üretimini 2014 yılı itibarıyla %39-40 seviyesine yükselmiş olması, zaten milli gelirdeki payı azalan imalat sanayinin üretim değerinin de giderek azaldığını göstermektedir. Üstelik düşük teknolojinin değerindeki bu artışını orta - yüksek ve yüksek teknoloji üretiminden aldığı görülmektedir. Nitekim orta - düşük teknoloji üretiminde yıllar itibarıyla göze çarpan bir değişiklik söz konusu olmamıştır. Bu aşamada dikkat çekici nokta ise yüksek teknoloji üretimini zaten düşük olan %7-8 seviyesinin %2-3 seviyelerine gerilemesidir. İmalat sanayi üretiminin teknolojik yapısının özellikle son on yılda nasıl bir profile sahip olduğu açıkça görülmektedir. Düşük teknoloji üretimini payı artarken yüksek teknoloji üretimini payı daha yüksek bir hızda giderek düşmektedir.

**Tablo 2. Türk İmalat Sanayi'nin Teknoloji Düzeylerine Göre Katma Değeri (Milyon TL) ve Yüzdesi**

	Düşük Teknoloji		Orta-Düşük Teknoloji		Orta-Yüksek Teknoloji		Yüksek Teknoloji	
	Değer (Milyar TL)	Yüzde (%)	Değer (Milyar TL)	Yüzde (%)	Değer (Milyar TL)	Yüzde (%)	Değer (Milyar TL)	Yüzde (%)
2003	25,6	45,8	13,6	24,5	13,3	23,8	3,3	6,0
2004	27,6	41,6	18,3	27,6	16,8	25,4	3,5	5,4
2005	24,6	41,2	17,6	29,6	14,7	24,7	2,6	4,5
2006	28,7	38,6	23,7	32,0	18,5	25,0	3,2	4,4
2007	30,4	38,9	24,9	31,9	19,9	25,5	2,9	3,8
2008	33,5	36,0	31,8	34,2	24,0	25,9	3,6	4,0
2009	34,0	40,2	23,9	28,3	22,3	26,4	4,3	5,2
2010	38,5	40,0	27,8	28,9	25,4	26,4	4,4	4,7
2011	47,7	37,1	42,7	33,1	33,6	26,1	4,7	3,7
2012	54,1	40,8	40,1	30,3	33,9	25,6	4,4	3,3
2013	63,4	39,1	49,7	30,7	42,8	26,4	6,2	3,8
2014	73,7	39,5	57,8	30,9	47,9	25,7	7,4	3,9

Kaynak: EUROSTAT'ın ISIC REV.2 sınıflandırması baz alınarak TÜİK verilerinden hareketle yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Katma değer, bir ürünün üretim değerinden, söz konusu ürünün üretiminde kullanılan hammadde ve her türlü ara mallarının girdi değerlerinin düşülmesiyle elde edilmektedir. Bu bağlamda imalat sanayinin katma değerinin teknolojik yapısı da imalat sanayindeki yapısal dönüşümün niteliği ile ilgili temel gösterge konumundadır. 2003 yılında %45-46 seviyelerinde olan düşük teknoloji katma değerini 2014 yılı itibarıyla %39-40 seviyelerine gerilemiş olması olumlu bir gelişme gibi görünse de bu yoğunluğun çoğunlukla orta - düşük teknoloji seviyesine

kaydığı görülmektedir. 2003 yılında %24 seviyelerinde olan orta – düşük teknoloji yoğunluğu 2014 yılı sonu itibariyle %31 seviyelerine çıkmıştır. Düşük ve orta – düşük seviyedeki teknoloji yoğunluğunun toplam payının 2003 ve 2014 yılları arasındaki zaman diliminde %70 seviyelerinde seyrettiği ve göze çarpan bir değişimin olmadığı görülmektedir. Öte yandan yüksek teknolojili katma değer 2003 yılında hali hazırda düşük olan %6'lık payı, yıllar itibariyle daha da düşmüş ve %4 seviyelerine gerilemiştir. Yüksek teknolojili katma değerde görülen bu azalış kendini orta – yüksek teknoloji seviyesindeki artışa bıraksa da yüksek ve orta – yüksek teknoloji yoğunluğunun yıllar itibariyle %30'lar seviyesinin üzerine çıkmadığı görülmektedir.

### 5. Türk İmalat Sanayinin İhracat ve İthalatının Teknolojik Yapısı

Türk imalat sanayinin ihracat ve ithalatının teknolojik düzeyi ile ilgili veriler aşağıdaki Tablo 3 ve Tablo 4'te yer almaktadır. Verilerin hesaplanmasında OECD ISIC Rev.3 sınıflandırması baz alınmıştır (Bkz. Ek-2).

**Tablo 3. Türk İmalat Sanayi'nin Teknoloji Düzeylerine Göre İhracat Miktarı (Milyar \$) ve Yüzdesi**

	Düşük Teknoloji		Orta-Düşük Teknoloji		Orta-Yüksek Teknoloji		Yüksek Teknoloji	
	Miktar (Milyar \$)	Yüzde (%)	Miktar (Milyar \$)	Yüzde (%)	Miktar (Milyar \$)	Yüzde (%)	Miktar (Milyar \$)	Yüzde (%)
2003	19,9	44,9	10,0	22,6	11,5	26,0	2,8	4,8
2004	23,6	39,6	15,3	25,7	16,6	27,9	4,0	5,2
2005	26,5	38,6	18,5	26,9	19,5	28,5	4,1	5,0
2006	27,7	34,6	23,2	29,0	24,6	30,8	4,5	4,3
2007	33,0	32,7	30,6	30,3	32,8	32,5	4,4	3,2
2008	35,4	28,3	47,1	37,7	38,7	30,9	3,9	2,2
2009	30,2	31,7	32,8	34,4	28,9	30,4	3,3	2,5
2010	34,3	32,6	33,5	31,8	33,9	32,2	3,5	2,4
2011	40,7	32,3	40,9	32,5	40,3	32,0	3,9	2,2
2012	43,4	30,4	54,2	37,9	40,7	28,4	4,7	2,3
2013	48,6	34,5	43,3	30,7	44,5	31,5	4,7	2,1
2014	52,6	35,8	42,9	29,2	46,5	31,6	5,0	2,2
2015	47,0	35,0	39,7	29,5	42,7	31,8	4,9	3,7

**Kaynak: OECD ISIC REV.3 Sınıflandırması Baz Alınarak TÜİK Verilerinden Hareketle Yazarlar Tarafından Hazırlanmıştır.**

İmalat sanayinin ihracat yapısına bakacak olursak bir yapısal değişimin söz konusu olduğunu söyleyebiliriz. Özellikle düşük teknoloji seviyeli ihracatın 2003 yılındaki %45'lik payı 5 yıllık bir süre içerisinde

%28 seviyesine inmiştir. 2008 yılından sonraki süreçte tekrar artmaya başlayan düşük teknoloji yoğunluklu ihracatın payı 2015 yılı sonu itibariyle %35 seviyelerinde olmakla birlikte 2000'li yılların başındaki %44'lar seviyesinin yaklaşık 9-10 puan altındadır. Bu durum kuşkusuz ihracatın teknolojik yoğunluğu açısından önemli bir gelişmedir. Ancak resmin tamamlanması için diğer teknoloji yoğunluklarına da göz atmak gerekmektedir. Orta - düşük teknoloji yoğunluğuna bakılacak olursa %22-23 seviyesinden %29-30 seviyesine bir artış söz konusudur. Yıllar itibariyle orta - yüksek seviyedeki ihracatın payının %26'lardan %31-32 seviyelerine artması da önemli bir gelişme olarak göze çarpmaktadır. Bu noktada düşük teknoloji yoğunluğundaki payın çoğunlukla orta - düşük olmak üzere orta düzey teknolojiye kaydığı görülmektedir. İhracatta yüksek teknolojinin payının %4-5 seviyelerinden %3-4 seviyelerine düşmesi ise yapısal sorunların varlığının en önemli göstergelerindedir. Türkiye yüksek teknoloji ürün üretmemekte ve bunun doğal bir sonucu olarak ihracatını da yapamamaktadır. Üstelik söz konusu durumun yıllar itibariyle daha vahim bir hal aldığı da açıkça görülmektedir.

**Tablo 4. Türk İmalat Sanayi'nin Teknoloji Düzeylerine Göre İthalat Miktarı (Milyar \$) ve Yüzdesi**

	Düşük Teknoloji		Orta - Düşük Teknoloji		Orta - Yüksek Teknoloji		Yüksek Teknoloji	
	Miktar (Milyar \$)	Yüzde (%)	Miktar (Milyar \$)	Yüzde (%)	Miktar (Milyar \$)	Yüzde (%)	Miktar (Milyar \$)	Yüzde (%)
2003	8,4	15,2	13,3	24,0	25,51	45,8	8,3	15,0
2004	10,6	13,2	19,4	24,2	37,4	46,6	12,8	16,0
2005	12,0	12,8	25,4	27,0	43,2	45,9	13,4	14,3
2006	14,0	12,7	31,4	28,5	49,1	44,5	15,7	14,3
2007	17,3	13,0	40,7	30,4	58,4	43,6	17,4	13,0
2008	19,3	12,9	49,6	33,0	62,3	41,5	18,8	12,5
2009	15,7	14,2	31,3	28,3	47,5	42,8	16,3	14,7
2010	20,4	14,1	41,5	28,6	62,2	42,8	21,1	14,5
2011	24,8	13,5	55,9	30,4	79,4	43,2	23,6	12,9
2012	23,2	13,2	56,5	32,1	73,7	41,9	22,5	12,8
2013	25,0	12,7	66,5	33,8	81,0	41,2	24,2	12,3
2014	25,3	13,5	56,9	30,3	79,1	42,1	26,3	14,0
2015	22,4	13,5	44,2	26,5	73,8	44,3	26,2	15,7

Kaynak: OECD ISIC REV.3 Sınıflandırması Baz Alınarak TÜİK Verilerinden Hareketle Yazarlar Tarafından Hazırlanmıştır.



İthalatın teknolojik yoğunluğuna bakılacak olursak dikkat çekici bir durum göze çarpmaktadır. Nitekim artış gözlenen tek teknoloji seviyesinin orta-düşük teknoloji seviyesi olduğu görülmektedir. %24 seviyelerinden 2014 yılı itibariyle %30, 2015 yılı itibariyle %27 seviyelerine yükselen orta – düşük teknoloji yoğunluğu, bu payı büyük çoğunlukla düşük ve orta – düşük yoğunluktan almıştır. Tablo 4’deki sınıflandırma göz önüne alınacak olursa bu durum Türkiye ekonomisinin ara malı ithalatına olan bağımlılığını göstermektedir. Yüksek teknoloji üretim ve ihracat yaklaşık %3-4 seviyelerinde iken yüksek teknoloji ithalatın %14 seviyelerinde olması, Türkiye’nin üretmediği ve dolayısıyla ihraç da edemediği yüksek teknoloji ürünleri ithal ettiğini göstermektedir. Bu durum aynı zamanda iktisat literatüründe önemli bir tartışma konusu olan cari açıklarla ilgili önemli bir noktayı işaret etmektedir. İhracatı büyük oranda ara malı ithalatına bağımlı olan Türkiye, bu bağımlılığın getirdiği makroekonomik etkileri ekarte edebilecek katma değer üretme kabiliyetine haiz değildir. Dolayısıyla bu durum ülkenin kronik olarak cari açık vermesi anlamına gelmektedir. Kronik hale gelen cari açığın finansmanı konusunda yurtiçine akan sermayenin ulusal parayı değerli hale getirmesi de bu kısır döngünün daha hızlı işlemesi açısından bir katalizör görevi görmektedir.

#### 6. Türk İmalat Sanayi Girişim ve İstihdamının Teknolojik Yapısı

Türk imalat sanayinin girişim ve istihdamının teknolojik düzeyi ile ilgili veriler aşağıdaki Tablo 5 ve Tablo 6’da yer almaktadır. Verilerin hesaplanmasında EUROSTAT’ın ISIC REV.2 sınıflandırması (Tablo 1) baz alınmıştır. Söz konusu veriler Türkiye’nin üretim, katma değer ve ihracat konusunda yaşadığı bu kısır döngüyü kırabilecek girişim ve istihdama sahip olup olmaması açısından önem arz etmektedir. İlk olarak girişimle ilgili veriler dikkate alınacak olursa, mevcut durum açıkça ortaya çıkmaktadır. Türkiye’de her yeni girişim %59-60’dan az olmamak kaydıyla düşük teknoloji yoğunluğunun alanına girmektedir. Tablo 5 incelendiğinde düşük teknolojideki %66’lık pay yerini %59-60 seviyelerine bıraksa da bu azalışın ancak orta – düşük seviyede bir artışa neden olduğu görülmektedir.

**Tablo 5. Türk İmalat Sanayi’nin Teknoloji Düzeylerine Göre Girişim Sayısı ve Yüzdesi**

	Düşük Teknoloji		Orta – Düşük Teknoloji		Orta – Yüksek Teknoloji		Yüksek Teknoloji	
	Girişim Sayısı	Yüzde (%)	Girişim Sayısı	Yüzde (%)	Girişim Sayısı	Yüzde (%)	Girişim Sayısı	Yüzde (%)
<b>200</b>	156.845	<b>66,8</b>	57.790	<b>24,6</b>	19.565	<b>8,3</b>	433	<b>0,2</b>

3								
2004	187.999	67,4	68.451	24,5	22.097	7,9	484	0,2
2005	200.686	66,9	73.345	24,4	25.227	8,4	825	0,3
2006	205.088	66,8	75.339	24,5	25.899	8,4	707	0,2
2007	197.300	62,9	86.207	27,5	29.174	9,3	786	0,3
2008	198.092	62,3	89.114	28,0	30.154	9,5	816	0,3
2009	201.522	62,8	89.506	27,9	28.990	9,0	797	0,2
2010	186.934	62,3	84.481	28,2	27.758	9,3	756	0,3
2011	206.401	61,7	98.780	29,5	28.587	8,5	825	0,2
2012	211.330	62,7	97.621	29,0	27.091	8,0	820	0,2
2013	209.327	61,5	101.792	29,9	28.258	8,3	1.036	0,3
2014	333.099	59,6	103.019	30,9	30.429	9,2	1.043	0,3

**Kaynak: EUROSTAT'ın ISIC REV.2 sınıflandırması baz alınarak TÜİK verilerinden hareketle yazarlar tarafından hazırlanmıştır.**

Girişim bazında ileri teknoloji ile ilgili rakamlara bakıldığında üretim, katma değer ve ihracat konusunda kısır döngüyü kırabilecek bir girişim de söz konusu olmamıştır. Yüksek teknoloji alanlarına yapılan girişimin payı %0,2-0,3 aralığının dışına çıkamamıştır. İstihdam verilerinde de girişim verilerinin doğal bir sonucu olarak benzer bir durum söz konusudur. Türkiye'de her yeni istihdam %50'den az olmamak kaydıyla düşük teknoloji yoğunluğunun alanına girmektedir. Tablo 6 incelendiğinde düşük teknolojiye %61,8'lik pay yerini %53 seviyelerine bıraksa da bu azalış büyük çoğunlukla orta – düşük seviyede olma üzere orta düzey teknoloji yoğunluğunda yükselmeye neden olmuştur. İleri teknoloji yoğunluğundaki düşük olan %2-3'lük istihdam oranının %2 seviyelerine gerilemesi, yukarıda bahsedilen diğer göstergelerdeki teknoloji yoğunluğunun adeta bir yansımasıdır.

**Tablo 6. Türk İmalat Sanayi'nin Teknoloji Düzeylerine Göre İstihdam Miktarı ve Yüzdesi**

	Düşük Teknoloji	Orta - Düşük Teknoloji	Orta - Yüksek Teknoloji	Yüksek Teknoloji
--	-----------------	------------------------	-------------------------	------------------

	Kişi Sayısı	Yüzde (%)	Kişi Sayısı	Yüzde (%)	Kişi Sayısı	Yüzde (%)	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
2003	1.342.399	61,8	449.132	20,7	330.801	15,2	49.858	2,3
2004	1.442.487	60,3	516.387	21,6	378.270	15,8	55.470	2,3
2005	1.501.696	58,5	579.628	22,6	430.234	16,8	56.455	2,2
2006	1.524.589	57,2	634.566	23,8	448.049	16,8	59.876	2,2
2007	1.536.487	55,6	687.356	24,9	483.231	17,5	54.275	2,0
2008	1.540.591	54,2	723.364	25,5	523.185	18,4	54.158	1,9
2009	1.413.636	54,7	662.502	25,6	454.954	17,6	53.681	2,1
2010	1.544.510	54,2	756.183	26,5	494.579	17,3	56.005	2,0
2011	1.714.334	54,0	851.651	26,9	546.994	17,2	58.788	1,9
2012	1.880.237	54,9	913.745	26,7	572.201	16,7	57.129	1,7
2013	1.918.648	54,4	945.560	26,8	605.700	17,2	59.369	1,7
2014	1.925.379	53,0	984.082	27,1	648.836	17,8	72.530	2,0

Kaynak: EUROSTAT'ın ISIC REV.2 sınıflandırması baz alınarak TÜİK verilerinden hareketle yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

## 7. Sonuç ve Değerlendirme

Türkiye'nin özellikle 1980 kararları sonrasında ihracata yönelik uyguladığı dış ticaret politikaları dünya ekonomisiyle bütünleşme ve küresel rekabette güçlü bir konuma gelme amaçlarına yönelik olarak geliştirilmiştir. Özellikle 21.yüzyılın bilgi çağı olarak nitelendirilmesiyle birlikte kalkınmanın lokomotifi olarak görülen imalat sanayi sektöründe de bilgiyi kullanma, yenilik yaratma, yeniliği ticari başarıya dönüştürme gibi faktörler ön plana çıkmaktadır. Türk imalat sanayinin büyüklüğü son 10 yıllık süre içerisinde hacim olarak artsa da GSYH içerisindeki payı azalma eğilimi içerisine girmiştir. Özellikle hizmet sektörünün hızla büyümesi, Türk Lirasının aşırı değerlenmesiyle ithalatın artması ve ihracatın azalması, imalat sanayinin GSYH payının azalma eğilimine girmesine neden olmuştur. İmalat sanayinin milli gelirdeki payının azalmasıyla birlikte üretim ve katma değerinin teknolojik yapısı da düşük ve orta düşük teknoloji yoğunluğunda toplanmaktadır. İmalat sanayinin düşük yoğunlukta toplanan teknolojik yapısının aynı zamanda yapısal bir değişim

içinde olmadığı da görülmektedir. Son 10 yıllık süre içerisinde imalat sanayide üretim ve katma değerde düşük ve orta-düşük teknoloji yoğunluğu yaklaşık olarak %70 seviyesindeki payını korumuştur. Bu süre zarfında dış ticaret verilerine baktığımızda da farklı sonuçlar ortaya çıkmamaktadır. İhracatta yüksek teknolojili pay %2 seviyelerinde seyretmektedir. Bunun yanında ihracat rakamlarında da düşük ve orta düşük yoğunlukta teknolojinin ağırlıkta olduğu görülmektedir. Türkiye zaten düşük payda üretebildiği yüksek ve orta - yüksek teknolojili malları yurt dışına da pazarlayamamaktadır. İhracat rakamlarına yansıyan yapı, katma değerdeki ve üretimdeki yapının doğal bir yansımasıdır. İhracat rakamlarını tek başına yorumlamak sağlıklı sonuç vermeyeceğinden ithalat rakamlarına da baktığımızda, Türkiye'nin üretmedeki eksikliğini yurt dışından tamamladığı görülmektedir. Özellikle yüksek ve orta yüksek teknoloji gerektiren ürünlere olan yurtiçi talebin yurtdışından karşılanması, bu iki seviyenin ithalattaki payının ihracattaki paylarına göre daha yüksek olmasına sebep olmaktadır. Yine ithalatta orta - düşük seviyenin tek artış yaşanan teknoloji yoğunluğu olması, bu grupta yer alan mal grupları incelediğinde Türkiye'nin ara malı ithalatına bağımlılığının giderek arttığı sonucunu doğurmaktadır. Sonuç olarak Türkiye'nin 2023'e yaklaşık 7 yılın kaldığı bu süreçte, Dünya'nın ilk 10 ekonomisi arasına girmesi mevcut tabloyla mümkün görülmemektedir. Yıllar itibariyle katma değer ve üretimde, bunların doğal sonucu olarak ihracatta düşük teknoloji yoğunluğunun devam etmesi, ileri teknoloji yoğunluğunun azalma eğiliminde olması, ithalatın yurtiçi üretimi destekleyecek şekilde ara mallarına dayanması, istihdamda teknoloji yoğunluğunun %80 oranında düşük ve orta - düşük seviyede toplanması, Türkiye'nin Dünya'nın ilk 10 ekonomisi içerisinde yer almasının kısa vadede mümkün olmadığını göstermektedir. Türkiye'nin üniversite - sanayi işbirliğini sağlaması, Ar-Ge harcamalarını artırması ve verimliliğini takip etmesi, doğrudan yabancı yatırımlarla kazanacağı teknoloji deneyimlerini içselleştirmesi, yapısal dönüşümün sağlanmasına yardımcı olacak eğitim, hukuk gibi sosyal alanlarda gerekli düzenlemeleri yapması, yurtdışı tasarrufları kullanarak gerçekleştirdiği yatırımları verimli ve yüksek teknolojili alanlara kaydırmaması, yurtiçindeki girişimciyi akılcı bir biçimde desteklemesi ve yenilik yaratabilecek beyinlerin yurt dışına göçünü engellemesi, bu yapısal sorunun çözülmesinde etkili olacak faktörler olarak görülmektedir.

#### **Kaynakça**

- Akyüz, Y. (1980). *Sermaye, Bölüşüm, Büyüme*, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, (453), İkinci Baskı, Ankara.
- Anlağan, Ö. (2011). *Temel Ar - Ge ve Yenilik Kavramları*, TÜBİTAK Ar -Ge, Yenilik ve Teknoloji Politikaları Forumu (AYTEP), Erişim Tarihi:

08.09.2015,

[http://www.emo.org.tr/ekler/16f6ef8160d5168\\_ek.pdf](http://www.emo.org.tr/ekler/16f6ef8160d5168_ek.pdf)

- Arısoy, İ. (2008). Türkiye’de Sanayi Sektörü-İktisadi Büyüme İlişkisinin Kaldor Hipotezi Çerçevesinde Test Edilmesi, *Türkiye Ekonomi Kurumu Tartışma Metni*, (1).
- Avcı, M. (2007). *Yenilikçi Teknolojik Gelişme Göstergesi Olarak Ar – Ge Harcamalarının Ekonomik Büyümeye Etkisi: Türkiye İmalat Sanayi Üzerine Bir İnceleme*, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.
- Çetin, M. (2009). Kaldor Büyüme Yasasının Ampirik Analizi: Türkiye ve AB Ülkeleri Örneği (1981-2007), *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, XI (I), 355 – 373.
- Çiftçi, H. (2004). Türkiye’nin Bilim ve Teknoloji Stratejisi, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (1), 57-73.
- Eşiyok, B., A. (2004). *Türkiye’nin Kalkınma Sürecinde Teknoloji, Yenilik ve Bilişim Sektörü*, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Genel Araştırmalar, No: GA-04-8-24, Erişim Tarihi: 19.09.2015, [http://www.kalkinma.com.tr/data/file/raporlar/ESA/GA/2004-GA/GA-04-08-24\\_Turkiyenin\\_Kalkinma\\_Surecinde\\_Teknoloji.pdf](http://www.kalkinma.com.tr/data/file/raporlar/ESA/GA/2004-GA/GA-04-08-24_Turkiyenin_Kalkinma_Surecinde_Teknoloji.pdf)
- Kaldor, N. (1966). *Causes of the Slow Rate of Growth of the United Kingdom*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Kocabaş, G. (2010). *Teknolojinin İşgücü ve Üretim Üzerine Etkileri: Türkiye’de İmalat Sanayinin İncelemesi*, Adana, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Naude W., and Szirmai A. (2012). The Importance of Manufacturing In Economic Development: Past, Present and Future Perspectives, *United Nations University Working Paper Series*, (041).
- Oğuztürk, B., S. (2003). Yenilik Kavramı ve Teorik Temelleri, *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8 (2), 253-273.
- Romer, P., M. (1990). Endogenous Technological Change, *The Journal of Political Economy*, 98 (5/2), 71-102.
- Saygılı, Ş. (2003). *Bilgi Ekonomisine Geçiş Sürecinde Türkiye Ekonomisinin Dünyadaki Konumu*, DPT Ekonomik Modeller ve Stratejik Araştırmalar Dairesi Başkanlığı, Erişim Tarihi: 12.09.2015, [http://www.bilgitoplumu.gov.tr/wp-content/uploads/2014/04/Dr.Seref\\_Saygili\\_Bilgi\\_Ekonomisine\\_Gecis.pdf](http://www.bilgitoplumu.gov.tr/wp-content/uploads/2014/04/Dr.Seref_Saygili_Bilgi_Ekonomisine_Gecis.pdf)
- Schumpeter, J., A., (1911). *The Theory of Economic Development*, New Brunswick: Transaction Publishers.

- Schumpeter, J., A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*, New York: Harper Torchbooks.
- Seyidoğlu, H. (2009). *Uluslararası İktisat*, Güzem Can Yayınları, Geliştirilmiş 17. Baskı, İstanbul.
- Smith, K. (1994). *New Directions in Research and Technology Policy: Identifying The Key Issues*, STEP Report, Erişim Tarihi: 15.09.2015, <http://www.nifu.no/files/2012/11/STEPrapport1-1994.pdf>
- Soyak, A. (1995). Teknolojik Gelişme: Neoklasik ve Evrimci Kuramlar Açısından Bir Değerlendirme, *Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, 6 (15), 93 – 107.
- Taymaz, E. (2001). *Ulusal Yenilik Sistemi: Türkiye İmalat Sanayiinde Teknolojik Değişim ve Yenilik Süreçleri*, TÜBİTAK / TTGV / DİE, Erişim Tarihi: 19.09.2015, <http://www.inovasyon.org/html/kitap.htm>
- Yıldırım, S., ve Kostakoğlu, F. (2014). Bilgi Ekonomisinde Schumpeterci Yaratıcı –Yıkım Çerçevesinde İstihdamın İncelenmesi: Türkiye’de Ulaşım ve Haberleşme Sektörüne Yönelik VAR Analizi, *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, IX (1), 91-99.

#### Ek-1: Eurostat Isıc Rev2 Sınıflandırması

Sınıflandırma Kodu	Ürün (Mal veya Hizmet) Kapsamı
<b>DÜŞÜK TEKNOLOJİ YOĞUNLUĞU</b>	
10	Gıda ürünleri
11	İçecekler
12	Tütün ürünleri
13	Tekstil Ürünleri
14	Giyim Eşyaları
15	Deri ve ilgili ürünler
16	Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri
17	Kâğıt ve kâğıt ürünleri
18	Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması
31	Mobilya imalatı
32	Diğer imalatlar
<b>ORTA - DÜŞÜK TEKNOLOJİ YOĞUNLUĞU</b>	
19	Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri
22	Kauçuk ve plastik ürünleri
23	Diğer metalik olmayan mineral ürünleri

24	Ana metal sanayi
25	Fabrikasyon metal ürünleri
33	Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı
<b>ORTA - YÜKSEK TEKNOLOJİ YOĞUNLUĞU</b>	
20	Kimyasallar ve kimyasal ürünler
27	Elektrikli teçhizat imalatı
28	Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipmanlar
29	Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork)
30	Diğer ulaşım araçları
<b>YÜKSEK TEKNOLOJİ YOĞUNLUĞU</b>	
21	Temel eczacılık ürünlerinin ve eczacılığa ilişkin malzemeler
26	Bilgisayarlar, elektronik ve optik ürünler

Kaynak:

EUROSTAT

([http://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/Annexes/htec\\_esms\\_an3.pdf](http://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/Annexes/htec_esms_an3.pdf))

#### Ek-2: OECD ISIC. Rev.3 Sınıflandırması

Sınıflandırma Kodu	Ürün (Mal veya Hizmet) Kapsamı
<b>DÜŞÜK TEKNOLOJİ YOĞUNLUĞU</b>	
15	Gıda ürünleri ve içecekler
16	Tütün ürünleri
17	Tekstil ürünleri
18	Giyim eşyası
19	Tabaklanmış deri, bavul, el çantası, saraciye ve ayakkabı
20	Ağaç ve mantar ürünleri (mobilya hariç); hasır vb. örülerek yapılan ürünler
21	Kâğıt ve kâğıt ürünleri
22	Basım ve yayım; plak, kaset vb. ürünler
36	Mobilya ve başka yerde sınıflandırılmamış diğer ürünler
<b>ORTA - DÜŞÜK TEKNOLOJİ YOĞUNLUĞU</b>	
23	Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri
25	Plastik ve kauçuk ürünleri
26	Metalik olmayan diğer mineral ürünleri
27	Ana metal sanayi
28	Makine ve teçhizat hariç; metal eşyalar
351	Deniz taşıtlarının yapımı ve onarımı

<b>ORTA - YÜKSEK TEKNOLOJİ YOĞUNLUĞU</b>	
2411	Ana kimyasal maddeler
2412	Kimyasal gübre ve azotlu bileşikler
2413	Sentetik kauçuk ve plastik hammaddeleri
2421	Pestisit (haşarat ilacı) ve diğer zirai-kimyasal ürünler
2422	Boya, vernik vb. kaplayıcı maddeler ile matbaa mürekkebi
2424	Sabun ve deterjan, parfüm vb. ürünler
2429	Başka yerde sınıflandırılmamış kimyasal ürünler
2430	Suni ve sentetik elyaf
352	Demiryolu ve tramvay lokomotifleri ve vagonları
359	Başka yerde sınıflandırılmamış ulaşım araçları
29	Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizatlar
31	Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makine ve cihazlar
34	Motorlu kara taşıtı, römork ve yarı-römork
<b>YÜKSEK TEKNOLOJİ YOĞUNLUĞU</b>	
2423	Eczacılıkta ve tıpta kullanılan kimyasal ve bitkisel kaynaklı ürünler
353	Hava ve uzay taşıtları
30	Büro, muhasebe ve bilgi işlem makineleri
32	Radyo, TV, haberleşme teçhizatı ve cihazları
33	Tıbbi aletler, hassas ve optik aletler ile saatler

Kaynak: OECD (<http://www.oecd.org/sti/ind/48350231.pdf>)



**Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Kredi Sorunları Üzerine Muğla İlinde  
Yapılan Bir Araştırma**

**Öğr. Gör. Gülriz Hande YILMAZ**

Abant İzzet Baysal Üniversitesi,  
Yeniçağa Yaşar Çelik MYO, Lojistik Programı  
ghandesarac@ibu.edu.tr

---

**Öz**

Bu çalışmanın amacı KOBİ'lerin sürekliliklerini devam ettirmek amacıyla kredi kullanırken karşılaştıkları sorunları ele almaktır. Bu sorunları ortaya koymak için tarama stratejisi (survey) seçilmiş olup, Muğla ilinde faaliyet gösteren 296 KOBİ sahibi ile yüz yüze görüşülerek anket yöntemiyle veriler toplanmıştır. Toplanan veriler ışığında KOBİ'lerin kredi kullanım amaçları, yaşadıkları zorluklar, vb bulgular ortaya konmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** KOBİ, Kredi, Finansman

**A Research About Credit Problems of Small And Medium Enterprises in  
Muğla**

**Abstract**

The purpose of this research is problems of using credit by small and medium enterprises for their continuity. This problems to these characteristics, survey technique was selected. The data were collected through a questionnaire from 296 SME owners operating in Muğla. According to obtained data, the purposes of the use of credit for SMEs, their challenges, etc. findings have been revealed.

**Keywords:** SME, Credit, Financing

## Giriş

İletişim ve teknolojik gelişmelerin çok hızlı geliştiği günümüzde küresel iletişim ve gelişmelerdeki hızlı değişim, ekonomik ve sosyal alanlarda da etkisini göstermektedir. Ülkelerin ekonomik kalkınmasında önemli rolleri bulunan ekonomik ve sosyal yaşamda önemli bir yer tutan Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, globalleşme ve bütünleşmelerin gerçekleştiği günümüz dünyasında esnek üretim yapıları ve yüksek uyum kabiliyeti ile denge unsuru olarak yer almaktadır.

Genel konumları itibariyle dikkate alındıklarında KOBİ'ler, buldukları ekonomide nicel açıdan kıyas bile kabul etmeyecek derecede üstünlüğe sahip olmakla birlikte, gerek kendi yapılarından ve gerekse kendileri dışından kaynaklanan sorunlar dolayısıyla bu üstünlüklerini nitel açıdan muhafaza imkânına sahip olamamaktadırlar.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'lerin) dünyada ve Türkiye'de gerek işletme sayısı gerekse de istihdam olarak ülke ekonomilerinde önemli bir yerleri vardır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2002 istatistiklerine göre, Türkiye'de KOBİ'ler imalat sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin %99 unu teşkil etmektedirler.

KOBİ'ler, hem kendi içlerinde hem de dışarıda uygun bir örgütlenme yapısı içerisinde değildir. Karşı karşıya buldukları hukuki, bürokratik, idari, teknolojik, ticari ve mali sorunlar gelişmelerini engelleyici niteliktedir. Faaliyette buldukları piyasalar, büyümelerine imkân sağlayacak özellikte değildir.

KOBİ'leri sınıflandırmak için kullanılan başlıca kriterler; çalışan kişi sayısı, öz sermaye, işletme sermayesi, sabit sermaye, aktifler toplamı, ödenen vergi toplamı ve piyasa payıdır.

2005/9617 Karar sayılı 25997 sayılı resmi gazete de Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı yayımlanmıştır. Buna göre; 10 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da bilançosu 1 milyon TL'yi aşmayan çok küçük işletmeler 'mikro'; 50 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da bilançosu 5 Milyon TL'yi aşmayan 'küçük işletme'; 250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da bilançosu 25 milyon TL'yi aşmayan 'orta büyüklükteki işletme' olarak belirlenmiştir.

Liedholm ve Mead'e göre (1999:1) Küçük ve orta ölçekli işletmelerin genel özellikleri bugün bütün gelişmiş ülkelerde bulunmalarıdır. Ve bunların özellikleri iş imkânları yaratmak ve bu sayede 3.Dünya ülkelerinin yükümlülüklerini hafifletmektir. Bu yüzden bütün gelişim planlarında ve stratejilerinde bunlara önem verilir.

Ban ve Yörük'e göre (2003:31) KOBİ'ler yüksek faiz, ağır teminat koşulları, vade süresi ve kredi miktarının yetersizliği nedeniyle finans kurumlarından yeterli kredi sağlayamamaktadırlar. Günümüzde KOBİ'lerin ülke ekonomisinde önemli bir ağırlığı olmasına karşın toplam kredilerin sadece %5'i bu işletmelere tahsis edilmektedir. Küçük ve orta ölçekli işletmeler, kredi yoluyla finansmanında en çok teminat gösterememe sorunuyla karşılaşmakta ve kısa vadeli finansman ihtiyaçlarını karşılamak için başvurdukları kredi kuruluşunun, kredinin verilebilmesi için istediği ipoteği veya kefaleti karşılayamamaktadır.

Müftüoğlu'na göre (1997:59) Bankaların sıfır riskle çalışma politikaları nedeniyle, bazen kredinin birkaç katı teminat talep edilmektedir. Büyük işletmeler aldıkları kredilere karşılık işletme varlıklarını teminat olarak gösterirken, küçük işletmeler ise genelde kişisel mal varlıklarını teminat olarak göstermektedirler. İflas halinde ise küçük işletme sahibi tüm varlıklarını kaybetme tehlikesi ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu durum küçük işletmeleri, kredi yolu ile finansmanında çekimser davranmasına neden olmaktadır.

Ban ve Yörük'e göre (2003:31) Kredi temin edilmesinde karşılaşılan bir diğer güçlük ise KOBİ sahiplerinin finansman konusunda yeterli bilgiye sahip olmamaları, kredi almak için gerekli fizibilite etüdü, finansal plan, maliyet gibi işlemler yapamamaları ve bunları yapabilecek uzmanları kısıtlı bütçeleri nedeniyle istihdam edememeleridir.

Tutar ve Küçük'e göre (2003:221,222) Küçük işletme girişimcileri genellikle sınırlı bir öz sermaye ile iş hayatına atılırlar. Çoğu durumda bu sermaye kuruluş için gerekli olan sabit değerlerin akımı ve çalışma sermayesi yeterli olmaz. Bu yüzden bu işletmeler optimum büyüklükte kurulamazlar. Dolayısıyla optimum büyüklüğün sağladığı avantajlardan mahrum kalırlar. Çalışma sermayesi yetersiz olması nedeniyle de sürekli sermaye sıkıntısı çekerler ve bu nedenle, zaman zaman üretimlerine ara verirler. Bankaların veya diğer finans kuruluşlarının küçük işletmelere destek sağlamaya isteksiz oluşları işi iyice çıkmaza sokar. KOBİ'lere sağlanan kredilerde genellikle kredi faizlerinin yüksek ve vadenin kısa oluşu, ya da kredi miktarının en az iki katını bulan ipotek istenilmesi, kredinin projeye göre değil, ipoteğe göre verilmesi önemli bir handikaptır.

Küçükçolak'a göre (1998:43) Farklı hedeflere ulaşabilmek için farklı araçlar kullanılabilir. Yeni şirketleri desteklemenin en önemli araçlarından biri uygun oranlardaki faizlerle kredi vermektir. Bu krediler bir yandan düşük faizli olmalı ve diğer yandan başlangıç döneminde aşırı yük yüklenmeden ödenebilecek şekilde düzenlenmelidir. Uygun koşullu krediler hibe şeklinde desteklerden daha avantajlıdır. Zira geri dönüşlü krediler, bu amaca yönelik kamu fonların erimemesini sağlar.

Ridenger'a göre (1995:362) Bu tür kamu tabanlı kredilerinde ana sorun, bu kredilerin verilebileceği işletmelerin seçilmesidir. Bu seçim kamu tarafından genelde tatmin edici şekilde yapılamaz. Bunun için bu görevin bir ekonomik aktör tarafından yerine getirilmesi gerekir. Bu ekonomik aktörün kredinin geri dönmesinde kazancı olması gerekir. Bankalar bu görevi yerine getirebilecek şekilde yapılanmıştır. Bu nedenle devlet tarafından sağlanacak kredilerin bu sistemle dağıtılması yararlı olabilir ve bu yardımların sadece yeni işletmelerin finansman ihtiyaçlarının bir kısmını karşılamalıdır. Finansman kaynakları bankalar tarafından karşılanmalı ve ancak bu yolla karşılanamayan bir kısım kalırsa, bir bankanın garantisi altında devlet desteği tanınmalıdır. Bu yöntem ayrıca desteklenecek işletmelerin seçilmesinde ilave bir bürokrasi yaratılmaması nedeniyle de avantaj sağlar. Bankalar da başarılı olmak için bu alanda bir finansal yoğunlaşmaya gitmeleri gerekir.

KOSGEB'in sağladığı kredi faiz desteği kredisi de Ridenger'ın söylediği şekilde yapılmış anaparası bankadan karşılanan sadece faizi KOSGEB tarafından karşılanan bir devlet teşviğidir. KOBİ'lerle banka arasında bir köprü görevi görmüştür.

İşletmelerin; üretim, kalite ve standartlarını artırmaları, finansman sorunlarının çözümü, istihdam yaratmaları, uluslararası düzeyde rekabet edebilmelerini teminen;

- Yatırım
- İşletme sermayesi
- İhracata yönelmelerini

sağlamak amacıyla KOSGEB KOBİ Kredi Faiz Desteği Yönetmeliği çerçevesinde kredi faiz destekleri yürütülmektedir.

KOSGEB; kamu bankaları, özel bankalar, katılım bankaları ile diğer finans kuruluşları ile yapacağı protokoller kapsamında KOBİ'lere kullanılacak kredilerin faiz/kar payı, komisyon vb. giderlerinin karşılanması amacıyla 2003 yılından itibaren KOSGEB Kredi Faiz desteği programlarını yürütmektedir( KOSGEB,2011-2015 Stratejik Plan, sf:17).

Sahip oldukları köklü geçmişe rağmen, çözülemeyen ve karşı karşıya bulunan bu sorunların hepsi ayrı önem taşımaktadır. İşletmelerin finansmanı işletme için gerekli olan en önemli ihtiyaç olarak görmemekle birlikte diğer birçok soruna da nispeten kaynaklık ediyor olması itibariyle önemli olarak görmekteyiz. Dolayısıyla ülkemizdeki küçük ve orta ölçekteki işletmelerin çoğunun küçük olması ve finansmanlarını krediyle sağlıyor olmaları öngörümüz nedeniyle bu konuyu ayrıntılarıyla tahlil ederek çözümleri yönünde fikir vermeye çalışacağız.

## 1. Materyal ve Yöntem

Araştırmanın amacına uygun olarak tarama (survey) stratejisi seçilmiştir. Ana kütleyi Muğla ilinde faaliyet gösteren KOBİ'ler oluşturmaktadır. Muğla Merkez İlçe Sanayi ve Ticaret Odasından alınan listelerden kayıtlı işletme sayısının 1274 olduğu görülmüş ve bunu temsil edecek örneklem büyüklüğünün % 95 güven aralığında, %4,99 hata payıyla 295 olduğu saptanmıştır. Anketlerin geri dönüş sayısı göz önüne alınarak bu sayının iki katı alınarak  $295*2=590$  tane işletme basit tesadüfi seçim yöntemiyle listeden seçilmiştir. Araştırmada 296 işletmeye ulaşılarak % 5 hata payı ile temsil gücü sağlanmıştır. Araştırmanın verileri yüz yüze görüşme şeklinde anket aracılığıyla toplanmıştır. Toplanan veriler bilgisayar ortamına aktarıldıktan sonra SPSS vasıtasıyla analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular ve bulgulara ilişkin analizler izleyen kısımda yer almaktadır.

## Bulgular ve Değerlendirme

### 1. Soru - İşletmeniz bunyesinde herhangi bir kurum/kurulustan kredi kullandınız mı?

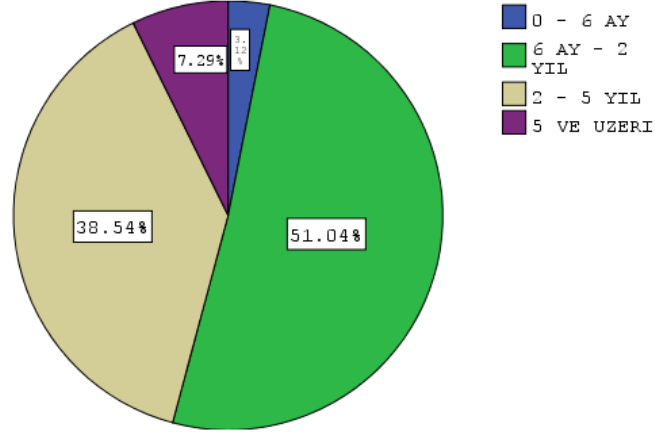
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid EVET	192	64.9	64.9	64.9
HAYIR	104	35.1	35.1	100.0
Total	296	100.0	100.0	

İşletmelerin %35.1'inin kredi kullanmama nedenini kredi kullanmayan işletmelerin %57.7'sinin öz sermayesinin yeterli olması %17.3'nün kredi faizlerini yüksek bulması ve %15.4'ünde teminat şartlarını ağır bulmasıdır.

### 2. Soru - İşletmeniz için kullandığınız kredinin vade aralığı nedir?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0 - 6 AY	6	3.1	3.1	3.1
6 AY - 2 YIL	98	51.0	51.0	54.2
2 - 5 YIL	74	38.5	38.5	92.7
5 VE ÜZERİ	14	7.3	7.3	100.0
Total	192	100.0	100.0	

2. Soru - İşletmeniz İçin Kullandığınız Kredinin Vade Aralığı Nedir?

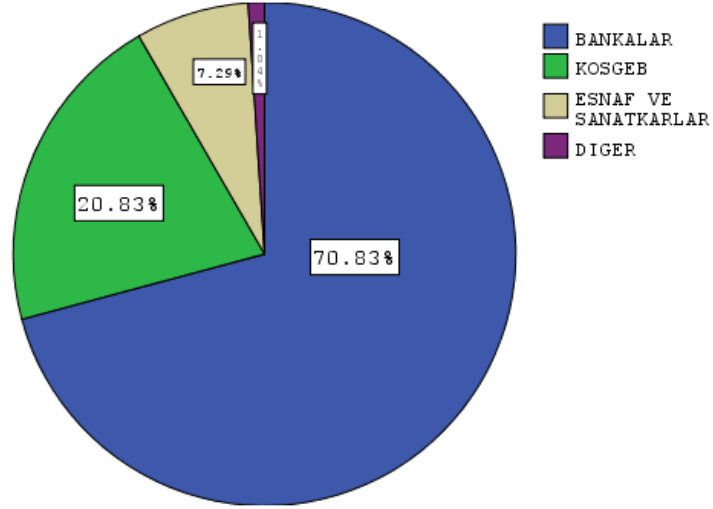


Bilgi edinmeye çalıştığımız anakütleyi oluşturan işletmelerin mikro ve küçük ölçekte yoğun olması, işletmelerin 6 ay ile 2 yıl vade arasında kredi kullanmasını açıklamaktadır. Ayrıca 5 yıl ve üzeri vadeli kredi kullanımının %7.3 olmasının nedeni yörede orta ölçekli işletmenin az olmasına bağlanabilir.

3. Soru - Eğer kredi kullandıysanız kredi kaynaklarınız nelerdir?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid BANKALAR	136	70.8	70.8	70.8
KOSGEB	40	20.8	20.8	91.7
ESNAF VE SANATKARLAR	14	7.3	7.3	99.0
DİĞER	2	1.0	1.0	100.0
Total	192	100.0	100.0	

**3. Soru - Eğer Kredi Kullandıysanız Kredi Kaynaklarınız Nelerdir?**

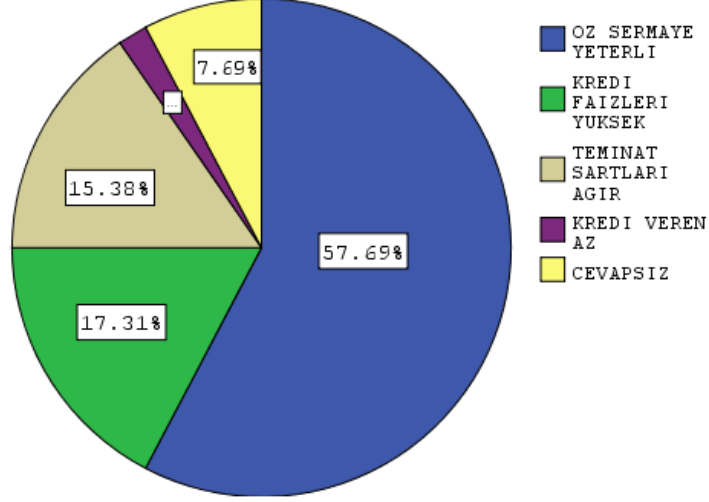


Ele alınan örneklem grubu %70,8 ile kredi kaynağı olarak bankaları kullanmakta olup %20,83 ile KOSGEB kredilerinden yararlanmaktadır.

**4. Soru - Eger kredi kullanmadiysanız kullanmama nedenleriniz nelerdir?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid OZ SERMAYE YETERLI	60	57.7	57.7	57.7
KREDI FAIZLERI YUKSEK	18	17.3	17.3	75.0
TEMINAT SARTLARI AGIR	16	15.4	15.4	90.4
KREDI VEREN AZ	2	1.9	1.9	92.3
CEVAPSIZ	8	7.7	7.7	100.0
Total	104	100.0	100.0	

**4. Soru - Eğer Kredi Kullanmadıysanız Kullanmama Nedenleriniz Nelerdir?**



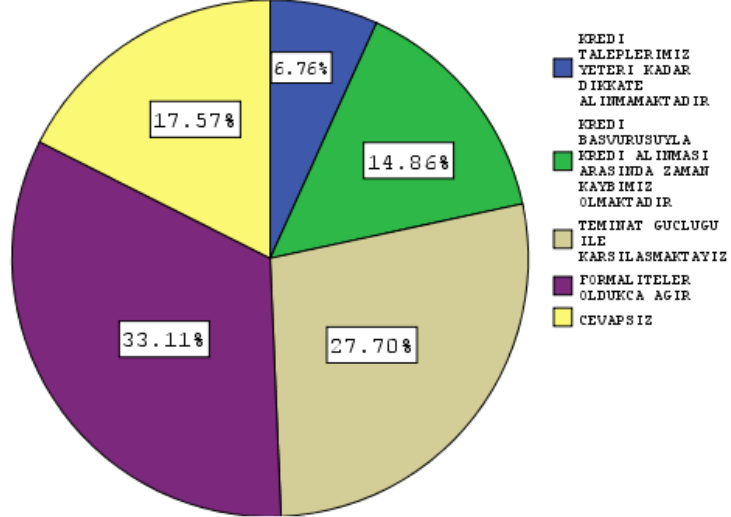
Anket yapılan örneklem grubu içinde kredi kullanmayanların kullanmama sebeplerinden %57.7 ile öz sermayesini yeterli bulanların dışında, %17,3'ü kredi faizlerini yüksek, %15,4'ü de teminat şartlarını ağır bulmaktadır.

**5. Soru - Kredi alırken karşılaştığınız güçlükler nelerdir?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid KREDİ TALEPLERİMİZ YETERİ KADAR DIKKATE ALINMAMAKTADIR	20	6.8	6.8	6.8
KREDİ BASVURUSUYLA KREDİ ALINMASI ARASINDA ZAMAN KAYBİMİZ OLMAKTADIR	44	14.9	14.9	21.6
TEMİNAT GUÇLUGU İLE KARSILASMAKTAYIZ	82	27.7	27.7	49.3
FORMALİTELER OLDUKÇA AĞIR	98	33.1	33.1	82.4
CEVAPSIZ	52	17.6	17.6	100.0
Total	296	100.0	100.0	



5. Soru - Kredi Alırken Karşılaştığınız Güçlükler Nelerdir?



Anket yapılan örneklem grubunun ifadelerine bakıldığında karşılaştıkları en büyük güçlüğü %33 ile formalitelerin ağır olduğu ve %27,7 ile teminat gücü olduğu anlaşılmaktadır.

6. Soru - Aldığınız kredi miktarı yeterli midir?

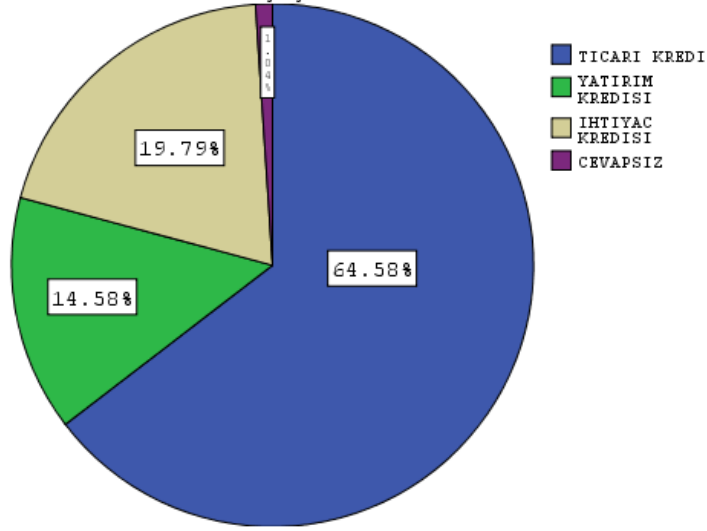
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid EVET	110	57.3	57.3	57.3
HAYIR	80	41.7	41.7	99.0
CEVAPSİZ	2	1.0	1.0	100.0
Total	192	100.0	100.0	

Ele alınan örneklem grubu içinde kredi alanların %57,3'ü aldıkları kredi miktarının ihtiyaçlarını karşıladığını düşünmektedir.

7. Soru - İşletmeniz için kullandığınız kredi cesidi nedir?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TICARI KREDI	124	64.6	64.6	64.6
YATIRIM KREDISI	28	14.6	14.6	79.2
IHTIYAC KREDISI	38	19.8	19.8	99.0
CEVAPSIZ	2	1.0	1.0	100.0
Total	192	100.0	100.0	

7. Soru - İşletmeniz için kullandığınız Kredi Çeşidi Nedir?



Anket yapılan KOBİ'ler içinde kredi kullananların %64,6 si aldıkları krediyi ticari olarak almışlardır.

**8. Soru - Mevcut kredi sistemi hakkında ne düşünüyorsunuz?**

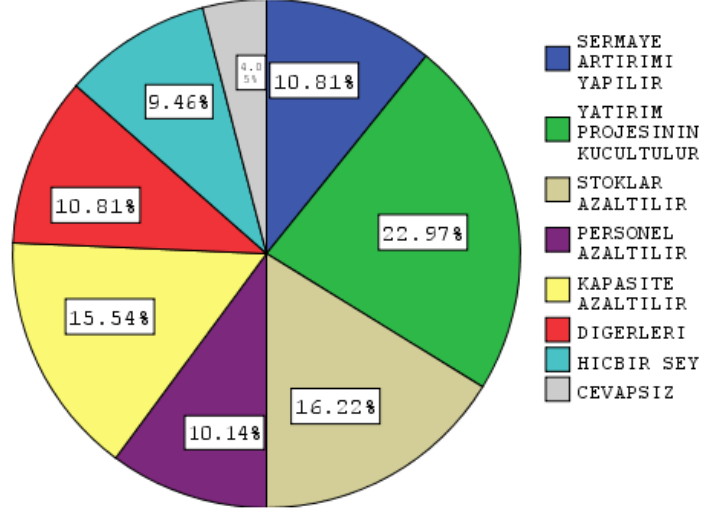
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid KREDİ İLE İLGİLENMİYORUM	66	22.3	22.3	22.3
FAİZ YÜKSEK	110	37.2	37.2	59.5
VADE KISA	20	6.8	6.8	66.2
KREDİ MİKTARI DUSUK	34	11.5	11.5	77.7
KREDİ MİKTARI UYGUN	48	16.2	16.2	93.9
ENFLASYON İLE ORANTILI	14	4.7	4.7	98.6
CEVAPSİZ	4	1.4	1.4	100.0
Total	296	100.0	100.0	

Ankete katılan işletmelerin %37,2'si kredi faizlerinin yüksek olduğunu düşünmekte ve krediyle ilgilenmeyen %22,3'lük kısım ise öz sermayesinin yeterli olduğunu düşünmektedir.

**9. Soru - Kredi maliyetlerinin yüksekliği karşısında işletmenizin tutumu ne olur?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SERMAYE ARTIRIM YAPILIR	32	10.8	10.8	10.8
YATIRIM PROJESİNİN KUCULTULUR	68	23.0	23.0	33.8
STOKLAR AZALTILIR	48	16.2	16.2	50.0
PERSONEL AZALTILIR	30	10.1	10.1	60.1
KAPASİTE AZALTILIR	46	15.5	15.5	75.7
DİĞERLERİ	32	10.8	10.8	86.5
HİCBİR SEY	28	9.5	9.5	95.9
CEVAPSİZ	12	4.1	4.1	100.0
Total	296	100.0	100.0	

**9.Soru - Kredi Maliyetlerinin Yüksekliği Karşısında İşletmenizin Tutumu Ne Olur?**



**10.Soru - Kobilere kredi ve teşvik veren kurum/kuruluşlardan yeterince haberdar mısınız?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid EVET	186	62.8	62.8	62.8
HAYIR	106	35.8	35.8	98.6
CEVAPSIZ	4	1.4	1.4	100.0
Total	296	100.0	100.0	

Anket yapılan işletmelerin %62,8'i kobilere kredi ve teşvik veren kuruluşlardan yeterince haberdar olduğunu ifade etmektedir.

**11.Soru - Kobilere yapılan teşvikleri yeterli buluyor musunuz?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid EVET	88	29.7	29.7	29.7
HAYIR	202	68.2	68.2	98.0
CEVAPSIZ	6	2.0	2.0	100.0
Total	296	100.0	100.0	

Örneklem grubu içinde ankete katılan işletmelerin %68,2'si yapılan teşvikleri yeterli bulmamıştır.

## 2. Sonuç

Bu çalışmada Muğla ilinde faaliyet gösteren 296 adet KOBİ üzerinde kredi sorunlarının belirginleştirilmesi amaçlanmıştır. Yapılan araştırmada elde edilen bulgulara göre şu sonuçlara ulaşılmıştır.

İşletmelerin büyük bir bölümünün kredi kullandığı anlaşılmış olup bu kredilerin büyük bir kısmı bankalardan sağlanmıştır. Ayrıca işletmelerin KOSGEB kredilerine daha az rağbet etmelerinin nedeni KOSGEB'in kamu borcu olan işletmelerin aldığı krediden borcu kadar kesinti yapmasıdır. Muğla'daki işletmelerin büyük bir kısmının kamu borcu olduğundan dolayı KOSGEB kredilerini tercih etmemektedirler.

Kredi kullanmayan işletmelerin büyük çoğunluğunun öz sermayesi yeterli olduğundan dolayı kredi kullanmadığı anlaşılmıştır.

Ayrıca kredi kullanmayanların, diğer kredi kullanmama sebeplerini Kredi faizlerinin ve teminat şartlarının ağır olması oluşturmaktadır.

İşletmelerin kredi kullanırken karşılaştığı güçlüklerin büyük bölümünü teminat sağlama güçlüğü ve formalitelerin ağır oluşu oluşturmaktadır. Fakat bu işletmelerin yarıdan fazlası aldıkları kredi miktarları yeterli bulmaktadır. Bu işletmelerin büyük çoğunluğu aldıkları kredileri sürekliliklerini sağlamak amacıyla kullandıkları anlaşılmaktadır. Sonuçlara baktığımız zaman %64'lük bir oran sadece ticaret döngüsünü sağlayabilmek için kredi çekmektedir. Ekonominin en önemli temel taşı olan KOBİ'lerin gelişme de büyük önem arz ettiğini görmezden gelemeyiz. Büyümek yerinde sadece kendi yağında kavrulmak amaçlı kredi çeken aynı zamanda bu kredilerin faiz ve ağır prosedürlerinden dert yanan işletmelere daha esnek vadede , işlerinin dönemlerine göre toplu ödemeli krediler sunulmalıdır. Bu işletmelerin sadece %14 'ü yatırım yapmak , yeni teknolojilerden faydalanmak , daha büyük bazda üretime geçmek , istihdamı arttırmak amaçlı kredi kullanmaktadır. İşletmeler

çoğu zaman ellerindeki sıcak parayla işlerini döndürmek , uzun vadede yapacağı yatırımlar içinse uzun vadeli krediler kullanmayı tercih etmektedirler. Bunun asıl sebebi uzun vadede sonuca ulaşım fayda sağlayacak yatırımlardır. Ellerinden bulunan sermayeyi tümüyle yatırıma yüklemek özellikle KOBİ'ler için risk oluşturmaktadır. Bir ülkede rol oynayan özel işletmeler ne kadar çok yatırım yaparsa ülke o derece kalkınacaktır. %19'luk bir kısım işletme ise tamamen ihtiyaçtan kredi kullanmaktadır. Firmaların satış bedellerini tahsil edememesi veya rekabet sonucu ürünlerini uzun vadeli satışa sunması, satışların azalması sonucu stokların artması veya sipariş tutarlarında artışlar gibi olgular şirketlerin işletme sermayesi gereksinimlerini arttıran nedenler arasındadır. İşletmelerin %10'u kredi çekmek yerine sermaye eklemeyi tercih etmektedir.

Kredi maliyetlerinin yüksekliği sebebiyle kemer sıkma politikası uygulayan işletmelerin %23'ü yatırımı azaltmaktadır. %16 'lık bir kısım ise stok azaltarak çözüm bulmaktadır. İşletmelerin stok azaltması üretimi durma ya da aksama noktasına getirecek riskli bir durumdur. Fakat KOBİlerin karşılaştığı faiz ve maliyetler bu durumu zorlamaktadır. %15'lik bir kısım ise küçülmeye gideceğini beyan etmektedir.

KOBİlere yapılan desteklerle istihdam arasında sıkı bir ilişki vardır. Karmaşık ve uzun süren kredi süreçleri , kredi maliyetleri işletmeleri kredi çekmekten vazgeçerek küçülmeye teşvik etmekte , var olan iş gücünü işten çıkararak ya da asgari ücret üzerinde maaş veremeyerek hem çalışanları tatminsizleştirmekte hem de kendisi yetinemediği için mutsuz olmaktadır. Bu işletmelere verilen destek artarsa girişimci işletmeler yatırım yapmak isteyenler daha çok ön plana çıkacaktır. Teminat sorunu KOBİler için ortadan kaldırılmalıdır.

Yeni kurulan küçük ve orta ölçekli işletmelerin kredi taleplerinde yetersiz teminatlar her zaman sorun olmaktadır. Orta ve uzun vadeli yatırım kredilerinde istenen 1. dereceden ipotek tutarı özellikle KOBİ niteliğindeki firmaların bu kredileri kullanmalarına engel olmaktadır. Ayrıca KOBİ niteliğindeki firmalar, işlerini büyütürken ilave kredi taleplerinde bankalarca talep edilen ek teminatları karşılamakta güçlükler yaşamaktadır.

İşletmeler aldıkları kredileri doğru yerlerde kullandıkları zaman finansal kaldıraç etkisiyle karlılıkları da artabilir. Bu sebeple bankalar hali hazırda verdikleri kredilerin nerede kullanıldığını araştırmalı gerektiği yerlerde müdahale ederek tam manasıyla bir Ticari Destek Danışmanlığı yapmalıdır. Bu şekilde hem verdiği krediyi garanti altına alacak hem de müşterisi ile sıkı bir bağ içine girerek büyümesini daha fazla yatırım yapmasını sağlayacaktır.

Bankalar müşterinin ticari hesaplarını gözlemleyerek satışları hakkında bilgi sahibi olabilirler. Kredi başvurularının değerlendirilmesinde 'kredi puanlama' (credit scoring) modeli özellikle ABD ve Avrupa ülkelerinde son yıllarda KOBİ kredilerinde yaygın olarak kullanılan sistemlerden biridir. Kredi

derecelendirme veya puanlama sistemi kredi müşterisinin almaya hazır olduğu kredisinin geri ödenmeme ihtimalinin istatistiksel olarak ölçülmesini içerir ve kredi ilişkileri ile risk ölçümleme tekniğine alternatif bir sistemdir. Kredi derecelendirme sistemi kredi müşterisinin ilişkiler yolu ile kişisel değerlendirme sonuçlarını doğrulayabilecek tamamlayıcı veriler sağlar. KOBİ'ler güçlü banka ilişkileri yolu ile kredi derecelendirme sistemi ile elde edemeyecekleri ölçüde kredi imkânlarına kavuşurlar.

İşletmelerin bulunduğu sektöre göre özel kredi paketlerinin yaratılması işletme banka temsilcilerinin işletmelere akılcı ve yenilikçi fikirler vermesi sağlanmalıdır. KOSGEB , Ticaret Odası , Esnaf ve Sanatkar Odası gibi kamu – işletme işbirlikçisi olan kurumların bölgesinde bulunan ticaret erbablarının durumuna yönelik farklı destek ve teşvik ödemeleri vermeleri gerekmektedir. KOBİlere verilen kredilerden kredi maliyeti yaratan dosya masrafı ekspertiz ücreti sigorta ücreti gibi ek masraflar en minimum düzeyde alınarak büyümeleri istihdam yaratmaları sağlanmalıdır.

Örneğin Muğla ili bacasız sanayi olan Turizm şehridir. Daha çok yaz mevsiminde işletmeler para kazanmaktadır. Buna uygun mevsim vadeli krediler çıkarılarak işletmelerin sıkılması önlenmelidir. İşletmelerden istenen evraklar bankanın uzun süreli müşterisi olup olmamasıyla ya da sektörde bulunduğu yıla göre azaltılmalıdır. Ülkemizde yükselen enflasyonlardan , ortaya çıkan krizlerden çıkmış ; örneğin 10-15 yıllık işletmecisi olan bir kişi ile sektöre yeni girmiş bir kişinin şartları aynı olmamalıdır. Fakat tersi durumda da yeni işletme açacak girişimcilerde desteklenmelidir. Bir ülkenin ekonomisi ne kadar iyi ise refah seviyesi o kadar yüksek olacaktır.

Ankete cevap veren işletmelerin yarısından fazlası KOBİ'lere kredi ve teşvik veren kurumlardan haberdar olduğunu ifade ederken %35'i haberdar olmadığını belirtmiştir. Kurumların çalışanları belli günlerde KOBİ ziyaretleri yaparak hem yeni teşvik destek paketlerini doğru bir şekilde oluşturmak amacıyla işletmelerle buluşmalı hem de var olan desteklerin doğru ağızdan anlaşılmasını sağlamalıdır. İşletme sayısı fazla olan yerlerde ise ilan ve reklamlar ile desteklenmelidir. Günümüz iletişim çağında hemen herkesin cep telefonu bulunmaktadır. Sadece özel bankalar değil destek ve teşviklerle ilgili devlet kurumları da mesaj ya da operatörlerce yapılan aramalarla işletmelere bilgilendirme daveti gönderebilmelidir. Son olarak yaklaşık olarak %70 oranındaki işletme yapılan bu kredi ve teşviklerin yetersizliğinden yakınmaktadırlar.

### **Kaynakça**

- ALGAN, Neşe. (1988), “ Küçük ve Orta Ölçekli(KOBİ) Sanayi İşletmelerinde Etkinlik Verimlilik ve Karlılık Açısından Bir Değerlendirme”, Verimlilik Dergisi.
- BAN, Ünsal ve YÖRÜK, Nevin. (2003), “KOBİ’lerin Finansman Sorunları ve Finansman Sorunlarının Kaynaklarının Belirlenmesine Yönelik Uygulama”, Gazi Kitabevi, Ankara.
- ÇETİN, Ali Cüneyt ve BITIRAK, İbrahim Anıl (2009), “Antalya İli Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerinde Finansal Yönetim, İşletme Sermayesi ve Yatırım Bütçelemesi Uygulamaları” Alanya İşletme Fakültesi Dergisi 1/1119-137.
- DEMİRBAŞ, Ahmet, (1987), “Küçük ve Orta Boy Teşebbüslerin Kredi ve Finansman Sorunları”,Milli Produktivite Merkezi Yayınları (358), Ankara.
- KOSGEB,2011-2015 Stratejik Plan.
- KÜÇÜK, Orhan ve TUTAR, Hasan (2003), “Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi”Seçkin Yayınları, Ankara.
- KÜÇÜKÇOLAK, Ali (1998),R,KOBİ’lerin Finansman sorununun sermaye piyasası yoluyla çözümü, İMKB Yayınları.
- MEAD, Donald, C. ve LIEDHOLM, Carl (1999), “Small Enterprises and Economic Development”,by Routledge NewYork.
- MÜFTÜOĞLU, M. Tamer (1997), “Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler EGS BANK Yayınları, (6) İstanbul.
- Resmi Gazete 2005/9617 Karar sayılı 25997 sayılı “Kobi Tanımı”.
- SİPAHİ, Beril, YURTKORU, Serra ve ÇİNKO, Murat (2010),“Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi” , Beta Basım Yayın.
- ŞAMİLOĞLU, Famil, (2000), “Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Finansman Sorunları Üzerine Adana İlinde Yapılan Bir Araştırma”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı (8).
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2002 Genel Sanayi ve İşyeri Sayımı.



## Genç Plinius'un Anadolu Mektupları Işığında Traianus Döneminde Bithynia Eyalet Yönetimi

**Arş. Gör. Mehmet Sait BENEK**

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,

Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü

m.s.benek@mu.edu.tr

---

### Öz

Genç Plinius, 111 yılında Roma İmparatoru Traianus tarafından Küçük Asia'da Bithynia Eyaleti'ne, buradaki mali usulsüzlükler ve yargı düzensizlikleri ile ilgili şikâyetler nedeniyle *proconsul* (eyalet valisi) olarak atanmıştır. Genç Plinius, eyalet kentleriyle ilgili sosyal, siyasi, ekonomik, askeri ve dini konularda Traianus ile karşılıklı olarak mektuplaşmışlardır. Bu yazışmalar, Küçük Asia kentlerinin Roma İmparatorluğu hakimiyeti altındayken nasıl yönetildiği ile ilgili önemli bilgiler vermektedir. Plinius'un mektupları birinci el kaynak olmasının yanında, bir valinin bir imparatorla eyalet yönetimiyle ilgili doğrudan mektuplaşması anlamında benzersizdir.

**Anahtar kelimeler:** Genç Plinius, Traianus, Mektuplar, Bithynia.

### The Administration of Bithynia Province in Trajan Period in the Light of the Anatolian Letters of Pliny the Younger

#### Abstract

Pliny the Younger was assigned as governor to the province of Bithynia in Asia Minor by Trajan in 111 A.D. He corresponded with Trajan about social, politic, economic, military, and religious transaction of imperial business. This correspondence give us very important informations about cities of Asia Minor under the rule of Roman Empire. Pliny's correspondence are primary source and unique in terms of correspondence a governer with an emperor.

**Key words:** Pliny the Younger, Trajan, Correspondence, Bithynia.

#### Genç Plinius ve 10. Kitap Hakkında

Çalışmamızın girişinde Genç Plinius'un kimliği, eserini oluşturan mektupların genel yapısı ve gerek Roma tarihi, gerekse genel tarih yazıcılığı açısından önemi hakkında bilgiler vermeye çalışacağız. Böylece, Roma ile Küçük Asia kentleri arasındaki yönetim ilişkisini anlamamız açısından Genç Plinius'un mektuplarını seçme nedenimiz daha anlaşılır bir hale gelecektir.

Romalı soylu bir aileye mensup olan Genç Plinius (Gaius Plinius Caccilius Secundus-MS 62-113), tanınmış bir yazar ve filozof olan dayısı Yaşlı Plinius (Gaius Plinius Secundus Maior-MS 22-78)'un yanında yetişmiş ve önemli

politik bir çevre edinmiştir. 89-100 yılları arasında hukuk, maliye ve bayındırlık içerikli çeşitli devlet görevlerini başarıyla yerine getirmiş ve 100 yılında konsül olmuştur. 111 yılında İmparator Traianus (98-117) tarafından Küçük Asia'da Bithynia Eyaleti'ne, buradaki mali usulsüzlükler ve yargı düzensizlikleri ile ilgili şikâyetler nedeniyle *proconsul* (eyalet valisi) olarak atanmıştır<sup>1</sup>. Zira Traianus eyaletlerdeki siyasi düzensizliklere yol açan gelişmeleri yakından takip eden bir imparatordu<sup>2</sup>.

Genç Plinius'un 10 kitaptan oluşan *Epistulae* (Mektuplar)<sup>3</sup> adlı eserinin ilk 9 kitabı sosyal, siyasi, ahlaki vb. birçok alanda yazılmış mektuplardan oluşmaktadır. Çalışmamızın odak noktasını oluşturan 10. kitap ise yazarın Bithynia valiliği sırasında (111-113) kentlerdeki sorunlarla ilgili Traianus'la karşılıklı görüş alışverişinde buldukları mektuplardan meydana gelmektedir. 10. kitap, 124 mektuptan oluşmaktadır. 1-14. mektuplar Traianus'un tahta çıktığı 98 yılı ve sonrasına tarihlenir ki bu dönemde Genç Plinius henüz Roma'dadır. Söz konusu mektuplar Plinius'un bazı politik istekleri (10.4, 5, 8, 11), Traianus'un Roma İmparatorluğu tahtına çıkışı (10.1) ve kazandığı zaferleri kutlama (10.14) içerikli konulardan oluşmaktadır. Aşağıda örneğini verdiğimiz mektup bu anlamda Plinius'un Traianus'u övdüğü ve ona olan bağlılığını bildirir içeriktir:

“Aziz İmparatorum, senin babana olan sadakatin onun ardından, gerektiğinden geç bir tarihte tahta çıkmaya yol açtı. Ama ölümsüz tanrılar, egemenliğin altına almış olduğun devletimizin başına geçmen için erdemlerine hız verdiler. Bundan dolayı, senin çağının yansıması olan her çeşit refahın sana ve senin sayende bütün insanlığa ulaşmasını dilerim”(Plinius, 10.1).

Mektupların geri kalanı ise Plinius'un 111-113 yılları arasında Bithynia valiliği sırasında kaleme alınmıştır. Mektupların 73'ü Plinius tarafından, 51'i ise Traianus tarafından<sup>4</sup> yazılmıştır. İlk 50 mektup, genellikle Plinius'un görevi gereği eyalet ile ilgili gözlemlerini Traianus'a rapor verir nitelikteki aktarımları şeklindedir. Traianus'un bu mektupların bazılarını cevap vermeyi ihmal ettiğini görüyoruz. Sherwin-White, söz konusu mektupları “özel” olarak nitelerken<sup>5</sup>, Millar, Plinius'un mektuplarının Traianus tarafından bir şekilde ihmal edildiğini

<sup>1</sup> Bennet, 1997: 118; İmparatorluk eyaletlerindeki bu türden vergi usulsüzlüklerine çok sık rastlanmaktaydı. Örneğin, Cícero Kilikia Eyaleti valiliğine atandığı ilk zamanlarda yazdığı bir mektubunda konulan vergilerin ödenmediğinden bahsetmiştir: Cícero, ad. Att. 5.16.2.

<sup>2</sup> Hooper, 1979: s.430

<sup>3</sup> Eserin orijinal dili olan Latince versiyonuyla ilgili kelime bazlı bir inceleme için bkz. W. D. Lowe (1913), *Anecdotes from Pliny's Letters*, Oxford: Clarendon Press.

<sup>4</sup> Traianus'un yazdığı mektuplarla ilgili bir analiz için bkz. Sherwin-White, 1962: 114-125.

<sup>5</sup> Sherwin-White, 1966: 566.

izah etmeye çalışmaktadır<sup>6</sup>. Her iki görüş de bizce makul görünmekle birlikte bunun Traianus'un kasıtlı bir davranışı olduğunu düşünmüyoruz. Çünkü Traianus'un cevapsız bıraktığı mektupların (10.4, 12, 13, 14) içeriğine benzer başka mektupları (10.7, 95, 105, 107) ilerleyen zamanlarda içtenlikle cevapladığını görüyoruz.

Plinius'un Bithynia mektuplarının bu kadar ilgi çekici olmasının birçok nedeni vardır. İlk olarak, kayıtlara geçen bu türden tarihi mektuplaşmalar arasında doğrudan bir Roma imparatoru ile yapılması ve neredeyse tümüyle bir eyaletin idaresi konulu olması dolayısıyla benzersizdir. Diğer taraftan, mektup yazımı Roma dünyasında ayrı bir edebî tür olarak nitelendirilirdi. Elimizde doğrudan Küçük Asia ile ilgili derlenmiş mektupları bulunan birçok yazar bulunmaktadır. Romalı ünlü hatip Marcus Tullius Cicero da Küçük Asia'da Kilikia Eyaleti valiliği sırasında (MÖ 51-50) birçok mektup yazmış, ancak tek taraflı olarak yazılan bu mektupların muhatabı Cicero'nun kimi zaman ailesi kimi zaman arkadaşları olmuştur<sup>7</sup>. Yine bir diğer Romalı ünlü gramer ve retorik ustası Marcus Cornelius Fronto (100-160)'nun Marcus Aurelius, Lucius Verius ve Antonius Pius ile imparatorluğun aile dostu ve özel öğretmeni olarak karşılıklı mektuplaşmaları mevcuttur. Bunlardan başka Cicero gibi Kilikia valiliği yapmış olan M. I. Brutus, daha sonra Kaisareia Piskoposu Büyük Basil, pagan sofist Libanos ve İmparator İulian'ın mektup derlemeleri sayılabilir<sup>8</sup>. Aslına bakılırsa, Plinius'un eserinin ilk 9 kitabındaki mektuplar da Romalı senatörler ve aristokrat sınıftan insanlara yazılmıştır. Diğer taraftan 10. kitapta Traianus ile kurduğu bu benzersiz mektup ilişkisi ise hem daha önce kendi yazdığı mektuplardan, hem de benzer türdeki diğer örneklerinden keskin bir çizgiyle ayrılmaktadır.

İmparatorluk yazışmaları ve Roma eyalet yönetiminin kıymetli bir örneği olan bu belgeler aynı zamanda bir antikçağ imparatorluğunun yönetimi altındaki bir eyalete ne şekilde müdahale ettiğinin de en açık örneğidir. Mektuplara büyük önem atfedilmesinin bir diğer nedeni, bunların birinci kişinin elinden çıkmış olmasıdır. (Yazışmaların Plinius ya da Traianus tarafından yapılmadığına dair herhangi bir kanıt veya atıf söz konusu değildir) Plinius'un Bithynia Eyaleti'ndeki ikinci görev yılının ardından mektupların aniden kesildiği görülmektedir. Bu konudaki en mantıklı açıklama Plinius'un valilik görevi sırasında bir şekilde yaşamını yitirdiği üzerinedir. Ancak, yazar öldükten sonra söz konusu mektuplar üçüncü bir kişi tarafından toplanarak bir kitap haline getirilmiştir. Bu kişinin kimliğiyle ilgili en güçlü işaret Plinius'un yakın çevresinde bulunan ve hatta bir mektubunda (94) Traianus'tan kendisi için imtiyaz istediği Suetonius Tranquillus (yakl. 70-135) olduğu yönündedir.

<sup>6</sup> Millar, 2004: 32-34.

<sup>7</sup> Örneğin Cicero, Kilikia Eyaleti valiliği sırasında arkadaşı Attikus'a yazdığı mektuplar aracılığıyla eyalette yaşanan gelişmeler hakkında çeşitli bilgiler vermiştir (Kurt, 2010: 53).

<sup>8</sup> Bekker, 2008: 34; Stadter, 2006: 63.

Suetonius aynı zamanda İmparator Hadrianus (76-138)'un da mektup sekreterliği görevinde bulunmuştur. Bu ihtimal dahi göz önüne alındığında, söz konusu mektupların imparatorlukla ilgili çalışmalar arasındaki değeri yeterince anlaşılmaktadır.

### İmparator Traianus

Çalışmamızın odak noktasını oluşturan Roma İmparatorluğu'nun Küçük Asia kentleriyle olan ilişkisini anlayabilmek için, Genç Plinius'un Bithynia valiliği sırasındaki icraatlarına ve dolayısıyla Traianus ile karşılıklı yazışmalarına başvuracağız. Ancak, hem mektupların ortaya çıktığı dönemi anlayabilmek, hem de bu dönemin söz konusu yazışmalar üzerinde nasıl bir etki bıraktığını görebilmek açısından "Traianus'un Roması"na göz atmamız uygun olacaktır. Traianus tahta çıkmadan önce Roma, Domitianus (81-96) döneminde içerde ve dışarda yaşadığı sıkıntılardan dolayı gergin bir sosyal-siyasi sürecin içerisindeydi. Nerva'nın kısa süreli (96-98) imparatorluk dönemi bu olumsuz ortamın tamamen ortadan kalkması için yeterli olmamıştır. Traianus dönemi ise Roma için ufak çaplı bir "rönesans" özelliği taşıyordu. Bu dönemde sınırlardaki sorunlar çözülmüş, halk sosyal ve sanatsal faaliyetlere yönlendirilmiştir. Plinius gibi birçok yazar bu ortamın rahatlığı içerisinde yazmaya başlamıştır<sup>9</sup>. Bu yazarlardan biri olan Gaius Cornelius Tacitus (56-117), Traianus dönemi için "*ruhumuz geri döndü*" ifadesini kullanır ve bu dönemde Roma halkının refahının günden güne arttığından bahsetmektedir (Tacitus, Ag. 3). MS IV. yüzyılda yaşamış olan Roma tarihi yazarlarından Flavius Eutropius, *Roma Tarihinin Özeti* adlı eserinde bizleri Traianus'un politik ve şahsi kişiliğinden şu sözleriyle haberdar etmektedir;

"Devlet yönetimindeki başarısı bütün imparatorları geride bırakacak seviyede yüksekti. Augustus döneminden sonra sınırların savunulması politikasını değiştirip, genişletme politikasını izleyen ilk imparator oldu<sup>10</sup>. Traianus son derece cömert, adil ve mütevazı bir yöneticiydi. Hakimiyeti altındaki her yere kentler inşa edilmesini sağladı. Anısına öyle büyük bir saygı duyuldu ki, bizim zamanımıza kadar senatusta bütün imparatorlar Augustus'tan daha talihli, Traianus'tan daha iyi şekilde başarılarla karşılaşılır" (Eutropius, 8.2-5).

Traianus'un saltanatının en belirgin özelliklerinden biri senatonun yetki alanına olan müdahaleleriydi. Bithynia Eyaleti bir senato eyaletiyken, yerel zenginlerin kamu harcamaları konusundaki aşırılıkları vb. konuları gerekçe

<sup>9</sup> Salmon, 1959: 291-294; Goodman, 1997: 68.

<sup>10</sup> Traianus'un döneminde Roma İmparatorluğu'nun ulaştığı sınırlar için bkz. Eutropius, 8.3.

göstererek burayı imparatorluk eyaleti haline getirmiştir<sup>11</sup>. Roma imparatorluk çağı yazarlarının hem fikir olduğu otokrasi ahlakı düşünüldüğünde, Traianus'un tavrı bir korku imparatorluğu kurma eğiliminden ziyade örnek olma özelliği taşıyan iyi bir yönetici vasfıyla açıklanabilirdi<sup>12</sup>. Traianus'un Roma tahtına çıkışının ardından oluşturduğu, adalet ve eşitliğin hakim olduğu dostane ortamın bir yansıması olarak İmparatorluk Eyaletine karşı sergilediği korumacı tavrı, Plinius'un Bithynia Eyaleti'ne ulaşır ulaşmaz kendisine gönderdiği ilk mektuba yazdığı cevaptan itibaren görmemiz mümkündür;

“Sevgili Secundus, Eyalet halkının benim tarafımdan gözetildiklerini anlayacaklarına inanıyorum. Çünkü sen de kendinin beni temsilen özel olarak<sup>13</sup> seçilip onlara gönderildiğini açıklamaya özen göstereceksin. Diğer yandan, eyaletin kamu harcamalarının hesabını çıkartmalısın; çünkü bu konunun karışık olduğu yeterince açık”. (Plinius, 10.18).

Yazımızın devamında Plinius'un mektuplarından yola çıkarak ortaya koymaya çalışacağımız Roma'nın Bithynia Eyaleti'ne, o eyaletin kentlerine ve dolayısıyla kent halkına karşı sergilediği yönetim şeklini ifade etmeye çalışacağız. Bunun için 10. kitaptaki mektupları çeşitli konulara göre seçip, bu konulara hem Roma imparatoru olarak Traianus'un, hem de imparatorluğun özel temsilcisi konumundaki Plinius'un ne şekilde yaklaştığıyla ilgili genel bir fikir kazandırmayı amaçlıyoruz.

### **İdari Konular**

Traianus, kentlerdeki suçlar, cezalar vb. yasal veya idari konularda, imparatorluk uygulamaları üzerinden hareket etmek yerine, öncelikle eyalette ya da kentte, varsa duruma uygun kanunlara başvurulması gerektiği taraftarıdır. Aksi halde en adil çözümleri tavsiye etmeye çalışmıştır.

---

<sup>11</sup> Kuiper, 2010: 128; Traianus'un senatoya olan müdahaleleri keyfi olmaktan çok kendi otokratik gücünün sağladığı imkanla ilgilidir (Rees, 2012: 137.)

<sup>12</sup> Carlos, 2009: 277.

<sup>13</sup> Traianus'un Plinius'a; *sen de kendinin beni temsilen özel olarak seçilip onlara gönderildiğini açıklamaya özen göstereceksin...* şeklindeki sözleri, Plinius'un sıradan bir eyalet valisi olmadığını, Traianus'u temsil ederken dolayısıyla Roma'yı temsil ettiğini anlıyoruz. Traianus'un, Plinius'un politik kişiliğine olan güveninin yanında mektuplarında yer verdiği *mi Secunde carissime* (sevgili Secundusum-10.16, 44, 115. 117) vb. ifadeler, ikili arasındaki ilişkinin resmi ve yönetsel bir yakınlığın ötesinde, arkadaşlık ve saygı üzerine kurulu bir sıcaklıkta olduğunu gösteriyor.

Örneğin, Plinius bir mektubunda (10.47) Apameia kentinde daha önceki memurlar tarafından ihmal edilen mali işlerin<sup>14</sup> incelenmesi konusunda adımlar attığını ancak, bir grup Apameialının geçmişten gelen geleneklerin kendilerine verdiği sorumlulukla, bunun için başvurdukları metinleri öne sürmesi üzerine Traianus'a danışmıştır. Traianus cevaben aşağıdaki mektubu (10.48) yazmıştır;

“Mektubuna eklediğin Apameialıların raporu beni, bu eyalet proconsullarının onların hesaplarını denetlemekten uzak durduklarına inandırmak istemelerinin nedenlerini araştırma gereğinden vazgeçirdi, çünkü bizzat Apameialılar senin, onların hesaplarını incelemene karşı çıkmadılar. Bir şekilde dürüstlüklerini dikkate almak gerekir; sahip oldukları ayrıcalıkları koruyarak bundan böyle bu denetimin benim irademle yerine getirileceğini bilsinler”.

Plinius bir başka mektubunda (10.31) başta Nicomedia ve Nicaea olmak üzere birçok Bithynia kentinde kamu işleri vb. cezalara mahkum edilmiş belli başlı kişilerin resmi görevler üstlendiğini ve bu yolla para kazandıklarını, bu kişiler hakkında uygulanması gereken yaptırım hakkında Traianus'a danışmıştır. Traianus'un cevabı aşağıdaki (10.32) şekilde olmuştur;

“Bu durumu özellikle düzeltmelisin; çünkü cezaya çarptırılmış olanlar, senin bana mektubunda yazdığın gibi, sadece hiçbir yetkiye dayanmadan serbest bırakılmakla kalmamışlar, aynı zamanda saygın konumdaki görevlere yeniden getirilmişler. Bu nedenle, geçen on yıl içinde mahkum edilmiş olup hiçbir yasal yetkiye dayanmadan serbest bırakılmış kişilerin cezalarını çekmek üzere geri gönderilmeleri gerekir. On yıl önce cezaya çarptırılmış, halsiz ve yaşlı kişiler varsa, bunları mahkumiyetten pek uzak sayılmayan kamu işlerine ayıralım”.

Traianus, yukarıdaki iki mektupta da görüldüğü üzere konuların çözümü noktasında, kişilerin devleti aldatmaya yönelik bir tutum içerisinde olmadıkları ya da telafi basit ihmallerin yaşandığı durumlarda sorumluluk karar mekanizmasını halkın lehine işletme yolunu seçmiştir.

### **Mali Konular**

Traianus mektuplarda, Bithynia Eyaleti kentlerinin ekonomik anlamda ayakta kalmasının, tıpkı siyasi idare konusunda olduğu gibi kendi uygulamalarını takip etmeleri yoluyla mümkün olacağını, bunun yanında halkı Roma'nın çıkarına zarara uğratacak baskıcı politikalardan uzak durulması gerekliliğini vurgulamıştır. Savurganlığın önüne geçilmesinin önemine dikkat

---

<sup>14</sup> Levick'e göre, Bithynia Eyaleti'ndeki genel problem önceki memurların yetersizliğidir. Bu durum Traianus'un bizzat güvendiği birini, yani Plinius'u eyalete vali olarak göndermesini gerekli kılmıştır (Levick, 1979: 119).

çektığı bir mektubunda (10.44), kendisi için Plinius'a saygılarını sunmaya gelen Byzantionlulara, bu iş için topladıkları paranın israf olduğunu açıklamış ve tekrarını yasaklamıştır.

Plinius bir diğer mektubunda (10.108), Bithynia ve Pontus kentlerinin satışlardan ya da kiralardan dolayı kendilerine olan borcun tahsili konusunda genel geçer bir tavsiye istemektedir. Traianus aşağıdaki mektupla (10.109) konuya açıklık getirmektedir;

“Herhangi bir nedenle çeşitli ortaklıklardan kaynaklanan paraların toplanmasında, Bithynia ve Pontus kentlerine hangi hakkın tanınması gerektiği her bir kentin yasasına göre dikkate alınmalıdır. Nitekim, eğer bu kentler, başka alacaklılara göre öncelik taşıyan bir ayrıcalığa sahipseler bu ayrıcalık korunmalıdır; eğer sahip değilseler, böyle bir ayrıcalığın benim tarafımdan özel kişilerin zararına tanınması uygun olmayacaktır.”

Plinius bir başka mektubunda (10.54) toplanan devlet gelirlerinin işletilmesi konusunda özel kişilere düşük faizle borç verilmesinin uygun olduğunu, bu konuda kendisinin ne tür bir fikir de olduğunu sormaktadır. Traianus'un aşağıdaki cevabı (10.55) yumuşak tavrının açık bir göstergesi niteliğindedir;

“Çok aziz Secundusum, devlet gelirlerinin daha kolaylıkla yatırımı için ben de faiz oranının düşürülmesinden daha iyi bir yol göremiyorum. Borçlananların sayısına göre onun ölçüsünü sen kararlaştır. İstemeyen kimseleri, belki de gerek duymayacakları bir şeyi almaya zorlamak çağımızın adalet anlayışına uygun değildir.”

Eyalet sistemi içerisinde çoğu yöneticinin adı yolsuzluklara karışmakta, nitekim Plinius'un da Bithynia Eyaleti'ne atanmasını gerekli kılan mesele de özellikle bu türden ekonomik sıkıntılar olduğunu yukarıda belirtmiştik. Bu durumda Traianus'un mali konulara yaklaşımıyla devletin ve halkın karşılıklı çıkar ilişkisini amaçladığı anlaşılmaktadır.

### **Kamusal Konular**

Traianus döneminde Roma İmparatorluğu'nun kentlerin yeniden inşası ve her türlü kamu alanıyla ilgili düzenlemelere büyük önem verdiğini belirtmiştik. Bu anlamda Plinius'un Bithynia valiliği süresince kentlerle ilgili birçok yenilemeye gittiğini, bu konuda halka yardım ettiğini ve gücünün yetmediği yerde Traianus'ta yardım talebinde bulunduğunu görüyoruz. Traianus, Plinius'tan gelen, aşağıda örneklerini vereceğimiz mektuplarında inşa faaliyetleriyle ilgili neredeyse tüm konularda, valisine güvendiğini gösteren bir portre çizmiştir. Plinius'a, verdiği kararları uygulama konusunda tam yetki vermiş ve kent halkının refahını ön planda tutmuştur. Örnek vermek gerekirse;

*Plinius'tan İmparator Traianus'a*

“Efendim, Prusalıların hem harabe, hem de çok eski bir hamamı var. Bu yüzden burayı, hoşgörüne sığınıp, onarmak istemişlerdi. Ama ben bir yenisinin yapılması gerektiğini düşündüğümden..., bana öyle geliyor ki, onların bu arzusunu yerine getirebileceksin. Kentin saygınlığı ve senin çağının görkemi böyle bir yapıyı gerektirir.” (10.23)

*Traianus'tan Plinius'a*

“Yeni bir hamamın yapımı Prusalıların gücünü açacak bir yük olmayacaksa, onların bu arzusunu yerine getirebiliriz ama bu yüzden yeni bir vergi yükümlülüğüne girmemeleri ve zorunlu amaçlar için ayrılan gelirden daha fazla harcamamaları koşuluyla”. (10.24)

*Plinius'tan İmparator Traianus'a*

“Nicomedia topraklarının sınırında, çok büyük bir göl<sup>15</sup> bulunuyor. Bunun üzerinde, mermerler, tarım ürünleri, kerestelik odunlar ve ticari mallar gemilerle, az bir masraf ve çabayla yola kadar taşınıp buradan yük arabalarıyla büyük bir zahmet ve daha büyük bir çabayla denize naklediliyor. Bu yüzden bu gölü denizle birleştirmek istiyorlar. Bu iş için bir sürü insana ihtiyaç var; ancak bunlar sırasıyla halledilebilir. Çünkü hem kırsal bölgelerde, hem de özellikle kentte büyük bir nüfus yoğunluğu var ve herkesin herkese yararlı olacak bir işle seve seve ilgileneceğine de hiç şüphe yok.

Ben o bölgenin yakınında bir kral tarafından kazdırılmış olan bir hendek keşfettim; ancak bu hendeğin birbirine bitişik tarlaların suyunu çekmek için mi, yoksa gölü nehre bağlamak için mi yapılmış olduğu kesin değildir. Çünkü bitirilmeden bırakılmış.

---

<sup>15</sup> Söz konusu göl bugünkü Sapanca gölüdür. Gölün denizle birleştirilme hadisesine Plinius'un da mektubunda belirttiği üzere daha önce muhtemelen bir Bithynia kralı teşebbüs etmiştir. Bunun dışında Bizans İmparatoru Iustinianus (Prokopius, *De Aedificiis*, 5, 3, 8-11) ve Osmanlı İmparatorluğu döneminde Kanuni'den başlayarak (Selaniki Tarihi, s. 283) birçok defa konuyla ilgili çeşitli projeler ele alınmış, ancak ciddi bir şekilde hayata geçirilememiştir; ayrıntılı olarak bkz. İ. H. Uzunçarşılı, “Marmara ve Karadeniz'in Birleştirilmesi Hakkında”, *Belleten* IV (14-15) 149-175; Konuyla ilgili ayrıca bkz. S. Şahin (2013), “Iustinianus'un Bithynia'da Sakarya Nehri Üzerine İnşa Ettirdiği Kanal ve Köprü Tesisleri”, *Eskiçağ Yazıları* 4, İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları; F. G. Moore, “Three Canal Projects, Roman and Byzantine”, *American Journal of Archaeology*, 54 (2), 97-111; Ö. F. Yılmaz (2010), *Beş Asırlık Sakarya-Sapanca-Marmara Kanal Projeleri*, İstanbul: Çamlıca Yayınları.



Şüpheli olan başka bir konu da bu hendeğin Kral'ın ölümü mü yoksa işin başarısızlığa uğraması sonucu mu tamamlanmadığı.” (10.41)

*Traianus'tan Plinius'a*

“Sözünü ettiğin göl, onu denizle birleştirmeyi istemem konusunda beni harekete geçirebilir. Ancak gölün, denize boşaldığı takdirde tamamen tükenmemesi için, ne kadar ve nereden su aldığını tam anlamıyla dikkatlice araştırmak gerekir. Calpurnius Macer'den bir kontrol memuru isteyebilirsin, ben de buradan sana bu tür işlerde usta olan birini göndereceğim”. (10.42)

Plinius, başka mektuplarında yukarıdaki iki mektuba benzer şekilde Nicaea (10.39), Claudiopolis (10.39), Sinope (10.90) ve Amastris (10.98) kentlerinde girişilmesini uygun gördüğü inşaa faaliyetleriyle ilgili Traianus'u bilgilendirmiştir. Traianus, yazdığı cevaplarda genel itibarıyla, söz konusu faaliyetlerin kentlerin yararına olacağından şüphe duymadığını bildirmiş ve Plinius'u desteklemiştir (10.40, 91, 99). İmparatorluğun eyalete karşı sergilediği bu cömertliğin eyalet halkını memnun ettiğini, Traianus'a atfen kaleme alınan çeşitli yazıtlar yoluyla öğrenmekteyiz<sup>16</sup>.

### **Dini konular**

Plinius'un mektuplarında dini anlamda iki farklı konuya değindiğini görüyoruz. Birincisi, yazar 49., 68. ve 70. mektuplarda Prusa ve Nicomedia kentlerinde insanların tapınma alanları ile ilgili bazı inşaa faaliyetleriyle ilgili Traianus'a bilgi vermiş ve tavsiye istemiştir. Buna karşılık, Traianus bir mektubunda (10.69) dini konularda Roma uygulamalarına başvurmanın doğru olmayacağını, yapılması gerekenin kent yöneticilerinin daha önceden gelen geleneklere uygun hareket etmeleri olduğunu bildirmiştir. Traianus'un bu yaklaşımı son derece hoşgörü sahibi bir imparator olduğunu göstermektedir. İkinci olarak, Plinius 96. mektubunda Roma İmparatorluğu için oldukça yeni bir gelişmeden bahsediyor ve bu konuda imparatorun ne yapması gerektiği ile ilgili bilgi istiyor. Bu gelişme yeni ve hızla yayılmakta olan Hristiyan diniydi ve Roma bu inanışla henüz tanışmamıştı. Bu nedenle Plinius, insanların tepkisini çekecek yanlış bir uygulamaya gitmekten çekinmiş ve aşağıdaki mektubu yazma ihtiyacı hissetmiştir;

*Plinius'tan İmparator Traianus'a*

“Efendim, kuşku duyduğum konularda sana danışmak benim için bir kural haline geldi. Nitekim, kim kararsızlıklarına senden daha

---

<sup>16</sup> Konuyla ilgili örnekler için bkz. Güçlü, 2007: 40-42.

iyi yol gösterebilir, bilmediğim konularda beni aydınlatabilir? Hristiyanların sorgulanmasında hiç bulunmadım; bu yüzden neden ve ne ölçüde sorgulandıklarını ya da cezalandırıldıklarını bilmiyorum. Yaş açısından ayırım gözetilip gözetilmeyeceği, en genç olanların daha yaşlılardan ayırt edilip edilmeyeceği, pişman olanların affedilip edilmeyeceği, kesinlikle Hristiyan olan kimsenin inkarda bulunmasının kendisine yarar sağlayıp sağlamayacağı, başka suçlar olmaksızın, sadece inanç açıklamasının mı yoksa inançla Hristiyan oldukları bildirilen kimselere karşı şu yolu izledim: onlara Hristiyan olup olmadıklarını sordum. İtiraf ettiklerinde ölüm cezasıyla gözünü korkutarak ikinci ve üçüncü kez yine sordum, direndiklerinde cezanın yerine getirilmesini emrettim. İtiraf ettikleri şey ne olursa olsun, inatçılığın ve katı dik başlılığın cezalandırılması gerektiğinden kuşku duymuyordum. Aynı çılgınlığa sahip başka kimselerde vardı; Roma yurttışı olduklarından, onların kente geri gönderilmelerini emrettim. Çok geçmeden benzer durumlarda olduğu gibi, salt soruşturma suçlamaları yaygınlaştırdı, farklı türde birçok vaka ortaya çıktı. Çok sayıda kişinin adını içeren ve kimin yazdığı bilinmeyen bir yazıt dikildi. Hristiyan olduklarını ya da eskiden olmuş olduklarını inkâr edenlerin, söyleyip yazdırdığım gibi dua ettikleri ve amaca uygun olarak tanrıların heykelleriyle birlikte getirmelerini emrettiğim senin heykelin önünde tütsü ve şarapla tapındıkları, ayrıca, İsa'yı lanetledikleri için –bunlardan hiçbirinin gerçek bir Hristiyana yaptırılamayacağı söylenir- salıverilmesi gerektiğini düşündüm. Adlarını muhbirlerin verdiği başka kimseler Hristiyan olduklarını önce itiraf, hemen sonra da inkâr etti; bu kişilerden bazıları üç yıl, bazıları birçok yıl, geri kalan çok az sayıdaki kişi de yirmi beş yıl önce Hristiyan olduklarını ama bu inancı artık terk ettiklerini söylediler. Bunların hepsi hem senin heykeline, hem de tanrıların tasvirlerine tapındılar, İsa'yı lanetlediler.

Öte yandan bu kişiler, en büyük suçlarının ya da yanlışlarının belli bir günde güneş doğmadan toplanmak, tanrı yerine koyup sırayla İsa'ya ilahi söylemek ve bir suç işlemek üzere değil; herhangi bir hırsızlık, yol kesme ya da zina suçu işlemek, sözünde durmak ve emaneti inkâr etmemek için kendilerini yeminle bağlamak olduğunu söylüyorlardı. Bunları yerine getirdikten sonra, törelerine göre, dağılıyor, sıradan ve zararsız yiyeceklerini paylaşmak için yeniden bir araya geliyorlardı; bu töreden de, senin yönergelerin doğrultusunda yasakladığım kulüplere ilişkin duyuruma uyararak, vazgeçtiklerini söylüyorlardı. Bu yüzden, ministra dedikleri iki köle kızdan işkence yoluyla gerçeği araştırmamın gerekli olduğunu düşündüm. Çarpık ve aşırı boş inanç dışında hiçbir şey bulamadım.

Sonuçta, soruşturmayı erteleyip sana başvurduğum. Nitekim, özellikle suçlananların sayısı yüzünden konu sana danışmaya değer gözüktü. Gerçekten, her yaştan, her sınıftan kadın, erkek çok sayıda insan kovuşturma altındadır ve kovuşturma altında olacaktır. Bulaşıcı boş inanç, sadece kentlere değil, köylere, kırsal alanlara da yayılmış durumda; bu da denetlenebilir ve önlenilebilir gözüküyor. En azından, eskiden boş olan tapınaklarda yeniden toplanmaya; uzun bir aradan sonra dini törenleri canlandırmaya ve şimdiye kadar çok az sayıda alıcı bulan kurban etinin orada burada satılmaya başlandığı iyice anlaşılıyor. Bunlara bakarak, eğer pişmanlığa açık kapı bırakılırsa, kalabalık bir insan topluluğunun ıslah edilebileceği kolaylıkla düşünülebilir.” (10.96)

#### *Traianus'tan Plinius'a*

“Secundus'um, sana ihbar edilen Hristiyanların davalarını incelerken yapman gerekeni yaptın. Öte yandan, davalarda standart bir genel kural belirlemek mümkün değildir. Hristiyanlar aranıp toplanmamalıdır; ihbar edilir ve suçlanırlarsa, Hristiyan olduğunu inkâr eden ve tanrılarımıza tapınarak bunu açıkça belli eden kimse, geçmişte ne kadar kuşkulu biri olursa olsun, pişmanlığın ödülü karşılığında bağışlanacak şekilde cezalandırılmalıdır. Buna karşılık hazırlayanın adını vermediği ihbarnameler, herhangi bir suçlamada dikkate alınmamalıdır. Çünkü bu en kötü örnektir ve çağımızın ruhuna aykırıdır.”. (10.97)

Plinius ve Traianus, eyaletin diğer tüm sorunlarında oldukça yumuşak bir tavır sergilerken Hristiyanlık meselesinde idam dahil çeşitli cezalara başvurmuşlardır. Ancak Plinius bu durumu, kişilerin devlet otoritesine karşı gelmelerinin doğal bir sonucu olarak yorumlamış ve Traianus da onun bu tutumunu onaylamıştır. Ayrıca, bunun dışındaki hallerde kişilerin yargılanması yolunun titizlikle değerlendirilmesi gerektiği hususuna vurgu yapmıştır.

#### **Sonuç**

Roma İmparatorluğu'nun, tıpkı diğer imparatorluklar gibi hakimiyeti altındaki bölgelerin kaynaklarını ve insanlarını kontrol altında tutması, memurlarıyla arasındaki bilgi akışının düzenliliğiyle ilgilidir. Bu etkili iletişim bilgiyi toplamayı, işlemeyi, kararlar almayı ve bunları uygulamayı, imparatorluk idaresinin yetkin ve kalıcı kayıtlarını tutmayı mümkün kılar<sup>17</sup>. Nitekim çalışmamızda Bithynia Eyaleti valisi olan Plinius ile dönemin Roma

---

<sup>17</sup> Norena, 2007: 239.

imparatoru Traianus arasında yaşanan haberleşme ağı ile bunun sonucu olarak ortaya çıkan yönetim bakış açısını inceledik. Ortaya çıkan tablodan Traianus'un, eyaletin idari, mali, kamusal, dini vb. başlıca sorunları konusunda oldukça yapıcı bir tavır içerisinde olduğu anlaşılmıştır. Çünkü istese Roma İmparatorluğu'nun gücünü kullanarak hiçbir imtiyaza ya da hoşgörülü davranışa ihtiyaç duymaksızın, salt dayatma ile bir baskı yönetimi kurabilirdi. Ancak bunun yerine, birçok konuda Roma kanunlarına ya da kişisel kararlara göre karar vermektense, sorunlu kentlerin kendi yerel kurallarının daha önce kullanımında olan kanunların<sup>18</sup> uygulanması gerektiğini daha uygun bulmuştur. Bithynia Eyaleti'nin yönetimini olumsuz şekilde etkileyen uygulamaları ya da yöneticileri bertaraf etmek adına, yetkilerini bizzat kendisinin arttırdığı Plinius'u eyalete vali tayin etmiştir. Diğer bir deyişle Plinius klasik eyalet valisi tanımlamasının dışında yetkiler taşıyor ve buna dönük işler yapıyordu. Hukukun korunması, yargı düzeni ve asayişin sağlanması gibi genel görevlerin yanında eyalet kentlerinin kurumlarının iyileştirilmesi, eyalet sisteminde yaşanan kötüye kullanımların sonlandırılması ve ihlallerin belirlenerek ortadan kaldırılmasıyla bizzat ilgilenmiştir. Bu nedenle vaktinin çoğunu yerel kent konseylerinin işleyişi ve hesaplarının denetlenmesine harcamıştır<sup>19</sup>. Bu anlamda, Plinius'un Küçük Asia mektupları yazıldığı çağın yönetim anlayışına ışık tutması ve Bithynia Eyaleti'nin kentleriyle ilgili doğrudan bilgiler barındıran bir kaynak olması yönüyle önemlidir.

### **Kaynakça**

- Arslan, M. (2007), *Mithradates IV Eupator: Roma'nın Büyük Düşmanı*, İstanbul: Odin Yayıncılık.
- Bekker-Nielsen, T. (2008) *Urban Life and Local Politics in Roman Bithynia*, Aarhus: Aarhus University Press.
- Bennet, J. (1997), *Trajan –Optimus Princeps-*, Bloomington: Indiana University Press.
- Carlos, F. N. (2009), “Ethics of Autocracy in the Roman World”, R. Y. Ballot (Ed), *A Companion to Greek and Roman Political Thought*, Malden: Blackwell Press.
- Cicero (1968), *Cicero's Letters to Atticus III*, Cambridge: Cambridge University Press.
- DIO CHRYSOSTOM, *Discourses*, trans. H. L. Crosby, London 1932.

---

<sup>18</sup> MÖ 65 yılı civarında Roma-Pontus mücadelesi sırasında bölgede bulunan Romalı komutan Pompeius Bithynia ve Pontus kentleri için bir takım yasal düzenlemeler yapmıştır (*lex Pompeia*): Ayrıntılı bilgi için bkz. Marshall, 1968: 103-109; Arslan 2007: 484-493; ayrıca, Plinius'un da 79.-112. ve 114. mektuplarında Pompeius Yasası'na değindiğini görmekteyiz (Plinius, Epistulae X.79-112-114).

<sup>19</sup> Richardson, 1984: 75.

- EUTROPIUS (2006), *Roma Tarihinin Özeti*, çev. Ç. Menzilioğlu, İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Goodman, M. (1997), *The Roman World 44 BC – AD 180*, London: Routledge Press.
- Güçlü, D. (2007), “Antik Bithynia Bölgesinin Tarihsel İçerikli Yazıtlar Kataloğu ve Tarihçesi”, *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, Antalya.
- Hooper, F. (1979), *Roman Realities*, Detroit: Wayne State University Press.
- Kuiper, K. (2010), *Ancient Rome: From Romulus and Remus to the Visigoth Invasion*, New York: Rosen Publishing Group.
- Kurt, M. (2010), “Cicero’nun Kilikya Eyaleti Valiliği ve Parth Krallığı”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (2), 51-64.
- Lewick, B. (1979), “Pliny in Bithynia –And What Followed”, *Greece and Rome*, 26 (2), 119-131.
- Lowe, W. D. (1913), *Anecdotes from Pliny’s Letters*, Oxford: Clarendon Press.
- Marshall, A. J. (1968), “Pompey’s Organization of Bithynia-Pontus: Two Neglected Texts”, *The Journal of Roman Studies*, 58 (1-2), 103-109.
- Millar, F. (2004), *Rome, The Greek World and The East II*, London: The University of North Carolina Press.
- Moore, F. G. (1950), “Three Canal Projects, Roman and Byzantine”, *American Journal of Archaeology*, 54 (2), 97-111.
- Norena, C. F. (2007), “The Social of Pliny’s Correspondence with Trajan”, *American Journal of Philology*, Sayı (128), 239-277.
- PLINIUS (1999), *Genç Plinius’un Anadolu Mektupları: 10. Kitap*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- PROKOPIUS (1914), *De Aedificiis*, trans. H. B. Dewing, London: Harvard University Press.
- Rees, R. (2012), *Latin Panegyric*, Oxford: Oxford University Press.
- Richardson, J. (1984), *Roman Provincial Administration*, London: Bristol Classical Press.
- Salmon E. T. (1959), *A History of Roman World from 30 B.C. to A.C. 138*, London: Routledge Publishing.
- Sherwin-White, A. N. (1966), *The Letters of Pliny*, Oxford: Clarendon Press.
- \_\_\_\_\_, (1962), “Trajan’s Replies to Pliny –Authorship and Necessity”, *The Journal of Roman Studies*, 52 (1-2), 114-125.
- Stadter, P. A. (2006), “Pliny and the Ideology of Empire: The Correspondence with Trajan”, *Prometheus*, Sayı (32), 61-76.

- Şahin, S. (2013), “Iustinianus’un Bithynia’da Sakarya Nehri Üzerine İnşa Ettirdiği Kanal ve Köprü Tesisleri”, *Eskiçağ Yazıları* 4, (s.1-30), İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- TACITUS (2000), *Agricola*, trans. M. Hutton, Cambridge: Cambridge University Press.
- Uzunçarşılı, İ. H. (1940), “Marmara ve Karadeniz’in Birleştirilmesi Hakkında”, *Bellekten*, IV (14-15), 149-175.
- Woolf, G. (2006), “Pliny’s Province”, T. Bekker-Nielsen (Ed.), *Rome and The Black Sea Region*, (s. 93-108), Esbjerg: Aarhus University Press.
- Yılmaz, Ö. F. (2010), *Beş Asırlık Sakarya-Sapanca-Marmara Kanal Projeleri*, İstanbul: Çamlıca Yayınları.

**Uluslararası Spor Organizasyonlarının Sosyo-Kültürel Etkileri: 2013  
Mersin XVII. Akdeniz Oyunlarına Yönelik Bir Uygulama**

**Arş. Gör. Cemal Ersin SİLİK**

Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi,  
Turizm İşletmeciliği Bölümü  
cemalersin.silik@gazi.edu.tr

**Doç. Dr. Evren GÜÇER**

Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi,  
Rekreasyon Yönetimi Bölümü  
evrengucer@gazi.edu.tr

---

**Öz**

Bu çalışmanın amacı, uluslararası spor organizasyonlarının düzenlendiği şehre sosyo-kültürel etkilerini belirlemektir. Bu sebeple Olimpiyat Oyunları'ndan sonra Dünya'nın en önemli spor faaliyeti olarak kabul edilen Akdeniz Oyunları örnek olarak seçilmiştir. Araştırmanın amaçlarını gerçekleştirmek için Jie ve Yan (2010) tarafından geliştirilen Mega Organizasyon Etkisi Ölçeği'nin (Mega Event Impact Scale) kullanılmasına karar verilmiştir. Ölçekte yer alan ifadeler faktör analizi yapılarak sosyo-kültürel ifadeler beş alt boyuta ayrılmıştır. Bu boyutlar; turistik tesisler, uluslararası tanıtım, çevresel ve kültürel koruma, sosyal ve çevresel problemler, kültürel değişim olarak ifade edilmiştir. Belirlenen boyutlara yönelik olarak Mersin'de yaşayan yerel halkın algılamaları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu nedenle çalışma evrenini, Mersin'de yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Evren içerisinden örneklem büyüklüğü  $\pm 0.05$  örnekleme hatası ile 384 olarak belirlenmiştir ve yerel halka 452 adet anket uygulanmıştır. Elde edilen verilerin analizinde, "yüzde", "frekans", "bağımsız örneklem için t- testi", "tek faktörlü varyans (Anova) analizi", "Tukey (HSD) testi" analizleri kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, turistik tesisler boyutu ile yerel halkın meslek ve gelir durumları; uluslararası tanıtım boyutu ile yerel halkın cinsiyetleri; çevresel ve kültürel koruma boyutu ile yerel halkın yaşları; sosyal ve çevresel problemler boyutu ile yerel halkın gelir durumları arasında farklılık tespit edilmiştir. Fakat kültürel değişim boyutu ile yerel halkın bireysel özellikleri arasında herhangi bir farklılık bulunmamıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Spor, Uluslararası Organizasyonlar, Akdeniz Oyunları, Sosyo-Kültürel Etki

**Socio-Cultural Effects of the International Sports Organizations: A Study  
on 2013 Mersin XVII. Mediterranean Games**

**Abstract**

The purpose of this study is to determine socio-cultural impacts of the international sports organizations on the city where it is held. Therefore, the Mediterranean Games, considered as the most important sporting events after the Olympic Games, was chosen

as an example. To achieve the objectives of the research Mega Event Impact Scale developed by Jie and Yan (2010) is used. Socio-cultural statements have been divided into five sub-dimensions by factor analyzing of the statements in the scale. These dimensions are expressed as tourist facilities, international promotion, environmental and cultural preservation, social and environmental problems, cultural change. Perceptions are determined by the local people in Mersin with identified dimensions. Therefore, local people living in Mersin was surveyed in this study. In the target population of the study, sampling size was determined to be  $\pm 0.05$  with 384 sampling error and 452 questionnaires have been applied to local residents. In the analysis of the data obtained, "percentage", "frequency", "t-test for independent samples", "single-factor variance (Anova) analysis", "Tukey (HSD) test" and have been used. According to the results of the survey, the differences in the occupation and income level of the local people with the tourist facilities; gender of the local population with the international promotion; the age of the local people with the environmental and cultural preservation; the income level of the local people with social and environmental problems have been identified. However, it has not found any differences in individual characteristics with the cultural change size.

**Key Words:** Sport, International Organizations, Mediterranean Games, Socio-Cultural Impacts.

## 1. Giriş

Birçok ülke için turizm, önemli bir gelir meydana getirmekte ve ülkedeki istihdamı olumlu yönde etkilemektedir. Son yıllarda Türkiye’de turizmi çeşitlendirerek bölgesel kalkınma çalışmaları yapılmaktadır. Bu çalışmalar kapsamında bölgelerin turizm alanında güçlü olduğu yönler ön plana çıkarılmaktadır. Turizmden en yüksek düzeyde fayda sağlayabilmek için turizmin çeşitlendirilmesi ve yılın belli dönemlerinde değil de tamamına yayılabilecek bir etkinlik olması gerekmektedir. Turizmin çeşitlendirilmesinde ise spor turizmi önemli bir yer teşkil etmektedir. Spor ve spor faaliyetleri insanoğlunun sürekli olarak ilgisini çeken faaliyetler olmuştur.

Sporun turizm ile bağlantısı zamansal safha olarak 1960 yılından itibaren daha da genişlemiştir. Bilimsel olarak spor ve turizm araştırmaları 1970’li yıllara dayanmaktadır. Spor turizminin anlam ve düşüncesi Federal Almanya’da 1980’lerin sonuna doğru şekillenmeye başlayarak 1990’lı yılların ortalarına doğru hızlı yükseliş yaparak ülke sınırlarını aşmıştır (Schwark, 2006: 9).

İnsanların spor yapmak veya sportif anlamda düzenlenen bir faaliyeti izlemek için turizm etkinliğine katılmalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütününe spor turizmi denilmektedir. Bir seyahatin spor turizmi olarak değerlendirilebilmesi için seyahatin turizm tanımına uygun olması ve öncelikli olarak sportif amaçlarla gerçekleşmesi gerekmektedir (Hazar, 2007: 79).

Uluslararası spor organizasyonlarının ülke tanıtımı üzerindeki etkileri 2002 Dünya Kupası’nda değerlendirilmiştir. 2002 Dünya Kupası’nı 190 ülkeden 6 milyon insanın televizyon aracılığı ile takip ettiği ve bunun da ev sahibi ülkenin



tanıtımı açısından önemli olduğu ifade edilmiştir. Yapılan televizyon yayınları, organizasyonun düzenlendiği ülkenin turizm imajını da olumlu yönde etkileyebilmektedir. Bunun örneklerine bakıldığında, 1996 yılında düzenlenen Olimpiyat Oyunları'ndan sonra Atlanta diğer ülkeler tarafından Dünya Şehri olarak değer görmüştür. Ayrıca, Barcelona'da düzenlenen Olimpiyat Oyunları'ndan sonra şehir birçok spor tesisine kavuşmuş ve böylelikle Barcelona şehri uluslararası spor örgütleri ve spor turistleri için cazip bir şehir konumuna geçmiştir. Bu sebeple, televizyondan organizasyonu izleyenlerin turizme kazandırılması için uygun pazarlama stratejileri geliştirilmektedir (Doğu, 2006: 17). Araştırmalara göre, yılda 200 bini aşkın sportif etkinliğe sahne olan Kanada, bu etkinliklerden 2,4 milyar dolar gelir elde etmektedir (TUYED, 2009).

Uluslararası spor organizasyonlarından birisi olan Akdeniz Oyunları, Akdeniz ile kıyısı olan ülkelerin, dört yılda bir düzenledikleri spor yarışmalarıdır. Düzenlenen bu yarışmalar, Olimpiyat Oyunları'ndan sonraki en önemli spor yarışmalarıdır. Akdeniz ülkeleri arasında kültürel ve toplumsal olarak birliktelik sağlamak için gerçekleştirilmektedir. Bu özelliğinden dolayı sportif etkinlikler turizmin sosyo-kültürel gelişimini olumlu yönde etkilemektedir. Yarışmanın yapıldığı bölge; alt yapı, üst yapı, tesisleşme, bölge imajı ve tanıtımı gibi konularda da yarışmalardan önemli bir pay almaktadır.

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler açısından Akdeniz Oyunları, Olimpiyat Oyunları, Dünya Kupası, Basketbol Şampiyonası gibi uluslararası organizasyonlar büyük önem taşımaktadır. Ülkemizde gerçekleştirilecek olan organizasyonların ülke açısından sosyo-kültürel katkıları yadsınamaz bir gerçektir. Ülkemizin, uluslararası organizasyonların düzenlenmesi hususunda daha çok sportif etkinliklere aday olması ve spor turizmindeki payını artırarak sahip olduğu potansiyelleri açığa çıkartması gerekmektedir.

## **2. Uluslararası Spor Organizasyonları**

Uluslararası düzeyde gerçekleştirilen spor organizasyonlarına katılımlar gün geçtikçe artarak devam etmektedir. Bu yüzden olimpiyatlar, şampiyonalar, oyunlar gibi uluslararası spor organizasyonlarına ev sahipliği yapabilmek için birçok ülke ve şehir kıyasıya rekabet etmektedir (Hazar, 2007: 89). Mersin'de gerçekleştirilen Akdeniz Oyunları da önemi yıldan yıla artan ve birçok ülkeden aktif katılımcının geldiği uluslararası bir spor organizasyonudur. Yıllar itibari ile Akdeniz Oyunları'na katılan sporcu sayıları da artış göstermektedir. Örneğin; 1997 yılında İtalya'nın Bari şehrinde gerçekleştirilen oyunlara toplam 2,999 sporcu katılmışken, 2009 yılında yine İtalya'nın Pescara şehrinde düzenlenen oyunlara toplam 3,368 sporcu katılmıştır (CIJM, 2014).

Grand Thornton Araştırma Şirketi, Güney Afrika'ya 2010 Dünya Kupası için 200 bin ekstra turist geldiğini ve buna ilişkin konaklama ve diğer turizm gelirlerinin yaklaşık 1,5 milyar Euro civarında gerçekleştiğini belirtmiştir. Bu

sonuçlarla birlikte Güney Afrika ekonomisinde yaklaşık 2 milyar dolara yakın bir açık meydana gelmiştir (Akşar, 2010).

Uluslararası spor organizasyonları, ev sahibi ülkeye müsabakalarda kullanılmak üzere yeni tesislerin yapılmasına ve var olan tesislerin de onarılmasına olanak sağlar. Organizasyon sayesinde ülkede veya şehirde ek istihdam meydana gelmekte ve işsizlik oranlarında da azalma meydana gelmektedir. Ayrıca oyunların düzenlenebilmesi için oteller, restoranlar, parklar, bahçeler, rekreasyon alanları gibi birçok tesis gerekmektedir (Nalçakan, 2009). Spor organizasyonları, ekonomik kazancın ötesinde ülkeye veya şehre uzun vadeli katkılar sağlamaktadır. Çünkü ev sahibi ülke veya şehirler, organizasyon süresi boyunca sahip oldukları teknolojik, sosyal, kültürel, turizmle ilgili zenginliklerini ve sanatsal değerlerini tanıtmaya fırsatı bulmaktadır.

Uluslararası organizasyonların bir başka katkısı da ev sahibi ülke veya şehirde spor kültürünün oluşmasını sağlamaktır. Çünkü organizasyon, hem yarışmacılar hem de seyirciler için büyük kazanım demektir. Spora olan ilginin artması ülkedeki sporcu sayısını arttırmakta ve bu da ülkenin uluslararası yarışmalardaki başarısını arttırmaktadır. Uluslararası organizasyonlar, Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC) ile Uluslararası Spor Federasyonları'nın denetim ve gözetiminde gerçekleştirilmektedir (Sunay, 2010).

## **2.1. Uluslararası Spor Organizasyonlarının Sosyo-Kültürel Etkileri**

Herhangi bir organizasyonun sosyal etkisi; organizasyona katılan bireyler arasındaki etkileşime, bireylerin yaşayış tarzlarına, davranışlarına, toplumsal yaşamı geliştirmeye ve yeni spor etkinlikleri oluşturmaya yönelik faaliyetleri kapsamaktadır. Yapılan araştırmalarda, bilhassa uluslararası büyük organizasyonlarda ev sahibi şehir veya bölge üzerinde yerel değerlerini ve geleneklerini öne süren uzun süreli sosyo-kültürel sonuçlar meydana getirdiği görülmüştür (Konstantaki, 2008: 530). Büyük spor organizasyonlarında kamu sektörü, özel sektör, sivil toplum kuruluşları iş birliği yaparak yerel halkı da sürece dâhil edebilir ve bu şekilde de toplumda büyük organizasyonlar hakkında bilinç oluşturulabilir ve oyunlar için gönüllülük duygusu kazandırılabilir.

Spor organizasyonlarının olumlu sosyo-kültürel etkilerinin yanında özel değerlerin ticarileştirilmesi, doğanın bozulması, kültürel mirasın zarar görmesi gibi olumsuz sosyo-kültürel etkileri de oluşabilir (Ritche, 1984'den akt. Basım ve Argan, 2009: 298). Bununla beraber Akdeniz Oyunları gibi büyük organizasyonlar, normal iş sürelerinin aksaması, yerli halkın göç etmesi, yerel halkın yaşam biçimlerinde bozulmaların meydana gelmesi, mevcut kaynakların eşit bir şekilde dağıtılamaması gibi önemli sosyo-kültürel risk unsurlarını da barındırmaktadır (Babacan ve Göztaş, 2011: 202).

Akdeniz Oyunları, Olimpiyatlar, Dünya Kupası gibi gerçekleştirilen uluslararası spor organizasyonlarında son yıllarda çevresel etkiler de önemli bir boyut

kazanmıştır. Düzenlenen büyük organizasyonların, sürdürülebilir gelişme ve çevresel eğitim konularına ağırlık verdiği görülmektedir. Örneğin; Sydney Olimpiyat Oyunları ‘‘Yeşil Oyunlar’’ olarak adlandırılmıştır. Ayrıca, Pekin 2008 Olimpiyat Oyunları’nda Çin’in sürdürülebilirlik üzerine çevresel politikalar uygulaması diğer ülkelere karşı Çin’in değerinin artmasını sağlamıştır. Yakın zamanda gerçekleştirilen 2012 Londra Olimpiyat Oyunları da çevreye yönelik yaptığı çalışmalar ile önem kazanmıştır (Deloitte, 2010: 8; Dickinson ve Shipway, 2007). Bu çalışmalar göz önüne alındığında, Mersin’de düzenlenen XVII. Akdeniz Oyunları’nda da gerçekleştirilen çevre politikaları oyunlar ve bölge için olumlu etki oluşturabilir.

## 2.2. Akdeniz Oyunları

Akdeniz Oyunları düşüncesi, 1948 yılında düzenlenen Londra Olimpiyat Oyunları’ndan sonra Mısır Olimpiyat Komitesi Başkanı ve Uluslararası Olimpiyat Komitesi Başkan Yardımcısı Muhammed Tahir Paşa’nın önderliğinde üç kıta üzerinde (Asya, Avrupa, Afrika) Akdeniz’e kıyısı olan ülkelerin milli takımları arasında farklı spor dallarından yarışmaların gerçekleştirilebileceği bir organizasyon olarak ortaya çıkmıştır (Özsoy, 2013: 72). Uluslararası Olimpiyat Oyunları’na benzer bir yapısı olan Akdeniz Oyunları’nda; atletizm, yüzme, su topu, jimnastik, basketbol, boks, eskrim, futbol ve güreş oyun programlarında yer alan değişmeyen spor branşlarıdır (GSB, 2013).

Akdeniz Oyunları’nda yer almak isteyen ülkelerin öncelikle Akdeniz’e kıyısının olması ve Uluslararası Akdeniz Oyunları Komitesi (International Committee of Mediterranean Games: ICMG)’ne üye olmaları gerekmektedir. 1948 yılında yapımı düşünülen bu organizasyon ilk olarak 1951 yılında dört yılda bir düzenlenmek üzere Mısır’ın İskenderiye şehrinde 13 spor branşında, 10 Akdeniz Ülkesi’nden 734 sporcunun katılması ile gerçekleştirilmiştir. Düzenlenmeye başladığı tarihten bu yana 16 Akdeniz Oyunu gerçekleştirilmiştir ve son olarak 2013 yılında Mersin’de XVII. Akdeniz Oyunları düzenlenmiştir (Mersin, 2013).

Akdeniz Oyunları’nın düzenlenmesi, geliştirilmesi ve devam ettirilmesi gibi süreçlerde önemli bir görev üstlenen Uluslararası Akdeniz Oyunları Komitesi (ICMG), Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC) tarafından tanınmış bir kuruluştur. Akdeniz Oyunları’nda önemli bir yere sahip olan ICMG’nin temel amaçları şunlardan oluşmaktadır (CIJM, 2014):

- ✓ Olimpiyat Tüzüğü’nde yer alan şekli ile Olimpiyat ruhunun ilke ve ideallerinin yanı sıra Milli Olimpiyat Komiteleri ve Milli Olimpiyat Akademileri vasıtası ile Akdeniz’e kıyı ülkelerde Olimpiyat ile ilgili eğitimlerin artırılmasına imkân sağlamak,

- ✓ Akdeniz bölgesinde yer alan gençlerin sporcular ile arasında kardeşlik ve barış bağlarının geliştirilmesi,
- ✓ Akdeniz havzasında yer alan ülkelerin Milli Olimpiyat Komiteleri arasındaki işbirliği ve dayanışmayı artırarak Akdeniz sporunun ilerlemesine yardımcı olmak,
- ✓ Düzenlenen Akdeniz Oyunları'nın ICMG Tüzüğü'ne ve IOC kurallarının ilkelerine uygun bir şekilde düzenlenmesi ve bunun devamlılığının sağlanması,
- ✓ Akdeniz kıyısında yer alan ülkelerin birlik ve beraberlik içerisinde kalarak ülkelerin seviyesini iyileştirmek, ülkeler arasında teknik destek sağlamaktır.

### **2.2.1. Akdeniz Oyunlarının Mersin'deki Gelişimi**

Mersin şehri, gerçekleştirilen XVII. Akdeniz Oyunları'nda ev sahipliği yapabilmek için aday şehirlerden birisi olmuştur. Ancak, 2007 senesinde İtalya'nın Pescara şehrinde düzenlenen Genel Kurul ve aday seçimlerinde Yunanistan'ın Volos şehri XVII. Akdeniz Oyunları için uygun görülmüştür. 2013 yılındaki oyunları alamayan Mersin, daha sonra 2017 yılında düzenlenecek olan Akdeniz Oyunları'na ev sahibi olabilmek için başvuruda bulunmuştur. 28 Ocak 2011 tarihinde Uluslararası Akdeniz Oyunları Komitesi'nin (ICMG) almış olduğu karar neticesinde Yunanistan'ın Volos şehrine verilen XVII. Akdeniz Oyunları ev sahipliği bu ülkeden geri alınmıştır. ICMG, 2013 Akdeniz Oyunları ev sahipliği için 3 aday şehrin olduğunu açıklamış ve sonrasında 23 Şubat 2011 tarihinde gerçekleştirilen oylama neticesi ile XVII. Akdeniz Oyunları'nın yeni ev sahibi şehri Mersin olarak belirlenmiştir (TMMOB, 2012: 50).

Mersin'de 32 farklı dalda düzenlenen yarışmalarda; Mersin şehrinin tanıtımı yapılarak uluslararası düzeyde olumlu bir imaj oluşturulması amaçlanmıştır. Çünkü Mersin, Türkiye'nin Akdeniz'e açılan kapısıdır ve spor turizmi açısından da önemli bir şehir olarak cazibe merkezi oluşturmaktadır. Spor turizminin öneminin bir kez daha ortaya çıktığı XVII. Akdeniz Oyunları'nda ulusal ve uluslararası birçok yerden gelen katılımcı güzel bir biçimde ağırlanmış ve oyunlar basında önemli bir yer bularak geniş çaplı medya etkisi oluşturmuştur. Oyunları takip etmek için ulusal ve uluslararası birçok yayın yapılmıştır. Akdeniz Oyunları'nı sürekli olarak takip eden izleyiciler Mersin şehrinde de oyunları takip etmeyi sürdürmüşlerdir. Bu şekilde, Mersin şehri hem ulusal hem de uluslararası platformda bilinirlik elde etmiştir (Mersin, 2013).

Akdeniz Oyunları için kentte 11 yeni tesis inşa edilmiş ve oyunlar kapsamında Mersin'e 800 milyon TL'lik yatırım yapılmıştır. Ayrıca, oyunlar için Mersin'de toplam 54 tesisin açılışı yapılmıştır. Yapılan yatırımlar sadece Mersin'deki oyunlar için değil oyunlar sonrasında da yerel halkın kullanımına açılması

açısından önem taşımaktadır. Mersin’de düzenlenen Akdeniz Oyunları kapsamında toplam 1181 Türk güvenlikçisi de görev almıştır (Türkiye Bilişim Dergisi, 2013).

### **3. Yöntem**

Bu bölümde çalışmanın amacı, evren ve örnekleme, araştırma modeli, veri toplama yöntemi hakkında bilgiler yer almaktadır.

#### **3.1. Araştırmanın Amacı**

Bu çalışma, Akdeniz Oyunları’nın Mersin’de bulunan yerel halk tarafından sosyo-kültürel etkilerinin algılamalarını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Akdeniz Oyunları’nın örnek olarak seçilmesinde oyunların 2013 yılı içerisinde gerçekleştirilen en önemli spor etkinliği olması ve bu organizasyonun da Türkiye’de olması etkili olmuştur.

Araştırmada, Akdeniz Oyunları’nın bölgeye alt ve üst yapı yatırımları, bölge imajı, bölgenin uluslararası tanıtımı, sosyo-kültürel etkileşim gibi birçok alanda yapmış olduğu olumlu ve olumsuz etkiler araştırılmıştır. Böylelikle ilerleyen zamanlarda uluslararası spor organizasyonu düzenleyecek olan ülkelere, oyunların sosyo-kültürel etkileri hakkında bilgi oluşturması amaçlanmıştır.

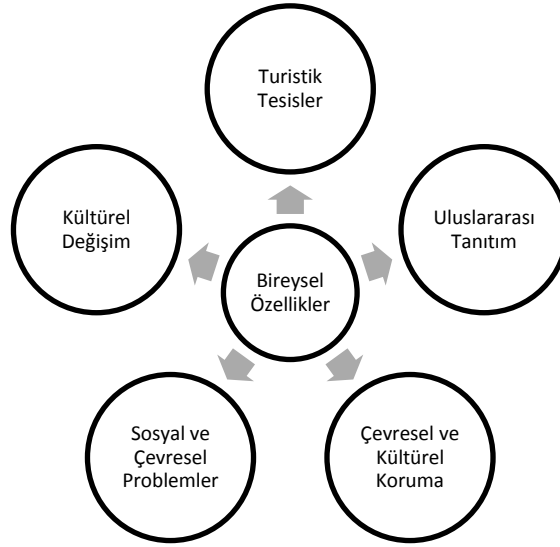
#### **3.2. Evren ve Örneklem**

Çalışmanın evrenini Mersin ilinde yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2013 yılındaki verilerine göre Mersin ilinin toplam nüfusu 1,705,774 kişidir (TÜİK, 2014). Evren içerisinde örneklem büyüklüğü (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s. 50)  $\pm 0.05$  örnekleme hatası ile 384 olarak belirlenmiştir ve yerel halka 452 adet anket uygulanmıştır.

2013 yılında Türkiye’de gerçekleştirilen uluslararası organizasyonlar arasında diğer organizasyonlara nazaran daha gösterişli olan Akdeniz Oyunları çalışma kapsamında değerlendirilmiştir. Bu nedenle araştırma Mersin ili ile sınırlandırılmıştır. Örneklem büyüklüğü il nüfus bilgileri ile hesaplanarak anket sadece Mersin’de yaşayan yerel halka uygulanmıştır. Mersin’e tatil için gelen ziyaretçiler anket dışında tutulmuştur. Mersin’de eş, dost ziyareti için bulunan kişiler de anket dışında tutulmuştur.

#### **3.3. Araştırma Modeli**

Çalışmanın amacı doğrultusunda Akdeniz Oyunları ile ilgili kullanılan Jie ve Yan (2010) tarafından geliştirilen mega organizasyon etkisi ölçeği ifadeleri kullanılarak faktör analizi yapılmış ve bu analizin sonucuna göre turistik tesisler, uluslararası tanıtım, çevresel ve kültürel koruma, sosyal ve çevresel problemler, kültürel değişim olarak adlandırılan beş boyut elde edilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Bu elde edilen boyutlar ile ankete katılan yerel halkın bireysel özellikleri arasındaki farklılık durumları tespit edilmiştir. Araştırma Modeline dayanarak kurulan hipotezler ise şu şekilde ifade edilebilir:

**H<sub>1</sub>:** Akdeniz Oyunları'nın turistik tesisler boyutu ile ankete katılanların bireysel özellikleri arasında farklılık yoktur.

**H<sub>2</sub>:** Akdeniz Oyunları'nın uluslararası tanıtım boyutu ile ankete katılanların bireysel özellikleri arasında farklılık yoktur.

**H<sub>3</sub>:** Akdeniz Oyunları'nın çevresel ve kültürel koruma boyutu ile ankete katılanların bireysel özellikleri arasında farklılık yoktur.

**H<sub>4</sub>:** Akdeniz Oyunları'nın sosyal ve çevresel problemler boyutu ile ankete katılanların bireysel özellikleri arasında farklılık yoktur.

**H<sub>5</sub>:** Akdeniz Oyunları'nın kültürel değişim boyutu ile ankete katılanların bireysel özellikleri arasında farklılık yoktur.

Belirtilen hipotezler kapsamında çalışma değerlendirilmiş ve hipotez sonuçlarına ilişkin tablo da bulgular bölümünde yer almıştır.

### 3.4. Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada, verilerin toplanması için anket tekniği kullanılmıştır. Mersin'deki yerel halkın XVII. Akdeniz Oyunları'nın sosyo-kültürel etkileri hakkındaki düşüncelerini ifade edebilmesi ve araştırma verilerinin toplanabilmesi için Jie ve Yan (2010) tarafından geliştirilen Mega Organizasyon Etkisi Ölçeği (Mega Event Impact Scale) kullanılmıştır.

Mega Organizasyon Etkisi Ölçeği, olumlu ve olumsuz boyutları bulunan 42 soruluk bir ölçektir. Ölçeğin olumlu boyutları: şehir imajını geliştirme ve sağlamlaştırma, ekonomik yararlar, çevresel ve kültürel koruma, turizm altyapısının gelişimi ve kültürel değişimden oluşmaktadır. Ölçeğin olumsuz boyutları ise; sosyal ve çevresel problemler, kültürel çatışma ve ekonomik

maliyetlerdir. Şimşek (2011), çalışmasında ölçeğin faktör analizini yaparak 8 faktör, 36 maddeli bir yapı ortaya koymuştur (Şimşek, 2011: 385). Bu çalışma kapsamında ise, ölçeğin sosyo-kültürel etkilerinden oluşan 22 maddelik ifadelerine faktör analizi yapılmış ve 5 boyut elde edilmiştir. Elde edilen bu boyutlar; turistik tesisler (3 ifade), uluslararası tanıtım (5 ifade), çevresel ve kültürel koruma (4 ifade), sosyal ve çevresel problemler (4 ifade) ve kültürel değişim (3 ifade) olarak ifade edilmiştir. Ayrıca, 22 maddelik ölçekte “turistlere hizmet eden tesislerin artışına katkı sağlıyor”, “şehrin altyapı gelişimini hızlandırdı” ve “kültürel çatışmayı meydana getiriyor” ifadelerinden oluşan 3 madde faktör analizi sonucunda düşük değerlerde görülmüş ve çıkartılmıştır.

Araştırmada, Organizasyon Etkisi Ölçeği'nin alt boyutlarına ilişkin faktör yükleri göz önüne alınarak beş farklı boyut elde edilmiştir. Bu çalışma kapsamında, “alışveriş tesisleri”, “sosyal etkinlikler”, “temizlik tesisleri” ifadelerinin oluşturduğu boyut “*turistik tesisler*”, “uluslararası imaj”, “uluslararası tanıtım”, “diğer uluslarla uyum”, “topluluk ruhu” ifadelerinin oluşturduğu boyut “*uluslararası tanıtım*”, “kültürel değişim”, “diğer kültürlerle deneyim”, “diğer toplumların anlaşılması” ifadelerinin oluşturduğu boyut “*kültürel değişim*”, “çevre rahatsızlığı”, “trafik problemi”, “doğal çevrenin zarar görmesi”, “yerel eko sistemin zarar görmesi” ifadelerinin oluşturduğu boyut “*sosyal ve çevresel problemler*”, “yerel kültürün korunması”, “doğal kaynakların korunması”, “yerel kültürün gelişimi” ifadelerinin oluşturduğu boyut ise “*çevresel ve kültürel koruma*” olarak adlandırılmıştır.

Yerel halk tarafından cevaplanması istenilen bireysel özelliklere ilişkin anket sorularında farklı seçenekler kullanılmış ve kişilerin kendilerine uygun olan seçeneği işaretlemeleri istenmiştir. Bireysel özelliklere ilişkin soruların dışında kalan ifadeler için de 5’li Likert Ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte yer alan sayısal olmayan ifadelerin gruplandırılıp değerlendirmeye tabi tutulabilmesi için likert ölçek kullanılmıştır. 5’li Likert Ölçek, “Tamamen Katılmıyorum”, “Katılmıyorum”, “Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum”, “Katılıyorum”, “Tamamen Katılıyorum” şeklinde yer alan ifadelerden meydana gelmiştir.

### **3.5. Verilerin Analizi**

Anket çalışması sonucunda elde edilen veriler, istatistik programı aracılığı ile analiz edilmiştir. İlk olarak araştırmaya katılan yerel halkın bireysel özelliklerine ilişkin bilgilerin frekans ve yüzde dağılımları Tablo 1’de ifade edilmiştir.

Araştırmaya katılan yerel halkın Akdeniz Oyunları ile ilgili sosyo-kültürel tutumlarına yönelik yüzde, frekans, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri ise Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 3’te ise araştırma modelinde yer alan hipotezlerin sonuçları yer almaktadır. Hipotez sonuçlarının tamamı tek tablo üzerinde gösterilmektedir.

#### 4. Bulgular

Aşağıda yer alan Tablo 1’de araştırmaya katılanların bireysel özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları yer almaktadır.

**Tablo 1.** Yerel Halkın Bireysel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Kadın	203	44,9
	Erkek	249	55,1
Yaş	18-24 yaş aralığı	87	19,2
	25-34 yaş aralığı	146	32,3
	35-44 yaş aralığı	133	29,4
	45-54 yaş aralığı	61	13,5
	55 ve üzeri yaş	25	5,5
Meslek	Memur	57	12,6
	Öğrenci	72	15,9
	Esnaf	37	8,2
	Ev Hanımı	42	9,3
	Emekli	28	6,2
	İşçi	63	13,9
	İşsiz	19	4,2
	Diğer	134	29,6
Gelir Durumu	0-1000 gelir aralığı	150	33,2
	1001-2000 gelir aralığı	175	38,7
	2001-3000 gelir aralığı	98	21,7
	3001-4000 gelir aralığı	23	5,1
	4001 ve üzeri gelir	5	1,1
İkamet Yılı	0-3 yıl aralığı	39	8,6
	4-7 yıl aralığı	40	8,8
	8-12 yıl aralığı	97	21,5
	13-19 yıl aralığı	97	21,5
	20 ve üzeri yıl	179	39,6

Ankete katılan yerel halkın % 44,9’unu kadınlar, % 55,1’ini de erkekler oluşturmaktadır. Ankete katılan yerel halkın yaş dağılımları incelendiğinde, % 32,3’lük oran ile en fazla katılımcının 25-34 yaş aralığı, en az katılımcının ise, % 5,5’lik oran ile 55 ve üzeri yaş grubundan olduğu görülmektedir. Diğer yaş gruplarına bakıldığında sırası ile % 29,4 ile 35-44, % 19,2 ile 18-24, % 13,5 ile 45-54 yaş grupları gelmektedir.

Yerel halkın meslek grupları incelendiğinde, en fazla katılımcının % 29,6 ile diğer meslek gruplarına, en az katılımcının ise % 4,2 ile işsiz grubunda yer aldığı görülmektedir. Ayrıca sırası ile ankete katılan yerel halkın % 15,9’u öğrenci, % 13,9’u işçi, % 12,6’sı memur, % 9,3’ü ev hanımı, % 8,2’si esnaf, % 6,2’si emekli grubunda yer almaktadır.



Gelir durumları incelendiğinde, ankete katılan yerel halkın % 38,7'si 1001-2000, % 33,2'si 0-1000, % 21,7'si 2001-3000, % 5,1'i 3001-4000 ve % 1,1'i de 4001 ve üzerinde gelir düzeyine sahiptir.

Anketi cevaplandıran yerel halkın Mersin ilinde ikamet ettikleri yıllar incelendiğinde, % 39,6 ile en fazla katılımcının 20 ve daha fazla yıldır Mersin'de ikamet ettiği söylenebilir. Ayrıca anketi cevaplandıran yerel halkın % 21,5'i 13-19, % 21,5'i 8-12, % 8,8'i 4-7 ve % 8,6'sı da 0-3 yıl aralığında Mersin ilinde ikamet etmektedir.

Tablo 2'de araştırmaya katılan yerel halkın Akdeniz Oyunları ile ilgili sosyo-kültürel tutumlarına yönelik yüzde, frekans, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri yer almaktadır.

**Tablo 2.** Yerel Halkın Akdeniz Oyunları İle İlgili Sosyo-Kültürel Tutumlarına Yönelik Değerleri

İFADELER	Dağılım	TAMAMEN KATILMIYORUM	KATILMIYORUM	NE KATILYORUM NE	KATILYORUM	TAMAMEN KATILYORUM	$\bar{X}$	s.s.
<b>Turistik Tesisler Boyutu</b>								
Alışveriş tesislerinin artışına katkı sağlıyor.	f	26	42	36	198	150	3,89	1,13
	%	5,8	9,3	8,0	43,8	33,2		
Sosyal etkinliklerin artışına katkı sağlıyor.	f	24	23	30	220	155	4,01	1,04
	%	5,3	5,1	6,6	48,7	34,3		
Temizlik tesislerinin artışına katkı sağlıyor.	f	21	37	89	202	103	3,72	1,04
	%	4,6	8,2	19,7	44,7	22,8		
Turistlere hizmet eden tesislerin artışına katkı sağlıyor.	f	23	17	46	229	137	3,97	1,00
	%	5,1	3,8	10,2	50,7	30,3		
Şehrin altyapı gelişimini hızlandırdı.	f	32	43	62	168	147	3,78	1,19
	%	7,1	9,5	13,7	37,2	32,5		
<b>Uluslararası Tanıtım Boyutu</b>								
Dünya'nın şehirden haberdar olma fırsatını arttırıyor.	f	20	13	17	212	190	4,19	0,96
	%	4,4	2,9	3,8	46,9	42,0		
Şehrin uluslararası imajını geliştiriyor.	f	23	12	25	193	199	4,17	1,01
	%	5,1	2,7	5,5	42,7	44,0		

Şehrin uluslararası tanıtımını kuvvetlendiriyor.	<b>f</b>	15	8	35	197	197	4,22	0,91
	<b>%</b>	3,3	1,8	7,7	43,6	43,6		
Şehrin diğer uluslarla uyumuna katkı sağlıyor.	<b>f</b>	14	14	50	191	183	4,13	0,94
	<b>%</b>	3,1	3,1	11,1	42,3	40,5		
Topluluk ruhunun kuvvetlenmesine katkı sağlıyor.	<b>f</b>	17	37	77	173	148	3,88	1,07
	<b>%</b>	3,8	8,2	17,0	38,3	32,7		
<b>Kültürel Değişim Boyutu</b>								
Kültürel değişime katkı sağlıyor.	<b>f</b>	18	34	92	255	53	3,64	0,92
	<b>%</b>	4,0	7,5	20,4	56,4	11,7		
Diğer kültürlerle deneyim fırsatı sağlıyor.	<b>f</b>	14	22	94	264	58	3,73	0,85
	<b>%</b>	3,1	4,9	20,8	58,4	12,8		
Diğer kültür ve toplumların daha iyi anlaşılmasını sağlıyor.	<b>f</b>	18	36	105	239	54	3,60	0,93
	<b>%</b>	4,0	8,0	23,2	52,9	11,9		
Kültürel çatışmayı meydana getiriyor.	<b>f</b>	111	168	86	62	25	2,38	1,15
	<b>%</b>	24,6	37,2	19,0	13,7	5,5		
<b>Sosyal ve Çevresel Problemler</b>								
Ziyaretçiler çevreyi rahatsız ediyor.	<b>f</b>	108	212	69	34	29	2,25	1,09
	<b>%</b>	23,9	46,9	15,3	7,5	6,4		
Trafik problemi artıyor.	<b>f</b>	34	51	93	131	143	3,65	1,24
	<b>%</b>	7,5	11,3	20,6	29,0	31,6		
Doğal çevre ve manzara zarar görüyor.	<b>f</b>	66	171	137	45	33	2,57	1,08
	<b>%</b>	14,6	37,8	30,3	10,0	7,3		
Yerel eko sistem zarar görüyor.	<b>f</b>	64	187	121	55	25	2,53	1,05
	<b>%</b>	14,2	41,4	26,8	12,2	5,5		
<b>Çevresel ve Kültürel Koruma</b>								
Yerel kültürün korunmasına katkı sağlıyor.	<b>f</b>	32	65	133	192	30	3,27	1,02
	<b>%</b>	7,1	14,4	29,4	42,5	6,6		
Doğal kaynakların korunmasına katkı sağlıyor.	<b>f</b>	33	79	136	173	31	3,19	1,04
	<b>%</b>	7,3	17,5	30,1	38,3	6,9		
Yerel halkın geleneksel yaşam stilini etkiliyor.	<b>f</b>	39	50	116	191	56	3,38	1,10
	<b>%</b>	8,6	11,1	25,7	42,3	12,4		
Yerel kültürün gelişimini etkiliyor.	<b>f</b>	34	52	106	193	67	3,45	1,10
	<b>%</b>	7,5	11,5	23,5	42,7	14,8		

Araştırmaya katılan yerel halkın boyutlar itibari ile Akdeniz Oyunları'nda mükemmele en yakın olarak beğendikleri özellik uluslararası tanıtım boyutu ( $\bar{x}$  =4,123, s.s.=0,849) ve takiben turistik tesisler ( $\bar{x}$  =3,879, s.s.=0,951), kültürel değişim ( $\bar{x}$  =3,660, s.s.=0,769), çevresel ve kültürel koruma ( $\bar{x}$  =3,329,

s.s.=0,893) ve en düşük aritmetik ortalamaya sahip olarak değerlendirilen boyut ise sosyal ve çevresel problemler ( $\bar{x}=2,756$ , s.s.=0,805) olmuştur.

Araştırmaya katılan yerel halkın turistik tesisler boyutu algılamaları ile cinsiyetleri, yaşları ve Mersin’de ikamet ettikleri yıl durumları arasında herhangi bir farklılık bulunmamaktadır. Turistik tesisler boyutu algılamaları ile araştırmaya katılanların meslek ( $p=0,025$ ) ve gelir durumlarına ( $p=0,017$ ) göre anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Tukey testi sonuçları incelendiğinde, farklılığın işsiz meslek grubunda yer alan kişilerden kaynaklandığı görülmektedir. İşsiz meslek grubunda yer alan kişiler ile memur ve öğrenciler arasında farklılık bulunmakta, bunun yanında işsiz meslek grubunda yer alan kişiler ile esnaf, emekli, işçi ve diğer meslek gruplarına ait kişiler arasında herhangi bir farklılık bulunmamaktadır. Bu sonuçlara göre, memur, öğrenci, işçi, ev hanımı, esnaf ve diğer meslek grubunda yer alan yerel halkın turistik tesisler boyutuna ilişkin algılamaları işsiz yerel halkın algılamalarına göre daha olumludur. Bu kapsamda,  $H_1$  hipotezi ( $H_1$ : Akdeniz Oyunları’nın turistik tesisler boyutu ile araştırmaya katılan yerel halkın bireysel özellikleri arasında farklılık yoktur) kısmen reddedilmiştir. Çünkü turistik tesisler boyutu ile bireysel özelliklerden cinsiyet, yaş ve Mersin’de ikamet ettikleri yıl durumları arasında farklılık bulunmazken, meslek ve gelir durumu arasında farklılık bulunmuştur.

Araştırmaya katılan yerel halkın uluslararası tanıtım boyutu algılamaları ile yaşları, meslekleri, gelir durumları ve Mersin’de ikamet ettikleri yıl durumları arasında herhangi bir farklılık bulunmamaktadır. Uluslararası tanıtım boyutu algılamaları ile araştırmaya katılanların cinsiyetleri ( $p=0,007$ ) arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan kadınların, araştırmaya katılan erkeklere göre uluslararası tanıtım boyutundaki algılamalarının daha olumlu olduğu görülmektedir. Elde edilen sonuçlara göre kadınlar, erkeklere göre uluslararası tanıtım boyutunu daha olumlu yorumlamışlardır. Bu kapsamda,  $H_2$  hipotezi ( $H_2$ : Akdeniz Oyunları’nın uluslararası tanıtım boyutu ile araştırmaya katılan yerel halkın bireysel özellikleri arasında farklılık yoktur) kısmen reddedilmiştir. Çünkü uluslararası tanıtım boyutu ile bireysel özelliklerden yaş, meslek, gelir durumu ve Mersin’de ikamet ettikleri yıl durumları arasında farklılık bulunmazken, cinsiyetleri arasında farklılık bulunmuştur.

Araştırmaya katılan yerel halkın çevresel ve kültürel koruma boyutu algılamaları ile cinsiyetleri, meslekleri, gelir durumları ve Mersin’de ikamet ettikleri yıl durumları arasında herhangi bir farklılık tespit edilmemiştir. Fakat çevresel ve kültürel koruma boyutu algılamaları ile araştırmaya katılanların yaşları ( $p=0,024$ ) arasında farklılık görülmüştür. Tukey testi sonuçlarına bakıldığında farklılığın 55 ve üzerinde yaş grubuna sahip olan kişiler tarafından kaynaklandığı görülmektedir. Elde edilen sonuçlara göre, 55 ve üzerinde yaş grubuna sahip olan yerel halk, diğer yaş aralığında bulunan yerel halka göre çevresel ve kültürel koruma boyutu algılamalarında daha olumlu bir görüşe sahiptir. Yani, yaş ilerledikçe çevresel ve kültürel koruma boyutu ile ilgili

algılamaların daha olumluya gittiği görülmektedir. Bu kapsamda,  $H_3$  hipotezi ( $H_3$ : Akdeniz Oyunları'nın çevresel ve kültürel koruma boyutu ile araştırmaya katılan yerel halkın bireysel özellikleri arasında farklılık yoktur) kısmen reddedilmiştir. Çünkü çevresel ve kültürel koruma boyutu ile bireysel özelliklerden cinsiyet, meslek, gelir durumu ve Mersin'de ikamet ettikleri yıl durumları arasında farklılık bulunmazken, yaşları arasında farklılık bulunmuştur.

Araştırmaya katılan yerel halkın sosyal ve çevresel problemler boyutu algılamaları ile cinsiyetleri, yaşları, meslekleri ve Mersin'de ikamet ettikleri yıl durumları arasında herhangi bir farklılık bulunmamaktadır. Bunun yanında, sosyal ve çevresel problemler boyutu algılamaları ile araştırmaya katılanların gelir durumları ( $p=0,013$ ) arasında anlamlı farklılıklar görülmüştür. Tukey testi sonuçları incelendiğinde, ankete katılan yerel halkın gelir durumlarında ortaya çıkan farklılığın kaynağını 4001 TL ve üzeri gelir durumuna sahip olan kişiler oluşturmaktadır. Bu sonuçlara göre, 4001 TL ve üzeri gelir durumuna sahip olan kişilerin sosyal ve çevresel problemler boyutuna ilişkin algılamaları diğer gelir durumuna sahip olan kişilere göre daha olumludur. Bu kapsamda,  $H_4$  hipotezi ( $H_4$ : Akdeniz Oyunları'nın sosyal ve çevresel problemler boyutu ile araştırmaya katılan yerel halkın bireysel özellikleri arasında farklılık yoktur) kısmen reddedilmiştir. Çünkü sosyal ve çevresel problemler boyutu ile bireysel özelliklerden yaş, cinsiyet, meslek ve Mersin'de ikamet ettikleri yıl durumları arasında farklılık bulunmazken, gelir durumları arasında farklılık bulunmuştur.

Araştırmaya katılan yerel halkın bireysel özellikleri ile kültürel değişim boyutu kapsamındaki algılamaları arasında herhangi bir farklılık bulunmamıştır. Bu sonuca göre, araştırmaya katılan yerel halkın cinsiyeti, yaşı, gelir düzeyi, mesleği ve Mersin'de ikamet ettikleri yıl sayısı kültürel değişim boyutu algılamalarında bir farklılık oluşturmamaktadır. Bu kapsamda,  $H_5$  hipotezi ( $H_5$ : Akdeniz Oyunları'nın kültürel değişim boyutu ile araştırmaya katılan yerel halkın bireysel özellikleri arasında farklılık yoktur) reddedilemez. Çünkü Akdeniz Oyunları'nın kültürel değişim boyutu ile araştırmaya katılanların bireysel özellikleri arasında farklılık bulunmamıştır.

Aşağıda yer alan Tablo 3'te, kurulan hipotezlerin sonuçları tek tablo üzerinde gösterilmiştir.

**Tablo 3.** Hipotez Sonuçlarına İlişkin Bilgiler

Numara	Farklılık Hipotezleri	Sonuç				
		Cinsiyet	Yaş	Meslek	Gelir Durumu	İkamet Yılı
$H_1$	Turistik Tesisler – Bireysel Özellikler	YOK	YOK	VAR	VAR	YOK

H <sub>2</sub>	Uluslararası Tanıtım – Bireysel Özellikler	Cinsiyet	Yaş	Meslek	Gelir Durumu	İkamet Yılı
		VAR	YOK	YOK	YOK	YOK
H <sub>3</sub>	Çevresel ve Kültürel Koruma- Bireysel Özellikler	Cinsiyet	Yaş	Meslek	Gelir Durumu	İkamet Yılı
		YOK	VAR	YOK	YOK	YOK
H <sub>4</sub>	Sosyal ve Çevresel Problemler – Bireysel Özellikler	Cinsiyet	Yaş	Meslek	Gelir Durumu	İkamet Yılı
		YOK	YOK	YOK	VAR	YOK
H <sub>5</sub>	Kültürel Değişim – Bireysel Özellikler	Cinsiyet	Yaş	Meslek	Gelir Durumu	İkamet Yılı
		YOK	YOK	YOK	YOK	YOK

## 5. Sonuç ve Öneriler

Uluslararası spor organizasyonları dünya genelinde önemli bir yere sahiptir ve ilgiyle takip edilmektedir. Bu faaliyetler, düzenlenen şehirler veya ülkeler açısından bakıldığında ciddi yatırım gerektirmektedir. Ev sahipliği yapan ülke veya şehir için sosyo-kültürel olarak birçok etki meydana getirmekle birlikte ülkeler arasındaki birlik, beraberlik ve kardeşlik duygusunun gelişmesi için de büyük önem taşımaktadır. Ayrıca yarışmalara katılan seyirciler veya yarışmacılar gidilen ülke veya şehirdeki turizm faaliyetini de canlandırmaktadır. Bu yüzden uluslararası spor etkinlikleri ev sahibi ülke veya şehirler için önemli bir fırsat oluşturmaktadır.

Türkiye’de uluslararası spor organizasyonlarının önemi gün geçtikçe artış göstermektedir. 2012 yılında İstanbul’un Avrupa Spor Başkenti olarak ilan edilmesi ülkenin spora verdiği önemi ortaya koymaktadır. Özellikle 2005 yılında İzmir’de düzenlenen Universiade Yaz Oyunları, 2011 yılında Erzurum’da düzenlenen Universiade Kış Oyunları, 2013 yılında Türkiye’nin yedi şehrinde (İstanbul, Bursa, Trabzon, Antalya, Kayseri, Rize, Gaziantep) düzenlenen FIFA 20 Yaş Altı Dünya Kupası ile birlikte büyük spor faaliyetlerinin etkisi toplum tarafından daha iyi anlaşılmaya başlanmıştır. Önemli olan böyle büyük etkinliklerin toplum gelişimi ile ilgili öneminin farkına varılarak gelecekte düzenlenecek olan uluslararası yarışmalara ev sahipliği yapmak ve bu organizasyonlardan en üst seviyede faydalanmaktır.

Spor organizasyonlarına ev sahipliği yapan şehirler veya ülkeler, önemli alt yapı yatırımları ve spor tesisleri inşa etmek zorundadırlar. Bu nedenle şehirlerin ve müsabakaların yapıldığı yerlerin tehdit oluşturan zayıf yönlerinin düzeltilmesi gerekmektedir. Turizm ve spor turizmi konusunda yetişmiş insan gücü eksikliğinin giderilmesi, konaklamanın daha güvenli hale getirilmesi, yarışmaların düzenlendiği spor salonlarının eksikliklerinin giderilmesi, ulaşım

sorununun tamamen ortadan kaldırılması gerektiği söylenebilir. Gerekli altyapının geliştirilerek gelecek yıllarda düzenlenecek olan spor organizasyonlarına adaylık konusunda önemli adımlar atılabilir.

Yapılan çalışmada, araştırmaya konu olan boyutlar ile Mersin’de yaşayan yerel halkın bireysel özellikleri arasında bazı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Memur, öğrenci, işçi, ev hanımı, esnaf ve diğer meslek grubunda yer alan yerel halkın turistik tesisler boyutuna ilişkin algılamalarının işsiz yerel halkın algılamalarına göre daha olumlu olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılan kadınların, araştırmaya katılan erkeklere göre uluslararası tanıtım boyutundaki algılamalarının daha olumlu olduğu görülmektedir. Elde edilen sonuçlara göre kadınlar, erkeklere göre uluslararası tanıtım boyutunu daha olumlu yorumlamışlardır. Ayrıca, 55 ve üzerinde yaş grubuna sahip olan yerel halk, diğer yaş aralığında bulunan yerel halka göre çevresel ve kültürel koruma boyutu algılamalarında daha olumlu bir görüşe sahip olmuştur. Gelir durumlarına bakıldığında, 4001 TL ve üzeri gelir durumuna sahip olan kişilerin sosyal ve çevresel problemler boyutuna ilişkin algılamalarının diğer gelir durumuna sahip olan kişilere göre daha olumlu olduğu tespit edilmiştir.

Elde edilen bu sonuçlardan hareketle, Akdeniz Oyunları’nın daha faydalı olabilmesi için aşağıdaki öneriler ortaya konulmuştur:

- ✓ Oyunların düzenlendiği Mersin ilinin uluslararası nitelikte tanıtımının yapılması sayesinde Mersin ilinin tanınırlığı artırılmalıdır. Çünkü oyunlardan sonra bazı tanıtım faaliyetlerinin yapılmaması insanlara organizasyonu ve şehri unutturabilmektedir.
- ✓ Mersin’deki oyunlar için yapılan tesislerin gelişimi devam ettirilmeli ve yapılan tesislerin aktif kullanımı sağlanmalıdır.
- ✓ Mersin ilinin en büyük sorunlarından biri de ulaşım ağının güçlü olmamasıdır. Büyük organizasyonlar için turistlerin müsabakaların yapıldığı alanlara kolayca ve hızlı bir şekilde ulaşabilmesi için ulaşım ağının geliştirilmesi gerekmektedir.
- ✓ Mersin’de düzenlenen oyunlarda yaşanan bilet sıkıntılarının gelecekte düzenlenecek olan organizasyonlarda yaşanmaması için gerekli planlamalar yapılmalıdır. Ayrıca organizasyonlara yerel halkın aktif katılımı sağlanmalı ve organizasyon öncesinde yerel halkın bilinçlendirilmesi için çalışmalar yapılmalıdır.
- ✓ Akdeniz Oyunları gibi büyük organizasyonlarda düzenli bir veri tabanı oluşturulmalıdır. Veri tabanı içerisinde organizasyon için gelen kişilere ait bilgiler yer alabilir ve organizasyon için satılan biletlerin takibinin kolayca yapılması sağlanabilir. Oluşturulan veri tabanı sayesinde organizasyona katılanlara rahatça ulaşılarak geri dönütler alınabilir ve

gerek Mersin ili gerekse Türkiye hakkında belli aralıklarda tanıtım mesajları gönderilebilir.

Ülke tanıtımlarında spor organizasyonlarının önemli bir yeri vardır. Bu nedenle düzenlenen uluslararası spor organizasyonlarında organizasyonların kaliteli bir şekilde gerçekleşmesi için her kurumun yerine getirmesi gereken belli başlı görevler olmalıdır. Konaklama işletmeleri bu konuda organizasyon için şehre gelmiş olan katılımcılara gerekli hassasiyeti göstermelidir ve aynı zamanda müsabakaların yapıldığı yerde görev alan personeller insan ilişkileri konusunda hassas davranmalı ve yardımsever bir yaklaşım içerisinde olmalıdır. Nitelikli personel yetiştiren turizm okullarından, konaklama yerlerine eğitimli personel istihdam edilebilmelidir. Yerel halk turizm konusunda bilinçlendirilmeli ve gelen turistlere karşı Türkiye'nin misafirperver yapısı gösterilmelidir. Bu gibi önlemlerin alınması organizasyonun akışını olumlu bir şekilde etkileyebilir ve buda spor turizmi faaliyetinden ekonomik olarak daha fazla kazanç getirebilir.

Araştırmaya katılanlar, mega organizasyonların kültürel değişim anlamında katkı sağladığını ifade etseler de bu tür organizasyonların özellikle çevresel birtakım problemlere neden olduğunu ifade etmektedir. Bu problemlerin başında ise organizasyonun yapıldığı zamanlarda yaşanan trafik sorunu gelmektedir. Bunlarla birlikte tesisleşme ve tanıtım boyutunda da bu tür organizasyonların bir fırsat olarak görüldüğü ifade edilmektedir. Bu çalışmada mega organizasyonların genel olarak sosyo-kültürel etkisinin olumlu olduğu ifade edilirken ulaşım, koruma ve kullanma anlamında da gerekli tedbirlerin alınması ihtiyacı ortaya konulmaktadır.

#### **Kaynakça**

- Akşar, T. (2010). Kupanın ekonomilere etkisi nasıl olacak?, Eko-Spor. <http://www.dunya.com/kupanin-ekonomilere-etkisi-nasil-olacak-94752yy.htm> (Erişim Tarihi: 23.04.2014).
- Babacan, E. ve Göztaş, A. (2011). Etkinlik Yönetimi. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Basım, N. ve Argan, M. (2009). Spor Yönetimi. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Comite International des Jeux Mediterraneens (CIJM) (2014). URL: [http://www.cijm.org.gr/images/stories/pdf/CIJM\\_chart\\_en.pdf](http://www.cijm.org.gr/images/stories/pdf/CIJM_chart_en.pdf), (Erişim Tarihi: 17.04.2014).
- Deloitte, Spor Serisi Raporu 2010; Kalıcı Bir Miras: Önemli Spor Etkinliklerine Ev Sahibi Ülkeler ve Ekonomilerinde Nasıl Olumlu Bir Değişim Sağlayabilir. [[http://www.deloitte.com/assets/DcomTurkey/Local%20Assets/Documents/turkeytr\\_ps\\_KaliciBirMiras\\_160610.pdf](http://www.deloitte.com/assets/DcomTurkey/Local%20Assets/Documents/turkeytr_ps_KaliciBirMiras_160610.pdf)], (Erişim tarihi: 30.09.2013).
- Dickinson, J. and Shipway, R. (2007). Resource Guide to The Impact of Events. Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Network, s. 1-20.

- Doğu, G. (2006). Sporun Sosyal ve Ekonomik Faydaları. Sağlıklı Kentler Birliği Toplantısı, Eskişehir, 18-27 Nisan, URL: <http://www.sporbilim.com/sayfa.asp?mdl=haber&param=123>, (Erişim Tarihi: 25.02.2014).
- Gençlik ve Spor Bakanlığı (GSB). Akdeniz Oyunları Tarihçesi. [URL: <http://mersin.gsb.gov.tr/Sayfalar/AkdenizOyunlar%C4%B1Tarih%C3A7esi.aspx>], (Erişim Tarihi: 06.09.2013).
- Hazar, A. (2007). Spor ve Turizm. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Jie Y. ve Yan, W. (2010). Developing a Mega Event Impact Scale. International Conference on Education Technology and Computer (ICETC), 305-307.
- Konstantaki, M. (2008). Social and Cultural Issues Associated with Hosting The 2012 Olympics in London: A Lecturers' and Students' Perspective. International Tourism Conference, Alanya, p. 1-18.
- Mersin 2013 XVII. Akdeniz Oyunları (2013). URL: <http://www.mersin2013.gov.tr/detay/5025/Oyunlar-Tarihcesi.html>, (Erişim Tarihi: 18.02.2014).
- Nalçakan, M. (2009). Uluslararası Spor Organizasyonlarında Sağlık Hizmetleri Üniversiade 2005 İzmir Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Özsoy, S. (2013). The First Mediterranean Games And Turkey With Its Reflections On The Newspapers. Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı (3), 71- 80.
- Ritchie, B. (1984). Assessing The Impact of Hallmark Events: Conceptual And Research Issues. Journal of Travel Research, 22 (1), 2- 11.
- Schwark, J. (2006). Grundlagen Zum Sporttourismus. Waxmann: Münster.
- Sunay, H. (2010). Sporda Organizasyon. Gazi Kitabevi: Ankara
- Şimşek, K. (2011). 2011 Erzurum Dünya Üniversitelerarası Kış Oyunlarının Erzurum Şehrine Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Etkisi. Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dergisi, 13 (3), 383- 393.
- Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği (TUYED). (2009). URL: <http://www.tuyed.org.tr/spor-turizmi-raporu/>, (Erişim Tarihi: 17.04.2014).
- Türk Mühendis ve Mimarlar Odaları Birliği (TMMOB) (2012). XVII. Akdeniz Oyunları- Mersin 2013. Oda Dergisi TMMOB Mersin Şubesi, Sayı (4), 48- 64.
- Türkiye Bilişim Dergisi (2013). URL: <http://www.bilisimdergisi.org/index.php?sayi=156>, (Erişim Tarihi: 20.04.2014).



- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2014). URL:  
<http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>, (Erişim Tarihi:  
16.02.2014).
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma  
Yöntemleri. Detay Yayıncılık: Ankara.

**Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Enflasyon Hedeflemesi Stratejisi ve Ekonomik Performans: Ülkeler Arası Mukayeseli Bir Analiz**

**Arş. Gör. Arif İGDELİ**  
 Aksaray Üniversitesi,  
 İİBF, İktisat Bölümü  
 arifigdeli@aksaray.edu.tr

**Prof. Dr. Erşan SEVER**  
 Aksaray Üniversitesi,  
 İİBF, İktisat Bölümü  
 severersan@hotmail.com

**Öz**

1990 yılında Yeni Zelanda’da uygulanmaya başlanan enflasyon hedeflemesi stratejisinin elde ettiği başarılı sonuçlar 2000’li yıllardan itibaren gelişmiş ve gelişmekte olan pek çok ülkenin dikkatini çekmiştir. Merkez Bankasının bağımsızlığını esas alan bu stratejide amaç uygulanan para politikasının güvenilirliğini artırarak 1970’li yıllardan bu yana çoğu ülke ekonomisinde ciddi bir sorun olarak karşımıza çıkan yüksek enflasyonun üstesinden gelerek fiyat istikrarını sağlamaktır. Özellikle enflasyon hedeflemesini benimsemiş gelişmekte olan ülkelerin enflasyon oranlarında kayda değer bir düşme görülmektedir. Bu çalışmada enflasyon hedeflemesi stratejisinin gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki ekonomik performansa etkisi mukayese edilmiştir. Araştırma sonuçları enflasyon hedeflemesi uygulamasının hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde ekonomik performansa pozitif katkı sağladığı görülmüştür. Bunun yanında gelişmiş ülkelerdeki ekonomik performansın gelişmekte olan ekonomilere göre daha yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Enflasyon Hedeflemesi, Gelişmekte Olan Ülkeler, Gelişmiş Ülkeler

**Inflation Targeting and Economic Performance in Developed and Developing Countries: A Comparative Analysis between Countries**

**Abstract**

Obtained successful results of the inflation targeting strategy which is introduced in New Zealand in 1990, since 2000s has attracted the attention of many developing and developed countries. Inflation targeting which is based on the central bank independency, the aims of this strategy is to increase the reliability of monetary policy to overcome the high inflation which is the serious problem in many countries since 1970’sin order to maintain price stability. Especially, there has been a significant fall in the inflation rate in developing countries which is adopted inflation targeting. The aim of this paper is to examine the success of inflation targeting in adopted inflation targeting developed and developing countries. The survey results show that inflation targeting has a positive contribution on economic performance of developing and developed countries. Besides, it has been concluded that the economic performance of developed countries has a higher level compared to the economic performance of developing countries.

**Keywords:** Inflation Targeting, Developing Countries, Developed Countries

### **Giriş**

Bir ekonomide makroekonomik istikrarın sağlanması açısından en önemli hususlardan birisi merkez bankalarının izlediği para politikalarıdır. Ülkelerin yapısal unsurlarını da dikkate alarak belirlenen stratejiler para politikalarının etkinliği üzerinde belirleyici olmaktadır. İlk defa 1990’da Yeni Zelanda tarafından uygulamaya konulan ve aldığı başarılı sonuçların ardından son yıllarda popülaritesi gün geçtikçe artan para politikası stratejisi seçeneklerinden birisi de, orta vadeli sayısal hedeflerin kamuya ilanını içeren ve para otoritesi tarafından açık bir şekilde taahhüt edilen “Enflasyon Hedeflemesi” dir. Enflasyon hedeflemesi bugün itibariyle 31 ülke tarafından uygulanmaktadır. Enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulayan ülke sayısındaki bu artışta stratejiyi benimseyen ülkelerde uygulamadan vazgeçecek bir olumsuz sonuçla karşılaşılmamış olması önemli rol oynamaktadır.

Enflasyon hedeflemesi stratejisinin başarıyla uygulanabilmesi ve enflasyonun hedeflenen seviyede tutulabilmesi amacıyla para otoriteleri tarafından kullanılacak olan parasal araçların etkinliği ülkede bulunan sermaye, para ve döviz piyasalarının gelişmiş olmasına bağlıdır. Enflasyon hedeflemesinde diğer bir önemli nokta ise maliye politikasının para politikası ile örtüşmesi ve onu destekleyici nitelikte olması gerekliliğidir. Bu durum enflasyon hedeflemesi stratejisinin başarılı olabilmesi için olmazsa olmaz bir koşuldur.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler ayrımı, makroekonomik politikaların belirlenmesinde önem verilmesi gereken bir unsurdur. Birçok iktisatçı gelişmiş ülkelerde uygulanan ve başarılı sonuçlar alınan politikaların gelişmekte olan ülkelerde aynı sonuçlar vermeyeceğini iddia etmektedir. Bu bağlamda gelişmekte olan ülkelerde mali derinliğinin sağlanamamış olması, zayıf kurumsal yapı, politika belirleyenlerin fazla yetkiye sahip olması gibi nedenlerden dolayı enflasyon hedeflemesi stratejisinin gelişmekte olan ülkelerdeki gibi başarılı sonuçlar vermeyeceğini dile getirmektedirler. Bu çalışmada önce enflasyon hedeflemesinin genel çerçevesi tanıtılacak ve enflasyon hedeflemesi stratejisinin gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki performansı incelenerek mukayese edilecektir.

### **1.Enflasyon Hedeflemesinin Genel Çerçevesi**

Enflasyon hedeflemesinin para politikası stratejisi olarak yaklaşık olarak yirmi beş yıllık bir uygulama geçmişine sahip olmasına karşın, enflasyon hedeflemesinin nasıl tanımlanacağına ve enflasyon hedefi uygulamalarının belirlenmesine ait literatürde ortak bir görüşün bulunmadığı görülmektedir. Bununla birlikte, enflasyon hedeflemesinin zamanla kendi içerisinden gelen hareketle belirli ayırt edici özelliklerin oluşmasına dayalı olarak bir tanım çıkarılması mümkündür (Özdemir, 2005: 183). Literatürde yapılan çalışmalardan yola çıkarak enflasyon hedeflemesi kısaca, geleceğe yönelik

olarak fiyat istikrarının sağlanması amacıyla, hedeflenen enflasyon oranının kamuoyuna ilan edilmesidir şeklinde ifade edilebilir.

Enflasyon hedeflemesi stratejisinde birçok para politikasının aksine ara hedef kullanılmaz ve direkt enflasyon oranı ya da fiyat düzeyi hedeflenir. Ancak diğer para politikaları stratejilerinde olduğu gibi enflasyon hedeflemesi stratejisinde de başarılı bir şekilde hedefi tutturabilmek için, bazı önkoşullar gerektiği konusunda görüş birliği bulunmaktadır. Bu ön koşulları sıralamak gerekirse, bunlar:

- a) Merkez Bankasının bağımsızlığı
- b) Para politikaların nihai hedefinin fiyat istikrarı olması
- c) Uygulama öncesi enflasyon oranının belli bir düzeye çekilmesi
- d) Hesap verebilirlik
- e) Şeffaflık ve Güvenirlik
- f) Güçlü ve gelişmiş bir mali disiplin veya düşük bir mali baskınlık
- g) Gelişmiş finansal yapılar
- h) Esneklik
- i) Gelişmiş ekonometrik modellerin kullanılması
- j) Önkoşulların sağlanabilme derecesidir.

İktisatçıların birçoğu gelişmiş ülkelerde enflasyon hedeflemesi için gereken önkoşulların gelişmekte olan ülkelere göre daha fazla sağlandığı için enflasyon hedeflemesi stratejisinin gelişmekte olan ülkelere gelişmiş ülkelere elde edilen başarılı sonucu elde edemeyeceğini iddia etmektedirler. Bunun aksine birçok iktisatçıda gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerin bu ön koşulları sağlamada tam başarılı olmadığını iddia etmektedir. Daha açık bir şekilde ifade edilirse, teknik alt yapı, Merkez Bankasının Bağımsızlığı, finansal sistemin durumu ve ekonomik yapı ön koşulları açısından bakıldığında, hiçbir ülke enflasyon hedeflemesinin ön koşullarını tamamen gerçekleştirerek bu stratejiyi uygulamaya başlamış değildir. Enflasyon hedeflemesine geçen gelişmekte olan ülkelerin tamamı bu önkoşulları sağlamadan enflasyon hedeflemesi stratejisine geçerken Yeni Zelanda, Avustralya, İzlanda, Norveç gibi gelişmiş ülkeler de teknik altyapıyı sağlamadan enflasyon hedeflemesi stratejisine geçmiştir(IMF, 2005: 178).

Enflasyon hedeflemesi stratejisinin uygulanabilmesi için gerekli ön koşulların yanı sıra bazı teknik gerekliliklerin de sağlanması gerekmektedir. Bu teknik gereklilikler şu şekilde sıralanabilir:

- a) Hedefin belirlenmesi
- b) Fiyat endeksinin belirlenmesi
- c) Uygun enflasyon oranının belirlenmesi
- d) Hedefleme süresi seçimi
- e) Nokta veya bant hedef seçimi
- f) Hedefin ilanı

Enflasyon hedeflemesinde başarıyı etkileyen diğer önemli bir unsurda hedeflenen enflasyon oranıdır. Enflasyon hedefi için belirlenen sayısal değer,

Merkez Bankasının fiyat istikrarını gerçekleştirme amacı için üstlendiği sorumluluğunu kamuoyuna duyurmasıdır. Enflasyon hedefini belirleme sürecinde ülkeler enflasyon hedefini kendi ülkesinin ekonomik yapısını iyi analiz ederek optimal hedef enflasyon oranını belirlemeye çalışır. Sıfır enflasyon fiyat istikrarı anlamına gelse de ekonomiler için arzu edilen bir oran değildir. Sıfır ve sıfırın altında belirlenen enflasyonun ekonomide yaratabileceği negatif etkilerden dolayı enflasyon hedefi seçiminde tek haneli ve ulaşılabilir hedefler belirlenmektedir(Mishkin, 2001: 204). Enflasyon hedeflemesini uygulayacak olan ülkeler kendi ekonomik durumlarına göre endeksi belirleyebilirler. Enflasyon hedeflemesini uygulayan ülkelerin çoğu hedef olarak kullanılacağı fiyat göstergesi olarak Tüketici Fiyat Endeksini (TÜFE) seçmiştir. TÜFE'nin genelde tercih edilmesinin nedenleri, çeşitli fiyat göstergeleri arasında en çok bilineni olması, daha çok yayınlanması, nadiren rezerve edilmesi ve endeksleme hesaplarında kullanılmasıdır (Gül, Ekinci, & Gürbüz, 2006: 61).Enflasyon hedeflemesinde başarıyı etkileyen diğer bir etkili olan unsur da hedefleme süresi seçimidir. Enflasyon hedeflemesini uygulayan ülkeler kendi ekonomik koşullarına göre 1 yıllık, 2 yıllık, çoklu yıl, belirsiz zaman süresi gibi seçeneklerden birisini tercih etmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken asıl unsur hedefi gerçekleştirmede optimal süre belirlenip açık ve net bir şekilde kamuoyuna ilan ederek Merkez Bankasının sorumluluğu da ifade edilmiş olacaktır(Oktar, 1998: 29).

## 2. Literatür

Enflasyon hedeflemesi stratejisi uygulayan ülkelerde enflasyon hedeflemesinin ekonomik performansına olan etkisini ampirik düzeyde araştıran çalışmalarda, bu stratejinin uygulama döneminde, enflasyon oranı, faiz oranı, çıktı büyümesi, döviz kuru gibi göstergelerdeki değişiklikleri incelenmektedir. Literatürde enflasyon hedeflemesi ile ilgili yapılan çalışmalarda genel olarak üç mukayeseli durum dikkat çekmektedir. Bunlardan birincisi, enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulayan ve uygulamayan ülkelerin ekonomik performanslarını karşılaştıran çalışmalardır. İkincisi, Bir ülkede enflasyon hedeflemesi uygulamadan önceki ve sonraki dönemdeki ekonomik performanslarını karşılaştıran araştırmalardır. Üçüncüsü ise gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere enflasyon hedeflemesinin ekonomik performansa etkisini mukayese eden incelemelerdir.

Johnson (2002), enflasyon hedeflemesini uygulayan beş ülke (Avustralya, Kanada, Yeni Zelanda, İsveç ve İngiltere) ile uygulamayan altı ülkenin (Fransa, İtalya, Hollanda, Japonya ve ABD) 1984-2000 dönemine ilişkin verilerini panel veri yöntemiyle analiz ederek, enflasyon hedeflemesinin beklenen enflasyon davranışı üzerindeki etkilerini incelemiştir. Enflasyon hedeflemesi stratejisini takip eden ülkelerde enflasyon hedefi ilan edildikten sonra beklenen enflasyon seviyesinde büyük bir düşüş olduğuna ilişkin güçlü kanıtlar elde edilmiştir. Ele alınan zaman aralığında gerek enflasyon hedeflemesini uygulayan

gerekse de uygulamayan ülkelerde enflasyon oranlarında düşüş gözlenirken enflasyon hedeflemesini takip eden ülkelerdeki düşüş daha belirgindir.

Levin (2004), enflasyon hedeflemesinin gelişmiş ülkelerde enflasyon beklentilerini etkilemede ve enflasyon sürekliliğini azaltmakta gelişmekte olan ülkelere göre daha başarılı olduğunu dile getirmiştir. Ancak gelişmekte olan ülkelerde enflasyon hedeflemesinin enflasyon beklentilerinin hemen uyarlanmasına yol açmadığı ve enflasyon oynaklığının yüksek olmaya devam ettiğini vurgulamıştır.

Karaca (2006), enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulayan on ülke ile uygulamayan yüz on iki ülkenin makroekonomik performansını enflasyon, büyüme oranları ile bunların değişkenliğini göz önüne alarak mukayese etmiştir. 1985-2004 dönemine ait yıllık verilerle yapılan OLS analizi sonuçlarına göre enflasyon hedeflemesi uygulamasının enflasyon performansı ve büyüme oranının değişkenliğini azaltma konusunda olumlu ancak kayda değer bir etkisi görülmemiştir. Diğer yandan enflasyon hedeflemesi stratejisinin, enflasyon değişkenliğini azaltmada herhangi bir etkiye sahip olmadığı ifade edilmiştir.

Akyazı ve Ekinci (2008), gelişmekte olan ülkelerde ve Türkiye’de enflasyon hedeflemesi performansını değerlendirmiştir. Çalışmada enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulayan 13 gelişmekte olan ülke ile Türkiye’nin enflasyon ve üretim performansları karşılaştırılmaktadır. Çalışma sonucunda yapılan değerlendirmede enflasyon hedeflemesine geçilmesinden itibaren Türkiye’nin enflasyon değişkenliği bakımından kısmen istikrarlı bir gidişata sahip olmakla beraber, diğer ülkelere kıyasla yüksek enflasyon oranında düşük enflasyon değişikliği dikkat çekmiştir.

Öztürk (2009), gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde enflasyon hedeflemesinin başarısını incelemiş ve gerek gelişmiş gerekse de gelişmekte olan ülkelerde enflasyona ciddi düzeyde uyum sağlandığı sonucuna varmıştır. Bunun yanı sıra gelişmiş ülkelerde enflasyonun durgunluğa sebep olmayacak oranda sürdürüldüğü belirtirken enflasyon hedeflemesi uygulama sürecinde büyüme oranlarının gelişmekte olan ülkelere göre gelişmiş ülkelerde daha yüksek olduğu sonucuna varmıştır. Büyüme oranlarında gelişmiş ülkeler kadar bir artış oranı yakalayamaları da gelişmekte olan ülkeler de enflasyon hedeflemesi sayesinde enflasyon oranlarını aşağı çekmeyi başardığı ve ekonomik istikrarın oluşuma önemli katkılar sağladığı söylenebilir.

Türkoğlu (2015), gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde enflasyon hedeflemesi stratejisi uygulamalarını incelemiş, çalışmada yer alan ülkelerin on dört yıllık enflasyon oranlarının ortalamasına göre gelişmekte olan ülkelerdeki enflasyon oranının gelişmiş ülkelerdeki enflasyon oranlarına göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca çalışmada gelişmiş ülkelerdeki hedeflenen enflasyon ile enflasyon arasındaki farkın gelişmekte olan ülkelerdeki hedeflenen enflasyon ile enflasyon arasındaki farktan daha düşük olduğu ifade edilmiştir.

### 3. Gelişmiş ve Gelişmekte Enflasyon Hedeflemesi Stratejisi ve Enflasyonun Seyri

İlk kez 1990 yılında Yeni Zelanda tarafından uygulanmaya başlanan enflasyon hedeflemesi günümüzde 11 gelişmiş ülke ve 20 gelişmekte olan ülke tarafından tercih edilmektedir. Enflasyon hedeflemesi stratejisi ilk uygulamaya başlayan gelişmiş ülkelerdir. Yeni Zelanda ve Kanada enflasyon hedeflemesini ilk uygulayan ülkelerdir. Bu ülkelerdeki enflasyon hedeflemesinin aldığı başarılı sonuçlar gelişmiş ve gelişmekte olan diğer ülkelerin benzer uygulamalara geçmelerine cesaret vermiştir. Gelişmiş ülkelerde alınan başarılı sonuçlarından ardından enflasyon hedeflemesi stratejisi gelişmekte olan ülkelerin para politikası uygulamalarının merkezine oturmuştur. Birçok iktisatçı gelişmekte olan ülkelerde para politikalarının merkezine oturan enflasyon hedeflemesi stratejisinin gelişmiş ülkelerdeki kadar gelişmekte olan ülkelerde başarılı olamayacağını iddia ederken bu iddianın gerekçeleri ise gelişmekte olan ülkelerin finansal yapısındaki zayıflıklar ve dünya piyasasına gelişmiş ülkeler kadar entegrasyon gerçekleştirememiş olmaları şeklinde açıklamışlardır (Öztürk, 2009: 199).

#### 2.1. Gelişmiş Ülkelerde Enflasyon Hedeflemesi Stratejisi:

Gelişmiş ülkelerde enflasyon hedeflemesi stratejisinin başarılı sonuçlar elde ettiği görülmüştür. Bu başarının altında enflasyon hedeflemesi uygulamasına geçilmeden önce enflasyon oranlarının düşük olması ve finansal yapılarının gelişmiş olması bulunmaktadır. Bunların yanında gelişmiş ülkelerdeki enflasyon hedeflemesi uygulamasının başarısını belirleyen unsurlar aşağıdaki gibi özetlenebilir (Tuna, 2007: 229).

- Fiyat istikrarı hedefleri fiyat seviyesinin hedeflenmesinden ziyade enflasyonun doğrudan hedeflenmesi şeklinde uygulanması,
- Enflasyon hedefinin belirlenmesinde TÜFE kullanılması,
- Enflasyon hedeflerinin rakamsal değerler yerine, bant aralığı olarak gösterme,
- Fiyat istikrarını hedefleyen para politikasının zaman içinde güvenilirliğinin artması,
- Merkez Bankalarının para politikası hakkında daha açık ve şeffaf raporlama yapması,
- Enflasyon hedeflemesini uygulayan tüm ülkelerde temel politika aracı olarak kısa vadeli faiz oranları tercih edilmektedir.
- Uygulamaya geçmeden önceli enflasyon oranları makul seviyelerde bulunmaktadır.

Aşağıda enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulayan gelişmiş ülkelerden Yeni Zelanda, İngiltere ve İspanya örneklerinde makro ekonomik performansların zamana bağlı olarak gelişimi incelenmiştir.

- **Yeni Zelanda:** Enflasyon hedeflemesi stratejisini ilk uygulayan ülke olan Yeni Zelanda bu stratejiye geçmeden önceki dönemde uyguladığı para politikası zaman zaman enflasyon oranını düşürmek zaman zaman da faiz oranlarını faiz oranlarını kontrol etmeye yönelik üzere değişiklikler arz etmiştir.

Yeni Zelanda'nın enflasyon hedeflemesine geçmesindeki gayelerinde biri de 1980'li yıllarda birinci petrol krizi sebebiyle %18'lere yükselen enflasyonu tek haneli rakamlara çekebilme'dir. Yeni Zelanda enflasyon hedeflemesi sürecinde çok önemli reformlara imza atmıştır. Bu reformlardan en önemlileri; özelleştirme, gümrük tarifelerindeki yani yapılandırılmalar, çalışma hayatında yapılan değişiklikler, vergi reformu, sanayi sektörüne yapılan desteklemenin kaldırılması ve sermaye hareketlerinde uygulanan sınırlamaların tekrar düzenlenmesidir(Malatyalı, 1998: 13)

**Tablo 1:Yeni Zelanda İçin Temel Ekonomik Göstergeler**

Yıllar	Enflasyon Hedefi (%)	Enflasyon Oranı (%)	Büyüme Oranı (%)	Faiz Oranı(%)	Kişi başına Gelir (\$)
1990	0-2	6,09	-1,3	11,7	13663
1992	0-2	0,98	0,8	6,6	11793
1994	0-2	1,76	5,7	6,4	15280
1996	0-2	2,29	3,0	8,5	18794
1998	0-3	1,27	0,6	6,8	14738
2000	0-3	2,64	3,7	6,4	13076
2002	0-3	2,65	4,7	5,3	15000
2006	1-3	3,36	2,8	6,92	27118
2008	1-3	3,39	-0,8	7,55	31329
2009	1-3	2,15	-1,4	4,04	31119
2010	1-3	2,3	2,1	4,58	27470
2011	1-3	4,0	1,9	4,27	32459
2012	1-3	1,1	2,5	4,11	36687
2013	1-3	1,1	2,8	3,83	38254
2014	1-3	1,2	2,30	4,0	40481

**Kaynak:** Dünya Bankası verileri alınarak hazırlanmıştır.

Yeni Zelanda'da yapılan reformlar ve uygulanan enflasyon hedeflemesinin sonuçlarına baktığımızda Yeni Zelanda'da enflasyon hedeflemesinin başarılı olduğunu söyleyebiliriz. Enflasyon hedeflemesi öncesi dönemde çift haneli rakamlarda gezinen enflasyonun, enflasyon hedeflemesine geçilmesiyle birlikte önemli oranda düşme göstererek tek haneli rakamlara ulaştığı görülmektedir. 1990- 2014 yılları arasında hedeflenen enflasyon aralığının büyük çoğunluğu tutturulmuştur. İlk yıllarda enflasyon hedeflemesine geçilmesiyle beraber daralan ekonomi ilerleyen yıllarda istikrarlı bir büyüme oranı yakalayarak genişlemiştir. Çift haneli rakamlarda gezinen faiz oranlarının da enflasyon hedeflemesi döneminde tek haneli rakamlara çekilerek istikrarlı bir aralıkta seyri görülmektedir. Enflasyon hedeflemesini uygulamaya başlanan yıllarda 10000 dolar civarında olan kişi başı milli gelirin 40000 dolar civarına



geldiği görülmektedir. Yeni Zelanda Enflasyon hedeflemesi döneminde enflasyon oranlarını ve faiz oranlarını makul seviyeye çekmeyi başarmış ve kişi başına milli gelir seviyesini de önemli ölçüde yükseltmiştir.

• **İngiltere:** Bretton Woods sisteminin çökmesinin ardından yüksek enflasyon ve bütçe açıkları İngiltere ekonomisinin karşı karşıya kaldığı ciddi sorunlar olmuştur. Bu dönemde enflasyon oranında hızlı ve keskin yükselişler yaşanmıştır. İngiltere ekonomisinin karşı karşıya kaldığı yüksek enflasyon sorununda kurtulmak için uygulamaya geçtiği enflasyon hedeflemesi stratejisi ile para politikası üzerinde yasal bir otoriteye sahip olmayan Merkez Bankası da operasyonel bağımsızlığını enflasyon hedeflemesi sayesinde almıştır. 1992 yılında Enflasyon hedeflemesi stratejisine gecen İngiltere Merkez Bankasına 1997 yılında operasyonel bağımsızlığını vermiştir (Mishkin , 2010: 402).

**Tablo 2: İngiltere için Temel Ekonomik Göstergeler**

Yıllar	Enflasyon Hedefi (%)	Enflasyon Oranı (%)	Büyüme Oranı (%)	Faiz Oranı(%)	Kişi başına Gelir (\$)
1992	1-4	4,7	0,4	7,5	20487
1994	1-4	2,3	4,0	3,7	19709
1996	1-4	3,0	2,7	3,0	22426
1998	2,5	2,3	3,5	4,5	26144
2000	2,5	2,1	3,8	3,5	26296
2002	2,5	2,2	2,5	1,3	28202
2004	2,0	1,3	2,5	4,6	38308
2006	2,0	2,3	3,0	4,8	42446
2008	2,0	3,6	-0,3	5,5	45167
2009	2,0	2,2	-4,3	1,2	37076
2010	2,0	3,3	1,9	0,7	35885
2011	2,0	4,5	1,6	0,9	40974
2012	2,0	2,8	0,7	0,8	41050
2013	2,0	2,6	1,7	0,5	41776
2014	2,0	1,5	2,6	0,7	45603

**Kaynak:** Dünya Bankası verileri alınarak hazırlanmıştır

İngiltere enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulamaya başlamasından sonraki yıllarda fiyat istikrarını sağlama konusunda başarılı olmuştur. Hedeflemeye geçişte %4,7 olan enflasyon oranınının 2014 yılında %1,5 olmuştur. %7'lerde olan faiz oranlarınının %0,7'lere gerilediği ve yirmi bin dolar civarında olan kişi başına milli gelirin kırk beş bin dolar civarına geldiği Tablo 2'ye bakarak anlaşılmaktadır. Enflasyon hedeflemesi döneminde enflasyon

oranlarında ve faiz oranlarında kayda değer bir düşme görülürken kişi başına milli gelirden de önemli bir artış görülmüştür. Temel ekonomik göstergelere bakarak İngiltere'nin enflasyon hedeflemesi stratejisinde başarılı sonuçlar aldığı açıkça görülmektedir.

- **İspanya:** Yeni Zelanda ve Kanada gibi gelişmiş ülkelerde uygulanan enflasyon hedeflemesi stratejisi İspanya gibi enflasyon sorunuyla karşı karşıya olan gelişmiş ülkelerin dikkatini çekmeyi başarmıştır. İspanya 1994 yılı yaz dönemi itibariyle enflasyonu doğrudan hedefleyen bir para politikasını uygulamayı tercih etmiştir. İspanya Merkez Bankası üç yıllık bir süre içerisinde enflasyonun yüzde 3'ün altına çekilmesi hedeflediklerini ilan etmiş ve yeni para politikasını uygulamaya başlamıştır. Enflasyon hedefinin belirlenmesinde TÜFE baz alınmış olup enflasyon raporları altı ayda bir yayınlanmıştır (Alparslan & Ataman, 2000: 24).

**Tablo 3:İspanya için Temel Ekonomik Göstergeler**

Yıllar	Enflasyon Hedefi (%)	Enflasyon Oranı (%)	Büyüme Oranı (%)	Faiz Oranı (%)	Kişi başına Gelir (\$)
1994	3	2,3	2,1	6,7	13465
1996	3	3,6	2,4	6,1	16236
1998	3	1,8	3,9	2,9	15534
2000	3	3,4	4,4	3,0	14787
2002	3	3,1	1,2	2,5	17019
2004	3	3,0	1,4	2,1	24918
2006	3	3,5	2,4	3,1	28482
2008	3	4,1	-0,5	4,6	35578
2009	3	-0,3	-4,4	1,2	32333
2010	3	1,8	-0,4	0,8	30737
2011	3	3,2	-1,0	1,4	31973
2012	3	2,4	-2,2	0,6	28985
2013	3	1,4	-0,9	0,2	29880
2014	3	0,1	1,9	0,7	30262

**Kaynak:** Dünya Bankası verileri alınarak hazırlanmıştır

Yeni Zelanda ve İngiltere gibi enflasyon hedeflemesi stratejisinde başarıya ulaşmış iki gelişmiş ülkeden sonra diğer bir gelişmiş ülke olan İspanya'nın temel ekonomik göstergelerine bakıldığında diğer gelişmiş ülkeler kadar başarılı olmadığı görülmektedir.2008 yılı hariç diğer yıllarda hedeflenen enflasyon oranının tutturulduğu görülürken İspanya'da 2008-2013 arası ekonomideki daralma dikkat çekmektedir. Krizi derin hisseden İspanya ekonomisi 2008 ile 2014 yılları arası küçülmüştür. Enflasyon hedeflemesi

sürecinde enflasyon oranlarında ve faiz oranlarında düşme gözlemlenirken kişi başına gelirin on üç bin dolar civarından otuz bin dolara çıktığı görülmektedir. Sonuç olarak İspanya da enflasyon hedeflemesi uygulamasında enflasyon oranlarını ve faizi düşürmede başarılı sonuç almıştır.

### 3.2.Gelişmekte Olan Ülkelerde Enflasyon Hedeflemesi Stratejisi

Gelişmekte olan ülkelere baktığımızda bu ülkelerin çoğu maliye ve para politikalarıyla ilişkili olarak tarih boyunca yüksek enflasyonlara maruz kalmışlardır. Bu ülkelerde enflasyon oranlarının yüksek olması içsel ve dışsal şokların oluşmasına neden olmuştur. Yüksek enflasyon başta ithal mallar olmak üzere yiyecek fiyatlarında da kendini göstermiştir. Bundan dolayı gelişmekte olan ülkeler 1990'lı yıllardan itibaren enflasyon oranlarını düşürmeye yönelmişlerdir (Mohanty ve Klau, 2001: 2).

1990'lı yılların başından itibaren gelişmiş olan ülkelerde uygulanmaya başlanan enflasyon hedeflemesi stratejisinin başarılı sonuçlar elde etmesi, gelişmekte olan ülkeleri de enflasyon hedeflemesi stratejisine geçmeye cesaretlendirmiştir. Fakat gelişmekte olan ülkelerin teknik ve altyapıyı kurmaları gelişmiş ülkelere göre daha zor olmaktadır(Mishkin, 2010: 399). Gelişmekte olan ülkelerde enflasyon hedeflemesinin içinde bulunduğu ekonomik yapıya adapte edilmesinde karşılaşılan başlıca sorunlarla ilgili genel olarak ifade edilebilecek hususlar aşağıdaki gibi özetlenebilir:(Türkoğlu, 2015: 100)

- Gelişmekte olan ülkelerde mali ve finansal sistem güçsüzdür.
- Yüksek enflasyon nedeniyle para otoritesine olan güven sarsılmıştır.
- Ekonomileri gelişmiş ülke ekonomilerine göre daha kırılgandırlar.
- Etkin bir vergi sisteminin ve mali disiplinin eksikliği görülür.

Enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulayan gelişmekte olan ülkelere Brezilya, Türkiye, Şili ve İsrail'in ekonomik performansındaki değişim aşağıda sunulmuştur.

- **Brezilya:** Uzun yıllar enflasyon problemleri ile boğuşmasıyla dikkat çeken Brezilya 1993 yılı sonunda yüzde 2000'ler düzeyindeki enflasyon oranıyla yüz yüze kalmıştır. Hükümetin 1994 yılında Real Planı olarak isimlendirilen döviz kuruna dayalı istikrar programından başarılı sonuçlar alarak kronik enflasyon sorunundan kurtulmayı başarabilen Brezilya enflasyon oranları yüzde ikinin altına çekmeyi başarabilmiştir. Ancak bu süreç uzun vadeli makroekonomik denge ve döviz kuru istikrarı için başarılı bir ortam hazırlayamamıştır. Mali yapı ve kamu borçlarının yüklendiği hassasiyet spekülasyon ataklara karşı sistemin kırılganlığını artırmış, mali dengesizlikler ve güvenirlilik eksikliği programın sonra ermesine neden olmuştur. Bunun sonucu olarak Real planı 1999'da çökmüş, para krizinin ardından iki merkez bankasının başkanının istifası ve şeffaf para politikasının yokluğu görünümü de durumu daha vahim hale getirmiştir. Bu durumun sonucunda ülke tam bir kaos içine sürüklenmiş ve Mart 1999'da yeni yönetim başa geçmiştir. Yeni yönetim

enflasyonun kontrol altına alınabilmesi için tek çare olarak enflasyon hedeflemesini görmüştür (Mishkin ve Savastano, 2000: 27).

**Tablo 4: Brezilya İçin Temel Ekonomik Göstergeler**

Yıllar	Enflasyon Hedefi (%)	Enflasyon Oranı (%)	Büyüme Oranı (%)	Faiz Oranı (%)	Kişi başına Gelir (\$)
1999	8	8,94	0,5	26,0	3536
2000	6	5,97	4,4	17,2	3766
2002	3,25-3,5	12,53	1,0	19,1	2836
2004	3,75-5,5	7,60	5,1	15,4	3639
2006	4,5	3,14	3,7	13,9	5888
2008	4,5	5,90	5,1	11,2	8636
2009	4,5	4,31	-0,2	10,3	8602
2010	4,5	4,90	7,5	8,7	11318
2011	4,5	6,60	3,9	10,7	13729
2012	4,5	5,84	1,8	7,5	12147
2013	4,5	6,20	2,7	7,8	11938
2014	4,5	6,30	0,1	10,0	11612

**Kaynak:** Dünya Bankası verileri alınarak hazırlanmıştır

Brezilya’da 1999 yılında yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen enflasyon hedeflemesi uygulamasında başarıya ulaşıldığı görülmektedir. Enflasyon oranlarının düşmesine paralel olarak diğer makroekonomik göstergelerde de iyileşme görülmüştür. Hedeflenen enflasyon oranlarının genel olarak başarıyla tutturulduğu, büyüme oranlarının 2003 yılı ve 2009 yılı hariç pozitif oranlarda seyrettiği tabloda açıkça görülmektedir. Enflasyon hedeflemesinin başladığı yıl yaklaşık 3500 \$ olan kişi başına gelirin 2014 yılı itibarıyla 11600\$ civarına yükseldiği görülmektedir. Enflasyon hedeflemesi uygulamasına geçilen yılda yüzde 26 etrafında seyreden faiz oranının yüzde ona düşürüldüğü görülmektedir. Brezilya’daki temel ekonomik göstergelere bakarak enflasyon hedeflemesine geçişle birlikte ekonomiye duyulan güven sayesinde sürekli bir büyüme görülmüş, enflasyon ve faiz oranlarında kayda değer bir düşme gerçekleşmiş ve genelde istikrarlı bir ekonomik ortam oluşmuştur. Elde edilen sonuçlar Brezilya’nın enflasyon hedeflemesi stratejisine geçmesinin ne kadar yerinde bir karar olduğunu göstermektedir.

- **Türkiye:** 1970’li yılların ortalarından 2000’li yıllara kadar yüksek enflasyona maruz kalan Türkiye’de enflasyonu düşürmek amacıyla pek çok program uygulanmış fakat başarılı bir sonuç elde edilememiştir. Doksanlı yılların ortasında %107,3 oranına ulaşan enflasyon Türkiye’nin karşılaştığı ve üstesinden gelmesi gereken makroekonomik sorunların başında gelmiştir (Güney ve Ceylan, 2014:149). 1999 yılında IMF ile imzalanan istikrar programı

ile birlikte Türkiye döviz kurunun çapa olarak kullanmaya başladı. Çapa olarak döviz kurunun seçilmesinin nedeni enflasyonun döviz kurundan kaynaklandığı düşüncesidir. Bu istikrar programı sayesinde enflasyon oranlarında düşme gerçekleşse de TL'nin değer kazanması ve faiz oranlarının sürekli düşmesi cari işlemler açığını artmasına yol açarak kriz ortamını oluşturmuştur. 2000 krizinin verdiği hasarlar IMF'den alınan ek krediler ile atlatılırken döviz kuru çapasında ısrar edilmesi ve diğer nedenler 2001 krizini tetiklemiştir. 2001 krizi sonucunda faiz oranlarında meydana gelen rekor yükselmenin ardından IMF'ye başvuran Türkiye "Güçlü Ekonomiye Geçiş Programını" uygulamaya koymuştur. Uygulamaya konulan bu programla hükümet enflasyon hedeflemesine geçileceğinin sinyali verilmiştir (Engin, 2011: 50).

İlk defa 1999 yılında IMF'ye sunulan, 2000-2002 yıllarını kapsayan politikalar hakkında bilgi veren niyet mektubunda dile getirilen enflasyon hedeflemesi stratejisini, Türkiye 2002 yılında örtük olarak uygulamaya başlamıştır. 2002-2005 yılları arasında uygulanan örtük enflasyon hedeflemesi döneminde 2006 yılında geçilmesi planlanan açık enflasyon hedeflemesinin ön koşulları sağlanmaya çalışılmıştır. Bu ön koşullardan başında yer alan TCMB'nin bağımsızlığını sağlayacak düzenlemelerin yapılması, enflasyon oranının belli bir düzeye çekilmesi, uygulanacak politikalarda kamuoyuyla paylaşarak şeffaf olması gibi koşullar başarıyla gerçekleştirilerek 2006 yılında açık enflasyon hedeflemesine geçilmiştir (Kansu, 2007: 65).

**Tablo 5:Türkiye İçin Temel Ekonomik Göstergeler**

Yıllar	Enflasyon Hedefi (%)	Enflasyon Oranı (%)	Büyüme Oranı (%)	Faiz Oranı (%)	Kişi başına Gelir (\$)
2002	35,0	29,7	6,2	50,5	8.667
2004	12,0	9,3	9,4	24,3	10.165
2006	5,0	9,7	6,9	21,6	12.897
2008	4,0	10,1	0,7	22,9	15.021
2009	7,5	6,5	-4,8	17,6	14.491
2010	6,5	6,4	9,2	15,3	16.012
2011	5,5	10,4	8,8	14,2	17.692
2012	5,0	6,2	2,1	16,4	18.437
2013	5,0	7,4	4,2	15,8	19.156
2014	5,0	8,2	2,9	16,8	19.610

**Kaynak:** TCMB ve Dünya Bankası verileri alınarak hazırlanmıştır

Türkiye'de enflasyon hedeflemesi stratejisinin uygulamaya koyulması dünya genelinde hızlı değişimlerin başladığı bir döneme denk gelmiş ve bu sürecin yansıması olarak Türkiye ekonomisi bir dizi şokla yüz yüze gelmiştir.

2006 yılından uluslararası sermaye koşullarının gelişmekte olan ülkeler aleyhine dönmesi, enerji fiyatlarındaki yükselme ve 2008 krizi bu şoklardan göze çarpanlarıdır (TCMB, 2008: 2). Yaşanan bu şoklarında etkisiyle de hedeflenen enflasyon oranlarını yakalamada başarılı olunamadığı açıkça görülmektedir. Her ne kadar hedeflenen enflasyon oranları tutturulamasa da enflasyon oranlarını tek haneli rakamlara indirip orada muhafaza edilmiştir bu dönemde. Diğer makroekonomik değişkenlere baktığımızda ise kriz dönemleri hariç büyüme oranları pozitif seyrederken, faiz oranlarında kayda değer bir düşme görülmüştür. Son olarak kişi başına gelire baktığımızda yıllar içinde kişi başına gelirden ciddi artış gözlenmektedir. Sonuç olarak her ne kadar açık enflasyon hedeflemesi döneminde hedeflenen oranlara ulaşılmasa da enflasyon hedeflemesi döneminde makroekonomik değişkenlerde olumlu gelişmeler görülmüştür.

- **Şili:** Şili’de enflasyon hedeflemesi uygulamasına geçmeden önce yönetime gelen tüm siyasilerin uğraşmak zorunda kaldığı en önemli sorun enflasyon olmuştur.. Enflasyonu kontrol altına almak amacıyla 1959-1962 ve 1975-1982 yılları arasında iki önemli istikrar programı uygulamıştır. Bu iki istikrar programının ortak özelliği, istikrar sağlama aracı olarak, nominal döviz çapası uygulanmış fakat başarısızlıkla sonuçlanmıştır (Morande, 2001: 14-15). Bu başarısızlıkta, bir yandan, dışsal şoklar ve güven vermeyen politikalar, diğer yandan mali disiplinden taviz verilmesi bütçe dengesinin bozulması ve bütçenin devamlı açık vermesi önemli rol oynamıştır. Buna ilave olarak, kamu finansmanın monetizasyon yoluyla gerçekleşmesi, enflasyonda yüksek oranlı artışlara sebep olmuştur (Mishkin ve Savastano, 2000: 18).

Enflasyonda yüksek oranlı artışların önüne geçemeyen Şili gelişmekte olan ülkeler arasında enflasyon hedeflemesini ilk uygulayan ülkedir. Dünya’da ise Yeni Zelanda’dan sonra enflasyon hedeflemesi stratejisi uygulamasına gecen ikinci ülkedir. 1970’li yıllarda üç haneli rakamlarda olan enflasyon oranı disiplinli bir şekilde uygulanan para ve maliye politikaları ile 1977 yılında ancak iki haneli rakamları görebilmiştir. Şili’de 1979 yılında döviz kuru hedeflemesi stratejisi benimsenmiş ve uygulanmasına başlanmıştır. Döviz kuru hedeflemesine geçildikten sonra 1989 yılına kadar zaman zaman enflasyon oranlarında yükselme görülse de genel olarak enflasyon oranlarında düşme eğilimi vardır. 1989 yılında çıkarılan Merkez Bankası kanunuyla bankanın temel amacının, fiyat istikrarını gerçekleştirme olduğu kabul edilmiştir. Çıkarılan Merkez Bankası kanunuyla bankanın bağımsız bir yapı kazanmasına ve böylece enflasyon hedeflemesi stratejisi için gerekli alt yapı oluşturulmaya başlanmıştır. Yani Şili Merkez Bankası 1989’da bağımsızlığı sağladıktan sonra enflasyonu kontrol altında tutmak ve istikrar sağlamak konusunda uzun dönemli bir plan benimsemiş ve aşamalı bir yol takip edilmiştir (Demirhan, 2007: 108).

**Tablo 5:Şili İçin Temel Ekonomik Göstergeler**

Yıllar	Enflasyon Hedefi (%)	Enflasyon Oranı (%)	Büyüme Oranı (%)	Faiz Oranı (%)	Kişi başına Gelir (\$)
2000	2-4	3,84	4,5	9,2	5133
2002	2-4	2,49	1,8	6,0	4487
2004	2-4	106	5,8	2,0	6224
2006	2-4	3,39	4,2	4,5	9371
2008	3,0	8,94	3,2	6,0	10672
2009	3,0	1,54	-1,5	8,0	10120
2010	3,0	1,70	5,3	0,5	12683
2011	3,0	3,30	5,9	5,0	14491
2012	2,0	3,02	5,7	5,0	15186
2013	3,0	1,80	4,2	5,2	15702
2014	3,0	4,40	1,9	3,9	14720

**Kaynak:** Dünya Bankası verileri alınarak hazırlanmıştır

Şili’de 1990 ile 1999 yılları arası enflasyon hedeflemesi stratejine uyum süreci yaşanmıştır. 1999 yılının üçüncü çeyreğinden itibaren tam enflasyon hedeflemesi uygulamasına geçilmiştir. 1990 yılında yüzde 25 seviyelerinde olan enflasyon oranı 1999 yılındaki yüzde 3’lük gerçekleşme oranıyla en düşük seviyesine inmiştir. Tam enflasyon hedeflemesi döneminde 2009 krizinin etkisiyle 2009 yılı hariç diğer yıllarda hedeflenen enflasyon oranlarına ulaşılmıştır. Şili’de enflasyon oranlarına bakıldığında gelişmiş ülkelerdeki enflasyon oranlarla karşılaştırılabilecek seviyelerde enflasyon oranları olduğu görülmektedir. Şili’de büyüme oranlarına bakıldığında 2009 yılı hariç büyüme oranlarının pozitif seyrettiği ve faiz oranlarının da yüzde 9’lardan istikrarlı bir şekilde yüzde 3’lere gerilediği görülmektedir. Ayrıca 2000 yılında beş bin dolar civarında olan milli gelirin on beş bin dolara geldiği görülmektedir. Sonuç olarak Şili’de enflasyon hedeflemesi stratejisi rejimi ile ilgili deneyim başarılıdır.

• **İsrail:** İsrail’in enflasyon hedeflemesi stratejisine eğilimi makroekonomik krizlerin başlamasıyla olmuştur. Lübnan savaşının giderleri ve büyük sosyal güvenlik ağı harcamalarından doğan aşırı mali baskı altında ülke hiperenflasyonun kapısına gelmiştir. Mali açık sürdürülemez boyuta ulaşmış ve yabancılara olan borç yükümlülükleri GSYH’nin yüzde seksenine ulaşmıştır. Bu yönde İsrail’de enflasyon oranı hızlı bir şekilde artarak yıllık yüzde % 450 seviyesine ulaştığı zaman hiperenflasyon tehlikesi oluşmaya başlamış ve otoriteler tarafından 1985 yılı Temmuz ayında enflasyonu hızlı bir şekilde düşürmeyi hedefleyen temel bir istikrar programı oluşturularak yürürlüğe koymuştur. Hükümet fiyatlar için bir döviz kuru ilan etmiştir. İlan edilen döviz

kurunda Shekel'in değeri G7 ülkelerinin paralarından oluşan bir sepete sabitlenmiştir (Öztürk, 2003: 149). Bu programda % 450'lerde olan enflasyon oranı % 20'lere düşürülerek büyük bir başarı sağlanmıştır. Enflasyon oranı % 16 ile % 20 arasında değişen değerler alırken aynı zamanda Shekel'de değer kazanmış ve İsrail'in yabancı ülkelerle olan ticareti olumsuz yönde etkilenmiştir (Alparslan & Ataman, 2000: 18).

1991 yılında İsrail'de açık bir şekilde başlatılan enflasyon hedeflemesinin o zamanlardaki amacı, döviz kuruna ilişkin hedefleri gerçekleştirmeye destekleyici bir politika uygulamaktır. Fakat bir müddet sonra, hem döviz kurunun hem de enflasyon oranının birlikte nihai hedef olarak belirlenmesinin ve uygulanmasının zorluğu, hükümetin başarısızlıklardan dolayı politikalara müdahale etmesi, enflasyon hedeflemesi programının o zamanki sistemde devam ettirebilmenin zorluğunu göstermiştir (Tuna, 2007: 241).

**Tablo 6:İsrail İçin Temel Ekonomik Göstergeler**

Yıllar	Enflasyon Hedefi (%)	Enflasyon Oranı (%)	Büyüme Oranı (%)	Faiz Oranı (%)	Kişi başına Gelir (\$)
1992	14-15	9,4	5,6	11,3	12838
1994	8	14,5	6,9	12,2	13830
1996	8-10	10,6	5,8	14,5	19177
1998	7-10	8,6	4,3	11,0	19258
2000	3-4	0,0	8,9	8,6	20901
2002	2-3	6,5	-0,1	6,0	18246
2004	1-3	1,2	5,1	6,6	19682
2006	1-3	-0,1	5,8	4,3	21581
2008	1-3	3,8	3,5	3,3	29268
2009	1-3	3,9	1,9	1,1	27583
2010	1-3	2,6	5,8	1,6	30551
2011	1-3	2,2	4,2	2,5	33275
2012	1-3	1,6	3,0	2,2	32514
2013	1-3	1,5	3,2	0,5	36050
2014	1-3	0,5	2,8	0,8	37031

**Kaynak:** Dünya Bankası verileri alınarak hazırlanmıştır

İsrail'de enflasyon hedefleme stratejisinin makroekonomik değişkenlere etkisine baktığımızda bazı yıllar hariç ekonomik büyümede istikrarlı bir seyir geçekleşmiştir. Enflasyon hedeflemesi sürecinde kişi başına düşen milli gelire bakarsak 12000 \$ civarından 37000\$ civarına istikrarlı bir şekilde artarak yükseldiği görülmektedir. Enflasyon sorunundan çok çeken İsrail enflasyonu tek



haneli rakamlara çekmeyi başarabilmiş ve tek haneli rakamlarda istikrarlı bir seyir izlemesini gerçekleştirmiştir. Son olarak faiz oranlarına bakıldığında faiz oranlarının da istikrarlı bir biçimde %12'lerden %1'lere kadar düştüğü görülmüştür. Sonuç olarak İsrail'in enflasyon hedeflemesi deneyiminin, içinde bulunduğu coğrafi, siyasi, sosyal ve ekonomik koşulları dikkate alındığında genel olarak başarılı olduğu söylemek mümkündür.

### 3.3. Enflasyon Hedeflemesi Yaklaşımının Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerin Uygulama Sonuçları Açısından Değerlendirilmesi

Bazı İktisatçılar gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ülkelere göre enflasyon hedeflemesinde daha başarılı sonuçlar aldığını öne sürerken bazı iktisatçılarda bunun aksine gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelere göre enflasyon hedeflemesinde daha başarılı olduğunu öne sürmektedir. Bu çalışmada gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde enflasyon hedeflemesine geçtiği yıldaki makroekonomik değerler ile son yıllardaki makroekonomik değerler karşılaştırılarak enflasyon hedeflemesinin gelişmiş mi yoksa gelişmekte olan ülkelere daha başarılı olduğu incelenmiştir.

Enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulayan gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkelere enflasyon oranlarının uygulamadan önceki durumlara göre daha düşük olduğu görülmektedir. Tabloya bakarak gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelere göre ortalama olarak daha yüksek bir oranda enflasyonla uygulamaya geçtiği görülmektedir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki enflasyon hedeflemesi uygulaması sonucunda gelişmiş ülkelerin enflasyon oranlarını düşürmede gelişmekte olan ülkelere göre daha başarılı olduğu tabloda görülmektedir. Enflasyon hedeflemesi uygulaması sonucunda gelişmiş ülkelere enflasyon oranlarında yaklaşık yüzde seksenlik bir düşüş gözlenirken gelişmekte olan ülkelere ise enflasyon oranlarındaki düşüş yaklaşık olarak yüzde altmışta kalmıştır. Enflasyon hedeflemesi uygulayan gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin verilerinden yola çıkarak gelişmiş ülkelerin uygulama sonucunda enflasyon oranlarını önemli bir oranda düşürmeyi başardığını bunun yanında enflasyon oranlarını makul bir seviyeye indirip muhafaza ettiği gözlenmektedir. Enflasyon oranlarını düşürmede gelişmiş ülkeler kadar başarılı olamasa da gelişmekte olan ülkeler de enflasyon oranlarını düşürmeyi başardıklarını söyleyebiliriz. Bununla birlikte enflasyon oranların makul oranlara düşmesi sonrasında bu oranı muhafaza konusunda başarı elde ettikleri söylenemez.

**Tablo 7: Enflasyon Oranı Gelişmeleri (%)**

	Ülkeler	Enf. Hed. Uyg. Tarihi	Enf. Hed. Başlanan Yılın Enf. Oranı	2015 Yılı Enf. Oranı	Enf. Oranında Düşüş
<b>Gelişmiş</b>	İngiltere	1992	4,3	1,5	65,1
	Yeni Zelanda	1990	6,1	0,3	95,1
	İspanya	1994	4,7	-0,5	110,6

<b>Ülkeler</b>	Kanada	1991	5,6	1,1	80,4
	Güney Kore	1998	7,5	0,7	90,7
	Norveç	2001	3,0	2,2	26,7
	İsveç	1993	4,6	0	100,0
	İsviçre	2000	1,5	0,1	93,3
	Finlandiya	1993	2,1	-0,2	109,5
	Avustralya	1994	1,9	1,5	21,1
<b>Ortalama</b>			4,1	0,6	79,2
<b>Gelişmekte Olan Ülkeler</b>	Brezilya	1999	4,9	9	-83,7
	Şili	1991	25	4,3	82,8
	İsrail	1992	19,0	-0,6	105,0
	Türkiye	2002	45,0	7,7	82,9
	Çek Cumhr.	1998	10,6	0,3	97,2
	Güney Afrika	2000	5,3	4,5	15,1
	Peru	1994	23,7	3,2	86,5
	Polonya	1998	11,7	-0,9	107,7
	Romanya	2005	9,0	1,1	87,8
	Kolombiya	1999	10,9	2,9	73,4
	Endonezya	2005	10,5	6,4	39,0
	Slovakya	2005	2,7	-0,3	111,1
	Gana	2007	10,7	15,5	6,1
	Tayland	2000	1,6	1,9	-18,8
	Filipinler	2002	2,7	4,1	22,6
	Macaristan	2001	9,2	-0,1	101,1
Meksika	1999	16,6	2,7	83,7	
<b>Ortalama</b>			13,0	3,6	58,8

**Kaynak:** Dünya Bankası ve OECD verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Enflasyon hedeflemesini uygulayan gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkelerde kişi başına düşen milli gelir enflasyon hedeflemesi öncesi döneme göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Literatürde bazı iktisatçılar enflasyon hedeflemesinin gelişmiş ülkelerde kişi başına milli gelir üzerinde daha başarılı sonuçlar aldığı söylerken bazıları ise bunun aksini iddia etmektedirler. Tablo 8'e bakarak enflasyon hedeflemesine geçmiş gelişmiş ekonomilerin kişi başına gelir düzeyindeki değişimin gelişmekte olan ekonomilere oranla daha yüksek seviyede olduğunu söyleyebiliriz. Enflasyon hedeflemesi sonucunda gelişmiş

ülkelerde kişisel gelir ortalama yüzde 117 gibi bir artış sergilerken gelişmekte olan ülkelerde bu artış oranı yüzde 100 seviyesinde gerçekleşmiştir.

**Tablo 8: Kişi Başına Düşen Milli Gelir Gelişmeleri**

	Ülkeler	Enf. Hed. Uyg. Tarihi	Enf. Hed. Başlanan Yıl Kişi Başına Milli Geliri	2014 yılı Kişi Başına Milli Gelir	Kişi Başına Milli Gelir Değişimi (%)
<b>Gelişmiş Ülkeler</b>	İngiltere	1992	18180	40209	121,2
	Yeni Zelanda	1990	14665	38113	159,9
	İspanya	1994	15542	33638	116,4
	Kanada	1991	20137	45029	123,6
	Güney Kore	1998	14608	33395	128,6
	Norveç	2001	37787	65705	73,9
	İsveç	1993	20404	45298	122,0
	İsviçre	2000	34191	59536	74,1
	Finlandiya	1993	17217	40684	136,3
	Avustralya	1994	21248	46280	117,8
<b>Ortalama</b>			21397,9	44788,7	117,4
<b>Gelişmekte Olan Ülkeler</b>	Brezilya	1999	9130	15110	65,5
	Şili	1991	5244	21980	319,1
	İsrail	1992	12838	33718	162,6
	Türkiye	2002	8667	19610	126,3
	Çek Cumhur.	1998	14968	31188	108,4
	Güney Afrika	2000	7849	13032	66,0
	Peru	1994	5848	11438	95,6
	Polonya	1998	9538	24951	161,6
	Romanya	2005	14275	19098	33,8
	Kolombiya	1999	6503	12743	96,0
	Endonezya	2005	6857	10033	46,3
	Slovakya	2005	16482	28327	71,9
	Gana	2007	2696	3894	44,4
	Tayland	2000	9228	15012	62,7
	Filipinler	2002	4322	6649	53,8
	Macaristan	2001	13646	25061	83,7
Meksika	1999	9134	18046	97,6	

<b>Ortalama</b>			9248,5	18228,8	99,7
-----------------	--	--	--------	---------	------

**Kaynak:** Dünya Bankası ve OECD verileri alınarak hazırlanmıştır.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde enflasyon hedeflemesinin diğer bir makroekonomik değişken olan işsizlik oranları üzerine etkisini incelediğimizde Tablo 7 ve Tablo 8'dekilerine benzer bir sonuçla karşılaşmaktayız. Tablo 9'a bakarak gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ülkelere göre işsizlik oranlarını düşürmede daha başarılı olduğunu söyleyebiliriz. Enflasyon hedeflemesi sonucunda gelişmiş ülkelerde yaklaşık olarak yüzde yirmi oranında bir işsizlik oranında düşme gözlenirken gelişmekte olan ülkelerde bu oran yaklaşık yüzde on beş seviyelerinde kalmıştır. İşsizlik oranında beklenen iyileşmenin sağlanamamasının ardında gelişmekte olan ekonomilerin nüfus artış oranındaki yükseklik ve yatırımların istihdam alanı oluşturmayan teknoloji ağırlıklı olmasının etkisi bulunmaktadır.

**Tablo 9: İşsizlik Oranı Gelişmeleri**

	Ülkeler	Enf. Hed. Uyg. Tarihi	Enf. Hed. Başlanan Yılın İşsizlik Oranı (%)	2014 yılı İşsizlik Oranı (%)	İşsizlik Oranı Değişimi (%)
<b>Gelişmiş Ülkeler</b>	İngiltere	1992	9,9	6,3	36,4
	Yeni Zelanda	1990	10,6	5,6	47,2
	İspanya	1994	24,3	24,7	-1,6
	Kanada	1991	10,3	6,9	33,0
	Güney Kore	1998	7	3,5	50,0
	Norveç	2001	3,4	3,4	0,0
	İsveç	1993	9,5	8	15,8
	İsviçre	2000	2,7	4,5	-66,7
	Finlandiya	1993	16,2	8,6	46,9
	Avustralya	1994	9,7	6	38,1
<b>Ortalama</b>			10,36	7,75	19,9
<b>Gelişmekte Olan Ülkeler</b>	Brezilya	1999	9,6	6,8	29,2
	Şili	1991	8,1	6,4	21,0
	İsrail	1992	11,2	6,1	45,5
	Türkiye	2002	10,4	9,2	11,5
	Çek Cumhur.	1998	6,5	6,2	4,6
	Güney Afrika	2000	26,7	25,1	6,0
	Peru	1994	8,4	4,2	50,0
	Polonya	1998	10,7	9,2	14,0

	Romanya	2005	7,2	7	2,8
	Kolombiya	1999	14,8	10,1	31,8
	Endonezya	2005	11,2	6,2	44,6
	Slovakya	2005	16,2	13,3	17,9
	Gana	2007	2,8	2,4	14,3
	Tayland	2000	2,4	0,9	62,5
	Filipinler	2002	11,5	7,1	38,3
	Macaristan	2001	5,7	7,8	-36,8
	Meksika	1999	2,5	4,9	-96,0
<b>Ortalama</b>			9,8	7,8	15,4

**Kaynak:** Dünya Bankası ve OECD verileri dikkate alınarak hazırlanmıştır.

### Sonuç

Günümüzde enflasyon hedefleme stratejisini uygulayan 31 ülke bulunmaktadır. Bunların on biri gelişmiş geri kalan yirmi ülke ise gelişmekte olan ülkedir. İlk defa Yeni Zelanda'da uygulanan ve başarılı sonuçlar alınan enflasyon hedeflemesi stratejisi günümüzde gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkenin para politikasının merkezinde yer almaktadır. Birçok iktisatçı gelişmiş ülkelerde başarılı olan enflasyon hedeflemesi stratejisinin gelişmekte olan ülkelerde gelişmiş ülkeler kadar başarılı olamayacağını iddia etmektedirler. Bazı yapılan çalışmalar da bu iddiayı destekler niteliktedir. Bu iddianın gerekçeleri gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkeler kadar finansal alt yapıya sahip olamamaları, dış şoklara karşı daha açık olmaları ve enflasyon hedeflemesine geçmek için gereken ön koşulların yeterince hazır olmamasıdır.

Bu çalışmada Yeni Zelanda, İngiltere ve İspanya gibi gelişmiş ülkeler ile Brezilya, Şili ve İsrail gibi gelişmekte olan ülkeler özelinde enflasyon hedeflemesi sonrasında ekonomik gelişmeler incelenmiştir. Ayrıca 10 gelişmiş ve 17 gelişmekte olan ekonomileri üzerinde enflasyon hedeflemesine geçiş öncesi ile son dönem verileri bağlamında ekonomik performans analizi yapılmıştır. Buna göre gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler bazında enflasyon hedeflemesi stratejisinin tercih edilmesiyle birlikte enflasyon ve işsizlik oranlarında düşüş meydana gelirken, büyüme ve kişisel gelir düzeylerinde de artış yaşanmıştır. Bununla birlikte gelişmiş ülke örneklerinde enflasyon hedeflemesine geçmeden önceki enflasyon oranlarının gelişmekte olan ülkelere göre daha küçük olduğu gözlenmiştir. Geline nokta itibariyle Gelişmiş ülkelerde enflasyon oranı daha makul seviyede ve kişi başına düşen milli gelir daha yüksek düzeydedir. İşsizlik oranında da benzer sonuçlara rastlanmıştır. İşsizlik oranının gelişmekte olan ülkelere beklenen iyileşmeyi sağlanamamasının nedeni olarak bu ülkelerdeki nüfus artış oranındaki yükseklik ve yatırımların teknoloji ağırlıklı olması gösterilebilir.

### Kaynakça

- Akyazı, H., & Ekinci, A. (2008). Enflasyon Hedeflemesi Rejiminin Performansı: Gelişmekte Olan Ülkeler ve Türkiye Karşılaştırması. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 2 (24), 21-37.
- Alparslan, M., & Ataman, P. (2000). Enflasyon Hedeflemesi. *Bankacılar Dergisi*, Sayı (35), 1-32.
- Demirhan, E. (2007). *Para Politikasının Değişen yüzü : Enflasyon Hedeflemesi Politikaları* (1. Baskı b.). İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği Yayınları.
- Engin, M. B. (2011). Bir Para Politikası Arası Olarak Enflasyon Hedeflemesi. *Sosyal Bilimler Dergisi Sayı* (2), 45-53
- Gül, E., Ekinci, A., & Gürbüz, A. A. (2006). *Enflasyonla Mücadelede Enflasyon Hedeflemesi*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Güney, P. Ö., & Ceylan, İ. M. (2014). Enflasyon Hedeflemesi ve Türkiye Deneyimi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32 (1), 143-164
- IMF. (2005). *Does Inflation Targeting Work in Emerging Markets?* Washington D.C: World Economic Outlook.
- Johnson, D. (2002). The Effect of Inflation Targeting on the Behaviour of Expected Inflation : Evidence from an 11 Country Panel. *Journal of Monetary Economics* (49), 1522-1538.
- Kansu, A. (2007). Para Politikasında Şeffaflık ve Enflasyonist Beklentilerin Yönlendirilmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8 (1), 59-71.
- Karaca, O. (2006). Enflasyon Hedeflemesi Gelişmekte Olan Ülkelerde Çalışır mı? *Türkiye Ekonomi Tartışma Metni Sayı* (12), 1-15.
- Leivn, T., Fabio, M. N., & Jeremy, M. P. (2004). The Macroeconomic Effects of Inflation Targeting. *Federal Reserve Bank of St Louis Review*, 4(86), 51-80.
- Malatyalı, K. (1998). Enflasyon Hedeflemesi, Ülke Uygulamalarına Örnekler ve Türkiye'de Uygulanabilirliği. *DPT Çalışma Raporları*, Sayı (1), 4-74.
- Mishkin, F. (2001). Issues in Inflation Targeting. *Price Stability and the Long Run Target for Monetary Policy*, The Bank Of Canada Review, 203-222
- Mishkin, F. S. (2010). *The Economics of Money, Banking and Financial Markets* (9. b.). Columbia University: Pearson.
- Mishkin, F. S., & Savastano, M. A. (2000). Monetary Policy Strategies for Latin America. *NBER Working Paper* (7617), 1-57.
- Mohanty, M. S., & Klau, M. (2001). What Determines Inflation in Emerging Market Economies? *BIS Working Paper* (7617), 1-57.

- Morande, F. G. (2001). A Decade of Inflation Targeting in Chile :Developments, Lessons and Challanges. *Central Bank of Chile Working Papers*, 1-43.
- OECD (2015), Statistics, <http://stats.oecd.org/>(Erişim, 14.9.2015)
- Oktar, S. (1998). *Enflasyon Hedeflemesi Para Politikalarının Güvenilirliği ve Fiyat İstikrarı*. İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.
- Öztürk, S. (2003). *Enflasyon Hedeflemesi*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Öztürk, S. (2009). Enflasyon Hedeflemesi Yaklaşımı: Gelişmiş ve Gelişmekte olan Ülkelerin Karşılaştırmalı Analizi. *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 16 (1), 192-205.
- TCMB. (2008). *Enflasyon Raporu*. Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
- Tuna, K. (2007 ). Enflasyon Hedeflemesi ve Ülke Deneyimler. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 223-250.
- Türkoğlu, M. (2015). Gelişmiş ve Gelişmekte olan Ülkelerde Enflasyon Hedeflemesi Rejimi Uygulamaları. *Uluslararası Alanya İşletme Dergisi*, 7 (1), 95-107.
- World Bank (2015), Data, <http://data.worldbank.org/>(Erişim:10.02.2016)

## Duygusal Zekanın Sosyal Destek Algısı Üzerindeki Etkisi: Öz Yeterlik İnancının Aracı Rolü

**Yrd. Doç. Dr. Kubilay ÖCAL**

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,  
Spor Bilimleri Fakültesi, Beden Eğitimi  
ve Spor Öğretmenliği Bölümü  
kubilay@mu.edu.tr

**Arş. Gör. Ender ŞENEL**

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,  
Spor Bilimleri Fakültesi, Beden Eğitimi  
ve Spor Öğretmenliği Bölümü  
endersenel@mu.edu.tr

### Öz

Bu çalışmanın amacı beden eğitimi ve spor yüksekokulunda öğrenim gören öğrencilerin sosyal destek algıları, genel öz yeterlik inançları ve duygusal zekâ düzeylerinin değerlendirilmesidir. Araştırmanın örneklemini Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği, Antrenörlük Eğitimi, Spor Yöneticiliği ve Rekreasyon bölümünde öğrenim gören 1. 2. 3. ve 4. Sınıf öğrencilerinden 291 kişi oluşturmaktadır.

Elde edilen veriler SPSS 22.0 paket programında Pearson Correlation testi, Independet t-testi kullanılarak analiz edilmiştir. Ayrıca bir model hipotez edilmiştir. Hipotez edilen modelin uygunluğunun belirlenmesi için AMOS programında doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır.

Araştırmada, kadın öğrencilerin duygusal sosyal destek algıları erkeklerinkinden daha yüksektir ve bu sonuç istatistiksel olarak anlamlıdır Diğer boyutlarda gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır. Duygusal değerlendirme alt boyutu ile genel öz yeterlik inancı arasında pozitif korelasyon tespit edilmiştir. Pozitif duygusal yönetim ile genel öz yeterlik inancı arasında pozitif korelasyon tespit edilmiştir. Empatik duyarlılık alt boyutu ile genel öz yeterlik inancı arasında pozitif korelasyon tespit edilmiştir. Duyguların olumlu kullanımı alt boyutu ile genel öz yeterlik inancı arasında pozitif korelasyon tespit edilmiştir. Duygusal değerlendirme alt boyutu ile duygusal sosyal destek alt boyutu arasında pozitif korelasyon tespit edilmiştir. Duygusal değerlendirme alt boyutu ile araçsal sosyal destek alt boyutu arasında pozitif korelasyon tespit edilmiştir. Genel öz yeterlik inancı ile duygusal sosyal destek alt boyutu arasında pozitif korelasyon bulunmuştur. Genel öz yeterlik inancı ile araçsal sosyal destek alt boyutu arasında pozitif korelasyon. Araştırmada hipotez edilen modelin iyi uyuma sahip olduğu bulunmuştur ve model kabul edilmiştir. Sonuç olarak, beden eğitimi ve spor alanında öğrenim gören öğrencilerinin daha fazla sosyalleşeceği uygulamalı derslerin müfredatlar içerisine dahil edilmesi ve duygusal zeka temelli öğrenme ortamlarının düzenlenmesi genel öz yeterlik inançlarını ve sosyal destek algılarını artıracığı söylenebilir..

**Anahtar Kelimeler:** Beden eğitimi, duygusal zeka, sosyal destek algısı, öz yeterlik



## **The Effect of Emotional Intelligence on Perceived Social Support: The Mediator Role of General Self-Efficacy Belief**

### **Abstract**

The aim of this study is to evaluate social support perception, general self-efficacy beliefs and emotional intelligence levels of students studying in school of physical education and sport. Sample of the study was the first, second, third and fourth grade students in the departments of physical education and sport teacher education, coaching education, sport management, and recreation in school of physical education and sport at Mugla Sitki Kocman University.

Data was analyzed in SPSS 22.0 by using Pearson Correlation test, Independent t-test. Furthermore, a model was hypothesized. Confirmatory Factor Analysis was used to determine the fit indices of the hypothesized model in AMOS (Analysis of Moment Structure).

Positive correlations were found between general self-efficacy and emotional appraisal, positive regulation, emphatic sensitivity, and positive utilization, also between emotional support and emotional appraisal. Similarly, positive correlations were found between instrumental support and emotional appraisal and also between general self-efficacy and emotional support, instrumental support. Hypothesized model was found to be have good fit indices and accepted. It can be concluded that including practical courses in which students studying physical education and sport can find opportunity to socialize more into curriculum and regulating emotional intelligence based learning environment will increase the general self-efficacy beliefs and social support perception.

**Keywords:** Physical education, emotional intelligence, perceived social support, self-efficacy.

### **1. Giriş**

Gelişim, olgunlaşmayı da içerisinde barındıran kişinin hayat boyu geçirdiği değişiklikleri anlatır (Bacanlı, 2007). Gelişim söz konusu olduğunda, beden eğitimi ve sporun kişinin gelişimine yaptığı katkı göz ardı edilemez. Tamer ve Pulur (2001), beden eğitiminde eğitimin diğer alanlarından farklı olarak hareket öğrenme ve hareket yoluyla öğrenmenin esas alındığını belirtmiştir.

Beden eğitimi, kişinin fiziksel hareketlere katılarak davranışlarında kasıtlı olarak beden eğitiminin amaçları doğrultusunda değişim meydana getirme sürecidir (Tamer ve Pulur, 2001). Beden eğitimi ve spor, bireyin fiziksel, ruhsal, duygusal, sosyal, zihinsel gelişimi için günümüz eğitim sisteminde önemli yer tutmaktadır. Beden eğitimi ve spor dersleri bireylerin fiziksel aktiviteler içerisinde yer alarak hem sosyal yönlerini geliştirebildikleri hem de zihinsel olarak gelişim gösterdikleri derslerdir.

Beden eğitimi ve spor yüksekokulları beden eğitimi ve spora katkı yapacak bireylerin gelişimini amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda çeşitli alanlarda bireylerin gelişimine önem vermektedir. Bu bireylerin gelişiminde

çeşitli sosyal ve zihinsel faktörlerin incelenmesi faydalı olacağı düşünülebilir. Duygusal zeka, genel öz yeterlik inancı ve sosyal destek algısı beden eğitimi ve spora katkı sağlayacak bireylerin yetiştirilmesinde önemli faktörler olabilir.

İnsan beyni kültürler arasında aynı temel yapıya sahiptir. Tüm insanlar, çevreleri aracılığıyla yönlenmek ve hareket etmek için duygusal ve kas-iskelet sistemlerden faydalanırlar. Benzer şekilde, karşılaştıkları çeşitli tecrübeleri anlamak ve onlara anlam vermek için düşünce ve duyguların bir karışımını kullanırlar. Tüm insanlar sosyal sistemler içerisinde çalışır ve yaşarlar, nasıl daha etkili şekilde yönlendireceklerini, takip edeceklerini ve birlikte işleri nasıl yoluna koyacaklarını anlama ihtiyacı duyarlar (McKee, Johnston, Mwelwa ve Rotondo, 2009).

Duygusal zekâ faktörünü bakıldığında Mayer ve Salovey'e (1997) duygusal zekânın, doğru bir şekilde kavrama, duygulara değer biçme ve duyguları ifade etme yeteneği, düşünceleri rahatlattığında hislere erişme ve/veya onları oluşturma yeteneği, duyguyu ve duygusal bilgiyi anlama yeteneği, zekâ ve duygu gelişimini teşvik etmek için duyguları düzenleme yeteneğini içerdiğini belirtmektedir. Salovey ve Mayer'e göre (1990), duygusal zekâ, kişinin kendisinin ve başkalarının hislerini ve duygularını izlemek, bunlar arasında fark gözetmek, başkalarının düşünce ve etkinliklerine rehberlik etmek için bu bilgiyi kullanmaktır.

EQ kavramı, zekanın geleneksel ölçüm olan IQ'nun çok dar olduğunu, ne kadar başarılı olduğumuzu dikte etmeye yardım eden davranışsal ve karakter elementler gibi daha geniş duygusal zeka alanları olduğunu tartışmaktadır. Yetenek testlerine ek olarak, duygusal zeka bu nedenle işe alma görüşmelerinde ve seçim işlemlerinde önemli bir bölümdür (Carter, 2009).

Duygusal zekâ kavramının yanı sıra öz yeterlik kavramı da eğitim alanında üzerinde çok durulan bir faktördür. Öz yeterlik, Albert Bandura'nın sosyal bilişsel diğer adı ile sosyal öğrenme kuramı ile ortaya çıkan bir kavramdır. Albert Bandura, insanın uyum sağlamada ve değişiminde bilişsel, başkası ile yapılan, öz düzenleyici ve öz düşüncelerle ilgili süreçlere uyan insan işlevselliği ile ilgili bir görüş ileri sürmüştür (Bandura, 1986 akt. Schunk ve Pajares, 2010). Bu bakış açısına göre, insan düşünce ve eylemi, kişisel, davranışsal ve çevresel etkiler arasındaki dinamik etkileşimlerin bir ürünü olarak görülmektedir (Schunk ve Pajares, 2010). Mulholland ve Wallace (2001) öz yeterlik kavramının kişinin verilen kazanımları üretmesi için gerekli olan etkinlikleri uygulama ve organize etme becerilerine olan inancı ifade ettiğini belirtmiştir.

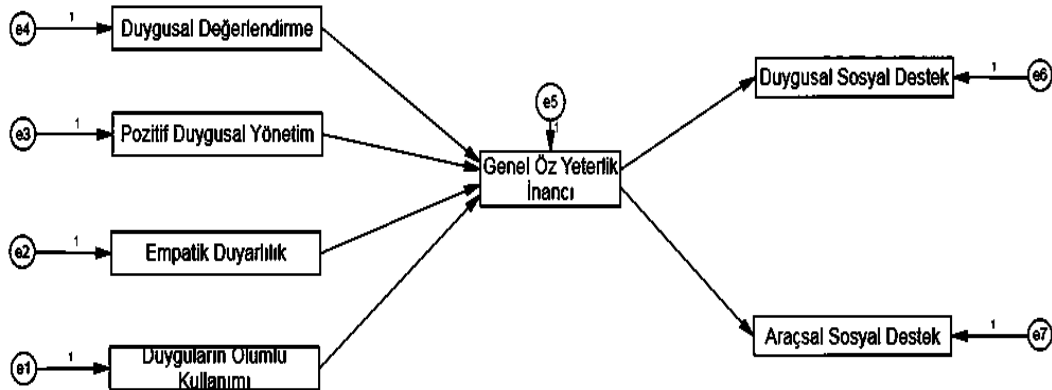
Algılanan öz yeterlik davranışsal ortamların seçimini etkilemektedir. Zorlayıcı olabilecek durumlarla başa çıkma yeteneklerini muhakeme ettiklerinde aktivitelere katılırken, insanlar tehditkâr durumlardan korkar ve onlardan sakınma eğilimi gösterirler (Bandura, 1977). Öz yeterliği yüksek olan bireyler zorlayıcı durumlardan sakınmazlar.

Öz-yeterlik inançları insan başarılarını artırır. İnsanların yaptığı seçimlerin ve peşinde oldukları etkinliklerin üzerinde etkisi vardır. Bireyler rahat ve yeterli hissettikleri aktiviteleri ve görevleri seçme eğilimindedirler, fakat bunun tersi olduğu durumlardan sakınırlar. İnsanlar, etkinliklerinin arzu edilen sonuçlara ulaşacağına inanmazsa, bu etkinliklerle meşgul olmak için çok az isteğe sahip olmaktadır (Schunk, Pajares, 2010).

Sosyal destek kavramı, ilişkisel ortamın bir şeklidir (House, Umberson ve Landis, 1998). Sosyal destek, bireylerin kendilerine değer verildiği, saygı duyulduğuna ve sevildiğine dair bilgiler veren, bireylere hayatın stres oluşturan etkenleri ve zorlukları ile başa çıkmaları için yardım eden bilgidir (Schwarzer ve Buchwald, 2004). Sosyal destek, bireyin ruhsal ve fiziksel sağlığına olumlu etkileri yanında, akademik yaşantılar üzerindeki etkilerinden dolayı da önemli bir araştırma konusudur (Kapkıran ve Özgüngör, 2009).

Duygusal zeka, öz yeterlik ve sosyal destek algısı kavramların sosyal ve psikolojik yapılar olması, beden eğitimi ve sporun sosyal yapısı göze alındığında bireylerin eğitim ve iş hayatlarında başarılı olmaları için bu özelliklerin kazanılmasının önemli olacağı, duygusal zekanın öz yeterlik ve sosyal destek algısı üzerindeki yordama gücünün araştırılmasının beden eğitimi ve sporda yeni programlar geliştirilirken bu faktörlerin göz önüne alınarak eğitimde etkin sonuçların doğacağı düşünülerek bir model öne sürülmüştür. Bu modele göre duygusal zeka sosyal destek algısının yordayıcısıdır ve genel öz yeterlik bu modelde aracı değişkendir. Beden eğitimi ve spor alanında görev alacak bireylerin yetiştirilmesinde duygusal zekâ, genel öz yeterlik inancı ve sosyal destek algısının önemli rol oynadığı varsayılarak bu çalışmanın yapılması amaçlanmıştır. Araştırmada şekil 1’de hipotez edilen model test edilecektir.

**Şekil 1.** Sosyal Destek Algısı, Genel Öz Yeterlik İnancı ve Duygusal Zeka Faktörlerinden Oluşturularak Hipotez Edilen Model



## 2. Yöntem

### a. Araştırma Modeli

Araştırmada genel tarama modeli kullanılmıştır. Gruplandırma ile belirlenen örneklem grubuna anketler uygulanarak tarama yapılmıştır. Duygusal zeka, genel öz yeterlik ve sosyal destek algısı ölçekleri örneklem grubuna dağıtılıp yöntemiyle bizzat araştırmacı tarafından uygulanmıştır.

### b. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi beden eğitimi ve spor yüksekokulunda öğrenim gören Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği, Antrenörlük Eğitimi, Spor Yöneticiliği ve Rekreasyon bölümünde öğrenim gören 1. 2. 3. ve 4. Sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği, Antrenörlük Eğitimi, Spor Yöneticiliği ve Rekreasyon bölümünde öğrenim gören 1. 2. 3. ve 4. Sınıf öğrencilerinden kolay erişilebilir örnekleme ile ulaşılan 291 kişi oluşturmaktadır.

Anketler bizzat araştırmacı tarafından katılımcılara dağıtılıp dikkatli bir şekilde yönergeyi okumaları ve doldurmaları istenmiştir. Toplam 350 anketten analiz için uygun olmayanlar çıkarıldıktan sonra toplamda 291 anket analiz için uygun görülmüştür.

**Tablo 1.** Katılımcıların demografik bilgileri

Yaş	Sayı	Yüzde
17 - 19 arası	88	30.2
20 - 22 arası	146	50.2
23 ve üzeri	57	19.06
<b>Cinsiyet</b>		
Kadın	116	39.9
Erkek	175	60.1
<b>Sınıf</b>		
1. sınıf	105	36.1
2. sınıf	64	22.0
3. sınıf	70	24.1
4. sınıf	52	17.9
<b>Bölüm</b>		
Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği	66	22.7
Antrenörlük Eğitimi	63	21.6
Spor Yöneticiliği	94	32.3
Rekreasyon	68	23.4
<b>Toplam</b>		<b>291</b>

### **c. Veri Toplama Araçları**

#### *Duygusal Zekâ Ölçeği*

Öğrencilerin duygusal zekâ boyutlarının değerlendirilmesinde, Chan'ın (2004 ve 2006) tükenmişlikle duygusal zekâ arasındaki ilişki ve duygusal zekâ ile öz yeterlik arasındaki ilişkiyi incelemede kullandığı ölçekten yararlanılmıştır. Ölçeğin orijinali, Schutte ve arkadaşlarının (1998) 33 maddelik çalışmasından Chan (2004) tarafından geliştirilen 12 maddelik ölçektir. Aynı ölçek Aslan ve Özata (2008) tarafından da kullanılmıştır. Cevaplar 5'li likert tarzında (1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum) derecelendirilmiştir. Chan'ın araştırmasında bu ölçeğin güvenilirliği (Cronbach Alpha=0.82-0.86) yüksek bulunmuştur. Ölçeğin alt boyutlarını Duygusal Değerlendirme, Empatik Duyarlılık, Pozitif Duygusal Yönetim, Duyguların Olumlu Kullanımı oluşturmaktadır.

Bu çalışmada ölçeğin Cronbach's Alpha değeri 0.89 olarak bulunmuştur.

#### *Genel Öz Yeterlik Ölçeği*

Öz yeterlik ölçeği olarak Schwarzer ve Jerusalem (1995) tarafından geliştirilen Yeşilay, Schwarzer ve Jerusalem (1997) tarafından Türkçeye uyarlanan General Self Efficacy Scale kullanılmıştır. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach's Alpha değeri 0.74 olarak bulunmuştur.

#### *Algılanan Elde Edilebilir Sosyal Destek Ölçeği*

Sosyal Destek Algısı için Szhulz ve Schwarzer (2003) tarafından geliştirilen Kapıkıran ve Acun-Kapıkıran (2010) tarafından uyarlanan Algılanan Elde Edilebilir Destek Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin araçsal ve duygusal sosyal destek olmak üzere iki alt boyutu bulunmaktadır.

Bu çalışmada ölçeğin Cronbach's Alpha değeri 0.89 olarak bulunmuştur.

#### *İstatistiksel Analiz*

Elde edilen veriler SPSS 22.0 paket programında Pearson Correlation testi, Independent t-test kullanılarak analiz edilmiştir. Ayrıca AMOS yapısal eşitlik programında bir yapısal eşitlik modeli oluşturulmuştur. Elde edilen modelin uygunluğunun belirlenmesi için AMOS programında yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır

### **3. Bulgular**

#### **a. Hipotez edilen gizil modele ilişkin sonuçlar**

Model uyumu için bazı kriter ve standartlar, hipotez edilen modelin verilere uyup uymadığını görmek için hesaba katılmıştır. Özellikle, ki kare,

serbestlik derecesiyle ki kare oranı, yaklaşık hataların ortalama karekökü (RMSEA), karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI) ve Bentler-Bonnet normlaştırılmamış uyum indeksi (NNFI). Aynı uyum indeksleri Öcal (2011) tarafından da kullanılmıştır.

**Tablo 2.** Model içerisindeki doğrudan yolların standartlaştırılmamış regresyon yükleri

Yol	Yük	Standart Hata	
Genel Öz Yeterlik değişkenine			
Duygusal Değerlendirmeden	,066	,066	,315
Pozitif Duygusal Yönetimden	,146	,062	,019*
Empatik Duyarlılıktan	,064	,057	,259
Duyguların Olumlu Kullanımından	,014	,065	,830
Genel Öz Yeterlik değişkenden			
Araçsal Sosyal Destek	,350	,072	***
Duygusal Sosyal Destek	,310	,065	***

\*\*\* $p < .01$ , \* $p < 0.05$

Tablo 3'e göre duygusal değerlendirme, empatik duyarlılık ve duyguların olumlu kullanımından genel öz yeterlik inancına hipotez edilen yol istatistiksel olarak anlamlı değildir. Pozitif duygusal yönetim boyutundan genel öz yeterlik inancına hipotez edilen yol istatistiksel olarak anlamlıdır. Genel öz yeterlik inancından araçsal sosyal desteğe ve duygusal sosyal desteğe hipotez edilen yol istatistiksel olarak anlamlıdır.

**Tablo 3.** Model içerisinde standartlaştırılmış dolaylı etki

	DD	PDY	ED	DOK	ÖY
ÖY	0,00	,000	,000	,000	,000
ASD	,024	,053	,026	,005	,000
DSY	,024	,052	,025	,005	,000

Duygusal değerlendirme, empatik duyarlılık ve duyguların olumlu kullanımından genel öz yeterlik inancına hipotez edilen yol istatistiksel olarak anlamlı olmamasına rağmen ( $p > 0.05$ ), pozitif duygusal yönetim boyutundan genel öz yeterlik inancına hipotez edilen yol ve genel öz yeterlik inancından araçsal sosyal desteğe ve duygusal sosyal desteğe hipotez edilen yol istatistiksel olarak anlamlıdır ( $p < 0.05$ ).

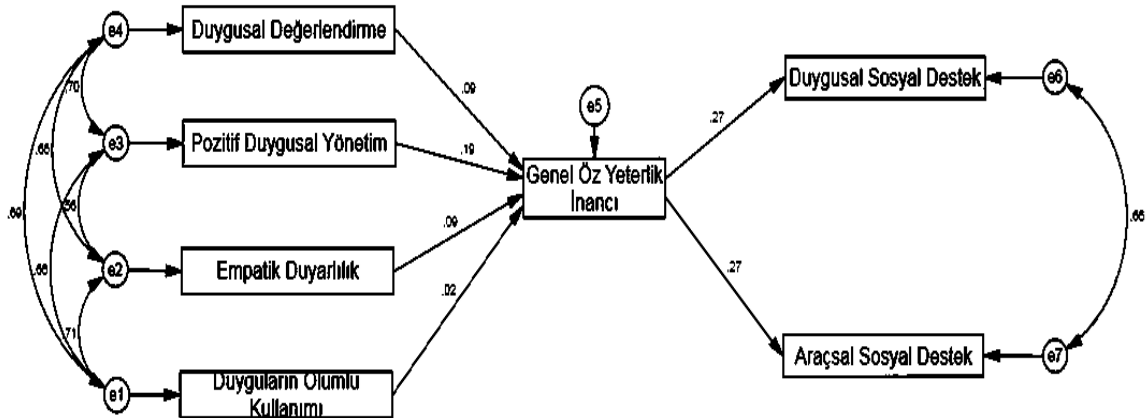
Aşağıdaki tablo modelin uyum indekslerini özetlemektedir.

**Tablo 4.** Modele ait uyum indeksleri istatistiklerinin özeti

Model	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	GFI	GFI	NFI	TLI	CFI	RMSEA
Modifikasyondan Önce	828,3	5	55,22	,115	0,085	,085	-0,282	,085	0,432
Modifikasyondan Sonra	12,6	8	1,57	,958	0,988	,986	0,986	,995	0,04

Yapılan ilk analizde duygusal zekanın ve sosyal destek algısının alt boyutları yüksek hata kovaryanslarına sahiptir ve RMSEA değeri 0.432 olarak bulunmuştur. Yüksek hata kovaryanslarına sahip boyutlar birbirleri ile bağlantı oluşturularak düzenlenmiştir. Tablo 4’te modele ait uyum indeksleri verilmiştir. Düzenleme sonrasında yapılan uygulama sonucunda RMSEA değeri 0.04 olarak bulunmuştur. Bu değer modelin iyi uyuma sahip olduğunu göstermiştir. Model uyum indeksleri incelendiğinde  $\chi^2$  değeri ilk uygulamada 828.3 serbestlik derecesi (df) 15,  $\chi^2/df$  55.22, AGFI 0.115, GFI 0.085, NFI 0.085, TLI 0.282, CFI 0.085 olarak bulunmuştur ve değerler çok düşük çıkmıştır (Jaccard ve Wan, 1996). Modifikasyon indeksleri kontrol edilip yüksek hata kovaryanslarına sahip boyutlar birbirleri ile bağlantı oluşturularak düzenlendikten sonra (Arbuckle, 1999),  $\chi^2$  değeri 12.6 serbestlik derecesi (df) 8,  $\chi^2/df$  1.57, AGFI 0.958, GFI 0.988, NFI 0.986, TLI 0.986, CFI 0.995 olarak bulunmuştur ve değerler modelin iyi uyuma sahip olduğunu göstermiştir (Jaccard ve Wan, 1996).

**Şekil 2.** Sosyal Destek Algısı, Genel Öz Yeterlik İnancı ve Duygusal Zeka Faktörlerinden Oluşturularak Hipotez Edilen Model



Şekil 2’de sosyal destek algısı, genel öz yeterlik inancı ve duygusal zeka

faktörlerinden oluşturularak hipotez edilen ve hata kovaryansları düzenlenmiş model verilmiştir. Şekil 2’de göre tüm parametre tahminleri anlamlıdır ve .02 ile .71 arasındadır.

**Yol 1:** Duygusal değerlendirme ile genel öz yeterlik inancı arasındaki ilişki pozitif ancak istatistiksel olarak anlamlı değildir ( $\beta=.09$ ).

**Yol 2:** Pozitif duygusal yönetim ile genel öz yeterlik inancı arasındaki ilişki pozitif ve istatistiksel olarak anlamlıdır ( $\beta=.19$ ), bu yol pozitif duygusal yönetim düzeyi yüksek olan öğrencilerin genel öz yeterlik inancının da yüksek olabileceğini göstermektedir.

**Yol 3:** Empatik duyarlılık ile genel öz yeterlik inancı arasındaki ilişki pozitif ancak istatistiksel olarak anlamlı değildir ( $\beta=.09$ ).

**Yol 4:** Duyguların olumlu kullanımı ile genel öz yeterlik inancı arasındaki ilişki pozitif ancak istatistiksel olarak anlamlı değildir ( $\beta=.02$ ).

**Yol 5:** Genel öz yeterlik inancı ile duygusal sosyal destek arasında pozitif ilişki vardır ve istatistiksel olarak anlamlıdır ( $\beta=.27$ ), bu yol genel öz yeterlik inançları yüksek olan öğrencilerin duygusal sosyal destek algılarının da yüksek olabileceğini göstermektedir.

**Yol 6:** Genel öz yeterlik inancı ile araçsal sosyal destek arasında pozitif ilişki vardır ve istatistiksel olarak anlamlıdır ( $\beta=.27$ ), bu yol genel öz yeterlik inançları yüksek olan öğrencilerin araçsal sosyal destek algılarının da yüksek olabileceğini göstermektedir.

### b. Cinsiyet Değişkenine İlişkin Sonuçlar

**Tablo 5.** Duygusal Zeka, Genel Öz Yeterlik ve Sosyal Destek boyutlarının cinsiyete göre karşılaştırılması

Boyutlar	Cinsiyet	N	Ortalama	t	p
Duygusal Değerlendirme	Kadın	116	4.09	.017	0.98
	Erkek	175	4.09		
Pozitif Duygusal Yönetim	Kadın	116	3.91	-1.351	0.17
	Erkek	175	4.02		
Empatik Duyarlılık	Kadın	116	4.11	.859	0.39
	Erkek	175	4.03		
Duyguların Olumlu Kullanımı	Kadın	116	4.21	-.437	0.66
	Erkek	175	4.25		
Öz Yeterlik	Kadın	116	3.05	-.453	0.65
	Erkek	175	3.08		
Duygusal Sosyal Destek	Kadın	116	3.18	2.536	<b>0.01*</b>
	Erkek	175	3.00		
Araçsal Sosyal Destek	Kadın	116	3.20	.532	0.59
	Erkek	175	3.15		

\* $p<0.05$



Tablo 1’de duygusal zeka, genel öz yeterlik ve sosyal destek algısı boyutlarının cinsiyete göre karşılaştırılması verilmiştir. Buna göre kadın öğrencilerin duygusal sosyal destek algıları erkeklerinkinden daha yüksektir ve bu sonuç istatistiksel olarak anlamlıdır ( $p<0.05$ ). Diğer boyutlarda gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır ( $p>0.05$ ).

**Tablo 7.** Duygusal Zeka, Sosyal Destek Algısı Alt boyutları ve Genel Öz Yeterlik İnancı Arasındaki İlişki

1-Duygusal Değerlendirme	2-Pozitif Duygusal Yönetim	3-Empatik Duyarlılık	4-Duyguların Olumlu Kullanımı	5-Genel Öz Yeterlik	6-Duygusal Sosyal Destek	7-Araçsal Sosyal Destek
4.09±0.71	3.98±0.69	4.06±0.77	4.23±0.73	3.07±0.53	3.07±0.60	3.17±0.67
.697**						
.650**	.557**					
.690**	.658**	.712**				
.297**	.319**	.272**	.274**			
.123*	.160**	.132*	.136*	.270**		
.219**	.227**	.149*	.208**	.274**	.683**	

\*\* $p<0.01$ , \* $p<0.05$ ,  $n=291$ ,  $X\pm\sigma$

Tablo 7’de duygusal zeka, sosyal destek algısı alt boyutları ve genel öz yeterlik inancı arasındaki ilişki analizleri verilmiştir. Duygusal zekanın alt boyutları arasında pozitif korelasyon tespit edilmiştir. Duygusal değerlendirme alt boyutu ile genel öz yeterlik inancı arasında pozitif korelasyon tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ,  $r=0.297$ ). Pozitif duygusal yönetim ile genel öz yeterlik inancı arasında pozitif korelasyon tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ,  $r=0.319$ ). Empatik duyarlılık alt boyutu ile genel öz yeterlik inancı arasında pozitif korelasyon tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ,  $r=0.272$ ). Duyguların olumlu kullanımı alt boyutu ile genel öz yeterlik inancı arasında pozitif korelasyon tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ,  $r=0.274$ ). Duygusal değerlendirme alt boyutu ile duygusal sosyal destek alt boyutu arasında pozitif korelasyon tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ,  $r=0.123$ ). Duygusal değerlendirme alt boyutu ile araçsal sosyal destek alt boyutu arasında pozitif korelasyon tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ,  $r=0.219$ ). Genel öz yeterlik inancı ile

duygusal sosyal destek alt boyutu arasında pozitif korelasyon bulunmuştur ( $p<0.05$ ,  $r=0.270$ ). Genel öz yeterlik inancı ile araçsal sosyal destek alt boyutu arasında pozitif korelasyon bulunmuştur ( $p<0.05$ ,  $r=0.274$ ).

#### 4. Tartışma ve Sonuçlar

Araştırmada hipotez edilen gizil model üç ana değişkenden oluşmaktadır. Bu değişkenlerden birincisi olan ve duygusal değerlendirme, pozitif duygusal yönetim, empatik duyarlılık ve duyguların olumlu kullanımı olmak üzere dört al boyuttan oluşan duygusal zeka yordayıcı olarak hipotez edilmiştir. Genel öz yeterlik inancı ise aracı değişken olarak hipotez edilmiştir. Son olarak, duygusal ve araçsal destek olmak üzere iki alt boyuttan oluşan sosyal destek algısı yordanan değişken olarak hipotez edilmiştir. Tüm değişkenler model içerisine literatür desteği ile yerleştirilmiştir. Model uyum indeksleri incelendiğinde hipotez edilen model kabul edilmiştir.

##### a. Duygusal Zeka ve Genel Öz Yeterlik

Araştırmada hipotez edilen gizil modelde duygusal zekanın genel öz yeterliği yordadığı hipotez edilmiş ve duygusal zekanın dört al boyuttan genel öz yeterliğe dört farklı yol öne sürülmüştür.

Yol 1’de duygusal değerlendirme ile genel öz yeterlik inancı arasındaki ilişki pozitif ancak istatistiksel olarak anlamlı değildir ( $\beta=.09$ ). Yol 2’de pozitif duygusal yönetim ile genel öz yeterlik inancı arasındaki ilişki pozitif ve istatistiksel olarak anlamlıdır ( $\beta=.19$ ), bu yol pozitif duygusal yönetim düzeyi yüksek olan öğrencilerin genel öz yeterlik inancının da yükselebileceğini göstermektedir. Yol 3’te empatik duyarlılık ile genel öz yeterlik inancı arasındaki ilişki pozitif ancak istatistiksel olarak anlamlı değildir ( $\beta=.09$ ). Yol 4’te duyguların olumlu kullanımı ile genel öz yeterlik inancı arasındaki ilişki pozitif ancak istatistiksel olarak anlamlı değildir ( $\beta=.02$ ).

Literatüre baktığımızda, Şenel (2013) duygusal zeka boyutları ile genel öz yeterlik inancı arasında pozitif ilişki tespit etmiştir. Villanueva and Sánchez (2007) yetenek duygusal zeka ile kolektif öz yeterlik ( $r=0.25$ ), liderlik öz yeterliği ( $r=.56$ ) arasında pozitif ilişki bulmuştur. Tabatabaei et al. (2013) duygusal zeka ve öz yeterlik arasında pozitif ilişki tespit etmiştir ( $r=0.78$ ). Gurol et al. (2010) duygusal zeka ve öz yeterlik arasında pozitif ilişki tespit etmiştir ( $r= 0.74$ ). Adilogullari ve Senel (2014) genel öz yeterlik ile duygusal değerlendirme ( $r= .50$ ), pozitif duygusal yönetim ( $r=.46$ ), empatik duyarlılık ( $r=0.38$ ), duyguların olumlu kullanımı ( $r=.49$ ) arasında pozitif korelasyon bulmuştur. Rathi ve Rastogi (2009) duygusal zekanın mesleki öz yeterliği yordadığını tespit etmiştir. Sarkhosh ve Rezaee (2014) duygusal zekanın bazı boyutlarının öz yeterliği yordadığını tespit etmiştir.

Bu sonuçlara göre duygusal zeka seviyesi yüksek olan öğrencilerin genel öz yeterlik inançlarının da yüksek olacağı söylenebilir. Beden eğitimi ve spor

alanında öğrenim gören öğrencilerin birçoğunun meslek hayatları boyunca uygulama içerisinde yer alacakları ve sürekli iletişim halinde olacakları düşünüldüğünde, duygusal zekayı geliştirici programların beden eğitimi ve spor müfredatlarına dahil edilmesi, bu yönde uygulamaların geliştirilmesi alanda daha başarılı öğrencilerin yetiştirilmesini sağlayacaktır. Çünkü bu araştırma duygusal zekan seviyesi yüksek olan beden eğitimi ve spor alanı öğrencilerinin genel öz yeterlik inançlarının da artabileceğini göstermektedir.

### **b. Genel Öz Yeterlik ve Sosyal Destek Algısı**

Araştırmada hipotez edilen gizil modelde genel öz yeterliğin sosyal destek algısını yordadığı hipotez edilmiş ve genel öz yeterlikten sosyal destek algısının iki alt boyutu olan duygusal destek ve sosyal destek değişkenlerine iki farklı yol öne sürülmüştür.

Yol 5'te genel öz yeterlik inancı ile duygusal sosyal destek arasında pozitif ilişki vardır ve istatistiksel olarak anlamlıdır ( $\beta=.27$ ), bu yol genel öz yeterlik inançları yüksek olan öğrencilerin duygusal sosyal destek algılarının da yükselebileceğini göstermektedir. Yol 6'da genel öz yeterlik inancı ile araçsal sosyal destek arasında pozitif ilişki vardır ve istatistiksel olarak anlamlıdır ( $\beta=.27$ ), bu yol genel öz yeterlik inançları yüksek olan öğrencilerin araçsal sosyal destek algılarının da yükselebileceğini göstermektedir.

Ciarrochi, Chan ve Bajgar (2001) başkalarında olumlu bir ruh durumunda çıkarımda olan bireylerin sosyal destek için daha büyük düzeyde erişime sahip olduklarını belirtirken, Ciarrochi ve Deane (2001) çaresiz hissettiklerinde daha fazla yardım aradıklarını söylemiştir. Kong, Zhao ve You (2012) sosyal destek algısı ile duygusal zeka arasında pozitif ilişki bulmuştur. Araştırmada duygusal zeka ile sosyal destek algısı arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Literatürdeki bazı çalışmalar bu sonuçla paralellik göstermektedir (Gallagher ve Vella-Brodrick, 2008; Mikolajczak ve ark., 2007; Montes-Berges & Augusto, 2007). Dottan, Triwitz ve Golubchik (2011) yaptıkları çalışmada duygusal zeka ile sosyal destek arasında pozitif ilişki bulmuştur ( $r=0.42$ ). Di Fabio ve ark. (2013) sosyal destek unsurları ile Bar-on duygusal zeka modeline dayalı duygusal zeka arasında pozitif korelasyon bulmuştur. Buna göre, sosyal destek algısının boyutlarından önemli diğerleri ( $r=.32$ ), aile ( $r=.36$ ), arkadaşlar ( $r=.33$ ) ile duygusal zeka arasında pozitif korelasyon tespit etmiştir. Bu sonuçlar çalışmamızın bulgularını destekler niteliktedir. Öyle ki bu çalışmada, duygusal zeka boyutları ile sosyal destek algısı boyutları arasında pozitif korelasyon bulunmuştur.

Bu sonuçlara göre duygusal zeka düzeyleri ve genel öz yeterlik inançları yüksek olan öğrencilerin sosyal destek algılarının da yükseleceği söylenebilir. Duygusal zeka ve genel öz yeterlik gelişiminin bireyin toplumsallaşmasında önemli bir rol oynayacağı çıkarımına varılabilir.

Öz yeterlik inançları, öğrencinin davranışlarını birçok yönden etkilemektedir. Birincisi, öğrencilerin seçimlerini etkilemektedir: öğrenciler kendilerine güvendikleri göreve katılır, güvenmediklerinden kaçınırlar. Okullaşmanın daha alt seviyelerinde, öğrenciler genellikle katılmak zorunda oldukları aktiviteler üzerinde çok az seçime sahip oldukları için bu konu tartışılabilir. Ancak, öğrenciler büyüdükçe, ders ve aktivite seçimi üzerinde daha büyük kontrole sahip olurlar ve güvenleri kararlarını etkiler. Güçlü bir yeterlik hissi, insan başarılarını ve kişisel iyi olma halini artırır. Kendine güvenen öğrenciler, zor görevlere sakınılması gereken tehditler yerine üstesinden gelinmesi gereken mücadeleler olarak yaklaşırlar (Pajares ve Schunk, 2002). Öğrencilerin davranışları ve sınıf ortamları da ilişkilidir. "Şuna bakın" diyerek öğrencilerin dikkatlerini yönlendiren bir öğretmeni göz önüne getirin. Davranış üzerindeki çevresel etki bilinçli tanışma olmadan öğrenciler dikkatlerini yönlendirdiklerinde oluşur. Öğrencilerin davranışları çevrelerini de değiştirebilir. Öğrenciler sorulara yanlış cevap verdiklerinde öğretmen dersi orijinal materyalle öğretmekten çok farklı bir şekilde tekrar öğretebilir (Schunk, 2003).

#### **c. Genel Öz Yeterlik İnancının Gizil Model İçerisinde Duygusal Zeka ve Sosyal Destek Arasındaki Aracı Rolü**

Araştırmada yol 1, 2, 3 ve 4 ile yol 5 ve 6 arasında genel öz yeterlik inancı aracı değişken olarak hipotez edilmiştir. Bu modele göre duygusal zeka sosyal destek algısını genel öz yeterlik aracılığı ile artırmaktadır hipotezi öne sürülmüştür. Model uyum indekslerine bakıldığında modelin kabul edildiği görülmektedir. Bu analizlere göre, duygusal zeka genel öz yeterlik aracılığı ile sosyal destek algısını yordamaktadır hipotezi de kabul edilmiştir.

#### **d. Cinsiyet değişkenine göre elde edilen sonuçlar**

Araştırmada cinsiyetler arasında öz yeterlik açısından anlamlı farklılık bulunamamıştır. Öz yeterlik inançları cinsiyet rollerinin kazanılmasında önemli rol oynamaktadır (Bussey ve Bandura, 1999) ancak ergenler arasında, öğrenciler öğrenmedeki kabiliyetleri ve ilerlemeleri hakkında performans bilgileri aldığında öz yeterlikte cinsiyet farklılıkları beklenmemelidir (Schunk ve Pajares, 2002).

Araştırmada cinsiyetler arasında duygusal zeka açısından anlamlı farklılık bulunamamıştır. Bu sonuç literatürdeki bazı çalışmalarla paralellik göstermektedir (Chan, 2004; Hopkins ve Bilimoria, 2008; Rastegar and Memarpour, 2009; Gürol, Özeran, ve Yalçın, 2010; Şenel, 2013; Şenel, Adiloğulları, Ulucan, 2014; Adilogullari, Ulucan, Senel, 2014; Adilogullari ve Senel, 2014). Ancak literatürde bazı çalışmalarda (Harrod and Scheer, 2005; Çolakoğlu F, Çolakoğlu T, Adiloğulları, Şenel, Yazgan, 2014) cinsiyetler arasında duygusal zekanın bazı boyutları açısından anlamlı farklılık

bulunmuştur. Literatürde, kadınlara daha fazla sosyal destek verildiğine dair çalışmalara rastlanmıştır (Kapıkıran ve Özgüngör, 2009; Lopez, Ehly, ve Vazquez-Garcia 2002; Malecki ve Demaray, 2002).

## **5. Öneriler**

### **a. Uygulamaya Yönelik Öneriler**

Bu çalışmanın sonuçları temel alınarak beden eğitimi ve spor alanında çeşitli uygulamalar yapılabilir. Duygusal zeka, genel öz yeterlik ve sosyal destek algısı kavramlarının psikososyal kavramlar olduğu göz önüne alındığında, beden eğitimi ve spor yüksekokulları, spor bilimleri fakülteleri öğrencilerinin daha fazla sosyal etkileşim kurabileceği uygulamalı derslerin müfredatlar içerisine dahil edilmesi öğrencilerin duygusal zeka seviyelerinin, genel öz yeterlik inançlarının ve sosyal destek algılarının artmasının sağlanacağı söylenebilir. Salovey ve Mayer (1990) duygusal zekanın bir yetenek olduğunu, Schunk ve Pajares (2010).Başarılı olarak yorumlanan sonuçlar öz yeterliği artırıp başarısızlık olarak yorumlananların azalttığını belirtmiştir. Bu ifadeler yola çıkarak bu iki özelliğinde geliştirilebildiğini söyleyebiliriz.

Bu çalışmanın, beden eğitimi ve spor müfredatlarına duygusal zeka temelli öğrenme modeli, sosyal bilişsel kuram temelli öğrenme ve öğretme yaklaşımlarının dahil edilmesi konusunda önemli olduğu söylenebilir.

### **b. Gelecekteki Çalışmalar İçin Öneriler**

Mevcut çalışma beden eğitimi ve spor yüksekokulunda öğrenim gören öğrencilerin duygusal zeka, sosyal destek algıları ve genel öz yeterlik inançlarının incelenmesi amacı ile yapılmıştır. Gelecekteki çalışmalarda, branş farklılıkları göz önüne alınarak yeni faktörlerden oluşan modeller ortaya atılabilir. Çalışma Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda öğrenim öğren öğrencilerle yapılmıştır. Farklı bölümler, farklı branşlar çalışmalara dahil edilerek yeni araştırmalar yapılabilir.

Araştırmada örneklem grubu 291 kişiden oluşmaktadır, gelecekteki çalışmalar daha geniş örneklem gruplarında yapılabilir.

### Kaynakça

- Adilogullari, I., Şenel, E. (2014). Examination of the Relationship between General Self-efficacy Beliefs, Emotional Intelligence Levels and Emotional Self-efficacy Levels of Students in School of Physical Education and Sport. *Anthropologist*, 18(3): 893-902.
- Adilogullari, I., Ulucan, H., Senel, E. (2014). Analysis of the relationship between the emotional intelligence and professional burnout levels of teachers. . *Educational Research and Reviews*, 9(1), 1 – 8.
- Bussey, K., & Bandura, A. (1999). Social cognitive theory of gender development and differentiation. *Psychological Review*, (106), 676-713.
- Carter, P. (2009). Test Your EQ Assess Your Emotional Intelligence With 22 Personality Questionnaires. Kogan Page: London and Philadelphia.
- Ciarrochi, J., & Deane, F. P. (2001). Emotional competence and willingness to seek help from professional and nonprofessional sources. *British Journal of Guidance & Counselling*, 29(2), 233–246.
- Ciarrochi, J., Chan, A., & Caputi, J. (2000). A critical evaluation of the emotional intelligence construct. *Personality and Individual Differences*, 28(3), 539–561.
- Çolakoğlu, T., Çolakoğlu, F., Adiloğulları, İ., Şenel, E., Yazgan, S. A. (2014). Examining General-Self Efficacy Beliefs, Self-Confidence And Emotional Intelligence Levels Of Elite Athletes Doing Racket Sports. In Mortan, K., Hristov, İ., Strelava, O., Kostova, Z. (Chief Eds), Atasoy, E. (Managing Ed.), *The Science And Education At The Beginning Of The 21 St Century In Turkey (511-523)*, St. Kliment Ohridski University Press: Sofia.
- Di Fabio, A., Palazzeschi, L., Asulin-Peretz, L., & Gati, I. (2013). Career indecision versus indecisiveness: associations with personality traits, career decision-making self-efficacy, perceived social support, and emotional intelligence. *Journal of Career Assessment*, 21(1), 42 – 56.
- Dottan, R. F., Triwitz, Y. S., Golubchik, P. (2011). Predictors of stress-related growth in parents of children with ADHD. *Research in Developmental Disabilities*, 32(2), 510-519.
- Gallagher, E. N., & Vella-Brodrick, D. A. (2008). Social support and emotional intelligence as predictors of subjective well-being. *Personality and Individual Differences*, (44), 1551–1561.
- Gürol, A., Özercan, M. G., Yalçın, H. (2010). A comparative analysis of pre-service teachers' perceptions of self-efficacy and emotional intelligence. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, (2), 3246–32.
- Harrod NS, Scheer SD (2005). An exploration of adolescent emotional intelligence in relation to demographic characteristics. From

- [http://www.findarticles.com/p/articles/mi-m2248/is\\_159\\_40/ai\\_n15950403/pg\\_9](http://www.findarticles.com/p/articles/mi-m2248/is_159_40/ai_n15950403/pg_9) (Kasım , 2014).
- Hopkins, M.M., Bilimoria, D., 2008. Social and emotional competencies predicting success for male and female executives. *Journal of Management Development* 27 (1), 13–35.
- Jaccard, J. ve Wan, C. K. (1996). LISREL approach to interaction effects in multiple regressions. Thousand Oaks, CA: Sage Publication.
- Kapıkıran, Ş. ve Acun-Kapıkıran, N. (2010). Algılanan Elde Edilebilir Destek Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 43(2), 51 – 73.
- Kapıkıran, Ş., Özgüngör, S. (2009). Ergenlerin sosyal destek düzeylerinin akademik başarı ve güdülenme düzeyi ile ilişkileri. *Çocuk ve Gençlik Sağlığı Dergisi*, 16(1), 21 – 30.
- Kong,F., Zhao, J., ve You, X. (2012). Social support mediates the impact of emotional intelligence on mental distress and life satisfaction in Chinese young adults. *Personality and Individual Differences*, (53), 513 – 517.
- Lopez, E. J., Ehly, S., ve Vazquez-Garcia, E. (2002). Acculturation, Social Support and Academic Achievement of Mexican and Mexican American High School Students: An Exploratory Study. *Psychology in the Schools*, 39(3), 245-257.
- Malecki, C. K, Demaray, M. K. (2002). Measuring perceived social support: development of the child and adolescent social support scale (casss). *Psychology in the Schools*, 39(1), 1 – 18.
- Öcal, K. (2011). *Predicting Employee Performance In Non-Profit Sport Organizations: The Role Of Managerial And Financial Performance And The Mediating Role Of Support For Innovation And Individual Creativity*. Middle East Technical University, School Of Social Sciences, Ankara.
- Pajares, F., Schunk, D. H. (2002). *Self and self-belief in psychology and education: an historical perspective*. In J. Aronson (Ed.), *Improving Academic Achievement*: New York: Academic Press.
- Rastegar, M. & Memarpour, S. (2009). The relationship between emotional intelligence and self-efficacy among Iranian EFL teachers. *System*, (37), 700-707.
- Rathi, N. ve Rastogi, R. (2009). Assessing the Relationship between Emotional Intelligence, Occupational Self-Efficacy and Organizational Commitment. *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology*. 35(Special Issue), 93 – 102.
- Salovey, P., Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*, (9), 185-211.

- Sarkhosh, M. ve Rezaee, A. A. (2014). How Does University Teachers' Emotional Intelligence Relate To Their Self-Efficacy Beliefs? *Porta Linguarum*. (21), 85 – 100.
- Schunk, D. H. (2003): Self-efficacy for reading and writing: influence of modeling, goal setting, and self-evaluation, *Reading & Writing Quarterly: Overcoming Learning Difficulties*, 19(2), 159-172. DOI: 10.1080/10573560308219
- Schunk, D. H., Pajares, F. (2002). The development of academic self-efficacy. In A. Wigfield & J. Eccles (Eds.), *Development of achievement motivation*. San Diego: Academic Press.
- Schwarzer, C., Buchwald, P. (2004). Social support. In Charles Spielberger (Ed.), *Encyclopedia of Applied Psychology* (434 – 441), Elsevier Academic Press: USA.
- Şenel, E. (2013). *Beden eğitimi ve spor öğretmenliği bölümü ile bazı alanların öğretmenlik bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerin öz yeterlik inançlarını etkileyen bazı faktörlerin değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans tezi. Gazi University Institute of Educational Sciences, Ankara.
- Şenel, E., Adiloğulları, İ., ve Ulucan, H. (2014). Examination Of Emotional Intelligence Level, Teacher's Self-Efficacy Beliefs And General Self-Efficacy Beliefs Of Teachers. *Nigde University Journal of Physical Education and Sport Sciences*, 8(2), 225-232.
- Tabatabaei, S., Jashani, N., Mataji, M., Afsar, N. A. (2013). Enhancing staff health and job performance through emotional intelligence and self-efficacy. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 84(9), 1666-1672.
- Villanueva, J. J., Sánchez, J. C. (2007). Trait emotional intelligence and leadership self-efficacy: Their relationship with collective efficacy. *The Spanish Journal of Psychology*, 10(2), 249-357.



## Bir Devrin Aynası Gurbannazar Ezizow'a Mektuplar

### Kitap Tanıtımı

### Fatma ŞAHİN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı  
Yüksek Lisans Öğrencisi  
fatma1652@hotmail.com

---

Yazarı: Ünal ZAL  
Gün Förlag / İsveç / 2015

*Senin tuzunu yedim, ekmeğini yedim,  
Nankörlük etmedim Allah'a şükür.  
Kâh göğe yükseldim, kâh yere indim,  
Benliğimi kaybetmedim Allah'a şükür (Ezizow<sup>1</sup>).*

Oğuzların Orta Asya'daki mirasçıları olan Türkmenler, diğer Türk toplulukları içerisinde oldukça eski ve köklü bir geçmişe sahiptir. Türkmenler, Rus istilasından önceki dönemlerde kültürlerini, yaşam tarzlarını ve hayata bakış açılarını edebiyat ürünlerine yansıtarak oldukça zengin bir yazılı miras oluşturmuştur. Ancak Rus istilası ve bunun beraberinde alfabe değişimleri, sansürler, ilim adamlarının ve sanatçıların görmüş oldukları kötü muameleler, 2. Dünya Savaşı gibi pek çok neden edebiyata olumsuz bir şekilde yansımıştır. 1990'lı yıllarda SSCB'nin yıkılmasından sonra Türk Cumhuriyetleri bağımsızlığını ilan etmiş ve geçmişin kötü izlerini silmeye başlamıştır. Bu gelişmelerin ardından Türk dünyası edebiyatı üzerine çalışmaların sayısı gittikçe artmıştır. Bu bağlamda Türkmen edebiyatı üzerine yapılan son çalışmalardan biri de Sovyet Türkmen edebiyatının kuruluşuna dair oldukça önemli bilgi ve belgelerin yer aldığı *Bir Devrin Aynası -Gurbannazar Ezizow'a Mektuplar-* adlı ilmi çalışmadır.

Eserde Türkmen edebiyatının önemli sanatçılarından biri olan Gurbannazar Ezizow tanıtılmış, sanatçının yazdığı ve kendisine gönderilen

---

<sup>1</sup> Şair, Moskova'daki yazarlar birliği toplantısında okuduğu bu şiirde vatan sevgisini dile getirir. Fakat şair, şiirde geçen Huda kelimesi sebebiyle diğer katılımcılar tarafından eleştirilir. Gurbannazar Ezizow'un hayal ettiği ve uğruna canla başla çalıştığı o günkü rejimin, ölümünden sonra mezar taşına yazılmak istenilen bu dörtlüğe sadece içerisinde Huda kelimesi geçiyor diye izin vermeyişi ise en az şairin ölümü kadar acı ve ibret vericidir (Zal, 2015: 46).

mektuplar derlenmiştir. Eser Ezizow'un şahsiyeti ve mektuplarını tanıtmanın yanı sıra Türkmen edebiyatının tarihi, gelişim süreci ve ve karşılaştığı zorlukları aktarması yönüyle de oldukça önemlidir.

Ezizow, Rus istilasının en yoğun yaşandığı dönemlerde (1940) dünyaya gelmiş ve dönemin düşünce sistemi içerisinde yetiştirilmiş çağdaş Türkmen şair ve yazarlarından. Trajik bir yaşam öyküsü olan sanatçı 35 yıllık kısa ömrüne 375 şiir sığdırmıştır. Eserde yer alan mektuplardan hareketle sanatçının şiire tutkuyla bağlı olduğu ve şiirsiz bir hayat düşünemediği anlaşılmaktadır. Bunu şiirlerindeki his dünyasından da anlamak mümkündür.

*Bir Devrin Aynası -Gurbannazar Ezizow'a Mektuplar-* isimli çalışma, 836 sayfadan oluşmaktadır ve İsveç'te bulunan Gün Forlag Yayınları arasından çıkmıştır. Araştırmacının çalışması Sunuş, Ön Söz ve Giriş dışında üç bölümden meydana gelmektedir.

Eserin ilk sayfasında Gurban Nazar Ezizow'un arkadaşı Kerim Gurbanpesow'un "...[keşke] külliyyamızdaki kitaplardan biri [birbirimize] yazdığımız mektuplardan olsa."<sup>2</sup> sözüne yer verilir. 1967 yılında yapılan bu temenninin 2015 yılında gerçekleşmesi de kitabın değerini artıran ayrı bir noktadır.

Sunuş kısmı, İngiliz Pen Kulübü ve İsveç Yazarlar Birliği üyesi olan Ak Velsapar tarafından kaleme alınmıştır. Ak Velsapar Türkmen edebiyatı tarihi hakkında önemli bilgiler vermenin yanı sıra mektup türü ve Gurbannazar Ezizow'un arşivindeki mektuplarda ele alınan konular, edebî ve hayatî meseleler üzerinde durur. Son olarak Dr. Ünal Zal'ın kitabı ve şahsı ile ilgili temennileriyle sözünü bitirir.

Eserin Ön Söz kısmında Sovyet Rusya'nın dağılmasıyla birlikte bağımsızlığını kazanan Türk milletleriyle Türkiye arasındaki yakınlaşma; bilim, kültür, sanat ve edebiyat alanında çalışmaların ve incelemelerin artması, aktarma meseleleri anlatılmıştır. Ardından Türkmen edebiyatının yetiştirmiş olduğu ender sanatçılardan biri olan şair ve yazar Gurbannazar Ezizow'un edebi hayatı ile ilgili kısa bilgiler verilmiştir. Eserin bölümlerinin içeriği hakkında genel bilgiler verilerek eserin oluşum aşamasında yardımcı olan kişilere teşekkürle bu kısım bitirilmiştir.

Yazarın kaleme aldığı Giriş bölümünde genel olarak aktarma sorunları ve Oğuzcanın tarihi gelişimine değinilmiş, eserin hazırlanma aşamaları ve içeriği ile bölümleri hakkında çeşitli bilgiler verilmiştir.

Eserin *Birinci Bölümünde* Türkmen edebiyatının oluşum aşamasından 20. yüzyıla kadarki dönemi ve o dönemin önemli sanatçıları kısaca tanıtılır. Ardından Türkmen şiirinin tarihi sürecini alt başlıklar altında incelenerek oldukça detaylı bilgiler sunulur. Burada dikkat çeken husus Sovyet Rusya baskısının, 2. Dünya Savaşı'nın ve değişen siyasi-sosyal olayların Türkmen

---

<sup>2</sup> Türkiye Türkçesine aktaran Ünal ZAL.

şairini ne kadar çok etkilediğidir. Son olarak Gurbannazar Ezizow'un hayatı, sanatı ve eserleri hakkında detaylı bilgilere yer verilir.

Eserin *İkinci Bölümünde* 151 mektup üzerinde inceleme yapılmış ve bunlar aile, arkadaş ve Gurbannazar Ezizow'un kendi mektupları olmak üzere üç bölüm halinde tasnif edilmiştir. Aile mektupları özellikle sanatçının askerlik döneminde yazılan mektuplardır ve sayıları diğerlerine göre azdır. Arkadaş mektupları ise özellikle şairin sanat ve edebiyat çevresinden gelen mektuplardır. Şairin mektupları ise genellikle şiire ve sanatına dair bilgiler içermektedir. Bu mektuplar kendi içlerinde alfabetik ve yazılış tarihlerine göre de kronolojik bir sıraya konulmuştur. Ardından bu mektuplardan hareketle 1964-1975 yılları arasındaki Türkmenistan'ın sosyal, kültürel, ekonomik vb. yönlerden nasıl bir durumda olduğu hakkında çeşitli değerlendirmeler yapılmıştır. Yine çalışmanın bu bölümünde Rusça-Türkmençe dil ilişkileri ve Rusçanın Türkmençeye olan etkisi örneklerle açıklanmaya çalışılmıştır.

Eserin *Üçüncü Bölümünde* yazar, söz konusu mektupların tıpkıbasımlarını kitabın sol tarafına koymuş, karşısında ise günümüz Türkmen Latin alfabesine çevirisini yaptıktan sonra hemen altında Türkiye Türkçesine yaptığı aktarmaları vermiştir.

Sonuç bölümünde ise araştırmacı, yaptığı çalışmadan elde ettiği verileri bir bütün olarak değerlendirmiştir. Kitabın ön yüzündeki kapağında mektupların yazıldığı Gurbannazar Ezizow'un bir resmi, arka yüzünde ise kendisine ait bir elyazması mektup ile iki mısralık bir şiirine yer vermiştir.

Sonuç olarak bu ve benzeri çalışmaların, Sovyetler Birliğinin karanlık devirlerinde Türkistan coğrafyasında uyguladığı her türlü politikanın ortaya çıkmasına büyük katkıları olacaktır. Ayrıca Gurbannazar Ezizow gibi değeri tam olarak anlaşılmamış sanatçıların arka planda bırakılmayıp gün yüzüne çıkarılması Türkmen edebiyatı için oldukça önemlidir. Bu ve benzeri çalışmaların sadece Türkmen edebiyatı boyutunda kalmayıp tüm Türkistan coğrafyasındaki sanatçılar açısından değerlendirilmesini temenni ediyor ve Dr. Ünal Zal'ı bu kıymetli çalışmasından dolayı tebrik ediyorum.

*“Hiçbir ağaç yoktur ki dallarına rüzgâr değmemiş olsun, ömründe bir şey yitirmemiş insan var mı ki?” (ZAL).*

### **Kaynakça**

Zal, Ünal, (2015). Bir Devrin Aynası Gurbannazar Ezizow'a Mektuplar, Gün Förlag, Sweden.