



**KMUSEKAD**

**KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL VE EKONOMİK ARAŞTIRMALAR DERGİSİ**

**KARAMANOĞLU MEHMETBEY UNIVERSITY  
JOURNAL OF SOCIAL AND ECONOMIC RESEARCH**

**ARALIK 2019**

**CİLT:21**

**SAYI: 37**

**DECEMBER 2019**

**VOLUME: 21**

**ISSUE: 37**

**E-ISSN 2147 - 7833**



## KMUSEKAD

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi  
Karamanoglu Mehmetbey University Journal of Social and Economic Research

**ARALIK 2019/DECEMBER 2019 CİLT: 21/ VOLUME: 21 SAYI: 37/ISSUE: 37 E-ISSN: 2147 – 7833**

### **Sahibi / Owner**

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Adına  
Prof. Dr. Mehmet AKGÜL

### **Editör / Editor**

Prof. Dr. Ercan OKTAY

### **Editör Yardımcısı / Editor Assistant**

Doç. Dr. Gökhan KERSE  
Dr. Öğr. Üyesi Tuba AKAR

### **Yayın Kurulu / Editorial Board**

Prof. Dr. Ercan OKTAY (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mustafa AYDIN (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi)  
Prof. Dr. Hasan GÜL (Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi)  
Prof. Dr. H. Bahadır AKIN (Necmettin Erbakan Üniversitesi)  
Prof. Dr. Birol MERCAN (Necmettin Erbakan Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet ALAGÖZ (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet İNCE (Mersin Üniversitesi)  
Doç. Dr. Rabia ÖZPEYNİRCİ (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi)  
Doç. Dr. Sinem YAPAR SAÇIK (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi)

### **Yayın Sekreteri / Secretary**

Arş. Gör. Fuat EROL  
Arş. Gör. İpek SÜRMELE SÖĞÜT  
Arş. Gör. Ece GÖL

Dergi Yayın Tarihi: Aralık 2019

Yayın hayatına Selçuk Üniversitesi bünyesinde Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi olarak başlayan dergimiz 2007 yılında Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi bünyesinde Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi olarak isim değiştirmiştir. 2010 yılında Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi olarak tekrardan isim değişikliğine giden dergimiz, bu isimle yayın hayatını sürdürmektedir.

KMU Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi iktisat, işletme, maliye, çalışma ekonomisi, ekonometri, kamu yönetimi, siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler, hukuk, davranış bilimleri, pazarlama, sosyal hizmetler, uluslararası ticaret, lojistik, sosyoloji, felsefe ve benzeri alanlarda, kuramsal ve/veya özgün araştırmaya dayanan makaleleri yayınlamaya bu alandaki literatüre katkıda bulunmaya çalışır.

KMU Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi Haziran ve Aralık aylarında olmak üzere yılda iki kez yayınlanan hakemli ve uluslararası bilimsel bir dergidir.

Dergide yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarlara aittir. Kaynak gösterilerek kullanılabilir.

Dergimiz, **EBSCO, ProQuest, SOBİAD ve Türk Eğitim İndeksi (TEİ)**'nde taranmaktadır.

KMU Journal of Social and Economic Research which is a peer-reviewed in accordance with the double-blind system and an open access journal is published twice a year, in June and December. Since the issue of December 2013, the journal has passed to the e-journal format and its all issues can be accessed from the journal homepage (<http://dergi.kmu.edu.tr>) and EBSCO database. In this context, the journal's ISSN number has changed and our new ISSN number has been updated by ULAKBİM as "ISSN: 2147-7833". KMU Journal of Social and Economic Research is indexed by EBSCO, ProQuest, SOBİAD and the Turkish Education Index (TEI).

### **İletişim**

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi Ofisi

70100 Karaman, Türkiye

Faks: 0 338 226 21 01 Tel: 0 338 226 2100 [kmusekad@kmu.edu.tr](mailto:kmusekad@kmu.edu.tr)

## BİLİM VE DANIŞMA KURULU / SCIENCE AND ADVISORY BOARD

---

- Prof. Dr. Doğan Nadir LEBLEBİCİ (Hacettepe Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Ali DANIŞMAN (Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Adriana Burlea SCHIOPUIU (Craiova Üniversitesi, Romanya)  
Prof. Dr. Małgorzata PANKOWSKA (Katowice Ekonomi Üniversitesi, Polonya)  
Prof. Dr. Hasan GÜL (Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Kırgızistan)  
Prof. Dr. Atılhan NAKTİYOK (Atatürk Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Zijad DŽAFIĆ (Tuzla Üniversitesi, Bosnia-Herzegovina)  
Prof. Dr. Ahmet AY (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Abdulkadir BULUŞ (Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Abdullah YILMAZ (Anadolu Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Ahmet Hamdi AYDIN (Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Atilla DOĞAN (Karadeniz Teknik Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Bekir Berat ÖZİPEK (İstanbul Medipol Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Birol MERCAN (Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Ekrem YILDIZ (Kırıkkale Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Fatih UŞAN (Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. H. Bahadır AKIN (Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. H. Kürşat GÜLEŞ (Konya Gıda ve Tarım Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. İsmail SEYREK (Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Kadir ARDIÇ (Sakarya Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Kadir CANATAN (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Salih BARIŞIK (Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Selim Adem HATIRLI (Süleyman Demirel Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Zekeriya MIZIRAK (Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Mehmet ALAGÖZ (Selçuk Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Mehmet BULUT (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Mehmet İNCE (Tarsus Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Muhammed KARATAŞ (Akdeniz Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Musa EKEN (Sakarya Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Mustafa AYDIN (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Nail ÖZTAŞ (İstanbul Gelişim Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Nihat IŞIK (Kırıkkale Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Osman ÇEVİK (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Ramazan AKTAŞ (TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Ramazan YELKEN (Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Veysel EREN (Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Haluk DUMAN (Aksaray Üniversitesi, Türkiye)  
Doç. Dr. Muhammad Riaz SHAD (National University of Modern Languages, Pakistan)
-

## BU SAYININ HAKEMLERİ / REVIEWERS OF THIS ISSUE

---

Prof. Dr. Ekrem CENGİZ (Gümüşhane Üniversitesi)  
Prof. Dr. Hasan AYYILDIZ (Karadeniz Teknik Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet ALAGÖZ (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Muharrem ES (Yalova Üniversitesi)  
Prof. Dr. Özgür ÖNDER (Dumlupınar Üniversitesi)  
Prof. Dr. Rıfat İRAZ (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Zeliha SEÇKİN (Aksaray Üniversitesi)  
Doç. Dr. Bilge Kağan ŞAKACI (Osmangazi Üniversitesi)  
Doç. Dr. Eyüp AKIN (Aksaray Üniversitesi)  
Doç. Dr. İlhami YÜCEL (Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi)  
Doç. Dr. Oktay YANIK (Yüksek İhtisas Üniversitesi)  
Doç. Dr. Rabia ÖZPEYNİRCİ (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi)  
Doç. Dr. Savaş ERDOĞAN (Selçuk Üniversitesi)  
Doç. Dr. Sevcan GÜLEÇ SOLAK (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi)  
Doç. Dr. Suzan ÇOBAN (Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)  
Doç. Dr. Yavuz AKÇİ (Adıyaman Üniversitesi)  
Doç. Dr. Zafer AYKANAT (Ardahan Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Daimi KOÇAK (Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Fatma İNCE (Mersin Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Levent KARADAĞ (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Mahmut Nevfel ELGÜN (Necmettin Erbakan Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Murat BURUCUOĞLU (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Murat KARAHAN (Gaziantep Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Nezahat EKİCİ (Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Şefik ÖZDEMİR (Aksaray Üniversitesi)  
Dr. Mustafa BABADAĞ (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)

---

*Dergimizin bu sayısında makale değerlendirmelerinde katkıda bulunan değerli öğretim üyelerine teşekkür ederiz.*



## SUNUŞ

Kıymetli akademisyenler ve araştırmacılar;

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi'nin (Karamanoglu Mehmetbey University Journal of Social and Economic Research) 37. sayısını yayınlamış bulunmaktayız.

Üniversitemiz bünyesinde, yayın hayatına başladığı 2007 yılından bu yana bilimsel çalışmalara istikrarlı bir şekilde yer veren dergimiz her sayısında gerek yayınladığı çalışmalarıyla gerekse hakemleriyle ve bilim ve danışma kuruluyla nitelik ve nicelik olarak büyümektedir. Zira yılda iki kez yayınlanan ve uluslararası endekslerde taranan dergimizin Bilim ve Danışma Kurulu'nda artık farklı ölkelerdeki akademik çevrelerden insanlar da bulunmaktadır.

Dergimizin bu sayısında gerek ekonomik gerekse sosyal alanlarda akademisyenlere, araştırmacılara, yöneticilere ve diğer kesimlere hitap eden 11 adet makale yer almaktadır. Dergimizde yer alan bu makalelerin yazarlarına, bilimsel olarak değerlendirilmesinde görev alan hakemlere, yayın kurulu ve bilim ve danışma kurulu üyelerine katkılarından dolayı teşekkür ederiz.

Son olarak dergimiz Bilim ve Danışma Kurulu'nda bulunan ve gerek dergimize gerekse akademiye büyük katkılar sağlayan Sayın Prof. Dr. Ahmet Hamdi AYDIN hocamızın vefatından büyük üzüntü duyduğumuzu belirterek, hocamıza Allah'tan rahmet diliyoruz...

Dergimizin 37. sayısının üniversitemize, ölkemize, bilim insanlarına ve ilgili çevrelere hayırlı olmasını diliyor, emeği geçen tüm çalışma arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunuyorum.

**Prof. Dr. Ercan OKTAY**

**Editör**

<b>İÇİNDEKİLER/CONTENTS</b>	<b>SAYFA NO</b>
Künye	
Sunuş	
<b><i>Araştırma Makaleleri / Research Articles</i></b>	
Örgütsel Stresin Çalışan Performansına Etkisi: Yerel Yönetimlerde Bir Uygulama The Impact of Organizational Stress on Employee Performance: An Application on Local Governments <b>İsmail TONBUL ve Zafer AYKANAT</b>	<b>1- 20</b>
Bir İdeal Kent Felsefesi Olarak Ütopya ve Bir Ütopya Denemesi Olarak “Bayburtopia” Utopia as an Ideal City Philosophy and as A Utopia Experiment “Bayburtopia” <b>Şükrü NİŞANCI ve Fatih UÇAN</b>	<b>21-36</b>
Fight Fire with Fire? Workplace Aggression and How to Reduce Its Negative Effects Ateşe Ateşle mi Karşılık Verilir? İşyeri Saldırganlığı ve Olumsuz Etkileri Nasıl Azaltılır? <b>Can BİÇER</b>	<b>37-46</b>
Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması Adaptation of Shopper's Attitude toward the Point of Sale Displays Scale to Turkish: A Validation and Reliability Study <b>Zeki YÜKSEKBİLGİLİ</b>	<b>47-60</b>
Madencilik Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerde İç Kontrol ve Hile Riski: Bir Mermer İşletmesi Üzerinde İnceleme Internal Control and Fraud Risks in Mining Companies: A Study on a Marble Enterprise <b>Meral EROL FİDAN ve Enes Şamil MUMCU</b>	<b>61-81</b>
Marka Şehir ve Marka İmajının Ölçümü: Konya Şehir İmajı Üzerine Bir Araştırma Measuring The Brand City and Brand Image: A Research On Brand Image of the City of Konya <b>Selda BAŞARAN ALAGÖZ ve Sadettin BİLGEOĞLU</b>	<b>82-100</b>
Memurluğa Odaklanmış Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğitimi Hakkındaki Görüşlerine Yönelik Nitel Bir Araştırma A Qualitative Research on Views of University Students Aiming Public Service About Entrepreneurship Education <b>Şefik ÖZDEMİR</b>	<b>101-114</b>

Karaman ve Aksaray İllerinin Sosyo-Ekonomik Göstergelerinin Karşılaştırılmalı Analizi A Comparative Analysis of Socio-Economic Structures of Karaman and Aksaray Provinces <b>Muhlis TEMEL ve Sinem YAPAR SAÇIK</b>	<b>115-141</b>
Kuruluş Aşamasında Girişimcilerin Sermaye Kullanım Düzeyleri: Gaziantep İli Örneği Capital Utilization Levels of Entrepreneurs in the Establishment Phase: The Case of Gaziantep <b>İbrahim YILDIRIM ve Demet KARAYILAN</b>	<b>142-156</b>
Yöneticilerin Mizah Tarzının Çalışanların İş Yaşam Kaliteleri Üzerine Etkisinde Psikolojik Sermayenin Aracı Rolü The Mediator Role of Psychological Capital on the Effect of Managers' Humor Style on Employees' Quality of Work Life <b>Resul GÜLEÇ ve Mehmet Sadık ÖNCÜL</b>	<b>157-185</b>
Otel Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi: Bişkek'te Bir Araştırma Evaluation of Hotel Websites Using Content Analysis: A Study in Bishkek <b>Azamat MAKSÜDUNOV</b>	<b>186-196</b>



## Örgütsel Stresin Çalışan Performansına Etkisi: Yerel Yönetimlerde Bir Uygulama\*

İsmail TONBUL\*\*

Zafer AYKANAT\*\*\*

### Öz

Bireylerin maruz kalmış olduğu stresin performansları ile etkileşiminin incelemesine yönelik olarak yapmış olduğumuz bu çalışmada, Ankara/Yenimahalle Belediye Başkanlığı'nda görev yapmakta olan 265 memur ile yapılan anket çalışması sonrası elde edilen bulgular yer almaktadır. Yapmış olduğumuz çalışmada katılımcıların demografik özelliklerinin maruz kalmış oldukları stres ve sergilemiş oldukları performansa ne gibi etkisinin olduğu incelenmiş, katılımcıların demografik özelliklerinden yaş, cinsiyet, medeni durum ve kurumda çalışma sürelerinin stres seviyelerini anlamlı derecede etkilemediği, eğitim durumunda ise eğitim seviyesi yükseldikçe bireylerin stres seviyesinin arttığı gözlemlenmiştir. Çalışanların iş gücü performanslarının örgütsel stres faktörlerinden etkilenme düzeyleri iş başarısı ve iş doyumunu şeklinde ele alınmıştır. Çalışanların performansları, iş başarısı ve iş doyumunu örgütsel stres faktörlerinden anlamlı derecede etkilendiği görülmüştür. Buna göre çalışanların örgütsel stres seviyesinin optimum seviyede iş gücü performansını artırdığı ancak örgütsel stres seviyesi optimum seviyenin üzerine çıktığı durumda ise iş gücü performanslarında düşüş meydana geldiği söylenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Stres, Örgütsel Stres, Performans, Yerel Yönetimler.

**Makale Türü:** Araştırma Makalesi

## The Impact of Organizational Stress on Employee Performance: An Application on Local Governments

### Abstract

This study concentrates on examining the interaction between the individuals' exposure of stress and their job performance and this study includes empirical evidence with respect to a written-questionnaire administered to 265 officers currently working at Yenimahalle Municipality in Ankara. This study investigates how respondents' demographic characteristics may have an impact on their stress and job performance. Results reveal that, respondents' other demographic characteristics such as age, gender, marital status and their job experience do not have a statistically significant impact on their level of stress, while results also indicate that when their educational status increases, their job stress also increases. The impact of job stress on job performance was also handled regarding job success and job satisfaction. The empirical evidence of this study indicates that employees' job performance was statistically significantly affected by job success and job satisfaction. According to this, it can be said that the organizational stress level increases the labor force performance at the optimum level but when the organizational stress level exceeds the optimum level, there is a decrease in the labor force performance.

**Keywords:** Stress, Organizational Stress, Performance, Local Governments.

**Article Type:** Research Article

\* Bu çalışma, Doç. Dr. Zafer AYKANAT danışmanlığında, İsmail TONBUL tarafından hazırlanan "Örgütsel Stresin Çalışan Performansına Etkisi: Yerel Yönetimlerde Bir Uygulama" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

\*\* Öğr. Gör., Selçuk Üniversitesi, Hadim Meslek Yüksek Okulu, Büro Yönetimi ve Sekreterlik Bölümü, [ismail.tonbul@selcuk.edu.tr](mailto:ismail.tonbul@selcuk.edu.tr), Orcid ID: 0000-0002-6101-4786

\*\*\* Doç. Dr., Ardahan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, [zaferaykanat@ardahan.edu.tr](mailto:zaferaykanat@ardahan.edu.tr), Orcid ID: 0000-0003-3160-933X

## 1. GİRİŞ

Çalışanların performanslarına engel teşkil eden en önemli unsurlardan bir tanesi bireylerin yaşamış olduğu strestir. Çünkü stres bireyler üzerinde çeşitli bedensel ve ruhsal hastalıklara neden olmakta ve bu hastalıklar neticesinde davranış bozuklukları, iş kazaları, iş gücü kayıpları, personel devri, işe devamsızlık, işe yabancılaşma gibi birçok olumsuzluğu da beraberinde getirmektedir (Eroğlu, 2004: 414-415). Bu gibi etkiler nedeni ile bireylerin performanslarında azalmaların olması olağandır (Sabuncuoğlu ve Tüz, 1995: 150-152).

Performans düşüklüğüne yol açan stresin gerek çalışanlara gerekse örgütlere ağır bedeller ödettiği yapılan araştırmalar sonucu ortaya koyulmuştur (Aytaç, 2009: 16). Stres ile mücadele kapsamında uygulanan stres yönetimi ile gerek bireysel gerekse örgütsel bazda yapılan düzenlemeler strese neden olan faktörlerin azalmasını ve stresin neden olduğu olumsuz sonuçların en aza indirgenmesini sağlayacaktır. Böylece örgütte verimli bir ortam oluşturularak çalışanların beden ve ruh sağlıkları korunacak ve örgütün üretim sürecinin aksamadan işlemesi sağlanacaktır (Atılğan ve Dengizler, 2007: 68).

Bireylerin maruz kalmış oldukları stres ile sergilemiş oldukları performans arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik olarak bugüne kadar birçok araştırma yapılmış ancak ortak bir sonuç elde edilememiştir. Bizim yapmış olduğumuz araştırma ile bugüne kadar yapılmış bazı araştırmaların benzerliklerine ve farklılıklarına yer verecek olursak;

Gül (2007) yılında yapmış olduğu “İş Stresi, Örgütsel Sağlık ve Performans Arasındaki İlişkiler: Bir Alan Araştırması” isimli çalışmada, sağlık sektöründe görev yapmakta olan işgörenlerin iş stresi, örgüt sağlığı ve performansları arasındaki ilişki incelenmiş ve iş stresi ile örgütsel sağlık arasında negatif, iş sağlığı ile performans arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişkiler bulunduğu tespit edilmiştir. Ortaya çıkan sonuçlara göre iş stresi ile performans arasında ters yönlü ilişkinin bulunması bizim yapmış olduğumuz araştırma ile benzerlik göstermektedir.

Soysal (2009) yılında yapmış olduğu “İş Yaşamında Stres” isimli çalışmada, stres kavramı, stresin sonuçları, örgütsel stres ve stres yönetimi konuları ele alınmış ancak performans kavramına ve stres ile performans arasındaki etkileşimine değinilmemiştir. Bu sebeple yapılan araştırmanın bizim yapmış olduğumuz araştırma ile benzerlik gösterse de araştırmanın amacı bakımından farklıdır.

Gökgöz’ün (2013) yılında yapmış olduğu “Stresin Çalışanların Performansına Etkisi: Öğretim Elemanları Üzerine Bir Araştırma” isimli çalışmada işgörenlerin karşılaştıkları örgütsel stres faktörlerinin performanslarına etkisi incelenmiş, stres ile performans arasında elde edilen veriler bizim yapmış olduğumuz çalışma ile benzerlikler göstermektedir. Ancak bu çalışmada bizim çalışmamızın aksine iş görenlerin demografik özelliklerinin performans ve örgütsel stres seviyelerini anlamlı derecede etkilediği tespit edilmiştir.

Örücü vd. (2011) yılında, eğitim ve sağlık sektöründe çalışan işgörenlerin stres düzeylerini tespit etmek ve yaşanan stresin performans üzerindeki etkilerini incelemeye yönelik olarak yapmış olduğu “Çalışma Yaşamında Stresin Bireysel Performans Üzerindeki Etkileri: Eğitim ve Sağlık Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma” isimli çalışmada, kurumda çalışılan süre ile stres düzeyi arasında doğru orantılı bir ilişki, eğitim durumu ile stres düzeyi arasında negatif yönlü bir ilişki tespit etmiştir. Ayrıca işgörenlerin çalışma yaşamında maruz kalmış oldukları stresin performansları ile ilişkisi incelenmiş ancak anlamlı bir sonuç elde edilememiştir.

Yapılan bu araştırma ile farklı olarak yapmış olduğumuz çalışmada, kurumda çalışılan süre ile stres düzeyi arasında anlamlı farklılık gözlemlenmemiş, eğitim durumu ile stres arasında negatif

yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca işgörenlerin maruz kalmış oldukları örgütsel stresin performanslarını anlamlı derecede etkilediği ve aralarında ters yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

## **2. LİTERATÜR TARAMASI**

### **2.1. Stres Kavramı**

Stres, Latince “estricia” ve Fransızca “estrece” sözcüğünden gelmekte olup, 17.yüzyılda felaket, bela, musibet, dert, elem gibi anlamlarda kullanılmıştır (Çelik, 2010: 227). 18. ve 19. yüzyıllarda ise kavramın anlamı değişerek güç, baskı, zor gibi anlamlarda, objelere, kişilere, organlara veya ruhsal yapılara yönelik baskıyı ifade etmek üzere kullanılmış olup, bu bağlamda stres, nesne ve kişinin bu tür güçlerin etkisi ile biçiminin bozulmasına, çarpıtılmasına karşı bir direnç anlamında kullanılmaya başlanmıştır (Akgemci, 2001: 302).

Günümüzde kullanılan stres tanımlamalarından bazıları şunlardır: Stres, bireyin kendisinden ve sosyal çevresinden dolayı baskı ve endişe ile birlikte bedensel ve ruhsal gerilim duyması halidir (Aytaç, 2009: 2). Stres, birey üzerinde oluşan baskı ve belirsizlik durumlarında bireyin vermiş olduğu fiziksel ve duygusal tepkilerdir yani bir etkiye karşı tepki durumunu ifade etmektedir (Gökgöz, 2013: 5).

#### **2.1.1. Örgütsel Stres Kavramı**

İnsanlar, zamanlarının önemli kısımlarını iş yerinde geçirdikleri için genel olarak stres yapan faktörlerle iş yerinde karşılaşabilmektedir. Örgütsel stres, iş ortamının uygun olmayan fiziksel koşulları (ses, ısı, ışık, vb.) nedeniyle veya bireyin yeteneğine uygun olmayan sorumluluk düzeyi, iş yerindeki denetim mekanizmasının doğru işlemeyişi gibi sebeplerden dolayı ortaya çıkabilmektedir (Akgemci, 2001: 302). Daha yalın bir ifade ile örgütsel stres, çalışanların ihtiyaçları, rol ve becerileri ile işin gerekleri uyuşmadığı zaman birey üzerinde ortaya çıkan bedensel ve psikolojik tepki hali olarak da tanımlanabilir (Gökgöz, 2013: 6).

Örgütsel stres, çalışanın yaptığı işin ve işin niteliğinin çalışan üzerinde oluşturduğu olumsuz etkiler olarak da tanımlanabilir (Gök, 2009: 431). Bu tanımlamadan hareketle stresin birçok kaynaktan beslendiği söylenebilir. Stres kaynakları, bireysel, çevresel ve örgütsel stres kaynakları olmak üzere üç ana başlık altında incelenebilir.

##### **2.1.1.1. Bireysel Stres Kaynakları**

Bireyler üzerinde etkili olan stresin nedeni bazen onların kişilikleri, karakterleri, mizaçları olabilmektedir. Yani kişinin bizzat kendisi stres kaynağı olabilir. Bireyleri etkileyen stres, yaşadığı olay değil o olaydan çıkardığı yorumlardır. İnsanlar görmek istedikleri gibi görür anlamak istedikleri gibi anlarlar. Olumsuz bir durumu iyimser bir tutum ile fırsata dönüştürebilecekken karamsar bir tutum ile felakete dönüştürebilir. Önemli olan olaylar karşısında takındığımız tutumlardır. Bu bağlamda bireylerin bizzat kendileri, farkında olmasalar bile en önemli stres kaynağı olabilmektedir (Tutar, 2000: 222).

##### **2.1.1.2. Çevresel Stres Kaynakları**

Örgütler ve bireyler kendi iç dünyasının yanı sıra çok sayıda faktörün bir arada bulunduğu bir dış dünyanın içerisinde bulunmaktadır. Örgütleri ve çalışanlarını bu dış dünyadan bağımsız olarak düşünmek mümkün değildir. Bu nedenle örgüt içerisinde ve dışarısında hatta uluslararası boyutta gelişen olaylar bireyleri ve örgütleri etkileyebilmektedir (Gök, 2009: 434). Ekonomik olaylar, terör olayları, teknolojik gelişmeler, hukuki düzenlemeler vb. durumlar çevresel stres kaynakları içerisinde değerlendirilebilir.

### **2.1.1.3. Örgütsel Stres Kaynakları**

Kişinin sahip olduğu iş onun toplum içerisindeki statüsünü, hayattan aldığı zevki ve ailesine sunduğu imkanları belirleyici role sahiptir. İş hayatı bireylerin akıl ve beden sağlıkları ile doğrudan alakalıdır. Dolaylı olarak ise kişinin iş hayatı, yeryüzündeki bütün insanları etkileyebilmektedir. Birey, örgütsel stres kaynakları ile önce kendi sağlığı için mücadeleyi elden bırakmaması gerekmektedir. Çünkü örgüt içi stres faktörleri çalışanlar üzerinde gerilim ve baskı unsurları oluşturarak onların sağlıklarını tehdit etmektedir (Baltaş ve Baltaş, 1990: 73-74).

### **2.2. Performans Kavramı**

Performans, belirli şartlar içerisinde bir işin yerine getirilme düzeyi veya çalışanın davranışı olarak tanımlanabilir. Başka bir tanımla performans, iş görenin belirli bir zaman dilimi içerisinde, kendisine verilen görevi ifa etmesidir (Tunçer, 2013: 89). Performans kavramını işletme düzeyinde ele alacak olursak, işletmenin belirli bir süre sonunda elde etmiş olduğu sonuç veya işletmenin amacına ulaşma derecesi olarak tanımlayabiliriz. Bu bağlamda işletme performansı, işletmenin başarı düzeyinin belirlenebilmesi için faaliyetleri sonucunda elde etmiş olduğu tüm sayısal ve sayısal olmayan sonuçlarıdır (Öztürk, 2010: 168).

Organizasyonlarda çalışanların yetenek ve özelliklerine uygun olarak verilen işi başarması bireysel performansı belirlemektedir. Bir organizasyonda çalışan performansından bahsedebilmek için çalışanın, yetenek ve özelliklerine uygun olarak belirlenmiş bir iş ile uğraşması gerekir (Gümüştekin ve Öztemiz, 2005: 280). Bir kişinin performansı, sahip olduğu yetenek ve özelliklerine bağlıdır (Ergun, 2008: 52). Bu nedenle organizasyonların performanslarını artırmaya yönelik olarak, çalışanların yöneticiler tarafından iyi tanınması, eksiklerinin bilinmesi, çalışmalarının doğru değerlendirilmesi önemli hususlardır (Gökgez, 2013: 41-42). Örgüt içerisinde bireylerin performansında ki değişim, bireylerden takımlara, takımlardan örgütün bölümlerine, örgütün bölümlerinden de kuruluşun tamamına yansımaktadır. Bu bağlamda bireysel performansı etkileyecek unsurlar bireysel, örgütsel ve çevresel unsurlar olarak üç kategoride toplanabilir (Özmutaf, 2007: 43-44).

## **3. YÖNTEM**

### **3.1. Araştırmanın Amacı**

Örgütler rekabetçi ortamda varlıklarını sürdürebilmek ve her zaman bir adım daha önde olabilmek için mevcut personelini daha etkin kullanmak zorundadır. Bu nedenle çalışanlar ile örgüt ilişkileri son zamanlarda hem araştırmacıların hem de örgüt idarecilerinin ilgisini daha fazla çekerek bu konuda yeni araştırmalar yapma ihtiyacını artırmıştır (Aykanat, 2014: 77). Bu araştırmanın ana amacı örgütsel stresin çalışan performansı üzerindeki etkisini incelemektir.

### **3.2. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli**

Örgütlerde çalışanların her biri daha önceden belirlenmiş bir görevi ifa etmek üzere vardır. Bu nedenle çalışanlar kendilerinden beklenen ve istenen görevi en iyi şekilde yapmak zorundadır. Fakat çeşitli etkenler, çalışanların görevlerini en iyi şekilde yapmaları hususunda engel teşkil edebilir. Çalışanların performansına engel teşkil eden en önemli unsur, bireyler üzerinde çeşitli bedensel ve ruhsal hastalıklara neden olan strestir (Eroğlu, 2004: 414-415).

Stres ve performans arasındaki ilişkiyi açıklamak için dört farklı varsayım bulunmaktadır. Bunlar; a-) stres performansı artırabilir b-) stres performansı azaltabilir c-) stresin performans üzerinde

hiçbir etkisi yoktur d-) stres ile performans arasındaki ilişki tersine dönmüş U şeklinde ifade edilebilir (Çelik ve Turunç, 2009: 226).

Birinci varsayım; yaşanan stresin doğru orantılı bir şekilde performansı artırabileceği şeklindedir. Düşük seviyedeki stres, daha az dürtü sağlayarak bireyleri rekabet ortamında bırakmayacağı için performansı artırmayacaktır. Orta seviyedeki stres, bireylerin rekabet ortamında olduklarını kısmen hissettireceği için performanslarının orta seviyelerde seyretmesine neden olur. Yüksek seviyede ki stres ise performansın maksimum seviyeye çıkmasını sağlar şeklindedir. Bazı kavramsal eksiklikler bu varsayımı yetersiz kılmaktadır (Gümüştekin ve Öztemiz, 2005: 283).

İkinci varsayım; stresin performansı ters orantılı bir şekilde azaltacağı şeklindedir. Bireyler ve örgütler için stres işlevsiz olarak görülür. Stres altındaki bireylerin bu durumdan kurtulmak için yapmış olduğu eylemlerin ve iş yapmadan geçirmiş olduğu zamanın gereksiz olduğunu, stres ile mücadele için geçirilecek zamanın performansı artırmaya yönelik kullanılmasının daha doğru olacağını söylenebilir. Bu varsayımın yetersizliği, stresin olası sonuçlarını incelemedeki eksikliğidir (Örücü ve diğerleri, 2011: 9).

Üçüncü varsayım; stres ile performans arasında hiçbir ilişkinin olmadığıdır. Bireyler başarıları doğrultusunda ücret aldıkları için stres veya başka bir şeyle ilgilenmeyen sadece başarıya odaklanan mantıklı varlıklar olarak görülürler. Bu bağlamda bireyler örgütsel stresi göz ardı eder ve performanslarının engellenmesine izin vermezler (Gümüştekin ve Öztemiz, 2005: 283).

Dördüncü varsayım; stres ile performans arasındaki ilişki ters dönmüş “U” harfine benzetilmektedir. Stres düşük seviyede olduğu zaman bireylerin performansı da düşük olur. Stres normal seviyesinde olduğu zaman bireyler stresi yenme gereksinimi duymazlar ve performanslarını artırma gereksinimi duyarlar. Ancak stres yüksek seviyede olduğu zaman bireyler performanslarını artırmaktan çok stres ile mücadele etme gereksinimi duyarlar (Örücü ve diğerleri, 2011: 8). Bu varsayım genel olarak doğru kabul edilmiştir. Bu nedenle stres ve performans arasındaki ilişkiyi açıklayan en ideal varsayımdır (Yılmaz, 2006: 103).

Stresin performans üzerindeki etkisine yönelik ilk kez 1908 yılında R.M. Yerkes ve J.D. Donson isimli araştırmacılar bazı çalışmalar yapmıştır. Bu çalışmalar sonucunda stresin performans üzerinde yararlı ve zararlı etkileri olduğu saptanmıştır. Stres arttıkça performansında artacağı ancak bunun belli bir yere kadar mümkün olduğu, stres seviyesi belli bir seviyeden sonra artmaya devam ettikçe performansı azaltıcı etkiler yapacağı tespit edilmiştir. Bulunan bu sonuç araştırmacıların baş harflerinin kısaltması olan “Y-D” yasası olarak adlandırılmıştır (Artan, 1986: 118).

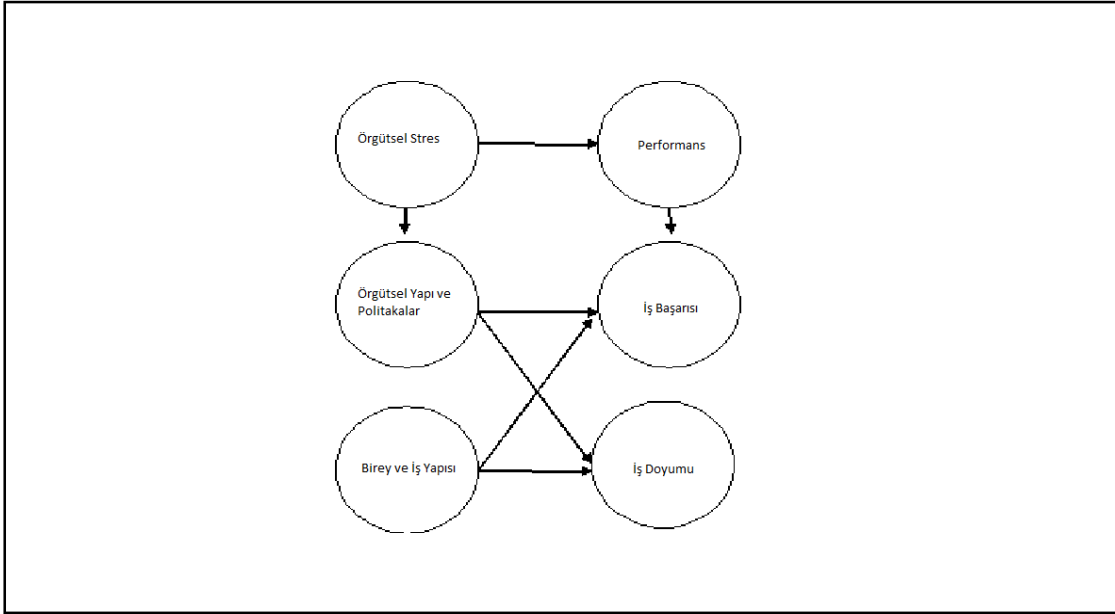
Yılmaz 2006 yılında Isparta 40. Piyade Eğitim Alay Komutanlığı’nda görevli subay, astsubay ve uzman erbaşlardan oluşan 170 çeşitli rütbedeki lider personel ile yapmış olduğu “Stresin Performans Üzerine Etkisi 40. Piyade Eğitim Alay Komutanlığı Lider Personeli Üzerinde Bir Araştırma” isimli çalışmada, subay, astsubay ve uzman erbaşların strese karşı vermiş olduğu tepkileri ve stres ile performans arasındaki ilişkiyi genel olarak incelemiştir. Bu çalışmada “stres performansı etkiler”, “Belirli düzeydeki stres, performans üzerinde olumlu etki yapmaktadır”, “Aşırı stres performansı etkilemektedir” şeklindeki önermeleri elde edilen bulgular doğrultusunda kabul görmesi ters “U” hipotezini destekler niteliktedir.

Gül 2007 yılında, iş stresi, örgütsel sağlık ve performans arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak amacıyla Tokat Devlet Hastanesi ile Tokat Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi’nde görev yapan 120 sağlık personeli ile yapmış olduğu “İş Stresi, Örgütsel Sağlık ve Performans Arasındaki İlişkiler: Bir Alan Araştırması” isimli çalışmada, iş stresi ile örgütsel sağlık arasında negatif yönlü, örgütsel sağlık ile performans arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişkiler saptamıştır.



Elde edilen bu bilgiler doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

- H<sub>1</sub>:** Örgütsel stres faktörleri artarsa çalışanların işgücü performansları azalır.
- H<sub>2</sub>:** Örgütsel yapı ve politikalardan kaynaklanan stres faktörleri arttıkça iş başarısı azalır.
- H<sub>3</sub>:** Örgütsel yapı ve politikalardan kaynaklanan stres faktörleri arttıkça iş doyumunu azalır.
- H<sub>4</sub>:** Birey ve iş yapısından kaynaklanan stres faktörleri arttıkça iş başarısı azalır.
- H<sub>5</sub>:** Birey ve iş yapısından kaynaklanan stres faktörleri arttıkça iş doyumunu azalır.
- H<sub>6</sub>:** Örgütsel stres demografik değişkenlere göre farklılık göstermektedir.
- H<sub>7</sub>:** Performans demografik değişkenlere göre farklılık göstermektedir.



**Şekil 1.** Araştırma Modeli

### 3.3. Araştırmanın Ön Kabulleri ve Sınırlılıkları

Bu çalışmada kullanılan soru formunun, bireylerin maruz kalmış oldukları stres ve sergilemiş oldukları performans seviyelerini ölçmek için gerekli tüm özelliklere sahip olduğu söylenebilir. Bu nedenle anket sorularının örgütsel stres ile performans arasındaki ilişkinin ortaya konulmasında yeterli olduğu varsayılmaktadır.

Araştırmanın temel sınırlılıklarını ise şu şekilde özetlemek mümkündür: Araştırma, Yenimahalle Belediyesi'nde çalışan 265 (katılımcı) kişinin eksiksiz cevapları üzerinde yapıldığı için, elde edilen bulgular bu deneklerden alınan verilerle sınırlıdır. Ayrıca her çalışmada olduğu gibi, bu çalışmada da zaman ve yer bakımından sınırlılıklarının olduğu dikkate alınması gerekmektedir. Araştırmanın temelinde insan unsuru olması sebebiyle, sosyal bilimlerdeki çalışmalara özgü kurallar bu çalışma için de geçerli olup, toplam sayısal verilerin güvenilirliği, veri toplamada kullanılan anket tekniğinin özellikleriyle sınırlıdır.

### 3.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi

Bu çalışmada, Ankara ili Yenimahalle merkez ilçesinin çeşitli semtlerinde faaliyet gösteren Yenimahalle Belediye Başkanlığı'na ait birimlerde çalışan 645 memur çalışma evrenini

oluşturmaktadır. Anket uygulanacak örnek kitlesinin büyüklüğünü belirlemek amacıyla aşağıdaki örnek büyüklüğü eşitliği kullanılmıştır.

$$n = \frac{NPQZ^2}{(N-1)d^2 + PQZ^2}$$

“Bu formüldeki  $n$  = örnek büyüklüğünü,  $N$  = ana kütle hacmini,  $P$  = olayın gerçekleşme olasılığını,  $Q$  = olayın gerçekleşmeme oranını,  $Z$  = %  $(1 - \alpha)$  düzeyinde  $Z$  test değerini,  $\alpha$  = önem düzeyini ve  $d$  = hata payını temsil etmektedir” (Aykanat, 2014: 91). Mümkün olduğu kadar büyük örnek ile çalışabilmek için bu çalışmada  $P$  ve  $Q$  değerleri 0,5 olarak alınmıştır. %5 önem düzeyinde ( $Z = 1,96$ ) ve %5 hata payı ile ana kütle temsil edecek minimum örneklem büyüklüğü

$$n = \frac{645(0,5)(0,5)(1,96)^2}{(645-1)(0,05)^2 + (0,5)(0,5)(1,96)^2} \cong 241 \text{ olarak hesaplanmıştır.}$$

Araştırma için 300 adet anket basılmış olup memurlardan bazılarının yoğun iş temposu nedeniyle anketi yanıtlamaya zamanı olmaması ve bazı anket sorularının eksik yanıtlanması nedeniyle değerlendirme 265 anket üzerinden yapılmıştır. Bu anket çalışmasının yapılabilmesi için gerekli yasal izinler Yenimahalle Belediye Başkanlığı’ndan alınmıştır.

### 3.5. Soru Formunun Oluşturulması

Araştırmanın amacına yönelik olarak üç bölümden oluşan bir ölçek uygulanmıştır. Birinci bölümü çalışanlara ilişkin cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi vb. ifadelerin yer aldığı demografik özellikler formundan oluşmaktadır. İkinci ve üçüncü bölümdeki stres değerlendirme ölçeği ve performans algısı ölçeği, Gökgez (2013) tarafından hazırlanan “Stresin Çalışanların Performansı Üzerine Etkisi: Öğretim Elemanları Üzerine Bir Araştırma” isimli çalışmasında kullanılan anketten elde edilmiştir. Çalışanların 5’li Likert ölçeği şeklinde düzenlenen ifadelerle (1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum) katılma derecelerini belirtmeleri istenmiştir.

### 3.6. Stres Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

Ölçeğin faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi amacıyla yapılan KMO ve Bartlett testi sonuçları Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1.** Stres Ölçeğinin Faktör Analizine Uygunluğunu Belirleyen KMO ve Bartlett Testi Sonuçları

KMO		0,911
Bartlett Testi	$X^2$	5327,120
	Sd	861
	P	0,000

Analiz sonucuna göre KMO değeri 0,500’den büyük ve Bartlett  $X^2$  testi anlamlı bulunmuştur. Buna göre ölçek faktör analizine uygundur.

Analiz sonucunda, hizmet alan kişilerin memnuniyetsizliği veya şikâyet edilme korkusu (madde 11), sıkı denetim ve gözetim (madde 27), iş yerinin kalabalık ve gürültülü olması (madde 37) ve çalışma ortamında dinlenme olanağının bulunmaması (madde 39) binişiklik nedeni ile, işin monotonluğu (madde 4) ise faktör yükünün 0,300’den küçük olması nedeni ile ölçekten çıkarılmıştır. Kalan 37 madde örgütsel yapı ve politikalarından kaynaklanan stres faktörü ile birey ve iş yapısından kaynaklı stres faktörü olarak Tablo 2.’de görüldüğü gibi ayrılmıştır.

**Tablo 2.** Stres Değerleme Ölçeği Faktör Yükleri

Alt Boyut (Faktörler)	Madde	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans Oranı	Cronbach's Alfa
<b>Örgütsel Yapı Ve Politikalardan Kaynaklanan Stres Faktörleri</b>	Stres.34	0,770	28,606	0,939
	Stres.25	0,749		
	Stres.26	0,731		
	Stres.28	0,719		
	Stres.22	0,713		
	Stres.16	0,707		
	Stres.21	0,706		
	Stres.31	0,704		
	Stres.23	0,697		
	Stres.24	0,697		
	Stres.29	0,689		
	Stres.17	0,680		
	Stres.20	0,675		
	Stres.12	0,657		
	Stres.35	0,629		
	Stres.32	0,600		
	Stres.30	0,599		
	Stres.40	0,580		
	Stres.33	0,572		
	Stres.14	0,560		
	Stres.19	0,515		
Stres.38	0,425			
Stres.42	0,421			
Stres.18	0,359			
Stres.36	0,334			
Stres.41	0,317			

<b>Birey ve İş Yapısından Kaynaklanan Stres Faktörleri</b>	Stres.9	0,703	12,060	0,808
	Stres.3	0,664		
	Stres.6	0,657		
	Stres.10	0,618		
	Stres.15	0,606		
	Stres.5	0,525		
	Stres.1	0,510		
	Stres.8	0,505		
	Stres.13	0,479		
	Stres.7	0,474		
	Stres.2	0,382		

Örgütsel yapı ve politikalarından kaynaklanan stres faktörünün toplam varyansı açıklama oranı %28,606; güvenilirlik katsayısı 0,939'dur. Birey ve iş yapısından kaynaklı stres faktörünün toplam varyansı açıklama oranı %12,060; güvenilirlik katsayısı 0,808'dir. Yani bu değerlere göre faktörlerin güvenilir olduğu anlaşılmaktadır.

### 3.7. Performans Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

Ölçeğin faktör analizine uygunluğunun belirlenmesi amacıyla yapılan KMO ve Bartlett testi sonuçları Tablo 3'de verilmiştir.

**Tablo 3.** Performans Ölçeğinin Faktör Analizine Uygunluğunu Belirleyen KMO ve Bartlett Testi Sonuçları

KMO		0,874
Bartlett Testi	$X^2$	1022,245
	Sd	36
	P	0,000

Analiz sonucuna göre KMO değeri 0,500'den büyük ve Bartlett  $X^2$  testi anlamlı bulunmuştur. Buna göre ölçek faktör analizine uygundur.

**Tablo 4.** Performans Değerleme Ölçeği Faktör Yükleri

Alt Boyut (Faktörler)	Madde	Faktör Yükü	Açıklanan Varyans Oranı	Cronbach's Alfa
İş Başarısı	Performans.2	0,865	31,705	0,866
	Performans.3	0,835		

	Performans.6	0,797		
	Performans.5	0,671		
İş Doymu	Performans.8	0,796	30,376	0,780
	Performans.7	0,753		
	Performans.4	0,644		
	Performans.1	0,626		
	Performans.9	0,622		

Analiz sonucunda ölçekten hiçbir madde çıkmazken iş başarısının toplam varyansı açıklama oranı %31,705; güvenilirlik katsayısı 0,866, iş doymununun toplam varyansı açıklama oranı %30,376; güvenilirlik katsayısı 0,780'dir. Yani bu faktörlerin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Performans algısı ölçeğinde iş başarısını belirlemeye yönelik yer alan sorular; İşe gitmede isteksizlik (madde 2), İşten ayrılma düşünceleri (madde 3), İzin ve rapor alarak işten uzaklaşma isteği (madde 6), Yapılan işin niteliğinin düşmesi (madde 5) olmak üzere 4 sorudan oluşmaktadır.

Performans algısı ölçeğinin iş doymunu belirlemeye yönelik yer alan sorular; İş çevresine karşı kırıncı davranma (madde 8), İsabetsiz kararlar verme (madde 7), İşte kendini yetersiz hissetme (madde 4), İşte hata yapma (madde 1), Birlikte çalışılan kişilerle işbirliği kuramama (madde 9) olmak üzere 5 sorudan oluşmaktadır.

### 3.8. Verilerin Analizi

Verilerin analizi SPSS 24.0 programı ile yapılmıştır. Çalışmada öncelikle katılımcıların demografik yapısının incelenmesi amacıyla frekans analizi yapılmıştır. Sonrasında ölçek puanlarının betimsel istatistikleri verilmiştir. Stres ile performans arasındaki ilişki korelasyon ile analiz edilirken, stresin performans üzerindeki etkisi regresyon ile analiz edilmiştir. Stres ve performansın demografik değişkenlere göre farklılık gösterme durumu ise t testi ve ANOVA testi ile analiz edilmiştir.

### 3.9. Bulgular ve Yorum

#### 3.9.1. Araştırma Kapsamındaki Çalışanların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 5'de yer alan veriler araştırmaya katılan çalışanların çeşitli demografik özelliklerini göstermektedir.

**Tablo 5. Demografik Özellikler**

Değişkenler	Kategoriler	N	%
Yaş	18-25 yaş	10	3,8
	26-35 yaş	64	24,2
	36-45 yaş	85	32,1
	45 yaş ve üzeri	106	40,0

Tablo 5'in Devamı			
Değişkenler	Kategoriler	N	%
Cinsiyet	Kadın	142	53,6
	Erkek	123	46,4
Medeni durum	Evli	189	71,3
	Bekâr	76	28,7
Eğitim	Ortaokul	8	3,0
	Lise	84	31,7
	Üniversite	154	58,1
	Yüksek lisans	19	7,2
Kurumda görev yapma süresi	1 yıldan az	9	3,4
	1-5 yıl	48	18,1
	5-10 yıl	79	29,8
	11 yıl ve üzeri	129	48,7

Tablo 5. incelendiğinde araştırmaya katılan 265 kişinin 18-25 yaş aralığında %3,8 ile 10 kişi, 26-35 yaş aralığında %24,2 ile 64 kişi, 36-45 yaş aralığında %32,1 ile 85 kişi, 45 yaş ve üzeri %40 ile 106 kişi olduğu görülmektedir. Ankete katılanların cinsiyeti incelendiğinde kadın memurların % 53,6 ile 142 kişi oldukları ve erkek memurların ise % 46,4 ile 123 kişiden oluştuğu görülmektedir. Ankete katılan memurların medeni durumları ise %71,3 ile 189 kişinin evli, %28,7 ile 76 kişinin ise bekar oldukları görülmektedir.

Eğitim durumlarına göre %3,0 ile 8 kişinin ortaokul mezunu, %31,7 ile 84 kişinin lise mezunu, %58,1 ile 154 kişinin üniversite, %7,2 ile 19 kişinin yüksek lisans mezunu oldukları görülmektedir. Kurumda görev yapma sürelerine yani mesleki tecrübeleri incelendiğinde, 1 yıldan az kurumda görev yapanlar %3,4 ile 9 kişi, 1 ile 5 yıl arasında görev yapan %18,1 ile 48 kişi, 5 ile 10 yıl arasında görev yapan %29,8 ile 79 kişi, 11 yıl ve üzeri görev yapan %48,7 ile 129 kişi olduğu görülmektedir.

### 3.9.2. Çalışanların Örgütsel Stres Düzeyleri

Tablo 6'da araştırmaya katılan çalışanların çeşitli örgütsel stres faktörlerinden etkilenme düzeylerine ilişkin veriler yer almaktadır. Stres Ölçeğinde yer alan 42 soruya ilişkin katılımcıların değerlendirmeleri yer almaktadır.

**Tablo 6.** Örgütsel Stres Maddelerine Katılım Düzeyleri

İfadeler	Çok Az		Az		Orta		Fazla		Çok Fazla		Ort.	ss.
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Sağlık durumumun (psikolojik ve	45	17,0%	76	28,7%	93	35,1%	34	12,8%	17	6,4%	2,63	1,104

bedensel) işten olumsuz etkilemesi													
Aileme ve sosyal yaşama yeterli zaman ayıramama	42	15,8%	84	31,7%	91	34,3%	33	12,5%	15	5,7%	<b>2,60</b>	<b>1,072</b>	
İş yoğunluğu (Aşırı İş Yükü)	29	10,9%	42	15,8%	122	46,0%	50	18,9%	22	8,3%	<b>2,98</b>	<b>1,059</b>	
İşin monotonluğu	24	9,1%	56	21,1%	95	35,8%	62	23,4%	28	10,6%	<b>3,05</b>	<b>1,110</b>	
Mesleki riskler ve meslek hastalıkları	124	46,8%	67	25,3%	48	18,1%	16	6,0%	10	3,8%	<b>1,95</b>	<b>1,110</b>	
İşi belli sürede bitirme zorunluluğu	28	10,6%	50	18,9%	88	33,2%	60	22,6%	39	14,7%	<b>3,12</b>	<b>1,190</b>	
Yeterli araç ve gereçten yoksun olma	90	34,0%	65	24,5%	82	30,9%	18	6,8%	10	3,8%	<b>2,22</b>	<b>1,103</b>	
Görevde hata yapma olasılığı	68	25,7%	91	34,3%	84	31,7%	18	6,8%	4	1,5%	<b>2,24</b>	<b>0,962</b>	
Önemli kararlar verme zorunluluğu	52	19,6%	75	28,3%	95	35,8%	31	11,7%	12	4,5%	<b>2,53</b>	<b>1,073</b>	
İşin sürekli göz önünde yapılması zorunluluğu	45	17,0%	57	21,5%	63	23,8%	57	21,5%	43	16,2%	<b>2,98</b>	<b>1,329</b>	
Hizmet alan kişilerin memnuniyetsizliği veya şikâyet edilme korkusu	68	25,7%	80	30,2%	52	19,6%	34	12,8%	31	11,7%	<b>2,55</b>	<b>1,314</b>	
Görev yeri ile ilgili sık değişiklikler yapılması	88	33,2%	70	26,4%	44	16,6%	33	12,5%	30	11,3%	<b>2,42</b>	<b>1,358</b>	
Çalışma saatlerinde belirsizlik veya uygunsuzluk	169	63,8%	55	20,8%	14	5,3%	12	4,5%	15	5,7%	<b>1,68</b>	<b>1,132</b>	
Örgütsel amaç ve politikalara yeteri kadar uyulmadığı duygusu	96	36,2%	72	27,2%	59	22,3%	31	11,7%	7	2,6%	<b>2,17</b>	<b>1,125</b>	
<b>Tablo 6'nın Devamı</b>													
İfadeler	Çok Az		Az		Orta		Fazla		Çok Fazla		Ort.	ss.	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%			
Rolle ilgili sorumluluklar ve bunların yoğunluğu	58	21,9%	62	23,4%	92	34,7%	36	13,6%	17	6,4%	<b>2,59</b>	<b>1,158</b>	
Görev dağılımındaki adaletsizlik	49	18,5%	61	23,0%	57	21,5%	50	18,9%	48	18,1%	<b>2,95</b>	<b>1,374</b>	
Kendi ürettiği işin dışında bilgi verilmeme, dışlanma	88	33,2%	74	27,9%	59	22,3%	27	10,2%	17	6,4%	<b>2,29</b>	<b>1,210</b>	
Yetersiz maaş ve ücret dengesizliği	38	14,3%	41	15,5%	74	27,9%	53	20,0%	59	22,3%	<b>3,20</b>	<b>1,336</b>	
Mesleki yönden kendini geliştirme olanaklarının sağlanamaması	40	15,1%	39	14,7%	99	37,4%	58	21,9%	29	10,9%	<b>2,99</b>	<b>1,189</b>	
Yapılan işin başkalarının önemsenmemesi	51	19,2%	63	23,8%	79	29,8%	34	12,8%	38	14,3%	<b>2,79</b>	<b>1,293</b>	
Amirlerle olan ilişkilerde ortaya çıkan sürtüşme ve sorunlar	90	34,0%	74	27,9%	59	22,3%	26	9,8%	16	6,0%	<b>2,26</b>	<b>1,198</b>	

Çalışanların bir üst tarafından takdir edilmemesi	54	20,4%	58	21,9%	75	28,3%	44	16,6%	34	12,8%	<b>2,80</b>	<b>1,295</b>
Çalışanlar arasındaki yükselme hırsları ve rekabete bağlı olarak ortaya çıkan sorunlar	67	25,3%	55	20,8%	83	31,3%	31	11,7%	29	10,9%	<b>2,62</b>	<b>1,280</b>
Yönetimden farklı görüşlerde olma	70	26,4%	55	20,8%	80	30,2%	35	13,2%	25	9,4%	<b>2,58</b>	<b>1,268</b>
Karar aşamasında üst yönetimden destek alamama	60	22,6%	61	23,0%	91	34,3%	37	14,0%	16	6,0%	<b>2,58</b>	<b>1,159</b>
Kararlara katılamama	52	19,6%	72	27,2%	82	30,9%	36	13,6%	23	8,7%	<b>2,65</b>	<b>1,191</b>
Sıkı denetim ve gözetim	49	18,5%	77	29,1%	95	35,8%	30	11,3%	14	5,3%	<b>2,56</b>	<b>1,079</b>
Görevini yaparken engellendiği duygusuna kapılma	91	34,3%	81	30,6%	56	21,1%	32	12,1%	5	1,9%	<b>2,17</b>	<b>1,088</b>
Yönetimsel uygulamaları eleştiremememe	59	22,3%	64	24,2%	69	26,0%	44	16,6%	29	10,9%	<b>2,70</b>	<b>1,285</b>
İş arkadaşları ile uyumsuzluk ve çatışma yaşanması	123	46,4%	70	26,4%	50	18,9%	13	4,9%	9	3,4%	<b>1,92</b>	<b>1,074</b>
Performans değerlendirmede adaletsizlik	50	18,9%	48	18,1%	50	18,9%	49	18,5%	68	25,7%	<b>3,14</b>	<b>1,461</b>
İş yerinde dedikodunun yaygın olması	37	14,0%	29	10,9%	58	21,9%	53	20,0%	88	33,2%	<b>3,48</b>	<b>1,406</b>
Aynı anda birden fazla amire karşı sorumlu olma	59	22,3%	53	20,0%	68	25,7%	42	15,8%	43	16,2%	<b>2,84</b>	<b>1,371</b>
Gizli ayrımcılık ve adam kayırma	41	15,5%	48	18,1%	57	21,5%	61	23,0%	58	21,9%	<b>3,18</b>	<b>1,372</b>
Otorite eksikliği	66	24,9%	73	27,5%	70	26,4%	36	13,6%	20	7,5%	<b>2,51</b>	<b>1,216</b>
Yeni durumlara uyabilme durumu	58	21,9%	45	17,0%	117	44,2%	36	13,6%	9	3,4%	<b>2,60</b>	<b>1,076</b>
İş yerinin kalabalık ve gürültülü olması	70	26,4%	63	23,8%	74	27,9%	30	11,3%	28	10,6%	<b>2,56</b>	<b>1,281</b>
Çalışma ortamında ısı ve aydınlatmanın kötü olması	107	40,4%	57	21,5%	59	22,3%	27	10,2%	15	5,7%	<b>2,19</b>	<b>1,230</b>
Çalışma ortamında dinlenme olanağının bulunmaması	100	37,7%	56	21,1%	64	24,2%	27	10,2%	18	6,8%	<b>2,27</b>	<b>1,253</b>
Siyasal kışkırtma ve baskı	115	43,4%	52	19,6%	48	18,1%	28	10,6%	22	8,3%	<b>2,21</b>	<b>1,322</b>
Ülkenin ekonomik ve siyasi durumu	42	15,8%	49	18,5%	61	23,0%	53	20,0%	60	22,6%	<b>3,15</b>	<b>1,382</b>
Medyadan dinlenen ve takip edilen haberlerin iş hayatına etkileri	50	18,9%	51	19,2%	79	29,8%	46	17,4%	39	14,7%	<b>2,90</b>	<b>1,306</b>

Çalışanların stres düzeylerini belirlemek amacı ile kullanılan ölçekten elde edilen puanlar incelendiğinde çalışanlarda stres oluşturan kriterin başında 3,48 ortalama değer ile iş yerinde dedikodunun yaygın olması gelmektedir. Çalışanlarda stres oluşturan kriterlerden ikincisi ise 3,20 ortalama değer ile yetersiz maaş ve ücret dengesizliği gelmektedir. Daha sonra sırası ile 3,18 ortalama



değer ile gizli ayrımcılık ve adam kayırma, 3,15 ortalama değer ile ülkenin ekonomik ve siyasi durumu, 3,14 ortalama değer ile performans değerlendirmede adaletsizlik, 3,12 ortalama değer ile işi belirli sürede bitirme zorunluluğu, 3,05 ortalama değer ile işin monotonluğu ankete katılanlarda yüksek stres faktörleri olarak sıralanabilmektedir.

Çalışanlarda en düşük stres oluşturan kriterler ise; 1,95 ortalama değer ile mesleki riskler ve hastalıklar, 1,92 ortalama değer ile iş arkadaşları ile uyumsuzluk ve çatışma yaşanması, 1,68 ortalama değer ile çalışma saatlerinde belirsizlik veya uygunsuzluk gelmektedir.

### 3.9.3. Çalışanların Sergilemiş Oldukları Performans Düzeyleri

Tablo 7’de araştırmaya katılan çalışanların performans kriterlerini belirlemek amacıyla belirlenen kriterler yer almaktadır. Performans ölçeğinde yer alan 9 soruya ilişkin katılımcıların değerlendirmeleri yer almaktadır.

**Tablo 7.** Performans Maddelerine Katılım Düzeyleri

İfadeler	Çok fazla		Fazla		Orta		Az		Çok az		Ort.	ss
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
İşte hata yapma	6	2,3%	5	1,9%	69	26,0%	94	35,5%	91	34,3%	3,98	0,941
İşe gitmede isteksizlik	16	6,0%	27	10,2%	53	20,0%	76	28,7%	93	35,1%	3,77	1,205
İşten ayrılma düşünceleri	10	3,8%	17	6,4%	47	17,7%	59	22,3%	132	49,8%	4,08	1,127
İşte kendini yetersiz hissetme	3	1,1%	9	3,4%	37	14,0%	66	24,9%	150	56,6%	4,32	0,917
Yapılan işin niteliğinin düşmesi	5	1,9%	18	6,8%	63	23,8%	80	30,2%	99	37,4%	3,94	1,026
İzin ve rapor alarak işten uzaklaşma isteği	10	3,8%	13	4,9%	45	17,0%	59	22,3%	138	52,1%	4,14	1,101
İsabetsiz kararlar verme	2	0,8%	7	2,6%	32	12,1%	81	30,6%	143	54,0%	4,34	0,848
İş çevresine karşı kırıcı davranma	4	1,5%	4	1,5%	30	11,3%	64	24,2%	163	61,5%	4,43	0,863
Birlikte çalışılan kişilerle işbirliği kuramama	8	3,0%	11	4,2%	45	17,0%	49	18,5%	152	57,4%	4,23	1,064

Çalışanların performans kriterlerini belirlemek amacı ile kullanılan ölçekten elde edilen puanlar incelendiğinde 4,32 ortalama değer ile işte kendini yetersiz hissetme, 4,34 ortalama değer ile isabetsiz kararlar verme, 4,43 ortalama değer ile iş çevresine karşı kırıcı davranma olarak belirlenmiştir. Yani en yüksek puan olan 5’e yakınlık derecesine göre bu değerler çok az kişide görüldüğü için olumlu olarak değerlendirilmektedir.

Çalışanların düşük performans kriterleri ise; 3,77 ortalama değer ile işe gitmede isteksizlik başta olmak üzere 3,94 ortalama değer ile yapılan işin niteliğinin düşmesi ve 3,98 ortalama değer ile işte hata yapma düşük performans kriterleri olarak gözlemlenmektedir.

### 3.10. Hipotezlerin Test Edilmesi

#### 3.10.1. Örgütsel Stres İle Performans Arasındaki İlişki ve Etki Analizleri

Çalışanların örgütsel stres ile performansları arasındaki ilişkinin analiz edilmesi amacıyla yapılan korelasyon testi sonuçları Tablo 8’de verilmiştir.

**Tablo 8.** Değişkenler Arasındaki İlişkiler

Değişkenler	Örgütsel Yapı ve Politikalarından Kaynaklanan Stres	Birey ve İş Yapısından Kaynaklanan Stres	Örgütsel Stres
İş Başarısı	R -,491**	-,338**	-,490**
İş Doymu	R -,443**	-,309**	-,444**
Performans	R -,521**	-,360**	-,520**

\*\*p<0,01

Analiz sonucuna göre iş başarısı ile örgütsel stres arasında ters yönlü orta kuvvetli ( $r=-0,490$ ;  $p<0,01$ ) ve iş doymu ile örgütsel stres arasında ters yönlü orta kuvvetli ( $r=-0,444$ ;  $p<0,01$ ) ilişki bulunmaktadır. Performans ile örgütsel stres arasında ters yönlü orta kuvvetli ( $r=-0,520$ ;  $p<0,01$ ). Buna göre örgütsel stres faktörlerinin artması iş başarısını, iş doymunu ve performansını etkilemektedir.

Örgütsel stres ve boyutlarının performans ve boyutlarına olan etkisinin incelenmesi amacıyla kurulan regresyon modeli sonuçları Tablo 9’da verilmiştir.

**Tablo 9.** Örgütsel Stresin Performans Üzerindeki Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	$\beta$	Sh	T	p	F	R <sup>2</sup>
Performans	Örgütsel Stres	-0,737	0,081	-9,105	0,000*	82,893	0,240
İş Başarısı	Örgütsel Yapı ve Politikalarından Kaynaklanan Stres	-0,507	0,072	-7,032	0,000*	44,786	0,255
	Birey ve İş Yapısından Kaynaklanan Stres	-0,190	0,087	-2,169	0,031*		
İş Doymu	Örgütsel Yapı ve Politikalarından Kaynaklanan Stres	-0,326	0,053	-6,105	0,000*	34,482	0,208
	Birey ve İş Yapısından Kaynaklanan Stres	-0,129	0,065	-1,997	0,047*		

\*p<0,05

Analiz sonucuna göre örgütsel stresin performansın etkileme durumunun belirlenmesi amacıyla kurulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur ( $F=82,893$ ;  $p<0,05$ ). Buna göre örgütsel stres, iş başarısını azaltmaktadır ( $\beta=-0,737$ ) ve performanstaki değişimin %24’ü örgütsel stresten kaynaklanmaktadır.

Örgütsel yapı ve politikalarından kaynaklanan stres faktörü ile birey ve iş yapısından kaynaklanan stres faktörünün, iş başarısını etkileme durumunun belirlenmesi amacıyla kurulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur ( $F=44,786$ ;  $p<0,05$ ). Buna göre örgütsel yapı ve politikalarından kaynaklanan stres faktörü ile birey ve iş yapısından kaynaklanan stres faktörü, iş başarısını azaltmaktadır ( $\beta=-0,507$ ;  $\beta=-0,190$ ) ve iş başarısındaki değişimin %26’sını örgütsel yapı ve

politikalarından kaynaklanan stres faktörü ile birey ve iş yapısından kaynaklanan stres faktöründen kaynaklanmaktadır. Örgütsel yapı ve politikalarından kaynaklanan stres faktörü ile birey ve iş yapısından kaynaklanan stres faktörünün, iş doyumunu etkileme durumunun belirlenmesi amacıyla kurulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur ( $F=34,482$ ;  $p<0,05$ ). Buna göre örgütsel yapı ve politikalarından kaynaklanan stres faktörü ile birey ve iş yapısından kaynaklanan stres faktörü iş doyumunu azaltmaktadır ( $\beta=-0,326$ ;  $\beta=-0,129$ ) ve iş doyumundaki değişimin %21'i örgütsel yapı ve politikalarından kaynaklanan stres faktörü ile birey ve iş yapısından kaynaklanan stres faktöründen kaynaklanmaktadır.

**Tablo 10.** Stres ve Performans Ölçeklerinin Betimsel İstatistikleri

Değişkenler	N	Minimum	Maximum	Ort.	Ss
Örgütsel Yapı ve Politikalarından Kaynaklanan Stres Faktörü	265	1,00	4,88	2,66	0,80
Birey ve İş Yapısından Kaynaklanan Stres Faktörü	265	1,09	4,55	2,50	0,66
Örgütsel Stres	265	1,14	4,43	2,58	0,63
İş Başarısı	265	1,00	5,00	3,98	0,94
İş Doyumu	265	1,40	5,00	4,26	0,68
Performans	265	1,43	5,00	4,12	0,73

Araştırmaya katılan 265 çalışanın örgütsel stresleri orta düzeyde ( $\bar{x} = 2,58$ ), performansları ise yüksek düzeydedir ( $\bar{x} = 4,12$ ).

Çalışanlar üzerinde etkili olan örgütsel stres arttıkça performans azalmaktadır. Yapmış olduğumuz araştırma neticesinde Tablo 10'da da görüldüğü gibi örgütsel stresin orta düzeyde olması çalışanların performansının yüksek seviyede olmasını sağlayacaktır. Yani stres belirli bir seviyeye kadar bireylerin performansına olumlu yönde etki yapar eğer stres optimum seviyeden yüksek seviyelere çıkarsa bireylerin performansına negatif yönde etki gösterecektir.

Bu verilere göre  $H_1$  (örgütsel stres faktörleri artarsa çalışanların işgücü performansı azalır),  $H_2$  (örgütsel yapı ve politikalarından kaynaklanan stres faktörleri arttıkça iş başarısı azalır),  $H_3$  (örgütsel yapı ve politikalarından kaynaklanan stres faktörleri arttıkça iş doyumunu azalır),  $H_4$  (birey ve iş yapısından kaynaklanan stres faktörleri arttıkça iş başarısı azalır) ve  $H_5$  (birey ve iş yapısından kaynaklanan stres faktörleri arttıkça iş doyumunu azalır) kabul edilmiştir.

### 3.10.2. Örgütsel Stres ve Performansın Demografik Değişkenlere Göre Farklılık Gösterme Durumu

Çalışmanın bu kısmında araştırmaya katılan belediye çalışanlarının yaşı, cinsiyeti, medeni durumu, eğitim durumu ve kurumda çalışma süreleri değişken olarak alınmıştır. Bu değişkenler açısından örgütsel stres ve performans düzeylerinde anlamlı fark olup olmadığı incelenmiş ancak eğitim durumu hariç diğer değişkenlerde anlamlı farklılık gözlenmemiştir.

### 3.10.3. Örgütsel Stres ve Performansın Eğitim Durumuna Göre Farklılık Gösterme Durumu

Örgütsel stres ve performansın eğitim düzeyine göre farklılık gösterme durumunun incelenmesi amacıyla yapılan ANOVA testi sonuçları Tablo 11'de görülmektedir.

**Tablo 11.** Stres ve Performansın Eğitim Düzeyine Göre Farklılık Gösterme Durumu

		N	Ort.	Ss	F	P
Örgütsel Yapı ve Politikalarından Kaynaklanan Stres Faktörü	Otaokul – Lise	92	2,46	0,77	5,349	0,005*
	Üniversite	154	2,76	0,80		
	Yüksek lisans	19	2,93	0,66		
Birey ve İş Yapısından Kaynaklanan Stres Faktörü	Ortaokul – Lise	92	2,35	0,57	4,245	0,015*
	Üniversite	154	2,57	0,71		
	Yüksek lisans	19	2,71	0,48		
Örgütsel Stres	Ortaokul – Lise	92	2,40	0,58	6,587	0,002*
	Üniversite	154	2,66	0,64		
	Yüksek lisans	19	2,82	0,49		
<b>Tablo 11' in devamı</b>		N	Ort.	Ss	F	P
İş Başarısı	Ortaokul – Lise	92	4,09	0,86	0,985	0,375
	Üniversite	154	3,92	1,00		
	Yüksek lisans	19	4,00	0,88		
İş Doyumu	Ortaokul – Lise	92	4,25	0,73	0,170	0,844
	Üniversite	154	4,26	0,67		
	Yüksek lisans	19	4,35	0,54		
Performans	Ortaokul – Lise	92	4,17	0,74	0,429	0,651
	Üniversite	154	4,09	0,74		
	Yüksek lisans	19	4,17	0,63		

\*p<0,05

Analiz sonucuna göre örgütsel yapı ve politikalarından kaynaklı stres faktörü, birey ve iş yapısından kaynaklanan stres faktörü ile örgütsel stres eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir. Ortalama değerler incelendiğinde eğitim seviyesi yükseldikçe çalışanların örgütsel stres düzeylerinde artış görülmektedir. Buna göre eğitim seviyesi düşük olan çalışanların örgütsel stres seviyesi düşük iken eğitim seviyesi yüksek çalışanların örgütsel stres düzeyleri de yüksektir.

Performans eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Bu verilere göre H<sub>6</sub> (Örgütsel stres demografik değişkenlere göre farklılık göstermektedir) ankete katılan çalışanların sadece eğitim durumlarının örgütsel stres seviyelerini etkilemesinden dolayı kısmen kabul edilmiş, H<sub>7</sub> (performans demografik değişkenlere göre farklılık göstermektedir) ret edilmiştir.

#### 4. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Çalışanların stres düzeylerini belirlemek amacı ile kullanılan ölçekten elde edilen veriler incelendiğinde çalışanlarda stres oluşturan kriterlerin en başında iş yerinde dedikodunun yaygın olması gelmektedir. Çalışanlarda stres oluşturan kriterlerden ikincisi ise yetersiz maaş ve ücret dengesizliği gelmektedir. Daha sonra sırası ile gizli ayrımcılık ve adam kayırma, ülkenin ekonomik ve

siyasal durumu, performans değerlendirmede adaletsizlik, işi belirli sürede bitirme zorunluluğu ve işin monotonluğu ankete katılanlarda yüksek stres faktörleri olarak sıralanabilmektedir.

Katılımcıların demografik özelliklerinden yaş, cinsiyet, medeni durum ve kurumda çalışma sürelerinin maruz kalınan örgütsel stresten etkilenme derecesinde anlamlı bir fark görülmemektedir. Ancak katılımcıların eğitim durumunun örgütsel stresten etkilenme derecesinde farklılık tespit edilmiştir. Buna göre eğitim seviyesi yükseldikçe çalışanların örgütsel stres düzeylerinde artış görülmektedir. Yani eğitim seviyesi düşük olan çalışanların örgütsel stres seviyesi düşük iken eğitim seviyesi yüksek çalışanların örgütsel stres düzeyleri de yüksek olduğu gözlemlenmektedir.

Bu durum çalışanların yeteneklerine ve eğitim seviyelerine uygun sorumlulukların verilmediği durumlarda da ortaya çıkabilir. Yani kişinin yaptığı iş kendi kapasitesinden çok daha düşük olduğu zaman kişi kendini geliştirme ya da kendini gösterebilme imkânı bulamayacaktır. Bu durumda da bireyler için bir stres kaçınılmaz olacaktır.

Çalışanların iş gücü performanslarının örgütsel stres faktörlerinden etkilenme düzeyleri iş başarısı ve iş doyumunu şeklinde ele alınmıştır. Çalışanların performans, iş başarısı ve iş doyumlarının örgütsel stres faktörlerinden anlamlı derecede etkilendiği görülmüştür. Buna göre çalışanların örgütsel stres düzeyleri arttıkça iş gücü performanslarında düşüş meydana gelmektedir. Ancak genel olarak katılımcıların 1 en düşük 5 en yüksek puan olmak üzere örgütsel stres seviyesinin 2,58 ortalama puan ile orta seviyede olduğu, performanslarının ise 4,12 ortalama değer ile yüksek seviyede olduğu görülmektedir. Bu da örgütsel stres seviyesinin optimum seviyede performansı yükselttiği anlamına gelmektedir. Diğer taraftan Yenimahalle Belediyesi çalışanlarının örgütsel stres seviyesi ve performans seviyeleri ideale yakın olsa da daha da geliştirmek yani örgütsel stres seviyesini bir miktar düşürüp performans seviyesini daha da artırmak mümkündür.

Bu doğrultuda yapılabilecekler, iş yerinde dedikodunun yaygın olmasını engelleyici tedbirler almak, çalışanların yetersiz maaş ve ücret dengesizliği ortadan kaldırmaya yönelik maaş ve ücretlerde iyileştirmelerin yapılması, çalışanlar arasında gizli ayrımcılık ve adam kayırmanın önlenmesi veya kurumda gizli ayrımcılık ve adam kayırma yapılmıyorsa da bu çalışanlara hissettirilmelidir. Performans değerlendirmede adaletli olunmalı, işi belirli sürede bitirme zorunluluğuna düzenleme getirilmesi, yapılan işin yoğunluğu ve monotonluğunu düzenleyici tedbirlerin alınması, görev dağılımındaki adaletsizliklerin giderilmesi, çalışanlara mesleki yönden kendilerini geliştirme imkânları sağlanmalıdır. Yapılan işin amirler tarafından önemsendiğini göstermek amacıyla sürekli takdir edilmesi, çalışanlara kendilerini önemli hissetmeleri bakımından alınan kararlara katılımlarının sağlanması, aynı anda birden fazla amire karşı sorumlu olmanın önüne geçilmeli en önemlisi çalışanlara stres yönetimi hakkında bilgilendirmelerin yapılması gerekirse bu konuda seminer ve kursların düzenlenmesi şeklinde sıralanabilir. Bu sayede çalışanlarda stres oluşturan bu faktörlerin performanslarını azaltıcı etkisi önlenebilecektir.

## KAYNAKÇA

- Akgemci, T. (2001). Örgütlerde Stres ve Yönetimi. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15(1-2), 302-308.
- Artan, İ. (1986). *Örgütsel Stres Kaynakları ve Yöneticiler Üzerinde Bir Uygulama* (10.Baskı). İstanbul: Basisen Eğitim ve Kültür Yayınları.
- Atılğan, T. ve Dengizler, İ. (2007). Hazır Giyim Sektöründe Örgütsel Stres Üzerine Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (2), 62-92.
- Aykanat, Z. (2014). *Psikolojik Sözleşmenin İhlali Algısında Örgütsel Adaletin Etkisi Ve Etik Liderin Aracı Değişken Olarak Rolü: Kalkınma Ajanslarında Uygulama*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Aytaç, S. (2009), "İş Stresi Yönetimi El Kitabı İş Stresi: Oluşumu, Nedenleri, Başa Çıkma Yolları, Yönetimi", <http://kayseri.aile.gov.tr/data/54785e08369dc54fc832b71e/254c9c10627632335d8b3df78363b7c4.pdf>(30.12.2016).
- Baltaş, A. ve Baltaş, Z., (1990). *Stres ve Başa Çıkma Yolları* (10. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çelik, A. (2010). *Kriz ve Stres Yönetimi* (1. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Çelik, M. ve Turunç, Ö. (2009). Aile-İş Çatışması, İş Stresi ve Örgütsel Sadakatin İş Performansına Etkisi: Savunma Sektöründe Ampirik Bir Çalışma. *Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Dergisi*, 8 (2), 217-245.
- Ergun, G. (2008). *Sağlık İşletmelerinde Örgütsel Stresin İşgücü Performansı ile Etkileşiminin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Eroğlu, F. (2004). *Davranış Bilimleri* (6. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Gök, S. (2009). Çalışma Yaşamının Önemli Bir Sorunu: Örgütsel Stres. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(2), 429-448.
- Gökgöz, H. (2013). *Stresin Çalışanların Performansı Üzerine Etkisi: Öğretim Elemanları Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Gül, H. (2007). İş Stresi, Örgütsel Sağlık ve Performans Arasındaki İlişkiler: Bir Alan Araştırması. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2007(2), 318-332.
- Gümüştekin, G. E. ve Öztemiz, A. B. (2005). Örgütlerde Stresin Verimlilik ve Performansla Etkileşimi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (1), 271-288.
- Örücü, E., Kılıç, R., Ergül, A. (2011). Çalışma Yaşamında Stresin Bireysel Performans Üzerindeki Etkileri: Eğitim ve Sağlık Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma, *Akademik Bakış Dergisi*, 26, Issn: 1694-528X. <http://www.akademikbakis.org/eskisite/26/08.htm> (12.01.2017)
- Özmutaf, N. M. (2007). Örgütlerde Bireysel Performans Unsurları ve Çatışma. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8 (2), 41-60.

Tonbul, İ. & Aykanat, Z. (2019). Örgütsel Stresin Çalışan Performansına Etkisi: Yerel Yönetimlerde Bir Uygulama. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 1-20.

Öztürk, A. (2010). *Marka İletişiminin Kriz Dönemlerinde İşletme Performansına Etkisi ve Hazır Giyim İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Sabuncuoğlu, Z. ve Tüz, M. (1995). *Örgütsel Psikoloji* (1.Baskı). Bursa: Ezgi Kitabevi.

Soysal, Abdullah (2009). İş Yaşamında Stres. *Çimento İşveren Dergisi*, 23 (3), 17-40.

Tunçer, P. (2013). Örgütlerde Performans Değerlendirme ve Motivasyon. *Sayıştay Dergisi*, 88, 87-108.

Tutar, H. (2000). *Kriz ve Stres Ortamında Yönetim* (1. Baskı). İstanbul: Hayat Yayınları.

Yılmaz, O. (2006). *Stresin Performans Üzerine Etkisi 40'ıncı Piyade Eğitim Alay Komutanlığı Lider Personeli Üzerinde Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.



## Bir İdeal Kent Felsefesi Olarak Ütopya ve Bir Ütopya Denemesi Olarak “Bayburtopia”

Şükrü NİŞANCI\*

Fatih UÇAN\*\*

### Öz

Kent gibi bazı kavramlar vardır ki insanların hayatı önem verdikleri konuların ortak ilgi alanını oluşturur. Başka bir anlatımla kent sadece mimarinin, mühendisliğin değil en az bunlar kadar ekonominin, ahlakın, felsefenin ve dinin temel ilgi alanlarından biri olarak geçmişten günümüze değin önemini korumuştur. Kentler sadece korunma, barınma mekânları değildir, insanın kendini gerçekleştirme, ahlaki olgunluğunu tamamlama açısından vazgeçilmez öneme sahiptir. İnsanlar önce kentleri, sonra da kentler insanları inşa eder. Çalışma, bir yönü ile bu karşılıklı ilişkiden hareketle geliştirilen Ütopyacı geleneği konu edinmektedir. Antik Yunan’dan Modern döneme kadar ortaya konulan ütopyacı gelenekten yola çıkarak Bayburt üzerinden mütevazı bir ütopya denemesine teşebbüs edilmektedir. Sonuç olarak Ütopyacı geleneğin, modası geçmiş ve hayaller silsilesi olmadığı, Bayburt özelinden hareketle Türkiye’de kent sorunlarının çözümü için alternatif bir yol olabileceği vurgulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Ütopya, Thomas More, Kent, Bayburt.

**Makale Türü:** Araştırma Makalesi

## Utopia as an Ideal City Philosophy and as A Utopia Experiment “Bayburtopia”

### Abstract

There are some concepts such as the city that create the common domain of the subjects that people care about. In other words, the city has retained its importance from the past to the present not only as much as architecture, engineering, but also as one of the main areas of interest of the economy, morality, philosophy and religion. Cities are not only places of protection and shelter, but they also have an irrevocable significance for self-realization and moral maturity of the people. First people build cities, then cities build people. The study deals with the utopian tradition developed from one aspect of this mutual relationship. Starting from the utopian tradition of the ancient Greeks until the modern period, it is attempted to make a modest experiment over Bayburt. As a result, it is emphasized that the utopian tradition has become outdated and the vista is gone, but Bayburt may become an alternative way to solve urban problems in Turkey.

**Keywords:** Utopia, Thomas More, City, Bayburt.

**Article Type:** Research Article

\* Prof. Dr., Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, [sukrunisanci@atauni.edu.tr](mailto:sukrunisanci@atauni.edu.tr), Orcid ID: 0000-0002- 3161-065X

\*\* Arş. Gör., Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, [fatih.ucan@atauni.edu.tr](mailto:fatih.ucan@atauni.edu.tr), Orcid ID: 0000-0002-1448-4953



## 1. GİRİŞ

Kavram olarak 16. yüzyılda Thomas More tarafından keşfedilen Ütopya, bir olgu olarak Antik Yunan felsefesinin ana damarlarından biridir ve hatta en özel ilgi alanıdır. Platon'un Devlet'i ve Aristo'nun Politikası'nın ana teması erdemli yaşamdır. Siyaset (politika) kentle ilgili şey demektir. Buna göre erdemın ana rahmi, siyasetin şekillendiği kentsel dünyadır. Kısaca Antik Yunanın önemli filozofları "öyle bir kentsel yaşam (düzen) üzerinde düşünüp bunu hayata geçirelim ki bu yaşam dünyasına gözünü açan insan; estetiğe, doğruya, erdeme doysun, karakteri bunlarla yoğrulsun" (Arslan, 2017: 317-322) şeklinde oldukça manidar ütopyik<sup>1</sup> düşünceler geliştirmişlerdir.

Kentsel yaşamdaki statülerin dağıtılması, çarşı-pazar ilişkilerinin düzenlenmesi hatta kentin nüfusunun en baştan belirlenmesi gibi biraz da totaliterlik içeren düşüncenin temelinde daima erdemli insanın yuvası olacak ideal kenti inşa etme kaygısı vardır. Daha sonra Thomas More, Tommaso Campanella gibi modern dönem ütopyacı düşünürlerinde kent planlamacılığının en ince ayrıntılarını veren örneklerle rastlamaktayız. Thomas More'un "öylesine düzenli, insani kentler kurulacaktır ki temel felsefe aynı olduğu için bir kenti gören bir kimsenin diğerini görmeye ihtiyacı kalmayacaktır" (More, 2016) demesi tek başına kent felsefesinin Batıdaki önemini ortaya koymaya yeter. Batıda yüzyıllardır geçmiş olan bu felsefe elbette yaşamda karşılığını bulmuştur. Bir kapısı bahçeye diğeri sokağa açılan, birbirinin aynı olan evlerden oluşan kentsel ütopyanın, "bahçe-kent" şeklinde İngiltere'de yaşama geçmesi tesadüfi değildir. Çünkü Ütopyanın yazarı aslen İngiliz'dir. Avrupa kentlerinin en tipik özellikleri olan geniş meydanlar ve bulvarlar Platon'dan beri yüzyıllardır özenle işlenen kent felsefesinin doğal bir sonucudur.

Tüm bu usavurum ve çıkarımlara dayanarak, bu çalışmanın amacı kentleşme sorunlarının katmerleşerek arttığı Türkiye'de mevcut sorunların felsefi bağlamını tartışmak, daha doğrusu; felsefesiz kentleşmenin bedellerini hatırlatmak ve böylece kentleşme felsefesinin hayati önemini vurgulamaktır. Türkiye'de, hukukun, siyasetin, dinin hatta spor ve kültürün felsefi bir gelenekten mahrum olduğu inkârı mümkün olmayan bir gerçektir. Söz konusu alanlardaki felsefesizliğin üretmiş olduğu karmaşa, yozlaşma, sağlık vs. bu alanlarda az çok bir bilinçlenme halesi meydana getirmeye başlamışsa da kentleşme alanında benzeri bilinçlenme emareleri hala göze çarpmamaktadır. Türkiye'de son zamanlarda hayli revaçta olan ve bir başarı hikâyesi olarak zaman zaman kendisine referanslar yapılan "kentsel dönüşüm" politikaları ve uygulamaları bu hipotezin zayıflığına değil, tam tersine hayati önemine delalet eder. Sürekli olarak yapıp, beğenmeyip yıkarak yenisini yapmamak yani "kentsel dönüşmemek" için ütopyacı gelenekten yararlanmaya ihtiyaç vardır. Birbirine yakın nüfusa sahip Paris ve İstanbul'un yaşanabilirlik endeksleri arasında Paris lehine farkların oluşması, Türkiye'nin mühendislik ve mimari konusundaki mahrumiyetini değil, temelde kent felsefesi demek olan "ütopyacı düşünme" ihtiyacını açık etmektedir.

## 2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

### 2.1. Din, Ekonomi, Devlet ve Felsefenin Ortak Konusu Olarak Kent

Kent/Şehir gibi bazı kavramlar vardır ki bunlar insanlık için önem arz eden konuların ortak noktasını teşkil eder. Bu yönüyle kent; dinin, ekonominin, devletin ve felsefenin başat ilgi alanını oluşturur. İnsan ve kent ilişkisi adeta tarihin bilinmeyen dönemlerine kadar geri giden varoluşsal bir

<sup>1</sup> Burada "ütopyik" kelimesi kötileyici (pejoratif) anlamda kullanılmamıştır.

ilişkidir. "Biz ev inşa ederiz sonra da evler bizi" sözü eski Yunana kadar uzanır. Kent sosyolojisinin kurucu isimlerinden Robert Park bu gerçekliği şu ifadelerle özetlemiştir:

*"İnsanlık, kendini daha gelişmiş hayvanlardan ve ilkel insandan ayıran özelliği olan entelektüel yaşama ilk kez kent ortamında yani kendi inşa etmiş olduğu dünyada kavuştu. Zira kent ve kentsel mimari insanın, içinde bulunduğu dünyayı kendi arzuladığı şekle sokma çabasının genel anlamda en tutarlı ve en başarılı anını temsil eder. Ama insanın vücuda getirdiği dünya olarak kent, bundan böyle yaşamaya mahkûm olduğu dünyadır. İnsan belki de bu yüzden şehri inşa ederken kendisini de yeniden inşa etmiş olur (Harvey, 2008: 195).*

"İnsan kentini bilmeden, kendisini bilemez". İnsan ve kent ilişkisi özellikle modern dönemler için genellikle olumlu bir içeriğe sahiptir. Burjuva kesimlerinin özlemini yansıtan "şehrin havası insanları özgürleştirir" sözü günümüz hâkim paradigmasını yansıtır. Ancak mesele hiç de bu kadar yalın ve tek yönlü değildir. Modern kent bir açıdan da karmaşa ve kuralsızlık yeridir. Kırsala nazaran kentlerde yaygınlık gösteren intihar vakaları, insanlık olarak "kent hallerinin" henüz arzu edilebilir bir şekle sokulamadığını ve kentsel yaşamın insanlık için temel problematik olduğunu göstermektedir.

Kent, dinin, sanatın ve kültürün kadim ilgi alanlarından biridir. M.Ö 3. yüzyıla ait bir vesikada eski Mısır tanrısı Ptah'ın sıfatlarından biri de "kent" olarak belirtilmiştir (Çelik, 2014: 30). Büyük İskender'in Mısır'ı ele geçirerek kendisini Mısır tanrısı Firavun olarak ilan etmesi ve kendi ismini verdiği bir kent kurması (İskenderiye) din-devlet ilişkileri bağlamında şehrin önemini pekiştirmektedir. Başka bir ifade ile kent; ahlakın, sanatın ve felsefi düşüncenin geliştiği, insanın varoluşsal hedeflerini en üst düzeyde karşılayan mekândır (Çelik, 2014: 30-31). Kentin insan üzerindeki etkisi o kadar geniş alanlara yayılmıştır ki, insan, "insanlar mı kentleri kurar yoksa kentler mi insanları" sorusunu sormaktan kendisini alamaz.

Saint Augustinus'un "Tanrı Kenti" isimli eseri de kentlerin dini anlayışta ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Hristiyanlığın simge azizlerinden Augustinus, ilk katil olarak bilinen Kabil ve oğullarını "dünya kenti"nin, Habil ve oğullarını ise "Tanrı Kenti"nin temsilcileri olarak tanımlamıştır (Augustinus, 1909: 54-58). Urfa Göbeklitepe'de arkeolojik kazılar yapan Alman Arkeolog Dr. Klaus Schmidt'in "önce tapınak geldi, sonra kent" tespiti din ve şehrin neredeyse ikiz gerçeklikler olduğunu göstermektedir (Taşçı, 2014: 55).

İslam dininin kente bakışı ile ilgi öne sürülebilecek çeşitli argümanlar bulunmaktadır. Örneğin Kur'an'da adı geçen yirmi beş Peygamberin tamamının ilk kentlerin kurulduğu bölgelerde yaşamış olması, din ve kent arasındaki yakın ilişkiyi gözler önüne sermektedir. Kuran'da Mekke'nin "kentlerin annesi" (ümmü'l-kura) olduğu ayeti (Şuara: 7) İslam'ın din açısından kente verdiği öneme işaret eder. "Erkeklerin kadınlar üzerinde egemen olduğunu" belirten başka bir ayet olmasına rağmen "kentlerin babası" yerine "kentlerin annesi" tabirinin kullanılmasında çok ince bir anlam sezilmektedir. Baba; gücü, kuvveti, söz geçirmeyi, tahakkümü; anne ise şefkati, merhameti simgeler. Dünyada, anne gibi insanı kucaklayan kentler vardır. Orada doğmasanız bile ilk gittiğinizde dahi sanki orada doğmuşsunuz, büyümüşsünüz gibi sizi kendine çeken kentlere Viyana, Freiburg ve Paris örnek verilebilir. İnsanda telaş, korku yabancılaşma oluşturan adeta insanın üstüne üstüne gelen "baba kent"lerin örnekleri daha çoktur. New York, Tokyo ve neredeyse tüm uzak doğunun metropoliten kentleri "baba kent" figürünün eksiksiz portresini sunmaktadır. Bir asır önce İstanbul saç-başı biraz dağılmış, derbeder bir görüntü sergilese de, o da "anne kent" özellikleri göstermekteydi. Günümüzde ise dikey mimarinin kurbanı olarak yaşlanmış çekilmez baba gibi, her gün başka bir kasvet ürettiği söylenebilir.

Kentin önemine işaret eden İslam dini “Şehre doğru koşarak gelen bir adam” (Yasin:20) ayeti ile kentle hakikat ilişkisini ima etmekte, kentten kaçarak mağaraya sığınan gençler rivayeti de, gerçekliğin bozulmasını telmih etmektedir. Yusuf Peygamberin kırsaldan gelen kardeşlerinin gözünde “aziz” konumuna yükselmesi, yerleşik bir devlet ve kentle ilgili yüksek bir görevde bulunmasıyla ilgilidir.

Kent ve devlet/medeniyet arasında da çok yakın münasebet bulunmaktadır. İbn-i Haldun medeniyetlerin doğuş ve çöküşünü kent kavramı etrafında açıklamaktadır. Benzer şekilde çağların en büyük filozofu olarak kabul edilen Platon’un düşüncelerinin merkezinde de kent vardır. İdeal kent arayışının sonucu olarak baş gösteren ütopyacılık geleneğinin ilk halkası Platon’un Devlet kitabıdır. Onun önemini gün yüzüne çıkaran Farabi’nin “El-medinetü’l Fazılası” bu geleneğin önemli bir halkası olarak görülmektedir.

## **2.2. Bir Kent Felsefesi Olarak Ütopya**

### **2.2.1. Modernite Öncesi**

Türkçede ütopya kelimesinin çağrışımları genellikle pejoratifdir. Kavram; “ham hayal”, “boş” “ipe sapa gelmez fikir”, “makul ve rasyonel olmayan”, “uygulanması imkânsız şey” gibi olumsuzluk ifade eden anlamlarda kullanılmaktadır. Yunanca “yok” anlamına gelen “ou (u)” ve “yer” anlamına gelen “topia” sözcüklerinin birleşiminden oluşan ütopyanın, onu icat eden Thomas More tarafından çift anlamlı kullanıldığı sezilmektedir. Çünkü burada bir cinas söz konusudur. “Ou” (olmayan) ekinin sestesi “eu” (iyi) dur. Ou topia (ütopya) pekâlâ Eu topia (Etopya) olarak da okunabilir. Böylece olmayan yer, “iyi yer”e “şanslı yer”e dönüşmüş olur (Yalçınkaya ve Ören, 2015: 359; Öztürk, 2006: 27).

İdeal ve mükemmel bir kent modeli sunan ütopyacılık, Thomas More’un Ütopya eseriyle başlatılsa da aslında bunun kökleri Antik Yunana kadar geri götürülmektedir. Kent ve ütopya figürleri uzun zaman önceden beri iç içe geçmiş durumdadır. İlk vücut bulduklarında ütopyalar belirgin olarak kentsel bir muhtevaya sahiptir. Yani Thomas More eserine Ütopya ismini vermeden öncede de kent ve ütopya arasında bağ kurulduğu söylenebilir. Platon, ideal yönetim biçimlerini kapalı bir toplum modeli olarak inşa edilen Cumhuriyet’inde öylesine örmüştü ki, kent ve yurttaş kavramları adeta iç içe geçmiştir (Harvey, 2008: 192).

Ütopyacı geleneğin Batı’ya özgü olduğu söylenebilir. Batı dışındaki toplumlarda genellikle dini evren tasvirlerine iliştilmiş mükemmellik hayallerinin değişik türlerine rastlanır. Bu toplumlarda ütopya yazmaya, yazılanları eleştirmeye böylece bu temaları zenginleştirip geliştirmeye dönük pratikler görülmemektedir (Kumar, 2005: 57). Ütopik denilecek düşünce kırıntıları varsa bile bunlar ya çok uzak bir geçmişe ya da çok uzak bir geleceğe aittir. Örneğin bir Müslüman için “asr-ı saadet” ve mehdilik bu iki ucu ifade eden ideal kurgulardır. Bu ideal kurgulara inanan insanlar, söz konusu kurgular ile yaşamları arasında somut bir bağ kurmakta zorlanırlar.

Edebi- felsefi bir geleneğin ürünü olarak ortaya çıkan ütopyaların toplumsallık işlevi “olmayan yer” sıfatının önüne geçmiştir. Mesela Hudson, ütopyaların şu fonksiyonlarına dikkat çekmektedir:

1. Bilişsel fonksiyon
2. Eğitsel mitografik fonksiyon
3. Gelecekte ümitli olma, insanlara ümit bahsetme fonksiyonu
4. Tarihi değiştirme ve dönüştürme fonksiyonu

Levitas bunlara beşinci bir fonksiyon olarak, “artan hoşnutsuzluklar, bozulma, düzensizlik ve eşitsizlikten duyulan rahatsızlığı ifade etme” fonksiyonunu da eklemiştir (Öztürk, 2006: 2-3).

Kuşkusuz ütopyaların bu fonksiyonlarına başka ilaveler de yapılabilir. Bu çerçevede asıl vurgulanması gereken nokta, ütopyaların çoğunlukla ulaşılamaz gibi addedilen hedeflerinin ütopyik düşünce ve tutumların en sonunda işe yaramaz olduğu şeklinde yorumlanmasının doğru olmayacağıdır. Klasik ütopyaların, mevcut düzenden daha iyi bir düzen fikrini canlı tutması ve böylece daha iyi bir dünyanın motivasyon kaynağı olması başlı başına bir değer içerir.

Kısaca ütopyalar politik ve ekonomik olarak toplumun geldiği noktada toplumun ortak iyiliği için mevcut durumla hesaplaşma fikrini diri tutarlar. Çünkü hiçbir toplum ya da düzen sadece ekonomik ve siyasal amaçlarla/çıkarlarla ayakta kalmaz. Bu yönüyle ütopyalar aslında mevcut düzenin, yaşanan realitenin eleştirisidir. Mevcut düzenin eleştirisine yönelik bir başka çaba da Kelile ve Dimne örneğinde görülebileceği gibi fabl tarzı mesellerdir (İbnü’l-Mukaffa, 2015).

Ütopyik düşünceler genellikle “kamu yararı” düşüncesinin başat olduğu zihniyet dünyalarının ürünüdür. Liberal düşüncenin hâkimiyetini ilan ettiği günümüzde “kamu yararı”, “ortak iyi” gibi kavramların gözden düştüğü muhakkaktır ama aynı gelenek içinde bireyin kontrolsüz yükselişini sorgulayan temalar, bu bakışın arızalı yönlerini açık hale getirmektedir. Mesela Macpherson, liberalizmin “sahiplenici bireycilik”e dayandığını ve günümüzün sorunlarının temelinde kaynağının bu olduğunu vurgular. Bireyin kendi kapasitesi/kazanımları konusunda hiç kimseye ve topluma bir borç hissetmemesi, yani oldukça atomize birey anlayışı kamusal insanın çöküşü anlamına gelmektedir. Modern toplumlarda aşırı bireyselleşmeden kaynaklı sorunların iyileştirilmesinde ütopyaların toplumu bir bütün olarak ele alan bakış açıları çok önemi bir eğitim referansıdır (İspir, 2008: 30).

Ütopyacılığın ilk referans kaynağı daha önce ifade edildiği gibi kuşkusuz Platon’dur. Antik Yunan’ın bu büyük filozofuna göre kent insanların temel ihtiyaçlarını karşılamak ve refahı sağlamak için değil, asıl olarak insan-ı kâmilî ortaya çıkarmak için gereklidir. Kısaca ona göre doğru inşa edilmemiş kent yoksa insani erdemlerden söz edilemez. Sonucu totaliter uygulamalara varsa da onun ideal kent tasarımında ısrar ettiği erdem kaygısının bir sonucudur. Ona göre erdemli kent, gelişigüzel, hasbelkader ortaya çıkan bir mekânsal alan değildir, onun nüfusu, meslek grupları ideal bir şablon olarak belirlenmeli ve bu yapı öylece korunmalıdır (Platon, 2017: 264).

Platon ideal bir kentin nüfusunu 5040 olarak açıklar ve bu nüfusun üç sınıfa ayrılması gerektiğini belirtir. Anlaşılan o ki Platon’da meskenler sadece barınak olarak, kentler ise sadece iş bölümünün zorunlu kıldığı mekânlar olarak görülemez. Platon’un Devlet kitabı, devletin askeri, siyasi olarak güçlenmesinin yollarını değil, insanın ahlaki bir varlık olarak olgunlaşması için kentin varlığı ihtiyacını vurgulamak için yazılmıştır. Kentteki mesleklerin belirlenmesi ve nüfusun da kesin bir sayı olarak belirlenmesinin arkasındaki motif, maddi zenginlik, konfor değil, insan-ı kâmilin ortaya çıkma düşüncesi idi. Platon kentin erdemli olabilmesi daha doğrusu erdemli insana ev sahipliği yapabilmesi konusunda en kritik vurguyu yönetici konusunda yapar. Ona göre bir kentin yönetimi mutlaka filozoflara bırakılmalı bu mümkün değilse yöneticiler filozof yapılmalıdır.

Platon’un ayak izlerine basarak fikirler geliştiren Farabi kentleri erdemli kent ve bunun dışındakiler diye temelde iki kategoriye ayırmaktadır. Ona göre erdemli kent bir örnektir, tek bir formatı vardır yani onun tanımlayıcı kriterleri bellidir. Erdemsiz kentler sayısız olmakla birlikte başlıca dört şekilde ortaya çıkmaktadır (Farabî, 1990: 212).

Cahil, fasık, mubaddala (karakteri değişmiş) ve dalla (yanlış görüş içinde bulunan) şekilde kategorize edilen bu kentlerin ilkinde Platon'un devlet adlı eserinde rastlanabilir. Ancak buradaki orijinal sınıflandırma değiştirilmiş ve çeşitlendirilmiştir ve tabii ki fiilen kullanılan kavramlar da İslami kavramlardır (Farabî, 1990: 212).

Selefi Platon gibi Farabî'de erdemli bir kent için her şeyden önce ve her şeyden çok kent yöneticisinin nitelikleri üzerinde durmuştur. Kent yöneticisi olma yeterlilik kriterleri olarak doğuştan sahip olunması gereken on iki, sonradan elde edilmesi gereken altı özeliğin bulunmasını şart koşturmuştur. Farabî, yöneticinin nitelikleri konusunda aşırı idealist olduğunu fark ederek doğuştan sahip olunan özelliklerin altısının bir insan da bulunmasını da yeterli görererek diğerlerinin danışmanlar yardımıyla telafi edilebileceği görüşünü benimsemiştir. Sonradan kazanılması şart koşulan özellikler konusunda ise herhangi bir tenkisat (kısıntı) ihtiyacı hissetmemiştir. Şehrin yönetiminde doğuştan sahip olunması gereken özellikler ve sonradan kazanılması gereken meziyetler Tablo 1 de sıralanmıştır (Farabî, 1990: 78-79).

**Tablo 1.** Farabî'ye Göre Şehrin Yönetiminde Doğuştan Sahip Olunması ve Sonradan Kazanılması Gereken Özellikler

<b>Doğuştan sahip olunması gereken özellikler</b>	
1	Organları bakımından tam ve eksiksiz olmak
2	Kendisine söylenen her şeyi iyi anlama ve idrak edebilmek
3	Anladığı, gördüğü, duyduğu, idrak ettiği şeyleri zihninde saklayabilmek
4	Uyanık ve zeki olmak
5	Zihinde bulunan bir şeyi tam bir açıklıkla ifade edebilmek için güzel konuşmak
6	Bilgi edinmeyi ve öğrenmeyi sevmek
7	Tabiatı gereği doğruluğu ve doğru insanları sevmek, yalandan ve yalancılardan nefret etmek
8	Tabiatı gereği yeme, içme ve cinsel zevklerin peşinde koşturmak
9	Yüksek ruhlu olmak ve şerefi, ululuğu sevmek
10	Altın, gümüş ve benzeri dünyevi şeylere önem vermemek
11	Tabiatı gereği adaleti ve adil kişileri sevmek, baskı ve zulümden nefret etmek
12	Yapılmasını gerekli gördüğü konularda azimli ve kararlı olmak
<b>Sonradan kazanılması gereken özellikler</b>	
13	O (yönetici) bir filozof olmak
14	İlk yöneticilerin kent için yapmış oldukları kanunları, kuralları, usulleri bilmek ve bunları muhafaza edebilmek
15	Eskilerin kanun koymadığı bir konuda onların yollarını izleyerek yeni kanunlar koyma maharetine sahip olmak
16	Herhangi bir zamanda ve durumda ortaya çıkabilecek olaylar hakkında hüküm verebilmek için pratik akla (raviyya) sahip olmak
17	Kendisinin koymuş olduğu kanunlar, usuller konusunda halkı aydınlatma onları ikna etme kabiliyetine sahip olmak
18	Savaş konusunda bedenen ve ruhen hazırlıklı olmak

### 2.2.2. Modernite Sonrası

Ütopya, Antik Yunan ve kısmen de Farabî'nin çabalarından sonra 16.yüzyılda İngiltere'de yeniden canlandı. Thomas More'un Ütopyası Batıda bir dizi benzeri çalışmanın yolunu açmıştır. Bacon'un "Yeni Atlantis"i, Campenalla'nın "Güneş Ülkesi" aynı idealizme bağlı bir kurgunun ürünüdür. Sanayi Devrimi şartlarında İngiltere'de Robert Owen'ın "Yeni Düzen" denemesi, Thomas More'un fikirlerini hayata geçirme çabası olarak ortaya çıkmıştır.

More ütopyanın yazılma öyküsü olarak şu anekdota yer vermiştir. Raphael isimli bir denizci beş yıl yaşayıp etkilendiği İran yakınlarındaki Polylerit'lerde gördüklerini yazara ve çevresindekilere anlatır. Anlattığı yer yepyeni bir toplum tasviridir. Söz konusu kitapta bu fikirler analitik bir fikri

üretecek şekilde enikonu tartışılır. Şöyle ki Raphael’e itiraz edilir ve Raphael bu itirazlara cevap verir. Bu konuşmalar eski toplum düzeninde nelerin kötü olduğu ve Ütopyada nelerin iyi olduğu hakkındadır (More, 2016).

Thomas More’un Ütopyasının, distopyaların (karşı /kara ütopyaların) da ortaya çıkmasını tahrik ettiği söylenebilir. Bazı yazarlar ütopyik fikirlerin olumsuzluklarına işaret etmek için yine ütopya tekniğini kullanmış, deyim yerindeyse düşmanın silahıyla düşmanı vurmak istemişlerdir. Alex Hukley’in “Cesur Yeni Dünya”sı, George Orwell’in “1984”ü distopya türünün bilinen en başarılı örnekleridir. Her ikisinde de katı/otoriter planlamacılığa dayanan ütopyacılığın beklentileri boşa çıkaran sonuçlarına yer verilmiştir.

Çalışmanın odak noktasını teşkil eden Ütopya iki kısımdan oluşmaktadır. İşsizlik, suç vb. ekonomik ve sosyal problemleri çözmek için, ikinci kısımdaki esas ütopyadan önce, birinci kısımda üç hayali ülke daha kurgulanmış fakat gerçek çözüm ikinci kısımdaki ana alternatife bırakılmıştır. Söz konusu üç hayali ülkeden birincisi “olmayan kent/ülke anlamına gelen” Achoria, ikincisi “mutlu kent/ülke” anlamına gelen “Macaria”; üçüncüsü saçma kent/ülke anlamına gelen “Polyteria”dır. Birinci hayali kent, aç gözlülük ile fetih arasındaki ilişkiyi göstermek için kurgulanmıştır. Burada fetih politikası sınırlandırılarak savaşlar azalmış ve böylece halkın daha fazla refaha kavuştuğu anlatılmıştır. İkincisi yani Macaria ise hükümdarın aç gözlülüğü ve yoksulluk arasındaki ilişkiye dikkat çekmek için kurgulanmıştır. Burada devletin hazinesi, halk ile hükümdar arasında yapılan bir sözleşme ile hükümdarın kullanımı açısından sınırlandırılır. Bu da halkın refahını artırmıştır. Üçüncü örnek, Polyteria ilk ikisinden daha önemlidir ve birçok yorumcunun üzerinde uzlaştığı gibi More’un metninin bütününde özel bir yere sahiptir. Polyteria ceza sistemi ile ilgilidir (Çörekçioğlu, 2015: 6).

### **2.3. Ütopyada Kentsel Doku ve Çalışma Düzeni**

Thomas More’un Ütopyası yazıldığı dönemde İngiltere’deki karmaşaya çözüm sunma iddiası taşıyordu. Thomas More, elli dört kentten meydana gelen bir ada ülkesi hayal etmiştir. Bir ada üzerinde kurgulanan kentlerin hepsi birörnektir, sanki aynı kalıptan çıkmış gibidir. Ütopyanın yazarına göre birini gören diğerlerini görme ihtiyacı duymaz. Dilleri, adetleri, kurumları birbirinin aynısı olan kentlerin arasında en kısa mesafe 24 mil (38,4 km) dir. Her bir kentin arazi büyüklüğü kent merkezinden her yöne doğru en az 20 mildir (32 km). Köylerdeki her bir çiftlik evinde kadın ve erkek en az kırk iki kişi yaşar. Her otuz evin başında yani bin iki yüz altmış kişinin başında bir bölge temsilcisi bulunur. Her yıl her evden yirmi kişi kente döner, bunlar köyde iki yıl çiftçilik tecrübesi yaşamış kişilerdir. Onların yerine yirmi kişi kentten köye gönderilir (More, 2016: 114-116).

Ülkenin başkenti adanın tam ortasında yer alan Amaurotus’tur. Onun genel özellikleri More tarafından şu şekilde betimlenmiştir: Alçak bir tepenin etrafına kurulu bu kentin planı kare şeklindedir. Kent, tepenin üstünden Anydrus nehrine kadar uzamaktadır ve bu mesafe yaklaşık 2 mil kadardır. Andrus nehri kentin yaklaşık 80 mil kadar uzağındaki küçük bir kaynaktan doğmakta ve Amaurotusa ulaşmadan önce genişliği yaklaşık yarım mili (800 metre) bulmakta, sonra da daha da genişleyip 60 mil sonra okyanusa dökülmektedir.

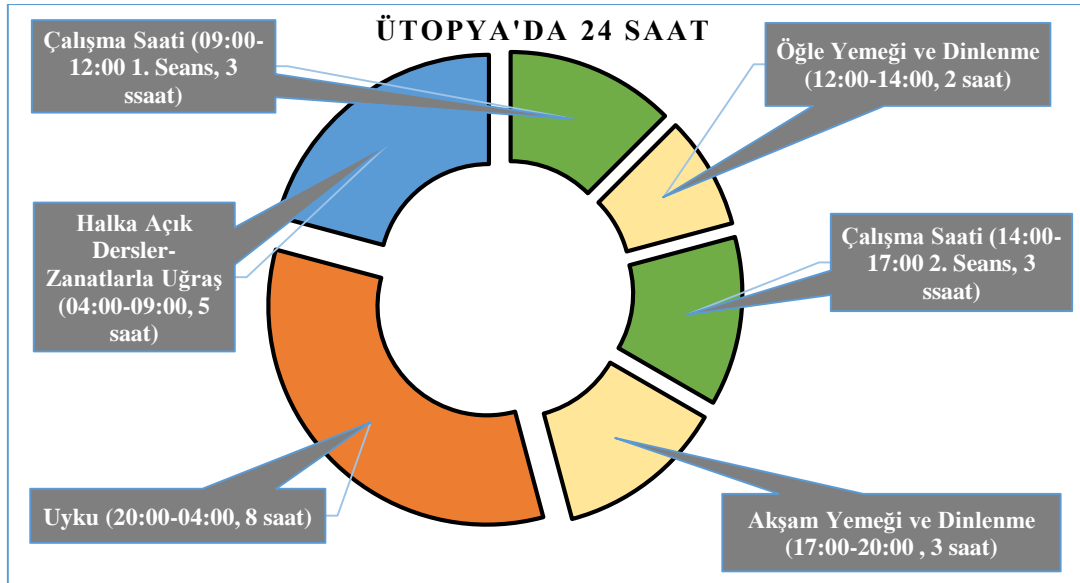
Kent, nehrin karşı yakasına bir köprüyle bağlanmıştır. Bu köprü ince işçilik eseridir ve taştan kemerlerin üstünde yükselmektedir. Sular kiremit künklerle kentin aşağı kesimlerine kadar inmekte ve oradan her yana dağılmaktadır. Arazinin uygun olmadığı yerlerde su ihtiyacı yağmur sularının toplandığı geniş sarnıçlardan karşılanmaktadır (More, 2016: 118-119).

Sokaklar ulaşımına uygun ve rüzgârı kesecek şekilde tasarlanmıştır. Binalar öyle eski püskü değil, cadde boyunca upuzun kesintisiz bir sıra meydana getirmektedir. Caddenin diğer tarafı da böyledir ve evler birbirine bakmaktadır. Ön cepheleri yirmi adım genişliğinde birbirinden ayrılmaktadır. Yani caddenin genişliği en az yirmi metredir. Arka cephelerinde ise geniş bahçeler bulunmaktadır. Her evin sokağa açılan bir kapısı ve bahçeye açılan bir kapısı vardır.

Ütopyalılar her on yılda bir kurayla evlerini değiştirmektedir. Dediklerine göre kentin yerleşim planı en başından planlanmış ama rekreasyonu gelecek kuşaklara bırakılmıştır. Çünkü bir insan ömrünün bütün bunlara yetmediği onu ilk tasarlayanlar tarafından bilinmektedir. Ütopyalılar 1760 yıllık tarihleri boyunca büyük bir dikkatle ve hiç sektirmeden kentle ilgili her şeyi yıllıklar halinde kayıt altına almışlardır.

Şu anki evlerinin hepsi üç katlı, duvarların dışı ya sert çakmak taşlarla ya yontma taşlarla ya da pişmiş tuğla ile kaplıdır. Bunların arasına da kaba sıva çekilmiştir. Damları düz yatık ve ucuza mal olan bir çeşit alçıyla sıvanmıştır. Bu şekilde ateşe karşı dayanıklı hale getirilen bu malzeme çetin hava şartlarına karşı da kurşundan daha mukavemetlidir (More, 2016: 120-121).

Evlerin kapıları daima açıktır ve kapılarında kilit yoktur (Thomas More'un bu hayali, kısmen günümüz Bayburt'unu resmetmektedir). Çünkü bu kentlerdeki evlerde çalınacak kadar fazlalık bulunmaz. Bu haliyle anlaşıldığı kadarıyla Ütopyasında Thomas More, kasaba halinin mükemmelleştirilmiş altın çağını, diğerkâmlığa dayanan bir ahlaki düzeni kurmaya çalışmakta, çatışmalardan arındırılmış uyumlu kentsel yaşamı inşa etmeye çalışmaktadır.



Şekil 1. Thomas More'un Ütopyasına Göre 24 Saat

Şekil 1'den de anlaşılacağı üzere Ütopyalılar günü yirmi dört saate bölmüşlerdir ve yalnızca altı saat çalışmaktadırlar (Üç saati öğleden önce üç saati öğleden sonra). Günün sekiz saatini uyuyarak geçiren ütopya halkının bunun dışında birkaç saatlik yemek araları vardır. Çalışma, yemek saati ve uyku saatleri dışında herkes istediği işi yapmaktadır ama bu tembel oldukları anlamına gelmez. Çünkü ütopyalılar boş vaktin kendileri için ne anlama geldiğini çok iyi bilmektedirler. Öyle ki onlar zar atma gibi insanı geliştirmeyen oyunlardan bile haberdar değillerdir, satranca benzeyen bir oyun daha biliyorlar ve genellikle akşam yemeğinden sonraki zamanı buna benzer etkinliklerle geçirmektedirler

(More, 2016: 128). Keza ütopyada herkes mutlu olduğu için meyhane gibi insana sahte dinginlik veren yerler yoktur. Ütopyalılar, şafak sökümünden önce halka açık dersler marifetiyle ilgi duydukları alanlarda bilgi ve beceri dağıcıklarını geliştirme imkânına sahiptirler.

Karışıklık ve rekabetin kaynağı olduğu varsayıldığı için bu ada kentlerinde para ve özellikle altın gibi değerli madenler kullanılmaz. Hatta insanlar bunlardan nefret etsin diye altın gibi gözde madenler köleleri işletmek için kullanılır. Üretim ilişkileri sermaye birikimine sebep olmayacak şekilde ayarlanır. Özel mülkiyet olmadığı için Ütopyada ne zengine rastlanır ne de fakire, kimsenin hiçbir şeyi olmadığı halde aslında herkes eşit derecede zengindir. Bu yüzden Ütopyada yasa sayısı başka ülkelerle kıyaslanamayacak kadar azdır, çünkü yasaların, birilerinin başkalarının zararına haksız kazançlarından doğan çatışmalarla başa çıkabilmek için çıkarıldığına inanılmakta ve böylesi durumlarla ütopyada karşılaşılmamaktadır.

Görüldüğü üzere Ütopya bir yönüyle erdeme dayalı kent tasarımıdır. Erdem, bu sistemde insanın, başkasını kendisi gibi görme hatta başkasını kendisine tercih etme tutumu olarak tarif edilmiştir. Yani bencillik minimum seviyeye indirilmiştir. Bu yüzden kişinin kendi menfaatine koşması başkası aleyhine sonuçlar veriyorsa bu erdemsizlik olarak kabul edilmektedir. Ütopyalılar için herkesin iyiliği için çalışmak adeta bir dindir. Kendi rahatını sağlamaya çalışırken başkalarına zarar vermek haksızlığın ta kendisidir. Thomas More bu yüzden Ütopya okullarında teknik ve bilim derslerinin okutulmasından daha çok erdem ve ahlak derslerine yer verilmesini önermiştir.

Ütopya kendisinden sonra benzer nitelikli çalışmalara kaynaklık etmiştir. Bunların başında İtalyan düşünür Campenalla'nın kaleme aldığı "Güneş Ülkesi" gelir. Söz konusu bu eser ana tema olarak ütopyayı akla getirirse de Thomas More'un Ütüpyasından bazı özellikleriyle ayrılır. İtalyan asıllı Campenalla uzun deniz macerası esnasında "Güneş Ülkesi"ni, Kristof Kolomb'un yol arkadaşı olan Cenovalı bir denizcinin dilinden yazmıştır. Onun yaşamış olduğu dönem bilimsel gelişmelerin, devrimlerin sökün ettiği yüzyıldır. Dolayısıyla bilim ve teknoloji kavramları da "Güneş Ülkesi"nin merkezine yerleşir. Hint adaları civarında hayali kurulan bir "Güneş Ülkesi"nde her şey adada yaşayan herkese aittir. "Güç", "bilgelik" ve "sevgi" ilkelerinin geçerli olduğu bu ülkede bunların karşılığı, "barut", "matbaa" ve "pusula" simgeleriyle ifade edilmiştir. Güneş ülkesinin sakinlerinin teknoloji tutkusu o kadar ileri düzeydedir ki o zaman hayal bile edilemeyen uçmayı onlar için mümkün kılmıştır (Tandaçgüneş, 2013: 24).

Bacon'un Yeni Atlantis'i Campenalla'nın fikirlerini bilim kurgu noktasına taşır. Yeni Atlantis de yine Japonya ve Çin civarlarında, sakinlerinin İbranice, Latince Yunanca, İspanyolca konuştukları ve başkaca detayın verilmediği bir ada ülkesidir. Güneş Ülkesindeki bilim ve tekniğe bu eserde kurgusal öğeler yerleştirilmiş ve bu ideal kent tasavvurunda tarım, tıp, denizcilik vs. konularında detaylı tasvirlerle başvurulmuştur. Gökyüzünde mekanik kanatlarla uçmak, deniz altında demirden kapsüllerle seyahat etmek Atlantislilerin olağan maharetleri arasında gösterilmiştir (Tandaçgüneş, 2013: 26).

#### **2.4. Türkiye'de Kent ve Kentlilik Bilinci**

Türkiye'de kent, tanımı ne yazık ki mülki taksimat ve nüfus kriterine göre yapılmaktadır. Belediye kurulmasında da en önemli kriter nüfustur. İl ve ilçe merkezlerinin kent olduğu kabulünden hareketle Türkiye'de dokuz yüz elli civarında kent vardır. Ancak hakiki anlamda kent kaç tanedir? ruhaniyeti, kimliği olan kaç kent vardır tartışılır. Ahmet Hamdi Tanpınar'ın meşhur eserinden hareketle bu sayı ancak bir elin beş parmağı kadardır (Tanpınar, 2017). Belki onun kriterlerine göre bunlardan birkaçı günümüzde o hüviyetini kaybetmiş bile olabilir.



Batının aksine Türkiye’de kentleşme çekici nedenlere değil itici nedenlere dayanmıştır. Yani kentler doğal nedenlerle kırsalı kendisi çekerek değil, kırsalın iticiliği nedeniyle büyümektedir (Keleş, 2016: 77-80). Günümüz modern insanı için “Boğaz derdi” yegâne dürtü olduğu için kentler kültürel, estetik, medeniyet mekânı olamıyor; gelişme, kalkınma gibi kulağa hoş gelen kavramlarla kentler katledilmektedir. Gecekondulardan meydana gelen mahallelerin yerine plazalar yükselmesi gelişme sayılmaktadır. Bu düşünce yapısındaki insanların II. Dünya savaşı sırasında Hitlerin Paris’i yok etme ihtimali üzerine “Paris’ten vazgeçmeyiz, teslim olalım ama Paris’i yıkılmasın” şeklindeki Fransız kamuoyunun kent sevdası tutumunu anlayamaması doğal karşılanmalıdır. Fransızlar teslim olduklarında bir gün elbette özgürlüklerini kazanacaklarını biliyorlardı ama Paris yıkıldığında onu bir daha inşa edemeyeceklerinin farkındaydılar. Türkiye’de ne zamanki gökdelenler, yerlerine yapıldıkları derme çatma gecekonduya daha çirkin, daha sevimsiz görülmeye başlanırsa, belki o zaman, Fransızların Paris hassasiyetini anlayabilir, kentleşme bilinci konusunda sevindirici gelişmeler var denilebilir.

Hiçbir gecekondu, betonarme çok katlı bina kadar bir şehre çirkinlik katmaz. Bütün çarpıklığına rağmen gece kondu düğünüyle, derneğiyle, çalgısıyla çengisiyle bir hayat alanıdır. Bütün ışıltısına rağmen rezidanslar insanlığın dikey mezarlıklarıdır. Rezidansında insan tek başına doğar, tek başına ölür hatta ölümünden kimsenin haberi bile olmaz. Bu yönüyle, gecekonduyunun alternatifinin kasvetli betonarme yapılaşmanın olmadığı söylenebilir. Türkiye’de artık dillendirilmeye başlayan “yatay mimari” söylemi sadece yeşil alan özlemi açısından değil daha çok insanın selam verme, komşuluk, diyalog gibi medeni doğasını gerçekleştirme açısından hayati öneme sahiptir.

Ne yazık ki uygulama, söylemi önüne katıp sürüklemiş gözüküyor. “İstanbul’u elbirliği ile mahvettik” şeklindeki en üst düzeyden yapılan açıklamaya rağmen kentleşmedeki hoyratlık uygulamaları hız kesmiş değildir. Türkiye’de özellikle büyükşehirler neredeyse on yıllık bir süre içinde tanınmaz hale geliyor. Hızlı ve çarpık kentleşme olgusu kentlerin hafızası durumundaki birikimleri yok ediyor. Kentin hafızası yok oldukça insanın da kafası da büsbütün karışıyor. Bir de düşününüz ki bundan 100 yıl önce Paris’te ölen biri bugün bir mucize eseri olarak dirilmiş olsun. Bu adam bazı teknolojik gelişmeler karşıda şaşıracaktı ama Eyfel Kulesi’ni eliyle koymuş gibi bulabilecek ve oradan baktığında Paris’in silüetini aynı hislerle seyredebilecek ve oradan ayrıldığında evinin yolunu mutlaka bulabilecektir.

Bu birazda kurgusallık taşıyan örnekle genelde Şark toplumlarında özelde Türk dünyasında mükemmel (erdemli) kent hassasiyetinin gelişmediği vurgulanmak istenmiştir. 1950’li yıllardan itibaren Türkiye’de yoğun göç dalgası altında kentler kimliklerinde ve yaşamsal fonksiyonlarında ciddi erozyonlara karşı karşıya kalmıştır. Konut üretim politikaları, günü kurtarma telaşıyla adeta “yaparken yıkmaya” hizmet etmiştir. Bundan özellikle İstanbul gibi yerleşim yerlerinin kentsel anlamdaki şiirselliği yara almıştır. Zira kent ve iyi bir şiir birbirine çok benzer. İyi bir şiire kolay kolay dokunmak mümkün değildir, tamamlandıktan sonra bir kelime ve harf çıkarılamaz ya da eklenemez. Bunun en ilginç örneklerinden birisi II. Selim’in kendisi için Bursa’da bir türbe inşa etme fikrine Mimar Sinan’ın karşı çıkmasıdır. Turgut Cansever, Mimar Sinan’ın reddini “Bursa o kadar tamamlanmış ve kendi ahengini bulmuş bir kentti ki, ona artık bir şey eklenemeyeceği” düşüncesine bağlayarak açıklamaktadır (Çelik, 2014: 40).

Maalesef yirmi birinci yüzyıl Türkiye’si Mimar Sinan’ın kent hassasiyetinin çok uzağındadır. Her şehrin ruhunu öldüren TOKİ (Toplu Konut İdaresi) uygulamaları bir başarı hikâyesi gibi kabul ediliyor. Barınma, korunma dışında hiçbir estetik, mimari değer taşımayan bu yapılaşma uygulamalarının kentlerin ana silüetini oluşturacak kadar yaygınlık kazanması Türk kentleşme tarihi

açısından talihsizliğin öteki adıdır. Kamusal bilinçlenme seviyesi, TOKİ'leri gayri estetik gördüğü ve her ne pahasına olursa olsun ona hayır dediğinde, bu ülke gerçek anlamda bir kentleşme sürecine girecektir. Bu seviye sadece kentlerin kurtuluşu olmayacaktır. Aynı zamanda böyle bir bilinç düzeyi, demokrasi, laiklik vb. sorunların çözümüne de katkı sağlayacaktır.

### 3. BAYBURTOPIA

Gerçek anlamda çok az sayıda şehri olan ve bu nadide örnekleri de adeta elbirliği ile yok etme yarışı içinde olan bir ülkede kent üzerine düşünmek başlı başına bir fantezi ya da ütopya'dır. Ama yine de böyle bir ütopya arayışı içinde olmak başarısızlığa koşullanmak ya da mahkûm olmak değildir. Yaşanan realitenin hoyratlığı karşısında kent bilincini diri tutmak için belki de yapılması gereken asgari şey bir ütopyaya sığınmaktır. Çünkü insan idealden koptuğu ölçüde yaşadığı şeye alışır onu kanıksar, ona benzeşir nihayet onun savunucusu kesilir. Gerçek anlamda şehri olmayan Türkiye'de ideal kent üzerinde kafa yormak birçok açıdan belki de umut kırıcı bir teşebbüs olarak görülebilir; ütopyanın tam da bu noktada imdada yetiştiği söylenebilir. Olmayan şeyi akılda, hayalde olmuş gibi tasarlamak umutsuzluğun en etkili panzehridir.

Bu başlık, dünyadaki ütopya geleneğine kendi çapında mütevazı bir katkı olması duygularının bir eseridir. Konu başlığı anlaşılacağı üzere Bayburt ve Ütopya kelimelerinin yan yana getirilmesinden oluşturulmuştur.

İlgi alanının Bayburt olarak tercih edilmesinde birkaç ikna edici sebepten hareket edilmiştir. Birincisi, Türkiye'de kentleşme kriteri olarak neredeyse tek başına nüfus alınmaktadır, bu da nüfus artışının bir yerleşim yerini ideal kent standardına yaklaştırdığı yönünde yanılsamaya yol açmaktadır. Gelişmiş/ideal kent algısında "Nüfus yanılsaması" o kadar yaygın bir hal almıştır ki Türkiye'nin en az nüfusuna sahip kenti olan Bayburt, sosyal medyada, çeşitli aşağılama ve ironi kampanyalarına konu olmaktadır. Bayburt üzerinden, kentleşmenin daha sahici faktörlerine dikkat çekmek ve bu doğrultuda bir kamuoyu oluşturma fikri böyle bir başlık seçiminde temel motivasyon kaynağı olmuştur.

İkincisi, Bayburt'ta son zamanlarda kentin gelişimi ve dönüşümü ile ilgili birkaç koldan önemli sivil inisiyatifler devreye girmiş durumdadır. Ütopyalarda tasvir edilen bazı şeyler Bayburt'ta peyderpey gerçeğe dönüşüyor; mesela bir adam kuş uçmaz kervan geçmez bir dağın başında paradigma devrimi gibi bir müze kuruyor<sup>2</sup>, başka bir adam köyünde çocukluğundaki gibi elektriksiz bir ev inşa ederken yanı başına amfi tiyatro<sup>3</sup> kurarak geçmişle geleceği aynı mekânda izdivaç ettiriyor, başka bir adam yörenin gelecek vadeden çocukları için matematik atölyesi<sup>4</sup> kurarak, geleceğin Da Vincilerinin yollarını döşüyor. Bunlar Bayburt'a Rönesans şafağının habercisi olarak algılanabilir. Bu gelişmeleri bir mihenk taşı olarak düşünmek, böyle bir seçimi daha anlamlı kılmaktadır.

<sup>2</sup> Bayburt'un Bayraktar köyünde yükselen Müze, çağdaş sanat ve geleneksel el sanatlarına aynı çatı altında yer vermektedir. Sergi salonları, depo müze, atölyeler, konferans salonu, kütüphane ve konukevi ile 40 dönümlük bir araziye yayılan Baksı Müzesi, Bayburt doğumlu sanatçı ve akademisyen Prof. Dr. Hüsamettin Koçan'ın bireysel düşü olarak hayata geçirilmiştir. Ayrıntılı bilgi için: <http://baksi.org/tr/anasayfa>

<sup>3</sup> Kenan Yavuz Kültür Evi, Bayburt'a 40 kilometre uzaklıktaki Demirözü vadisinde bulunmaktadır. Kenan Yavuz Kültür Evi; geleneksel köy evleri, değirmenler, konak, amfi tiyatro, sinema salonu, kütüphane, yöresel mutfak atölyesi, köy kahvesi, kırsal yaşamın izlerini barındıran kapalı ve açık hava müzesi ile bir 'yöresel kültür kompleksi' görünümündedir. Ayrıntılı bilgi için: <http://www.kenanyavuzkulturevi.com/>

<sup>4</sup> Bayburt Bilgi Paylaşım ve Proje Üretim Derneği (BAYPROJE)'nin girişimleri, Bayburt Valiliği, Bayburt Belediyesi, Bayburt Üniversitesi ve İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nün katkılarıyla Bayburt'a kazandırılan "Matematik Atölyesi". Ayrıntılı bilgi için: <http://www.bayproje.org/>

Son olarak böyle bir seçim, Bayburt'un topoğrafyasının sunduğu imkânlarla ilgilidir. More'un ütopyasındaki kentin fiziksel tarifine en yakın özellikleri Türk kentleri içinde ihtimal ki en çok Bayburt taşımaktadır. Diğer bir deyişle, Thomas More'un ütopyasındaki kent tasarımının bazı unsurlarına zaten Bayburt sahiptir. Bir nehirden bahsedilmesi, kentin dış istilalara karşı derin çukurlar ya da kale gibi duvarlarla çevrenmesi ile Ütopya, Bayburt'u anımsatıyor. Ütopyada herkesin nerdeyse birbirini tanıması, herkesin evinin herkese açık olması Bayburt'a neredeyse gerçeğin ta kendisidir. Şehri sevmek, aynı yerde yaşamının gururunu taşımak ütopyalıların en önemli özelliklerindedir. Türkiye'de kentlilik duygusunun kriteri olarak öne çıkan hemşericilik duygusunun hala en canlı örneği Bayburt olsa gerek. Bazı arızalı yönleri ıslah edilebilirse hemşericilik duygusu Bayburt'ta kentleşme seferberliğinin, Bayburtopia'nın ana dinamosu olarak işlev görebilir.

Bununla birlikte Bayburtopia ütopyadan bir yönüyle temelli ayrılmaktadır, onun inşasında farklı bir yol izlenilmesi ihtiyacı vardır. Ütopyada, her şeyin sıfırdan inşa edilmesi düşünülmüştür. Hâlbuki Bayburtopia için verilecek uğraşın önemli bir kısmı geçmişi ve mevcudu korumakla ilgilidir.

Bayburt geçmişinden kopmamak ve bir tam yılı çağrıştırmaktan ötürü on iki mahalleden - Bayburt yöresel türkü ve ezgilerde on iki mahalle olarak tarif edilir- oluşur ve yeni mahalleler kurulmaz, yeni yerleşim yerleri hangi mahallenin doğal uzantısıyla ona dâhildir. Çoruh nehrinin iki yanı en az ellişer metre yapılaşmadan arındırılmıştır. Bütün evler Şehit Osman dağı, Duduzar dağı ve Aslan dağı eteklerinde olmak üzere altı sıra halinde inşa edilmiştir. Bütün evler en fazla iki katlıdır. Her evin etrafı her yöne en az altı metre açıklığa sahiptir. Evlerin tümü bahçelidir ve bahçelerin büyüklüğü ait olduğu evin en az dörtte biri kadardır. Eğimli bir arazide sıralı olarak inşa edildikleri için evlerin manzarası birbirini asla kesmez. Evlerin çatısı kiremit kaplıdır ve çatının duvara bittiği yerde sığırcık gibi kuşların girip tüneyeceği hatta yuva yapacağı boşluklar bulunmaktadır. Çocuklar hayvan sevgisi ile büyüsün diye mimaride azami hassasiyet gösterilir. Hemen her evin bahçesinde bir kuşlar için su sunağı bulunur.

Bayburtopia'lılar yağmur sularını biriktirerek bahçelerini sulamaktadırlar. Bayburtopia'lılar maydanoz, taze soğan, havuç vs. günlük sebze tüketimlerini kendi bahçelerinden temin ederler. Bahçelerin bozularak eve katılmasına asla izin verilmez. Bahçelerini ağaçlandırmak istemeyenlere ya da ağaçlandırmaya elverişli olmayan alanlar evcil hayvan bakmak, rekreasyon alanı olarak düzenlemek ya da sportif faaliyetlerde kullanabilme alternatiflerinden birini seçme şansı verilmektedir

Her mahallede dikine ve yatay on ikişer cadde bulunur. Dikine caddeler Çoruh nehrine kadar ulaşır. Söz konusu caddelerin kaldırımları ve yolları arasında eni yarım metreyi aşmayan su kanalları vardır. Şarıl şarıl akan bu dereciklerin suyu Çoruh nehrinden sağlanmaktadır. Maden köyü civarından veya daha yukarıdan döşenen kanallarla Bayburt'a ulaşan sular kendi cazibesıyla şehrin iki yakasından hatta Kale cephesini de hesaba katarsak üç yakasından aşağıya doğru küçük şelaleler oluşturarak Saat kulesi yakınlarından tekrar Çoruh'a karışmaktadır. Saat kulesine bakan kale cephesinden Çoruh'a doğru akan sular ve Şehit Osman cephesinden akan derelerin suları tam Çoruh'a ulaşma noktasında toplanarak birbirine yakın büyücek iki dere oluşturmakta ve Çoruh üzerine kurulmuş irili ufaklı altı köprüden birinin iki yanına kurulmuş üst tarafı köprü hizasında olan iki su çarkını çevirerek tam bir görsel şölen oluşturarak Çoruh'a karışmaktadır. Duduzar cephesindeki mahalle suları ise takriben Bayburt Üniversitesi hizasında tek bir kanalda birleşmekte ve bu noktada kurulmuş bir değirmeni çevirerek Çoruh'a dökülmektedir. Böyle bir planlama, bir zamanlar buralardaki bir değirmen olduğu hatırlatmakta ve değirmen, insanın ekmeğini taştan hatta sudan çıkarmasını imgelemektedir.

Su demişken her mahallede en az bir çeşme bulunur aslında ideal sayının 40 olduğunu Bayburtopi'da kime sorsanız size söyler. Çeşmelerin suları kirli mi diye tereddüt edilmeden içilecek

kadar temizdir. Çeşmelerin mimarisi insan ve doğa uyumunu hatırlatmak ve böylece çevre sevgisini daha da pekiştirmek üzere çeşitli doğa ve hayvan desenleriyle bezenmiştir. Bu yüzden çeşmelerin bir yüzünde özellikle Bayburtopia'lıların eskiden çok sık gördükleri şimdi ise nesilleri tükenmiş ya da tükenmek üzere olan toy, yeşilbaşlı ördek hatta leylek gibi göçmen kuşların desenleri vardır. Diğer yüzünde ise Bayburtopia'nın meşhur ozanlarının en gözde dizeleri. Konusu su olanların seçilmesi ise evladır.

On iki mahallede on iki mahalle odası vardır. Bu odalar şimdiki gibi sadece dini ve bayramlarda sevinç ve ölüm gibi üzüntü günleri için dizayn edilmiş değildir. Her biri şimdiki fonksiyonlarının yanında sanatsal, sportif, eğitsel çok yönlü kompleksler olarak inşa edilmiştir. İki ya da üç katlı olarak mahallenin orta yerine inşa edilmiş binaların alt katı masa tenisi vb. oyunlar için kurgulanmıştır, orta katta, resim müzik vb. uğraşlara tahsis edilmiştir. Satranç gibi bir uğraş Bayburtopia'da yediden yetmişe herkesin gözdesi olduğu için bu katta mutlaka bir satranç odası vardır.

En fazla ikindiye kadar eğitimin sürdüğü Bayburtopia'da öğrenciler boş zamanlarını, resim yaparak, müzik icra ederek, satranç oynayarak değerlendirirler. Bu odalarda çeşitli kategorilerde her ay yarış yapılır ve yılsonunda mahalle birincilerinin yarışacağı büyük yarışın adayları belli olur. Keza düz bir zeminde her bir mahallenin kullanacağı aynı kompleksin içinde yer alan birer futbol sahası ve Basketbol sahası vardır. Bayburtopia'da herkes ya bir sanat ya bir spor dalıyla aktif olarak ilgilendiği için hiç kimse seyirci olarak hiçbir spora ilgi duymaz. Bayburtopia'nın bu yüzden profesyonel futbol kulübü yoktur. Başka yerlerde stadyumlarda kahvehanelerde spor müsabakalarını kendinden geçercesine spor müsabakaları izlemek bunlarla ilgili yorumları dinlemek ve bahisler oynamak Bayburtopia'lılarca çok tuhaf karşılanır hatta zavallılık olarak görülür.

Her güzel kentin mutlaka su ile kardeşliği vardır. Bazen bir deniz bazen, bir nehir, kimi zaman heybetli bir dağ da idare eder. Bayburtopia'nın denizi yoktur ama onu aratmayacak bir nehri bulunur. Çoruh Bayburtopia'lılar için bir Karasu, bir Kızılırmak bir Yeşilirmak gibi kendi rengini kaybetmiş bir nehir değildir. O sıradan bir nehir ötesinde kadimden beri cuy-i ruhtur. Ruh ırmağı demek olan bu nehir, o kadar temiz ve berraktır ki içindeki kum taneleri bile sayılabilir. Bu berraklık ve temizlik, hafif saf bir Bayburtopia'nın Çoruh üzerinde kaynak suyu işletmesi kurmayı düşünmesine dahi neden olmuştur.

İlkbahardaki taşkınlara engel olmak için iki yanında taşlarla yapılan istinat dışında nehirde betona dair bir şey yoktur. Hatta istinat için kullanılan taşlar öylesine gelişigüzel yerleştirilmiştir ki ilk bakışta doğal bir oluşum sanılır. Nehrin iki yanı en az elli metre yapılaşmadan korunmuştur. Nehrin kıyısı yürüme ve bisiklet yolu olarak düzenlenmiştir. Çoruh'u yukarıdan aşağıya, aşağıdan yukarıya kat edenler yeşil bir tünelin içinden geçtikleri hissine kapılırlar. Bahar aylarında yeşillikler içinde sıkça göze çarpan mor Bayburtopia'nın alamet-i farikası sayılan leylak ağacının güllerinin rengidir. İstanbul için erguvan ne ise Bayburtopia'lılar için leylak odur. Leylak tutkusuyla başka her şeyi ihmal eden Bayburtopia'lılar; gül, iğde, hanımeli, gibi farklı mevsimlerde açan çiçeklere tutku duymaya başlamışlardır. Çoruh kıyısında artık yer yer bunlara rastlanılıyor. Hatta nar gibi kendi kentlerinde yetişmesi mümkün görünmeyen ağaçların bu mevsime uygun türlerini burada görmek isteyenlerin sayısı gün be gün artıyor. Bahar günlerinde boz bulanık suların durulduğu zamanlarda narçiçekleri arasında Çoruh'u aşağıdan yukarıya, yukarıdan aşağıya boylamak Bayburtopia'lıların hayallerini süslemektedir. Neden olmasın, aya gitme hayalini gerçeğe dönüştüren bilim, Bayburtopia iklimine uygun ağaç ve çiçeklerin geliştirilmesini neden başaramasın diye düşünüyor bu yerin sakinleri.

Çoruh'un gelinliği gibi olan çevresinden söz ederken ona müstesna güzellik katan gerdanlıklarından söz etmek gerekir. Yeni sanayi bölgesinden kale ardına kadar 6 adet köprü

bulunmaktadır. Köprüler Türklerin tarihi yürüyüş güzergâhını temsil etmek üzere yukarıdan aşağıya bir sıra teşkil edecek şekilde, gerçek mimarisine uygun olarak inşa edilmiştir. Bayburtopia'lılar vakti zamanın da kent parkı civarında yapılmış olan Boğaziçi köprüsünü bu mantığa uymadığı için yıkıp şimdiki Erzincan köprüsünün yerinde kurmayı düşünüyorlar. Kentte yaşayan kadın erkek herkesin hatta köylülerin katıldığı bir oylamada Saat kulenin hizasındaki çarşı köprüsünün Mostar şeklinde yapılacağı kesinlik kazanmış. Köprülerin yapımından sonra Bayburtopia'lılar çok heyecan verici bir projeyi konuşmaya başlamış durumdadır. Hayalleri bir gün gerçek olursa eğer, kalenin yerleştiği dağın ortalarından bir yerden başlayan teleferikle Çoruh'u boylu boyunca kat ederek Aslan Dağına kadar seyr-ü sefer yapabilecekler.

Ne var ki bu günlerde asılsız bir dedikodu Bayburtopia'lıların uykusunu kaçırmaktadır. Söylentiye göre Çoruh'la ilgili merkezi bir proje hazırlanmaktaymış. Bir gün kendi inisiyatifleri dışında projelendirip nehrin su kanalı gibi bir ucubeye dönüştürüleceklerinden oldum olası ödleri kopan Bayburtopia'lılar her yerde bunu konuşmaktalar. Çoruh projesi dedikodusu aylardır bir zamanlar İngilizlerin kendilerini İspanyolların işgal edeceği korkusuna denk bir telaş yaratmıştır. Bayburtopia'lılar, içlerinden oldukça güngörmüş aksakallı birinin "telaşa gerek yok kardeşler hiçbirimiz bir şey yapmasak, bu projeye engel olamasak bile Çoruh asildir, kendisine giydirilmeye çalışan elbiseye sığmaz onu yırtar atar" sözüne bel bağlayıp bir nebze teskin olmuş görünüyorlar.

Bayburtopia'lılar kendi haklarından, estetik duygularından feragat edebilirler. Ama doğal yaşama gelince iş değişir. Onlar beton bir su kanalına dönüştüğünde Çoruh'a ve onun habitatına ne olacaklarını düşünmek bile istemiyorlar. Çünkü biliyorlar ki beton bir kanala hapsedildiğinde Çoruh'ta artık balıklar yumurtlayamayacak, kurbağalar vıraklayamayacak, ördekler nazlı nazlı yüzemeyecek; kunduz, su samuru gibi ender canlılar Çoruh'tan başka yerlere hicret edecek, bir daha buralarda kıyamete kadar görülmecekler.

Gündemi meşgul eden Çoruh'un kamuoyunda ses getirmesi için her kes bir şeyler yapıyor. Hem kasvetli ortama biraz neşe katmak için hem de şöhretinden istifade ederek ses getirmek isteyen bir Bayburtopia'lı ise Zihninin meşhur koşmasına nazire yapmayı tercih etmiş:

Vardım ki Çoruh'u beton götürmüş  
Böğründe kapkara ıslah bıçağı  
Kuyular içinde kalmış büzülmüş  
Pes perişan olmuş nehir yatağı

Hangi kuşesine baksam yar eli  
Kimden sorulası bunun vebali  
Fayansla bezenmiş banyo misali  
Cuy-i ruh olmaktan çıkmış bayağı

Mütebessim gözler yerin yaş almış  
Bahçelerde leylak yerin taş almış  
Kadim güzeller de şimdi kaş almış  
Sesimize ses ver ey Aslan dağı

Suda semek zehi bağıban ağlar  
Çoruh çoşa gelmez gariban ağlar  
Kala mazarına yukardan ağlar  
Reva gördü kimler bize bu çağı

Bayburtopia’lılar bir daha inisiyatifleri dışında memleketlerinde bir gelişme olmasın diye yeni bir girişim başlatmış durumdadır. On iki kişiden oluşan bir “bilgeler meclisi” oluşturulması fikri üzerinde çalışıyorlar. Bayburtopia’nın gelişimine en çok katkı sunanlar arasından seçilerek kurulan bu meclisin, mahalli idareler yönetiminin senatosu gibi yetkilendirilmesi planlanıyor. Merkezi hükümet ve yerel yönetimler kentin planlarında esaslı değişiklik getiren uygulamalar önce bu meclisin onayına sunulacak. Tam ittifakla reddedilen planlar en az bir yıl daha gündeme gelmeyecek. Nitelikli çoğunlukla reddedilen planlar, ilgili meclislerde yeniden görüşülerek bir karara varılacak.

#### 4. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Hakiki anlamda çok sınırlı sayıda kenti olan Türkiye’de, kentleşme üzerinde düşünmek paradoks gibi gözükse de bu zorunludur. Gelecek hayali olmadan yaşamak mümkün değildir ya da böyle bir yoksunluk insana yaraşır bir durum değildir. Realitenin hoyratlığına kentleri teslim etmek yerine bir ütopya üzerine kafa yorma çabası hiç değilse kentleşme bilincini diri tutmaya hizmet eder. Başka bir ifade ile ütopya üzerine düşünmek bireyi, yaşadığı kentsel dünyadaki sorunlar konusunda ister istemez harekete geçirecektir. Çalışmanın konusunun belirlenmesinde temel motivasyon da budur.

Dünyada ütopyacılık modern dönemlerde ilk kez İngiltere’de ortaya çıkmıştır. 16.yüzyılda baş gösteren karmaşayı düzene sokmak açısından Thomas More’un Ütopyası bu geleneğin ilk halkasıdır ve kendisinden sonra pek çok yeni esere ilham kaynağı olmuştur. Hatta ütopyada ileri sürülen fikirler yaşamdan kopuk idealler olarak kıyıda köşede kalmamış, İngiltere’de bahçe kent uygulamaları olarak hayata geçmiştir. Bugün Batı kentlerinde görülen, insana dinginlik veren planlama uygulamalarının temeli kuşkusuz ki ütopyacı gelenek tarafında atılmıştır.

Thomas More’un Ütopyayı yazmaktaki amacı hakkında farklı yorumlamalar olduğu görülmektedir. Bu yorumların bir ucunda Thomas More’u modern komünizmin erken temsilcisi olarak görenler, diğer ucunda ise More’un Ütopyasını sadece hiciv olarak düşünenlere yer almaktadır (Atakan, 2016:64). More’un amacı hangi uca daha yakındır bilinmez ama kent felsefesi açısından, ütopyacı geleneğin bir çığır açtığı yadsınamaz bir gerçektir. Hızlı kentleşmenin kent felsefesi geliştirme imkânlarını ortadan kaldırdığı Türkiye’de ütopya vurgusu Türkiye’nin ideal kentleşme sürecine olumlu katkı yapmasına matuf olarak ele alınmış ve somutlaşması açısından “Bayburtopia” gibi bir kavramsallaştırmayla ifade edilmiştir.

Çalışmanın en özgün kısmı olan Bayburtopia’nın Batılı anlamda bir ütopyadan ziyade, bahsi geçtiği üzere, geleceğe yönelik -bir uyarı niteliği de taşıyan- “ideal” bir kent tasavvuru olduğu söylenebilir. Çünkü “ütopya” topyekûn bir siyasal sistem/düzen tasarımıdır. Başka bir deyişle siyasal örgütlenme mekânıdır. Bir kentin sorunları ya da yaşamı ile ilgili düzenlemeler tek başına bir “ütopya” tasarımı için pek yeterli sayılmayabilir. Ayrıca ütopyacı geleneğe ortaya konulan eserlerden anlaşılacağı üzere tarif edilen ideal kent, var olan ve bilinen bir kent değildir. Bu durumlarında kabulü ile birlikte bu çalışma ile ideal kent arayışında böylesi girişimlerin gerekliliği ve faydalılığı hususuna dikkat çekilmiştir. Bayburt özelinden hareketle “Bayburtopia” şeklinde kavramsallaştırılan bu ütopya denemesi, özelde Bayburt, genelde ise Türkiye’deki kentleşme bilincine hizmet etme amacına yöneliktir.

## KAYNAKÇA

- Abdullâh İbnü'l-Mukaffa. (2015). *Kelile ve Dimne*. S. Aykut (Çev.). İstanbul: şule Yayınları.
- Atakan, A. (2016). Beşyüzüncü Yıldönümünde Ütopya. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 22(2), 63-113.
- Çelik, A. C. (2014). Şehirler ve Semboller. H. Taşçı ve N. Nebati (Ed.), *Şehir Üzerine Düşünceler I* içinde (ss. 28-19). İstanbul: Esenler Belediyesi Şehir Düşünce Merkezi Yayınları.
- Çörekçioğlu, H. (2015). *Modernite ve Ütopya: Ütopya 1984 ve Mülksüzler Üzerinden*. İstanbul: Sentez.
- Farabî. (1990). *El Medînetü'l Fâzıla*. A. Arslan (Çev.). Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Harvey, D. (2008). *Umut Mekanları*. Z. Gambetti (Çev.). İstanbul: Metis.
- İspir, N. (2008). *C.B Macpherson'un Liberal Demokrasi Eleştirisi*. İstanbul: Arı Sanat Yayınevi.
- Keleş, R. (2016). *Kentleşme Politikası*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Kumar, K. (2005). *Ütopyacılık*. Ankara: İmge Kitabevi.
- More, T. (2016). *Ütopya*. Ç. Dürüşken (Çev.). İstanbul: Melisa Matbaacılık.
- Öztürk, F. (2006). *Ütopya ve Eğitim*. Ankara: Nobel.
- Platon. (2017). *Devlet*. F. Akderin (Çev.). İstanbul: Say Yayıncılık.
- Saint Agustinus. (1909). *City Of God*. J. Healey (Çev.). Edinburgh: John Grant.
- Tandaçğüneş, N. (2013). *Ütopya: Antik Çağ'dan Günümüze "Mutluluk Vaadi"*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Tanpınar, A. H. (2017). *Beş Şehir*. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Taşçı, H. (2014). Şehir, Medeniyet ve Peygamberler. Taşçı ve N. Nebati (Ed.), *Şehir Üzerine Düşünceler I* içinde (ss. 50-77), İstanbul: Esenler Belediyesi Şehir Düşünce Merkezi Yayınları.
- Yalçınkaya, A. ve Ören, E. (2015). Ütopyacı Tepki ve Ütopyalar. M. A. Ağaoğulları (Ed.), *Sokrates'ten Jakobenlere Batı'da Siyasal Düşünceler* içinde (ss. 359-379), İstanbul: İletişim.



## Fight Fire with Fire? Workplace Aggression and How to Reduce Its Negative Effects

Can BİÇER\*

### Abstract

Workplace aggression, either openly or passive-aggressive, involves a variety of behaviors ranging from verbal actions (i.e., shouting at, reprimanding or insulting someone) to physical attacks (i.e., slapping, punching or pounding). Whether it is perpetrated by organizational outsiders (individuals of the public) or organizational insiders (organizational employees, bosses), it affects employees in a negative way and it can lead to a heavy hidden toll for the organization. It destructs the morale of the employees and decreases organizational commitment and effectiveness, it also damages the reputation of the organization itself and increases employee turnover. Workplace aggression often originates from passive-aggressive coworkers to aggressive bosses or customers and it might cause bullying, pounding and even death at workplace. In this conceptual study, workplace aggression will be enlightened and the solutions to reduce its negative effects will be offered.

**Key Words:** Aggression, Workplace Aggression, Passive-Aggressive.

**Article Type:** Research Article

## Ateşe Ateşle mi Karşılık Verilir? İşyeri Saldırıcılığı ve Olumsuz Etkileri Nasıl Azaltılır?

### Öz

İşyeri saldırıcılığı açıkça ya da pasif-agresif şeklinde olsa da, sözlü (Örn. Bağırarak, azarlamak veya birisine hakaret etmek) veya fiziksel eylemleri (Örn. tokatlama, yumruklama veya darp etme) içeren çeşitli davranışları kapsamaktadır. Örgüt dışındakiler (halktan birisi) veya örgüt içinden (çalışan veya yöneticiler) birisi tarafından işlenmiş olsa da, çalışanları olumsuz yönde etkilemektedir ve örgüte gözle görünmeyen çok yüklü maliyetlere neden olabilmektedir. Çalışanların moralini bozar ve örgütsel bağlılığı ve verimliliği azaltarak örgütün itibarını düşürür ve işgücü devrini artırır. İşyeri saldırıcılığı sıklıkla pasif-agresif çalışanlardan tutun, saldırgan yöneticiler ve müşteriler tarafından başlatılır ve işyerinde zorbalığa, darba ve hatta ölüme bile yol açabilir. Bu çalışmada, örgütlerdeki işyeri saldırıcılığına ışık tutularak, olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik önerilerde bulunulacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Saldırıcılık, İşyeri saldırıcılığı, Pasif-Agresif.

**Makale Türü:** Araştırma Makalesi



## 1. INTRODUCTION

Workplace aggression might sound too extreme when thinking of the possibility of encountering such a situation at workplace but it is the fact of life. Aggression seems to be an unwanted feature of humane but it's real and a natural characteristic of the human beings as well. Throughout history, aggressiveness has brought us to gain vital resources such as essential nutrients, food and favorable mates or to watch over ourselves from direct aggression from others. One may think that it is too wild or barbarous but anyone can expose to the aggression (i.e., pounding, biting, dark sarcasm etc.) in daily life, for instance, while waiting at the supermarket cash queue, during doing or watching sports, in the traffic jam (i.e., when another car cuts you off in traffic) or at workplace. Then, it can be maintained that under some certain conditions, we might prone to reactive aggressive behaviors and it is an aspect of our fundamental humane property. It's obvious that, human aggression can be witnessed even in most contemporary societies.

Let's face it or not, aggression is the dark side of human nature. It's the aggression; millions of people killed each other for thousands of years whatever its reason was. For instance, during the World War I and World War II, millions of people were killed. Hence, when it's time to sort out the news on TV, on the internet today, you will read lots of undesired events dealing with the aggression itself. On the other hand, we the people have aggressed against other people since it had allowed us to earn valuable resources, for example, food and desired companions or to protect ourselves from direct threats from others. Again, we can aggress by the time we think that our social or professional status is in danger. So, if aggression assists with either our individual survival or in the survival of our genes, therewith, the process of natural selection may well cause humans, as it would any other living things, to be aggressive at all. Thus, to define the aggressive behavior, it is unplanned and impulsive, and is often a retort to feelings of anger, fear, or a will to retaliate against anyone and it might be conceptualized as the visible manifestation of aggression, which is determined as every step especially meant to cause harm, pain, or injury in other individuals. Expression of aggression depends on three main factors such as biological (i.e., men more often engage in physical aggression than women), environmental (i.e., where and how you were raised can play a role) and physical factors (i.e., psychosis, epilepsy, addiction of alcohol and drug).

In sum, when aggressive behaviors happen, all we want to know what caused them, especially at work. In this article, workplace aggression will be defined and outlined in detail and the negative outcomes of the workplace aggression will be unveiled. In conclusion, the solutions for reducing the negative effects of the workplace aggression will be offered respectively.

## 2. AGGRESSION AT WORKPLACE

### 2.1. Aggression

According to Sigmund Freud and Konrad Lorenz, aggressive behavior is innate but, differently from this, other researchers have argued that it is a learnt behavior. Aggressive behavior largely depends on both genetic and environmental factors. However, the reasons of aggression mainly are social learning, modeling, family violence, child abuse, neglect, TV violence, structural and functional brain deviances, hormones (i.e., testosterone), and neurotransmitters (Liu, 2004: 694). Aggressive behaviors can be grouped within the concept of three different dichotomies:

- Verbal–physical,
- Direct–indirect,
- Active–passive.

Verbal forms of aggression cover giving harm to others through words rather than deeds, physical forms of aggression cover public extreme actions. Direct forms of aggression involve behaviors that are addressed directly to the victim, whereas indirect forms cover the actions of other individuals or through assaults on people or objects valued by the victim. Active aggression creates harm by performing the behavior, while passive aggression directs harm by withholding the behavior (Jaradat et al., 2016: 191). In addition, aggression is defined as a behavior that is intended to harm anybody who is motivated to avoid that harm and the harm might have various forms ranging from physical injury, hurt feelings, to pounding or punching even if it doesn't really succeed in causing harm or pain to anyone. In fact, the perpetrator has already thought and believed that the aggressive behavior will certainly harm the target and it's certain that the target is ready and motivated to avoid aggressive behavior and defend himself/herself. Then, it can be inferred that the main features of the aggressive behaviors are, it is an intentional act and it is directed toward any individual to harm or pain.

Therefore, it can be maintained that if the behavior accidentally causes harm or pain toward other people, then it is not aggression (Allen and Anderson, 2017: 1-2). Figure 1 (Hills, 2018: 608) displays the four significant indicators of aggressive behavior due to define whether a behavior is aggressive or not.



**Figure 1.** The Four Core Conditions of the Aggressive Behavior

Hills et al. (2015) maintained in their study that aggression is a common feature of human behavior and a compelling characteristic of modern society. Also, human aggression is essentially a social behavior and it depends on a social context in which some form of verbal and non-verbal (physical) reciprocal actions might take place between at least two people. It's been claimed that lots of people have both experienced and engaged in aggression at any place in a typical day. Plus, it's been underlined that the aggression might develop from rather mild, verbal expressions of displeasure, frustration or animosity through to highly extreme acts of violence on an individual level. Aggression might often be enforced to force, intimidate or bear down over other individuals. In addition, aggression can be conducted to coworkers/peers, authority figures, subordinates or complete strangers and it may even be directed toward wealthy or prestigious people, or toward lower people with

socioeconomic status and less fortunate, less capable of showing defense or deemed sufficiently different, for example, for their disability, gender, sexual preferences, nationality, race, ethnicity, person-related factors, customs or religion.

In conclusion, aggressive behavior is a hostile behavior with the intention of inflicting damage or giving harm toward the target. Although aggression is an undesirable behavior, it unfortunately happens at any time throughout the world. It might be either verbal or physical, indeed might come to an end like killing, and its results are often unwanted situations and regret often appears at the end.

## **2.2. Workplace Aggression**

Workplace aggression is a highly significant problem for organizations throughout the world. The hidden cost of workplace aggression to organizations is huge and it affects the core business resulting in losses of millions of dollars each year. Workplace aggression also has deteriorating consequences on individuals, families and society as well (Johnson et al., 2018: 2). Workplace aggression takes various forms ranging from psychological acts to physical acts or assaults. Workplace aggression can be grouped into three categories as follows (LeBlanc and Barling, 2004: 9-10):

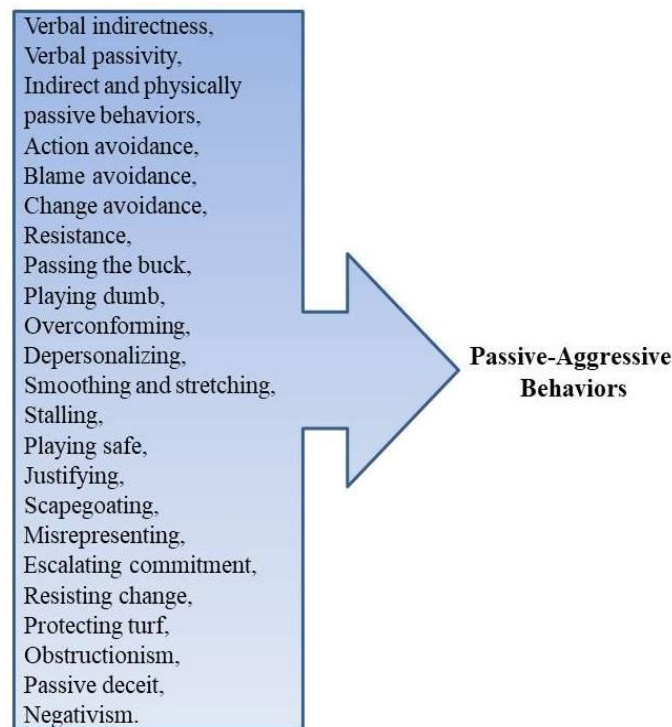
- Expressions of hostility (verbal; yelling, swearing or symbolic assaults, for example “the silent treatment”),
- Obstructionism (i.e. intentions to block the target’s performance),
- Overt aggression (physical assaults).

In today's recent economic development, not only the organizations but also the employees and managers feel under high pressure. Beside some dangerous jobs, (i.e. police officers, firefighters, ambulance drivers, miners, military personnel, disaster, search and rescue teams) even ordinary jobs might be too stressful for the employees. Majority of the employees often complain about the too much responsibility and too little authority at work, discrimination, high workload, unfair labor practices, over-supervision, uncertainty for their career, inadequate job descriptions and uncivil behaviors from the coworkers or bosses. Moreover, the combination of night shifts, tight deadlines, sudden changes to duty and long hours at work are particular potentials for triggering workplace aggression as well. So, when the individuals at work feel too much stress and frustrated, then aggression might appear suddenly. For instance, Johnson et al. (2018) maintained in their study that 57% of healthcare employees in Australia experienced verbal abuse and 21% experienced physical violence. Again, it was stated in the study that workplace aggression resulted in 521 deaths and 570,000 nonfatal assaults in 1 year in the U.S.A. In addition, 569,000 notified incidents of aggression or violence at work in the U.K. Nart pointed out that (2014), due to the results of a survey conducted for searching the aggression at workplace in Turkey, 146 out of 213 individuals (68%) reported that they have experienced verbal, physical or psychological aggressive behaviors. In addition, 171 out of 213 individuals (80%) have stated that they have witnessed verbal, physical or psychological aggressive behaviors at workplace.

Furthermore, one of the most significant aspects of aggressive behavior at workplace is that it’s an observable manifestation of aggression with the intention of giving harm toward the target (Liu et al., 2013: 2). That is to say, everyone at the scene can easily have a chance to see or hear the aggression session. Other coworkers can observe the forms of the aggression whether verbal or physical, and they might be heavily under the influence of the scene. On the other hand, since aggressive behavior is common among healthy, neurological normal individuals, when a victim of

aggressive behavior think that he/she has been hard done by the perpetrator of the aggression, then he/she begins to look forward revenge sooner or later. Therefore, “fight fire with fire”, namely, the time comes for the tit-for-tat and it may either be in openly aggressive or passive-aggressive ways. Besides, when the aggression at workplace is overlooked, the tendency for directing aggressive behaviors toward other individuals might increase between employees.

However, some of the aggressive behaviors might not be observed easily. For instance, punching, kicking or insulting someone publicly can easily be regarded as active aggression whereas intentionally “forgetting” to invite a friend to a wedding party and intentionally withholding help from someone who is drowning can both be considered passive aggression (Allen and Anderson, 2017: 8). Passive aggressive individuals are so common at workplaces. Passive-aggressiveness is basically the tendency to enforce indirect expressions of hostility through subtle insults, stubbornness, surly behavior, slowdown the work or an intentional failure and is the most insidious and dangerous phenomenon at workplace. For that matter, passive-aggressive behavior -whether malicious or unintentional- causes a toxic environment at workplace. Passive- aggressive people usually convey their hostile, aggressive behaviors by means of passive ones. Figure 2 shows common passive aggressive behaviors (Johnson and Klee, 2007: 131):



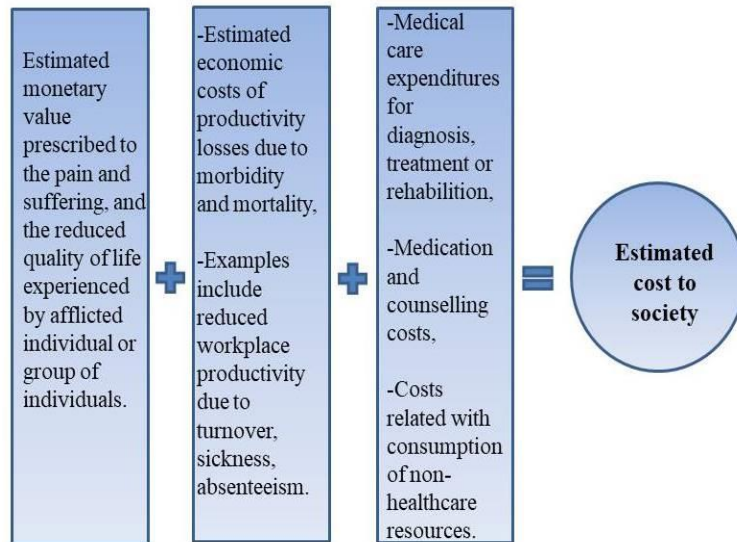
**Figure 2.** Major Passive-Aggressive Behaviors

In sum, most people or clients, from coworkers to managers experience passive-aggressive behaviors, from milder to extreme ones. Pretending not to hear, see or understand, sarcasm, the silent treatment and procrastination are major significant passive-aggressive behaviors and they simply sucking out victims’ energy and sabotage employees’ well-being and success, so it leads to planting seeds of hate at workplace.

### 3. WORKPLACE AGGRESSION AND ITS NEGATIVE CONSEQUENCES

Workplace aggression has risen over the past 25 years as a significant research topic in occupational health psychology throughout the world, and workplace aggression covers performing physical and nonphysical negative actions against an organization or its members, that give harm to employees (Yragui et al., 2017: 179). For example, each year, it has been forecasted that 41% of employees in the U.S.A experience psychological aggression and 6% of employees expose to physical aggression at their workplaces. Besides, 11% of employees perceive themselves as victims of bullying at work (Jaradat et al., 2016: 190). Workplace aggression is a broad concept that includes various interpersonal and harmful behaviors. As a matter of course, it is related with negative consequences like poor health, work-related illness and injury, work restrictions or modifications, role conflict and ambiguity, job dissatisfaction and absenteeism, as well as longer term effects on workforce participation decisions (Hassard et al., 2018: 7; Hills et al., 2018: 575).

Moreover, workplace aggression leads to hidden costs to organizations both in point of losses in productivity from poor morale, more absenteeism and turnover and costs related with grievances or human rights complaints. Indeed, employees who expose to workplace aggression systematically likely to experience psychological and physical outcomes like fear, anger, anxiety, depression, illnesses, emotional exhaustion, sleeping problems, difficulties in eating, concentration problems, less dedication, reduced self-confidence, and enthusiasm in their jobs (Ford et al., 2016: 1-2). Furthermore, Figure 3 (Hassard et al., 2018: 11) displays the cost of workplace aggression to society on the whole:



**Figure 3.** The Financial Burden of Workplace Aggression to Society

Anger is a strong and intense emotion and it can be described as a destructing emotion among individuals' relationships. And, whether it's originated from customers, peers or superiors, workplace aggression is a downward spiral that affects the organization and individuals in a negative way. When the victims confronted with a workplace aggression, most of them think about how they should respond, or even if they should respond at all. Then, they might follow the "fight fire with fire" strategy that it would result in heavy economic loss for organizations, and bystanders or observers of workplace aggression (both external and internal aggression) will suffer from negative consequences too.

#### 4. CONCLUSION AND SUGGESTIONS

The purpose of this conceptual paper is to examine the workplace aggression, types of it, and its negative consequences and to give suggestions for preventing from it at workplaces. Workplace aggression is a prevalent phenomenon throughout the world, especially in underdeveloped or developing countries. Besides, it's obvious that workplace aggression is a key work health and safety, and public health concern.

However, workplace aggression has a weird feature that it's a spreadable highly contagious disease among individuals when it's once initiated at workplace. Because, when it's overlooked by the management and is directed toward other people, the victims are immediately looking forward to reprisal action or revenge at the first occasion, eventually the destruction is likely to begin just like the domino effect in the organization. Finally, it begins to threat healthy work environment and deteriorate the relationships and cooperation at work. Therefore, primary, in advance interventions and taking precautions aimed at reducing supervisor, coworker and customer-initiated aggression will certainly be reflected constructively in individuals well-being and contribute to safe and positive work environment. Therefore, first thinking about how to avoid the downward spiral of aggressiveness at workplace is very important, for example diagnosing the workplace aggression and looking for the ways of wiping out the antecedents and reasons before it flourishes is vital for the organizations.

In sum, from individual to organizational level, effective and more targeted regulations, rules, incentives, penalties and operationalized legislation should be reviewed and if necessary must be developed in order to prevent from aggressive behaviors at work or in case it happens, to minimize the negative consequences of workplace aggression. In conclusion, governments also must aware of the heavy financial burden that is caused by the workplace aggression to the economy on the whole and governments should review and make new laws to assure safe and healthful working conditions for both employers and employees; by authorizing enforcement of the standards defined under the updated acts plus by providing for research, information, education, and training within the concept of occupational safety and health. As a result, within the framework of this conceptual paper, here are some tips for preventing from workplace aggression and to reduce its negative consequences:

- From point of the constitutional order, governments should define standards or regulations assorted with the safety and health issues in the organizations, and they should create legal obligations that require employers or bosses to ensure their employees with a workplace free from workplace aggression that is causing or likely to cause serious physical harm or death. Since healthcare, security and social service employees encounter a highly risk of job-related aggression at work or on duty, new acts should be developed to prohibit violent and aggressive behaviors of their patients, clients or residents. New work regulations should be developed due to technological advances and social changes, and updated work regulations should cover training, instruction, information and supervision context for the organizations.

- From the organizational point of view, even before recruiting an individual, during the interview, HR should be conscious about choosing the right people for the position not only for their skills, abilities or achievements but also their mental health and positive psychological mood. For example, before hiring the right one, HR should be aware of whether the person has the traits of the dark triad, they have a history of challenging, or ingestion of drugs or alcohol, prone to adopt violent or aggressive behavior or not. After recruiting the individuals, management should provide clear instructions that can be verbal or written, new employees should be warned about curbing their prejudices about peoples' life preferences, people from different social-cultural backgrounds, and

people with different religious-religious sect or political views. In addition, new employees, apprentices or trainees should be informed about the organizational culture and identity well and they should be reminded for showing respect to the coworkers and clients at workplace. Finally, developing social interaction among employees, consulting employees by talking about failing equipment, understaffing in the organization, and caring for working conditions like office cleaning, air conditioning etc. would reduce the anxiety and excessive stress at workplace and it will make easier to reach the organizational goals.

•From the employers' point of view, employers have the responsibility to provide safe and healthy working environment and to protect employees and other people in the workplace from conflicts or situations that may cause physical and psychological injury or harm. Bosses or managers should form a fair and equitable basis in the organization especially when distributing organizational sources or promoting. Besides, the details of managers' and employees' responsibilities should be announced well and an aggression prevention program should be developed and education and training of employees should be provided to help them define potential risks and to manage aggression at work or on duty. In addition, employers should be ready with preemptive strikes for all the factors that contribute to work place aggression, they must develop and implement systematic controls to destroy or minimize workplace aggression or even a risk of workplace aggression. When the aggression happens, management should act at the very moment and respond appropriately to incidents and record them appropriately in the end. Finally, employers, bosses or managers should avoid writing nasty emails and notices, threats and threatening language at workplace. On the contrary, employers/bosses should provide and develop opportunities for social interaction among employees. Celebrating special events will develop the social ties among employees. Since we the people are social creatures, even giving breaks at work may reduce stress and increase work quality.

•From the employees' point of view, it might be too risky that if they are working directly with people who have a history of violence, addicted to drugs or alcohol, gang members, and relatives of customers. For example, prevalence of firearms, knives and other weapons among customers-coworkers and their families and friends may increase the chance for experiencing workplace aggression. Besides, if someone works with the public, he/she is potentially vulnerable to being verbally abused or threatened and rarely physically assaulted. Unfortunately, much of this aggression will go unrecorded and often unremarked because employees think that management won't have acted or that reporting might have made things worse for them. In addition, employees often think that reporting will not benefit them, or fear that employers might deem the aggression would be the result of their poor job performance. Victims won't be able to report the incident to the management or police because of the perception that aggressive behavior is tolerated. Therefore, helping victims of workplace aggression to know and defend their rights, help them through positive action to right the situation will help decrease the risk of reprisal or external individuals becoming involved in the situation. Plus, employees want to work with standards dealing with fair treatment, protecting their privacy and dignity and fair working conditions. They want to feel themselves secure when reporting even a minor incident of aggression to the management because they might need emotional help and support. It is important that employees should report all the incidents of aggression easily and understand why this is important. For instance, a growing number of minor incidents of aggression may suddenly rise to a major workplace aggression. Moreover, aggression from customers is usually regarded as organizational problem that should be solved so majority of the coworkers try to help willingly, however, dealing with an aggressive coworker is often regarded as victim's own business and results in terms of unfairness and isolation at workplace. Finally, employees might be too stressful

that cause aggression because of the private, personal or family matters, low wages, unrealistic deadlines, long hours, workload and/or physical and the social working conditions. Most of the organizations ignore the hygiene factors, clean offices, air conditioning, lighting, decoration and furnishings, noise, for example, banging doors at workplace. Small actions can decrease the risk of aggression and conflict at workplace, so employees feel less anxious, irritable, or depressed. Working environment that presents job safety to workers, job security, good relations with co-workers, recognition for high performance, motivation for performing well and opportunities to participate in decisions that affect their own jobs would make employees satisfied and happier and the reasons that cause aggression will decrease at all. It must be remembered that the happier and healthier the work force, the happier and healthier the organization is.

## REFERENCES

- Allen, J. J., and Anderson, C. A. (2017). Aggression and Violence: Definitions and Distinctions. *The Wiley Handbook of Violence and Aggression*, 1-14.
- Ford, D. P., Myrden, S. E., and Kelloway, E. K. (2016). Workplace Aggression Targets' Vulnerability Factor: Job Engagement. *International Journal of Workplace Health Management*, 9(2), 202-220.
- Hassard, J., Teoh, K. R., Visockaite, G., Dewe, P., and Cox, T. (2018). The Financial Burden of Psychosocial Workplace Aggression: A Systematic Review of Cost-of-Illness Studies. *Work & Stress*, 32(1), 6-32.
- Hills, D., Lam, L., and Hills, S. (2018). Workplace Aggression Experiences and Responses of Victorian Nurses, Midwives and Care Personnel. *Collegian*, 25(6), 575-582.
- Hills, D. J. (2018). Defining and Classifying Aggression and Violence in Health Care Work. *Collegian*, 25(6), 607-612.
- Hills, D. J., Ross, H. M., Pich, J., Hill, A. T., Dalsbø, T. K., Riahi, S. and Martínez-Jarreta, B. (2015). Education and Training for Preventing and Minimizing Workplace Aggression Directed Toward Healthcare Workers.
- Jaradat, Y., Nielsen, M. B., Kristensen, P., Nijem, K., Bjertness, E., Stigum, H., and Bast-Pettersen, R. (2016). Workplace Aggression, Psychological Distress, and Job Satisfaction Among Palestinian nurses: A Cross-Sectional Study. *Applied Nursing Research*, 32, 190-198.
- Johnson, A., Nguyen, H., Groth, M., and White, L. (2018). Workplace Aggression and Organisational Effectiveness: The Mediating Role of Employee Engagement. *Australian Journal of Management*, 43(4), 614-631.
- Johnson, N. J., and Klee, T. (2007). Passive-Aggressive Behavior and Leadership Styles in Organizations. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 14(2), 130-142.
- Liu, J., Lewis, G., and Evans, L. (2013). Understanding Aggressive Behaviour Across the Lifespan. *Journal of Psychiatric and Mental Health Nursing*, 20(2), 156-168.
- Liu, J. (2004). Concept Analysis: Aggression. *Issues in Mental Health Nursing*, 25(7), 693-714.
- Mireille LeBlanc, M., and Barling, J. (2004). Workplace Aggression. *Current Directions in Psychological Science*, 13(1), 9-12.



Biçer, C. (2019). Fight Fire with Fire? Workplace Aggression and How to Reduce Its Negative Effects. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 37-46.

Nart, S. (2014). İş Ortamında Şiddet, Tükenmişlik ve İş Tatmini İlişkileri: Sağlık Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 23, 248-268.

Yragui, N. L., Demsky, C. A., Hammer, L. B., Van Dyck, S., and Neradilek, M. B. (2017). Linking Workplace Aggression to Employee Well-Being and Work: The Moderating Role of Family-Supportive Supervisor Behaviors (FSSB). *Journal of Business and Psychology*, 32(2), 179-196.



## Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması

Zeki YÜKSEKBİLGİLİ\*

### Öz

Alanyazın incelendiğinde, satış noktası teşhir araçları ile ilgili çok fazla ölçüm aracı olmadığı göze çarpmaktadır. Bu bulgudan hareketle, bu çalışmada Felix Horstmann tarafından geliştirilen Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması amaçlanmaktadır. Çalışma kolayda örnekleme sonucu seçilen 512 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada ölçeğin yapı geçerliği için, açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri uygulanmıştır. Gerçekleştirilen açımlayıcı faktör analizi ile toplam açıklanan varyansın %81,532 olduğu saptanmıştır. KMO örneklem uygunluk katsayısı ,881 bulunmuştur. Güvenirlik çalışması sonucunda Cronbachalfa katsayısı ölçeğin bütünü için ,963, teşhirin uyumu için ,962, teşhirin sunumu için ,942, teşhirin rengi için ,928 olarak hesaplanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizinde ölçek 3 boyutlu olarak düşünüldüğünde, standart uyum indeksleri kabul edilebilir derece çıkmıştır. Sonuç olarak, 3 faktörden ve 15 maddeden oluşan ölçüm aracı, Türk araştırmacıların kullanımına hazır hâle getirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Satış Noktası Teşhir Araçları, Tüketici Tutumu, Ölçek, Teşhir Araçları Ölçeği, Ölçek Uyarlama.

**Makale Türü:** Araştırma Makalesi

## Adaptation of Shopper's Attitude toward the Point of Sale Displays Scale to Turkish: A Validation and Reliability Study

### Abstract

When literature is examined, it is seen that there is not much measurement tool related to point of purchase display tools. Based on this finding, it is aimed to adapt the Shopper's Attitude toward The Point of Purchase Displays Scale developed by Felix Horstmann into Turkish. In this study, the measurement tool was translated into Turkish. 512 participants selected by convenience sampling participated in the study. For the construct validity of the scale, exploratory and confirmatory factor analysis was applied. As a result of exploratory factor analysis, it was found that the total evidenced variance was 81,532%. KMO sample compliance coefficient was found to be 881. As a result of the reliability study, Cronbach's alpha coefficient was found to be 963 for the whole scale. It was also calculated as 962 for display harmony, 942 for display presentation, and 928 for display color. When the scale was considered as 3 dimensions in the confirmatory factor analysis, the standard fit indexes were acceptable. As a result, a 3-factor 15-item measurement tool was made available to Turkish researchers.

**Keywords:** Point of Sale Displays, Shopper's Attitude, Scale, Point of Sale Displays Scale, Scale Adaptation.

**Article Type:** Research Article

\*Dr. Öğr. Üyesi, Nişantaşı Üniversitesi, [yuksekbilgili@gmail.com](mailto:yuksekbilgili@gmail.com), Orcid ID: 0000-0001-6377-9005

## 1. GİRİŞ

İslamoğlu'nun (2003: 80) "Tüketici Davranışları" kitabında belirttiği gibi, pazarlama işi ile uğraşan profesyoneller, bir ürünün ya da markanın hedef kitlesi tarafından tüketimini tetikleyebilmek için öncelikle ürün veya markanın satın alınmasına etki eden güdüyü ortaya koymalıdır. Bu güdü doğru şekilde ortaya koyulabilirse, akabinde tüketicilere uygun platformda sunularak satın alınması sağlanabilir. Zaten satın alma, sunulan güdünün gücüyle orantılı olarak gerçekleşecektir. Bu bağlamda pazarlamanın temel rollerinden biri tüketiciyi satış noktasına çekmektir. Pazarlama alanında çalışan birçok farklı araştırmacı, satın alma kararlarının satış noktasında anlık olarak, önceden planlanmadan verildiğini ortaya koymuştur (Taşkın, 2003: 293). Dolayısıyla pazarlamanın diğer bir rolü de satın alma noktasına gelen tüketiciyi satın almaya ikna etmektir. Satış noktasına gelen tüketicilerin %80'inin satın alma kararlarını anlık olarak verdiği düşünüldüğünde (Winter, 2014), satış noktası teşhir araçlarının önemli bir tutundurma aracı olduğu anlaşılacaktır.

Satış noktası teşhir araçlarının önemini 1970'lerden beri ortaya koyulmuştur (Chevalier, 1975). Temel olarak mağaza içi teşhir uygulamalarının etkileri şu şekilde açıklanabilir;

- i. Mağazaların içini alış yapan için daha renkli ve neşeli kılar,
- ii. Üretim yapan işletmelerin mağaza içerisinde daha fazla aktivite yapmasına sebep olur, bu aktiviteler de rekabete ve mağaza cirolarına etki eder,
- iii. Sepet ciro ortalamasını artırır,
- iv. Atıl perakende alanların etkin kullanılmasını sağlar.

Bozkurt'a (2004: 288) göre satış noktası materyalleri;

- i. Bilgilendirme,
- ii. Hatırlatma,
- iii. Teşvik etme ve cesaret verme,
- iv. Ticarî mal sergileme fonksiyonlarını yerine getirir.

Bu bağlamda yapılan tanzim teşhir faaliyetlerinin, tüketicilerin satın almalarına ve satın alma miktarlarını yükseltmeleri için teşvik ettiği açıkça söylenebilir. İşletmeler tanzim teşhir uygulamaları ile atıl durumda bulunan mağaza içi alanları tüketici satın alma davranışlarını olumlu yönde tetikleyecek birer satış alanı haline getirmektedir. Perakende mağazaların dolaşılabilen fakat işletmeler açısından atıl durumda bulunan bu alanlar kurulan teşhir ekipmanları ile değer kazanmaktadırlar (Ayhan, 2010: 65). İşte bu yüzden, müşterinin satış noktasında karşılaştığı teşhir araçlarını müşteri gözünden tüm yönleriyle değerlendirmek hiç olmadığı kadar özlem kazanmıştır.

## 2. ARAŞTIRMA

### 2.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada Felix Horstmann (2017) tarafından, müşterinin satış noktasında karşılaştığı teşhir araçlarını müşteri gözünden tüm yönleriyle değerlendirmek için geliştirilen Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması amaçlanmaktadır. Satış noktası teşhir araçları ve bu araçların etkinliği üzerine literatürde oldukça az çalışmaya rastlanmaktadır. Konu ile ilgili literatür incelendiğinde satış noktasında bulunan teşhir araçları ve bu araçların tüketicilerin satın alma davranışlarına etkisi üzerine yayınlar bulunmaktadır (Akyüz ve Ayyıldız, 2008). Özellikle bu araçlara yönelik tutumun ölçülmesine yönelik bir araştırmaya rastlanmamıştır. Dolayısıyla, özellikle satış teşhir araçlarının müşteri gözünden değerlendirilmesi konusunda bir ölçeğin Türkçeye uyarlanmasının, literatürdeki bir eksiğin giderilmesi açısından önemli olacağı değerlendirilmektedir.

Horstmann (2017) tarafından geliştirilen ölçeğin uyarlama için seçilmesinde yazar aşağıdaki kriterleri göz önüne almıştır;

- 1- Ölçeğin güncelliği: Uyarlama için seçilen ölçek, 2019 yılı başına kadar bu konuda geliştirilen en güncel ölçektir,
- 2- Ölçeğin içeriği: Uyarlama için seçilen ölçek bu konuda benzer çalışmalar yapan Burner II (1998), Becker-Olson (2003) ve Peng ve Finn (2016) tarafından geliştirilen satış noktası teşhir araçları ile ilgili tüm faktörleri içermektedir,
- 3- Ölçeğin güvenilirliği: Uyarlama için seçilen ölçeğin iç tutarlılık katsayıları hayli yüksektir (Tablo 1).

Uyarlama çalışması öncesinde Felix Horstmann'dan ölçeğin Türkçe adaptasyonu için yazılı izin istenmiş ve 9 Şubat 2019'da alınmasından sonra başlanmıştır.

## 2.2. Orijinal Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Ölçeğinin Özellikleri

Felix Horstmann (2017) tarafından geliştirilen Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Ölçeği 6 faktörlü bir yapıya sahiptir ve 18 sorudan oluşmaktadır. Ölçeği oluşturan faktörler sırasıyla şunlardır; teşhirin şekli, teşhirin rengi, teşhir edilen ürünün sunumu, teşhir edilen markayla teşhirin uyumu, teşhir edilen ürünle teşhirin uyumu ve teşhirin bilgi içeriği.

Orijinal ölçeğe ait faktörlerin iç tutarlılık katsayıları Tablo 1'de özetlenmiştir:

**Tablo 1.** Orijinal Ölçeğe Ait İç Tutarlılık Katsayıları

Faktör	İç tutarlılık katsayısı ( $\alpha$ )
Teşhirin Şekli	0,96
Teşhirin Rengi	0,95
Teşhir Edilen Ürünün Sunumu	0,94
Teşhir Edilen Markayla Teşhirin Uyumu	0,96
Teşhir Edilen Ürünle Teşhirin Uyumu	0,96
Teşhirin Bilgi İçeriği	0,95

## 2.3. Yöntem

Felix Horstmann (2017) tarafından geliştirilen Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Ölçeğine ait 18 soru 5 pazarlama öğretim üyesi ve sektörde aktif olarak çalışan 5 pazarlama yöneticisi tarafından incelenip Türkçe tercüme çalışmaları tamamlanmıştır. Tüm uzmanlar tarafından bağımsız olarak yapılan bu tercüme çalışmaları, öğretim üyeleri ve pazarlama yöneticilerinin katıldığı bir toplantıda ele alınmış, maddeler tek tek incelenmiş, oyçokluğu ile en elverişli tercüme metni belirlenmiştir. Akabinde, belirlenen metin İngiliz Dili ve Edebiyatı alanında çalışan öğretim üyesince tekrar İngilizceye tercüme edilmiş, İngilizce soru formu ile mukayese edilmiştir. Yapılan bu geri tercüme sonrasında ölçeğin Türkçe formunun İngilizce formuyla örtüştüğü ortaya koyulmuştur. Nihayetinde, elde edilen Türkçe soru formu, Türk Dili ve Edebiyatı alanında çalışan bir öğretim üyesi tarafından değerlendirildikten sonra kullanılmıştır.

Araştırma kapsamında, tıpkı orijinal ölçek geliştirme aşamasında yapıldığı gibi, satış noktası teşhir aracına görseli kullanılmış ve tüm soruların Şekil 1'de bulunan bu görsele göre cevaplanması istenmiştir.



**Şekil 1.** Araştırmada Soruların Cevaplanması Aşamasında Kullanılan Görsel

Bu araştırmanın evrenini Türkiye’de bulunan tüm tüketiciler oluşturmaktadır. Tüm tüketicilere yönelik tam sayım yapmak mümkün olmadığından ve araştırma sonuçlarının evrene genelleme iddiası bulunmadığından (Gürbüz ve Şahin, 2014: 129), bu araştırma kapsamında tesadüfi olmayan bir örnekleme yöntemi olan kolayda örnekleme tercih edilmiştir. Gürbüz ve Şahin’in (2014: 130) belirttiği gibi, kolayda örnekleme yönteminde ulaşılan katılımcılardan veri toplanarak ihtiyaç duyulan örneklem sayısına ulaşılmaya çalışılır. Bu çalışmada da 500’den fazla katılımcının araştırmaya dahil edilmeye çalışılmıştır.

Araştırma kapsamında, katılımcılara ulaşabilmek için çevrimiçi anketler kullanılmıştır. Çevrimiçi anketler, yeterli katılımcı sayısına ulaşıncaya kadar açık tutulmuş ve veri toplanmıştır.

Ölçeğin yapı geçerliğini denetlemek amacıyla açıklayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmış, ölçeğin güvenilirliği ise Cronbach alfa katsayısı ile denetlenmiştir. Çalışmanın verilerinin analizinde SPSS 25.0 ve AMOS 24.0 programları kullanılmıştır.

#### 2.4. Araştırmanın Betimsel İstatistikleri

Araştırmaya dahil olan tüm katılımcıların demografik özellikleri bu bölümde detaylandırılmıştır. Tablo 2, katılımcıların cinsiyete göre dağılımlarını göstermektedir. Katılımcıların 168 tanesi (%32,8) kadın ve 344 tanesi (%67,2) erkeklerden oluşmaktadır.

**Tablo 2.** Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımları

Cinsiyet	Adet	Yüzde
Kadın	168	32,8
Erkek	344	67,2
Toplam	512	100,0

**Tablo 3,** katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımlarını göstermektedir. Bunların 192 tanesi (%37,5) bekar ve 320 tanesi (%62,5) evli kişilerden oluşmaktadır.

**Tablo 3.** Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Dağılımları

Medeni Durum	Adet	Yüzde
Bekar	192	37,5
Evli	320	62,5
Toplam	512	100,0

Tablo 4, katılımcıların doğum yıllarına göre dağılımlarını göstermektedir. Dağılım kuşaklara göre yapılmıştır. Katılımcıların 120 tanesi (%23,4) 1980 yılından önce doğan X kuşağına mensup kişilerden, 384 tanesi (%75) 1980-1999 yılları arası doğan Y kuşağına mensup kişilerden ve 8 tanesi (%1,6) 1999 yılından sonra doğan Z kuşağına mensup kişilerden oluşmaktadır.

**Tablo 4.** Katılımcıların Doğum Yıllarına Göre Dağılımları

Kuşak (Doğum Yılı)	Adet	Yüzde
X kuşağı (1980'den önce)	120	23,4
Y kuşağı (1980-1999 arası)	384	75,0
Z kuşağı (1999'dan sonra)	8	1,6
Toplam	512	100,0

Tablo 5, eğitim durumlarına göre katılımcıların dağılımlarını göstermektedir. Bunların 8 tanesi (%1,6) ilköğretim, 8 tanesi (%1,6) ilköğretim, 136 tanesi (%26,6) lise, 80 tanesi (%15,6) önlisans, 192 tanesi (%37,5) yüksek lisans, 24 tanesi (%4,7) doktora mezundur.

**Tablo 5.** Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımları

Eğitim Durumu	Adet	Yüzde
İlkokul	8	1,6
İlköğretim	8	1,6
Lise	136	26,6
Önlisans	80	15,6
Lisans	192	37,5
Yüksek Lisans	64	12,5
Doktora	24	4,7
Toplam	512	100,0

## 2.5. Bulgular

Kullanılan orijinal ölçek 5 ana boyuttan oluşmaktadır. Çevirisi yapılan ölçeğin kaç boyutta oluştuğunu bulmak amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Öncelikle uyarlanan ölçeğin Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) değeri ölçülmüş ve 0,903 olarak belirlenmiştir. Uyarlanan ölçeğin Ayrıca Barlett küresellik testi sonuçları incelendiğinde p değeri 0,000 olarak belirlenmiştir Uyarlanan ölçeğin Barlett testinin anlamlı çıkması ( $p < 0.000$ ) verilerin faktör analizi için uygunluğunu ortaya koymaktadır (Büyüköztürk, 2011: 111). Daha sonra tek tek her bir sorunun faktör analizine uygunluğunun ölçülmesi için MSA değerleri kontrol edilmiştir. Sorulara ait MSA değerleri Tablo 6’da gösterilmiştir. Matris incelendiğinde tüm MSA değerlerinin 0,50’den büyük olduğu gözlemlenmiş bu durumda hiçbir soru çıkartma işlemi yapılmamıştır.

**Tablo 6.** Sorulara Ait Msa Değerleri Matrisi

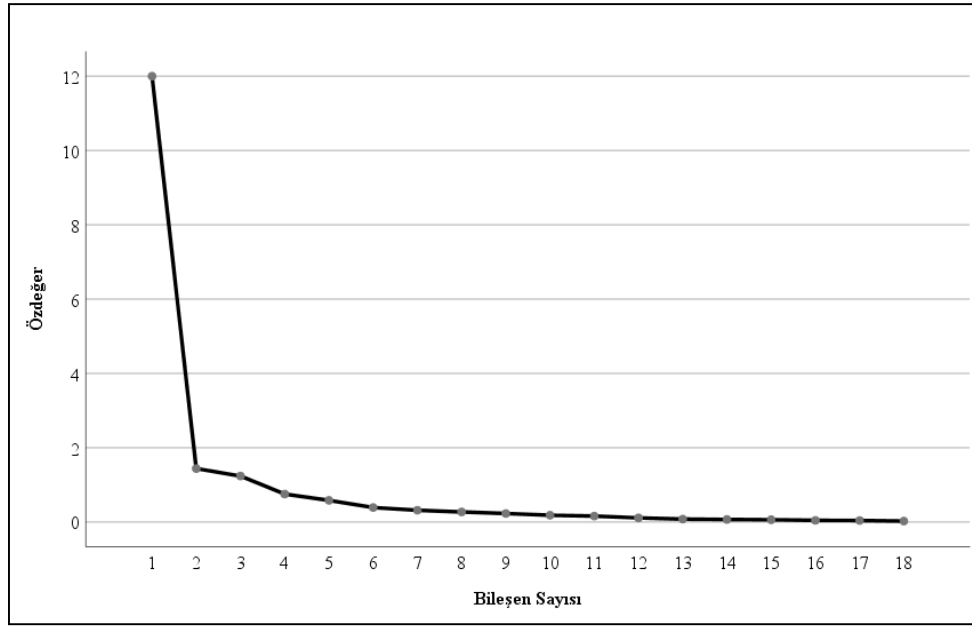
	S.1	S.2	S.3	S.4	S.5	S.6	S.7	S.8	S.9	S.10	S.11	S.12	S.13	S.14	S.15	S.16	S.17	S.18

S.1	,941	-	-	-	-	0,317	0,164	-	-	0,066	0,077	-	-	-	0,071	-	0,102	-	0,200
S.2	-	,911	-	0,154	-	0,121	-	-	0,359	-	0,208	-	-	0,176	0,101	-	-	0,161	-
S.3	-	-	,925	-	0,044	0,256	-	0,120	-	-	-	0,144	0,059	0,183	-	-	-	0,078	-
S.4	-	0,376	0,154	-	,890	-	-	0,049	0,113	0,046	0,150	-	0,112	-	0,090	0,065	0,033	0,082	-
S.5	-	0,140	0,288	0,044	-	,905	-	0,262	-	0,175	0,181	-	0,229	0,279	-	0,040	-	0,031	-
S.6	0,317	0,121	0,256	-	0,545	0,389	,882	0,087	-	0,261	0,021	-	0,287	0,075	-	0,049	0,016	0,045	-
S.7	0,164	-	-	-	-	0,087	,915	-	0,658	0,142	0,023	0,045	0,047	0,053	0,007	-	-	0,060	-
S.8	-	0,158	0,151	0,120	0,049	0,262	-	0,261	0,658	,888	-	0,525	0,007	-	0,103	-	0,098	0,012	0,035
S.9	-	0,087	0,359	-	0,096	0,113	-	0,175	0,021	0,142	-	0,525	,879	-	0,257	-	0,354	0,216	0,123
S.10	0,066	-	-	0,046	0,181	-	0,287	0,023	0,007	-	0,285	,927	-	0,091	0,105	-	0,396	0,176	0,135
S.11	0,077	0,208	-	0,143	0,150	-	0,229	0,075	0,045	-	0,257	-	,873	-	0,007	-	0,074	0,043	-
S.12	-	0,016	0,471	0,144	-	0,137	0,279	-	0,049	0,047	0,103	-	0,354	0,105	-	0,815	,848	-	0,050
S.13	-	0,065	0,077	0,059	0,112	-	0,140	0,016	0,053	-	0,098	0,216	-	0,396	0,007	-	0,050	,966	-
S.14	-	0,251	0,176	0,183	-	0,101	0,040	0,045	0,007	-	0,012	0,123	-	0,176	-	0,074	0,128	0,198	,908
S.15	0,071	0,101	-	0,136	0,090	-	0,078	0,107	0,060	-	0,035	-	0,108	0,135	0,043	-	0,140	0,117	0,658
S.16	-	0,142	0,064	0,042	0,065	-	0,077	0,007	-	0,019	0,104	-	0,215	0,022	-	0,186	0,297	-	-
S.17	0,102	-	-	0,041	0,033	0,031	-	0,057	0,060	-	0,147	0,219	-	0,018	0,203	-	0,263	0,052	0,209
S.18	-	0,200	0,161	0,078	0,082	-	0,120	0,109	-	0,208	0,156	-	-	0,251	-	0,070	0,055	0,032	0,008

Açıklanan toplam varyans tablosu, ölçeğin kaç boyuttan oluştuğu bilgisini ortaya koymaktadır. Tablo 7 incelendiğinde çevrilen ölçeğin 3 boyuttan oluştuğu ve toplam varyansın %81,532'sinin bu alt boyutlar tarafından açıklandığı görülmektedir. Aynı şekilde yamaç grafiği (Şekil 2) incelendiğinde ölçeğin üç boyutlu olarak kabul edilebileceği görülmektedir.

**Tablo 7. Açıklanan Toplam Varyans Tablosu**

Bileşen	Özgeğerler			Yüklerin Kareler Toplamı		
	Toplam	Varyans %'si	Kümülatif %	Toplam	Varyans %'si	Kümülatif %
1	11,999	66,660	66,660	11,999	66,660	66,660
2	1,439	7,997	74,657	1,439	7,997	74,657
3	1,237	6,875	81,532	1,237	6,875	81,532



Şekil 2. Yamaç Grafiği

Faktör altında yer alan soruların tespit edilmesi amacıyla soruların her bir faktör için aldıkları faktör ağırlıklarına bakılmıştır. Tablo 8 incelendiğinde Soru 10 ve Soru 1'in faktör ağırlığının diğer bileşenlerde de benzer olduğu görülmüş ve bu sorular çıkartılarak faktör ağırlıkları yeniden kontrol edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 9'da bulunmaktadır. Bu sonuçlar incelendiğinde faktör ağırlığı 0,50 değerinden küçük ve faktör ağırlığı bileşenlerde birbirine yakın olan değere sahip soru kalmadığından çalışmaya devam edilmiştir.

Tablo 8. Faktör Ağırlıkları Tablosu

	Bileşen		
	1	2	3
Soru17	0,883	0,183	0,212
Soru16	0,844	0,219	0,277
Soru18	0,753	0,301	0,078
Soru8	0,614	0,364	0,498
Soru7	0,611	0,231	0,517
Soru2	0,599	0,489	0,389
Soru3	0,587	0,378	0,561
Soru10	0,578	0,525	0,528
Soru9	0,571	0,419	0,422
Soru11	0,294	0,888	0,161
Soru12	0,340	0,877	0,198
Soru14	0,223	0,848	0,365
Soru15	0,206	0,836	0,360
Soru13	0,489	0,665	0,421
Soru1	0,495	0,513	0,506



Yüksekbilgili, Z. (2019). Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 47-60.

Soru4	0,210	0,276	0,883
Soru6	0,216	0,260	0,859
Soru5	0,292	0,258	0,789

**Tablo 9.** Sorular Silindikten Sonra Elde Edilen Faktör Ağırlıkları Tablosu

	Bileşen		
	1	2	3
Soru11	0,890	0,295	0,162
Soru12	0,879	0,341	0,198
Soru14	0,847	0,223	0,362
Soru15	0,838	0,208	0,361
Soru13	0,665	0,487	0,418
Soru17	0,185	0,885	0,213
Soru16	0,219	0,845	0,276
Soru18	0,300	0,755	0,077
Soru8	0,367	0,614	0,501
Soru7	0,235	0,612	0,522
Soru2	0,489	0,596	0,385
Soru3	0,376	0,582	0,554
Soru9	0,421	0,571	0,422
Soru4	0,276	0,210	0,880
Soru6	0,265	0,218	0,865
Soru5	0,259	0,296	0,789

Bir sonraki aşamada her bir alt boyutun güvenilirliğinin sayısal olarak test edilmesi amacıyla Cronbach's Alpha modeli kullanılmıştır.

Birinci faktöre ait Cronbah's Alpha değeri 0,962 olarak bulunmuştur. Bu faktöre ait soruların silinmesi durumunda elde edilecek olan Cronbach's Alpha değerleri Tablo 10'da gösterilmiştir. Bu tablo incelendiğinde hiçbir sorunun silindiğinde elde edilen değer 0,962'den büyük olmadığı gözlemlenmiş ve hiçbir soru silinmemiştir. Bu durumda faktör 1'in 11, 12, 13, 14 ve 15 numaralı sorulardan oluştuğu söylenebilir.

**Tablo 10.** Faktör 1 İçin Soru Silindiğinde Elde Edilecek Cronbach'a Alpha Değerleri

Soru No	Soru Silindiğinde $\infty$ değeri
Soru11	,954
Soru12	,950
Soru13	,961
Soru14	,949
Soru15	,953

İkinci faktöre ait Cronbah's Alpha değeri 0,942 olarak bulunmuştur. Bu faktöre ait soruların silinmesi durumunda elde edilecek olan Cronbach's Alpha değerleri Tablo 11'de gösterilmiştir. Bu tablo incelendiğinde Soru 18 silindiğinde elde edilen değer 0,942'den büyük olacağı (0,943) gözlemlenmiş ve bu soru silinmiştir. Bu durumda faktör 2'nin 2, 3, 7, 8, 9, 16 ve 17 numaralı sorulardan oluştuğu söylenebilir.

**Tablo 11.** Faktör 2 İçin Soru Silindiğinde Elde Edilecek Cronbach'a Alpha Değerleri

Soru No	Soru Silindiğinde $\infty$ değeri
Soru2	,934
Soru3	,932
Soru7	,934
Soru8	,930
Soru9	,935
Soru16	,933
Soru17	,934
Soru18	,943

Üçüncü faktöre ait Cronbah's Alpha değeri 0,928 olarak bulunmuştur. Bu faktöre ait soruların silinmesi durumunda elde edilecek olan Cronbach's Alpha değerleri Tablo 12'de gösterilmiştir. Bu tablo incelendiğinde hiçbir sorunun silindiğinde elde edilen değer 0,962'den büyük olmadığı gözlemlenmiş ve hiçbir soru silinmemiştir. Bu durumda faktör 3'ün 4, 5 ve 6 numaralı sorulardan oluştuğu söylenebilir.

**Tablo 12.** Faktör 3 İçin Soru Silindiğinde Elde Edilecek Cronbach'a Alpha Değerleri

Soru No	Soru Silindiğinde $\infty$ değeri
Soru4	,880
Soru5	,914
Soru6	,894

Tüm bu işlemlerden sonra kalan sorulara ait Açıklanan Toplam Varyans Tablosu Tablo 13'te gösterilmiştir. Ayrıca 15 soruluk ölçeğin uyarlanan ölçeğin Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) değeri ölçülmüş ve 0,881 olarak belirlenmiştir.

**Tablo 13.** Nihai Açıklanan Toplam Varyans Tablosu

Bileşen	Özgeçerler			Yüklerin Kareler Toplamı		
	Toplam	Varyans %'si	Kümülatif %	Toplam	Varyans %'si	Kümülatif %
1	9,947	66,312	66,312	9,947	66,312	66,312
2	1,421	9,473	75,786	1,421	9,473	75,786
3	1,108	7,383	83,169	1,108	7,383	83,169
4	,739	4,929	88,098			
5	,468	3,121	91,219			
6	,277	1,846	93,064			
7	,254	1,695	94,760			
8	,199	1,326	96,086			
9	,163	1,087	97,173			
10	,115	,768	97,941			
11	,103	,685	98,625			
12	,072	,479	99,105			
13	,065	,433	99,538			
14	,043	,287	99,825			
15	,026	,175	100,000			

DFA daha önceden belirlenmiş bir yapının doğrulanmasını test etmek amacıyla gerçekleştirilir (Bayram, 2010). DFA, benzeri olan AFA gibi değildir ve DFA'yı yapmak için araştırmacının önceden kafasında bir teori var olması gerekir (Brown, 2006). Bu yüzden DFA'yı genellikle AFA'dan sonra bulgularını doğrulamak için kullanmaktadırlar. Çalışma kapsamında yapılan DFA için Ki-Kare Uyum Testi, İyilik Uyum İndeksi, Düzeltilmiş İyilik Uyum İndeksi, Karşılaştırmalı Uyum İndeksi, Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü uyum indeksleri incelenmiştir. Uyum indeksleri ve normal değerleri Tablo 14'de görülmektedir.

**Tablo 14.** DFA'da Kullanılan Uyum İyiliği İndeksleri Ve Normal Değerleri

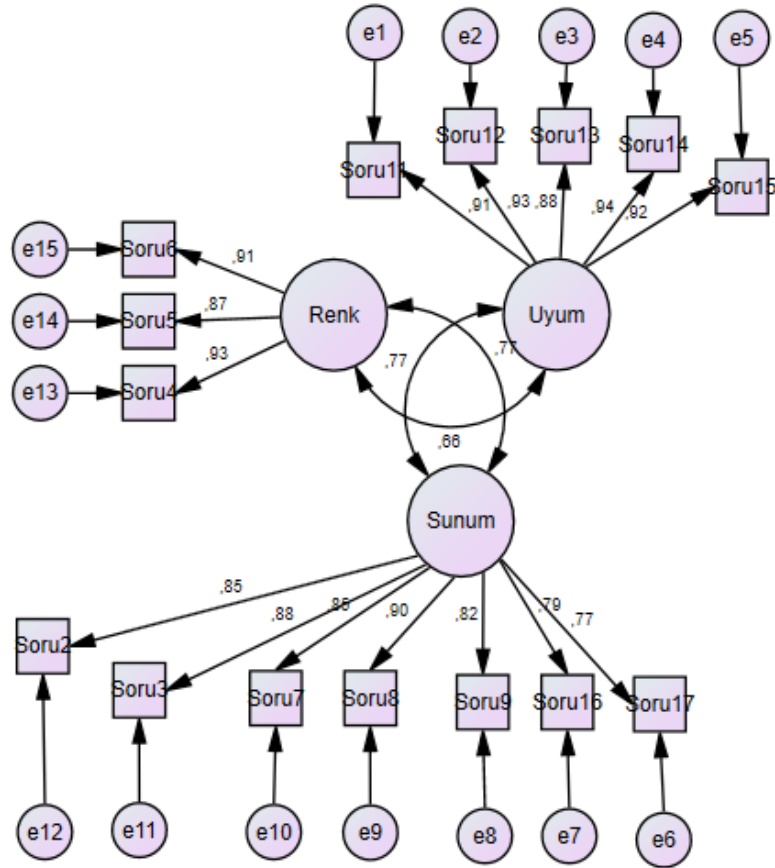
İndex	Normal Değer	Kabul Edilebilir Değer
X <sup>2</sup> "p" değeri	p>0.05	-
X <sup>2</sup> / sd	<2	<5
GFI	>0,95	>0,90
AGFI	>0,95	>0,90
CFI	>0,95	>0,90
RMSEA	<0,05	<0,08
RMR	<0,05	<0,08

Kaynaklar: (Munro, 2005; Schreiber, Nora, Stage, Barlow & King, 2006; Şimşek, 2007; Hooper and Mullen 2008; Schumacker & Lomax, 2010; Waltz, Streikland & Lenz 2010; Wang & Wang, 2012).

Araştırma kapsamında yapılan DFA sonucu elde edilen uyum iyiliği indeksleri Tablo 15'da gösterilmiştir. Bu değerlere bakılarak DFA sonuçlarına göre maddelerin uyum iyiliği indeksleri modelin iyi uyum verdiğini göstermektedir. Şekil 3'de uyarlanan ölçeğin yapısı gösterilmiştir.

**Tablo 15.** Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Ölçeğinin Standart Uyum İyiliği Ölçütleri

İndex	Değer
X <sup>2</sup> / sd	3,135
GFI	0,962
AGFI	0,978
CFI	0,951
RMSEA	0,024
RMR	0,010



Şekil 3. Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Ölçeğinin Yapısı

### 3. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Araştırma kapsamında Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması çalışması gerçekleştirilmiştir. Soru formuna cevap veren katılımcılarda sorulara 1=Kesinlikle katılmıyorum'dan 5=Kesinlikle katılıyorum'a kadar olan aralıkta cevap vermeleri istenmiştir. Öncelikle ölçeğin alt boyutlarının tespit edilmesi amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Veri setinin faktör analizine uygunluğunun tespit edilmesi için Kaiser Meyer Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi ve Barlett Küresellik testi uygulanmış, KMO değeri 0,50'nin üzerinde olduğu ve Barlett testi de 0,05 önem derecesinde anlamlı olduğundan veri seti faktör analizine uygun bulunmuştur (KMO=0,881,  $\chi^2$  Barlett test (105) = 10599,130, p=0,000).

Tüm bileşenler yöntemi ve Varimax döndürme yöntemi kullanılarak sorular analiz edilmiştir. Gerekli sorular analizden çıkartılarak yapılan faktör analizinde özdeğerleri 1 ve üzerinde olan 3 faktör elde edilmiştir. Faktörlerin güvenilirlik analizleri yapılmış ve yeterli oldukları ortaya koyulmuştur. Toplam açıklanan varyans %83,169 olarak bulunmuştur. Ölçeği oluşturan faktörler sırasıyla Teşhirin Uyumu, Teşhirin Sunumu, Teşhirin Rengi olarak adlandırılmıştır. Bu faktörlere ait güvenilirlik değerleri 0,962, 0,942 ve 0,928 olarak bulunmuştur. Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Ölçeğinin Faktör Analizi sonuçları Tablo 14'te özetlenmiştir. Ayrıca, elde edilen sonuçlar doğrulayıcı faktör analizi ile desteklenmiştir.

**Tablo 16.** Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuç Tablosu

Faktörün Adı	Soru İfadesi	Faktörün Açıklayıcılığı (%)	Güvenilirlik
Teşhirin Uyumu	Teşhir markaya uygun.	66,312	0,962
	Teşhir markayla uyumlu.		
	Teşhir ürünü başarılı temsil ediyor.		
	Teşhir ürüne uygun.		
	Teşhir ürünle uyumlu.		
Teşhirin Sunumu	Teşhirin şekli zevkime hitap ediyor.	9,473	0,942
	Teşhirin şekli çekici.		
	Promosyon ürününün sunumu etkileyici.		
	Promosyon ürününün sunumu çekici.		
	Promosyon ürününün sunumu göz alıcı.		
	Teşhir bilgilendirici.		
Teşhirin Rengi	Teşhirin rengini beğendim.	7,383	0,928
	Teşhirin rengi zevkime hitap ediyor.		
	Teşhirin rengi çekici.		
Kaiser Meyer Olkin Ölçek Geçerliliği			0,881
Barlett Küresellik Testi		Ki Kare	10599,130
		sd	105
		P Değeri	0,000

Bu araştırmada Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Ölçeğinin Türkçeye uyarlama çalışması kapsamında maddelerin özgün dilden hedef dile çevrilmesi, dilsel ve kavramsal olarak madde eşdeğerliğinin belirlenmesi ve elde edilen Türkçe formun geçerliğinin ve güvenilirliğinin hesaplanması işlemleri yapılmıştır. Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması çalışması sonucunda 3 faktörlü yapıya sahip 15 soruluk Ek-1’de detaylandırılan soru formu elde edilmiştir. Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Ölçeğinin Türkçe formunun kısa ve anlaşılır cümlelerden oluştuğu, bu nedenle uygulanmasının ve değerlendirilmesinin araştırmacılara kolaylık sağlayacağı düşünülmektedir. Sonuç olarak, 3 faktörlü 15 maddelik ölçme aracı geliştirilmiştir.

## KAYNAKÇA

Akyüz, A. M., Ayyıldız, H. (2008) Satış Noktası Tutundurma Araçlarının Tüketicilerin Kolayda Mal Satın Alma Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Electronic Journal of Social Sciences*, 7(24), 110-134.

Ayhan, Y. (2010). *Süpermarketlerde Tanzim Teşhir Uygulama Faaliyetlerinin Kasa Çıkış Rakamları Üzerine Etkisi Ve Bir Uygulama*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi Ve Pazarlama Bilim Dalı, İstanbul.

Bayram, N. (2010). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş*. Bursa: Ekin Kitabevi.

Becker-Olson, K.L. (2003). And Now, A World From Our Sponsor: A Look At The Effects Of Sponsored Content And Banner Advertising. *J. Advert*, 32 (2), 17–32.

Bozkurt, İ. (2004). *İletişim Odaklı Pazarlama*. İstanbul: MediaCat Kitapları.

Brown, T. A. (2006). *Confirmatory Factor Analysis For Applied Research*. New York, NY: Guilford Press.

Yüksekbilgili, Z. (2019). Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 47-60.

Burner, G.C., II, (2009). *Marketing Scales Handbook – A Compilation of Multi-item Measures for Consumer Behavior and Advertising Research* (5th ed). Carbondale: GCBII.

Büyüköztürk, Ş. (2011). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.

Chevalier, M. (1975). Increase in Sales Due To In-Store Display. *J. Mark. Res.*, 12(4), 426-431.

Gürbüz, S., Şahin, F. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (2. Baskı). Ankara: Seçkin Yayınevi.

Hooper, D., Coughlan, J., Mullen, M. R. (2008) Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.

Horstmann, F. (2017). Measuring The Shopper's Attitude Toward The Point Of Sale Display: Scale Development And Validation. *Journal of Retailing and Consumer Services*(36), 112-123. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.01.011

İslamoğlu, A. (2003). *Tüketici Davranışları*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Munro B.H. (2005). *Statistical Methods For Health Care Research*. Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins.

Peng, L. ve Finn, A. (2016). Assessing Response Format Effects On The Scaling Of Marketing Stimuli. *Int. J. Mark. Res.*, 58(4), 595–613.

Schreiber, J.B., Nora A., Stage, F.K., Barlow, E.A., King, J. (2006). Reporting Structural Equation Modeling andConfirmatory Factor Analysis Results: A Review. *The Journal of Educational Research*, 99(6), 323-38.

Schumacker, R.E., Lomax, R.G. (2010) *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. New York: Taylor & Francis Group.

Şimşek, Ö. F. (2007) *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş, Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Ekinoks.

Taşkın, E. (2003). *Satış Teknikleri Eğitimi*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.

Waltz C.F., Strickland O.L., Lenz, E.R. (2010). *Measurement in Nursing and Health Research*. New York: SpringerPublishing Company.

Wang, J., Wang, X. (2012)*Structural Equation Modeling: Applications Using Mplus: methods and applications*. West Sussex: John Wiley & Sons.

Winter, R. (2014). Mass Persuasion. *Des. Retail*, 26(4), 38.

**Ek 1- Satış Noktası Teşhir Araçları Tutumu Soru Formu**

Faktörün Adı	Soru İfadesi	1- Kesinlikle Katılmıyorum	2- Katılmıyorum	3- Kararsızım	4- Katılıyorum	5- Kesinlikle Katılıyorum
Teşhirin Uyumu	Teşhir markaya uygun.					
	Teşhir markayla uyumlu.					
	Teşhir ürünü başarılı temsil ediyor.					
	Teşhir ürüne uygun.					
	Teşhir ürünle uyumlu.					
Teşhirin Sunumu	Teşhirin şekli zevkime hitap ediyor.					
	Teşhirin şekli çekici.					
	Promosyon ürününün sunumu etkileyici.					
	Promosyon ürününün sunumu çekici.					
	Promosyon ürününün sunumu göz alıcı.					
	Teşhir bilgilendirici.					
Teşhirin Rengi	Teşhirin rengini beğendim.					
	Teşhirin rengi zevkime hitap ediyor.					
	Teşhirin rengi çekici.					



## Madencilik Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerde İç Kontrol ve Hile Riski: Bir Mermer İşletmesi Üzerinde İnceleme\*

Meral EROL FİDAN\*\*

Enes Şamil MUMCU\*\*\*

### Öz

Küreselleşme, artan rekabet, teknolojideki hızlı değişim ve yaşanan ekonomik krizler tüm ülkelerde işletmelerde hile riskini artıran en temel unsurlardır. Hilenin önlenmesi ve ortaya çıkartılmasına yardımcı olan hile riski değerlendirmesi, işletmenin hile risklerini tanımlayan, analiz eden ve bu risklere yönelik işletmede var olan kontrolleri değerlendiren bir süreçtir. Çalışmanın temel amacı maden işletmelerinde hile riski taşıyan unsurların değerlendirilerek, madencilik sektöründe karşılaşılabilecek hile risklerinin örnek bir mermer işletmesi üzerinde değerlendirilmesidir. Maden işletmelerinde hile riski taşıyan noktaların belirlenerek ileride doğabilecek kötü sonuçların önlenmesi amacı ile bir mermer işletmesinin yetkili personelleri ile mülakat uygulanarak maden işletmeleri hile riski açısından değerlendirilmiştir. Araştırma konusu mermer işletmesi yetkili personelleri ile gerçekleştirilen mülakatlar sonucunda işletmenin iç kontrol sistemine gereken önemin verilmediği, işletme çalışanlarının görev dağılımlarının yapılmadığı, işe alım ve terfilerde net kuralların uygulanmadığı, üretim departmanı, pazarlama ve satış departmanları ile üst yönetim arasında iletişim kopukluğu olduğu ve ayrıca muhasebe departmanında etkin bir raporlama sisteminin kurulmadığı, muhasebe bilgi sisteminin güvenilir olmadığı tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Madencilik Sektörü, Mermer İşletmeleri, Hile Riski, İç Kontrol.

**Makale Türü:** Araştırma Makalesi

## Internal Control and Fraud Risks in Mining Companies: A Study on a Marble Enterprise

### Abstract

Globalization, increasing competition, rapid change in technology and economic crises are the main factors that increase the risk of fraud in businesses in all countries. Fraud risk assessment, which helps to prevent and reveal fraud, is a process that identifies, analyzes, and assesses existing controls within the entity for fraud risks. The main purpose of this study is to evaluate the fraud risks that may be encountered in the mining sector by evaluating the elements that are at risk of fraud in the mining sector on an example marble firm. In order to prevent the possible adverse consequences in the future by identifying the points that are at risk of fraud in mining operations, the interviews were conducted with the authorized personnel of a marble enterprise and the mining operations were evaluated in terms of the risk of fraud. As a result of the interviews conducted with the authorized personnel of the mining enterprise, the internal control system of the enterprise is not given the necessary importance, the distribution of duties of the employees is not made, the net rules are not applied in recruitment and promotion, there is a lack of communication between the production department, marketing and sales departments and the senior management. Furthermore, it has been determined that an effective reporting system has not been established in the accounting department and that the accounting information system is not reliable.

**Keywords:** Mining Sector, Marble Enterprises, Fraud Risk, Internal Control.

**Article Type:** Research Article

\* Bu makale Madencilik Sektöründe İç Kontrol Yapısının İncelenmesi ve Hile Risklerinin Ölçülmesi başlıklı yüksek lisans tez çalışmasından derlenmiştir.

\*\* Doç. Dr., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, [meral.fidan@bilecik.edu.tr](mailto:meral.fidan@bilecik.edu.tr), Orcid ID: 0000-0002-3954-676X

\*\*\* Yüksek lisans öğrencisi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, [e.samilumcu@gmail.com](mailto:e.samilumcu@gmail.com), Orcid ID: 0000-0003-3242-7204.



## 1. GİRİŞ

Dünya'da ve Türkiye'de yaşanan birçok ekonomik kriz sonrasında işletmelerde hile ile ilgili olaylarda önemli artışlar olduğu görülmüştür. Gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede ve ülkemizde de yaşanmış ve yaşanmaya devam eden çeşitli skandallar sonrasında hile kavramının nasıl önlenebileceği konusunda birçok araştırma yapılmıştır. Hilenin doğasında var olan bilinçli ve kasıtlı dolandırma amacı ve aldatma tüm şirket sahip ve yöneticilerini etkileyen önemli bir olgudur.

Maden sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde de diğer işletmelerde olduğu gibi hile olasılığı bulunmaktadır. Olası hilelerin en önemli nedenlerinin başında işletmelerde iç kontrol sisteminin olmayışı ya da yeterli oluşturulmamış olması gelmektedir. İşletmelerde hile yaptıkları belirlenen çalışanların da şirkete daha iyi nasıl katkı sağlarımdan çok, nasıl kendime fayda sağlarımda amacıyla hile yaptıkları birçok çalışmada ortaya konulmuştur. Bu çalışanların yaratmış oldukları hileli işlemlerin ise sadece maddi anlamda meydana gelmediği de görülmektedir. Bu tür vakaları önlemek için belirtilen tedbirler içinde öncelikle şirketlerde iç kontrol sistemi oluşturulması, personele hile eğitimleri verilmesi, iç denetim birimleri oluşturulması ya da dışarıdan sağlanacak bağımsız denetim desteği gelmektedir.

Ülkelerin kalkınmalarında zengin ham madde kaynaklarına sahip olmanın önemi bilinen bir gerçektir. Bugün Dünya'da uygulanan ekonomik sistemlerin tümünde benimsenen ham madde girdisinin üretim unsurları içindeki önemliliğidir. Genel olarak yer altı kaynakları bakımından zengin olan ülkelerin kalkınmalarını büyük oranda tamamlamış ülkeler olduğu bilinmektedir.

Ülkemizde en fazla mermer ocağı Balıkesir ilinde bulunmaktadır. İkinci sırada Afyon ve üçüncü sırada Bilecik illeri gelmektedir. Mermer rezervi ve üretimi yönünden Türkiye Dünya'nın zengin ülkeleri arasında yer almaktadır.

Araştırma yapılmasına izin veren işletmede Sofita Beji mermeri üretilmektedir. Bu mermer farklı bir ışık alımına ve çok özel damarlara sahiptir. İşletme yurt içi satışlarında ülkenin dört bir yanına malzeme tedariki sağlarken, yurtdışındaki satışlarını ise; Singapur, Çin, Japonya, Amerika, Arjantin, İspanya, Yunanistan, Endonezya, İsrail, Ukrayna, Arnavutluk, Hindistan gibi ülkelere ihracat yapmaktadır.

## 2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

### 2.1. İşletmelerde İç Kontrol Sistemi

İç kontrol sistemi, 1988 yılında yayınlanan "Finansal Tabloların Denetiminde İç Kontrol Yapısının Değerlendirilmesi" standardında; "Ana unsurları kontrol çevresi, muhasebe sistemi ve kontrol prosedürleri olan iç kontrol yapısı; işletmelerin amaçlarına ulaşmasında kabul edilebilir bir güven sağlamak için oluşturulan politikalar"dır" şeklinde tanımlanmıştır. Denetim komitesinin yayınladığı raporda ise; "işletmenin varlıklarını korumak, muhasebe tarafından oluşturulan bilgilerinin güvenilirliğini ve doğruluğunu incelemek, işletme faaliyetlerinin verimliliğini arttırmak, işletme politikalarına bağlılığı teşvik etmek için uygulanan tüm tedbirleri ve stratejileri içerir" şeklinde iç kontrol tanımlanmıştır (Koca, 2010: 19).

Geniş kapsamlı bir konsept olan iç kontrol, bir işletme için riskleri kontrol eden her şeyi içerir. Bir kuruluşun kaynaklarını yönlendiren, izleyen ve ölçen bir araçtır. Hem fiziki (makine ve mülk gibi) hem de maddi olmayan (ticari markalar, itibar veya fikri mülkiyet gibi) hile tespitinde ve önlenmesinde ve kuruluşun kaynaklarını korumada önemli bir rol oynar (Brierly, El-Nafabi ve Gwilliam, 2001).

İyi bir iç kontrol sistemi işletmenin sahip olduğu varlıkların korunmasını sağlar. İyi kurulan bir iç kontrol sistemi işletmenin faaliyetlerinde verimliliğin artırılmasına destek olur. İç kontrol sistemi öncelikle finansal raporların güvenilirliğini sağlamayı hedefler (Dabbağoğlu, 2007: 160-161). İç kontrol sisteminin hiç olmadığı ve veya iyi kurulmadığı durumlar, işletme varlıklarının kaybına, yönetimin eksik ya da hatalı kararlar almasına, işletme ile ilgili her türlü usulsüzlüklere ve işletmenin kârında ve verimliliğinde azalışlara sebebiyet vereceği bilinmektedir (Aksoy, 2005: 139-140).

İşletme sahip veya yöneticileri etkili bir iç kontrol sistemi kurmak istiyorlarsa önce işletmenin her alandaki risklerini tespit etmelidirler. Bunlar muhasebe ile ilgili riskler olabileceği gibi satınalma ve satış prosedürleri ile ilgili de olabilir. Bu risklerden korunmak veya bu riskleri minimum seviyede tutmak için politika ve prosedürler oluşturulmalıdır. Daha sonra bunlar ilgili çalışanlara eğitimlerle aktarılmalıdır (Kepekçi, 2004: 70).

COSO Piramidi diye de adlandırılan iç kontrolün beş bileşeni Şekil 1’de verilmektedir ve izleme, bilgi ve iletişim, kontrol faaliyetleri, risk değerlendirmesi ve kontrol ortamından oluşmaktadır. İzleme, çalışanların performansını değerlendirmeyi içerir ve öz değerlendirmeleri veya akran değerlendirmelerini tamamlayarak gerçekleştirilir. Kontrol faaliyetleri bir kuruluştaki riski azaltmaya ve yönetmeye yardımcı olur. Örneğin, yetkisiz erişimi önlemek için parolalar bilgisayar programlarına yerleştirilir. Bilgi ve iletişim, çalışanlara ve müşterilere bilgi aktarma ve onlardan gerekli bilgileri toplama becerisini sağlamayı içerir. Risk değerlendirmesi ve kontrol ortamı tüm sistemi kapsar ve kuruluşun genel hedeflerini ve hedeflerin nasıl gerçekleştirildiğini değerlendirir (Bozkurt, 2010: 132-133).



Şekil 1. İç Kontrol Sistemi Unsurları (COSO, 2013)

İç kontrol sisteminin esas amaçları tanımından da anlaşılacağı gibi şöyle sıralamak mümkündür (Kepekçi, 2004: 73).

1. İşletmeye ait olan varlıkları korumak ve kayıpları önlemek,
2. Muhasebe ile ilgili bilgilerinin güvenilirliğini ve doğruluğunu sağlamak,
3. İşletme faaliyetlerinin kanunlara uygunluğunu sağlamak,
4. İşletme kaynaklarının ekonomik ve verimli kullanımını sağlamak,
5. Amaç ve hedeflere ulaşılmasını sağlamak.

İşletmeler değişen, globalleşen Dünya ve gelişen ekonomik bağlantıların etkisiyle fiziki olarak büyüdükçe, faaliyetlerin ve meydana gelen varlık hareketlerinin sayısının ve karmaşıklığının gittikçe artmasıyla, işletme yönetiminin işletme faaliyetlerini doğrudan kontrol etme yeteneği ve yeterliliği başarısı gittikçe azalmaktadır. İşletmenin bu karmaşık yapısı içinde varlıkların korunması, kayıtların doğru ve güven altında yürütebilmesinde güçlü bir iç kontrol sistemine sahip olması da oldukça önem arz etmeye başlamıştır (Gökçen ve Tipi, 2019: 152-155).

Küçük işletme organizasyonlarında, genel olarak, işletme sahibi işletmesinin toplam faaliyetlerini kişisel denetimi ve doğrudan katılımı ile kontrol eder. Örneğin; mal sahibi genellikle gerekli ticari malzemeleri ve diğer mülkleri satın alır. Çalışanın tayinini kendisi verir, faaliyetlerini sürekli izler. Ancak, işlerin genişlemesiyle birlikte, ek personele ihtiyaç duyacaktır ve iş kapsamı da genişleyecektir. Bu şartlar altında, yöneticinin işin tüm faaliyetlerini tek başına yürütmesi neredeyse imkânsız hale gelir ve böylece genel kontrolü azalır. Bu gibi durumlarda, iç kontrolün tanıtılması çok önemlidir.

Hilenin ortaya çıkartılmasında en temel çözüm işletmede oluşturulacak iyi bir iç kontrol sistemidir. 1992 yılında ilk kez İç Denetim Enstitüsü (COSO) tarafından iç kontrol yapısı ortaya atılmıştır. İç kontrol sistemi bir işletmedeki tüm süreçleri kapsamaktadır ve kurumsal yönetimin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. İşletmenin yönetim kurulu, üst düzey yönetim ve diğer çalışanlarca etkilenen; operasyonların etkinliği ve verimliliği, raporlamaların güvenilirliği, yasa ve düzenlemelere uyum hedeflerinin yerine getirildiğine dair makul bir güvence sağlamak amacıyla tasarlanmış olan bir süreçtir (COSO, 2013: 3).

## 2.2. Hile Riski

Hile, aldatma, rüşvet, sahtecilik, haraç alma, yozlaşma, hırsızlık, komplo, zimmet, kötüye kullanma, gizleme gibi eylemlerle, bir başka kişi veya kurumun zararına neden olacak biçimde, bir yarar sağlamak amacıyla kasıtlı olarak yapılan usulsüz faaliyetlerdir (Bozkurt, 2016: 60).

Denetim, işletmenin mali faaliyetleri ile ilgili iddialarının önceden belirlenmiş olan ölçütlere uygunluk derecesini araştırmak ve sonuçları ilgililere bildirmek amacıyla kanıt toplayan ve değerlendiren sistematik bir süreçtir (Güredin, 2010: 11). Hile araştırmaları genellikle hile belirtilerinin ortaya çıkmasıyla başlamaktadır. Hile belirtileri literatürde kırmızı bayraklar olarak da anılmaktadır (Bozkurt, 2016: 130). ACFE 2018 araştırma raporuna göre dünya genelinde hilelerin ortaya çıkarılma yöntemleri ve oransal dağılımı aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır (ACFE, 2018: 17).

- Şikâyetler (%40)
- İç Denetim (%15)
- Yönetim incelemeleri (%13)
- Tesadüfen (%7)
- Muhasebe Mutabakatları (%5)
- Belge incelemeleri (%4)
- Bağımsız denetim (%4)
- Gözetim/İzleme (%3)
- Kamu Kurumlarının tespiti (%2)
- Bilgi teknolojileri kullanımı (%1)
- İtiraf (%1)
- Diğer (%6)

İşletmelerin kullandıkları hile önleme araç ve yöntemleri genel olarak aşağıda şekilde sayılabilir (Yıldız ve Baskan, 2014: 6-8).

- **İç Denetim:** İç denetimin temel sorumluluğu işletmenin tüm faaliyetlerini ve yönetim işlemlerini gözden geçirmek ve denetlemektir.

- **İç Kontrol Sistemi:** Tepe yönetimi tarafından saptanmış yönerge ve kurallara uygun davranılmasını ve verilen raporların doğru, zamanlı ve eksiksiz olarak hazırlanıp yönetime sunulmasını sağlamaktadır.
- **Bağımsız Denetim:** Finansal raporlarda hata ve hile riskini makul düzeyde tutmayı sağlamaktır.
- **İhbar Hatları:** İhbar mekanizması temelde, herhangi bir kişinin fark ettiği hileleri yetkili mercilere bildirmesi sonucu yapılan yanlışlıkların yetkili kişilerce çözülmesini içermektedir.
- **Özel Hata ve Hile İnceleme Birimleri:** İşletmelerin bünyesinde sadece muhasebe hata ve hileleri bulmak için birimler kurulabilir.

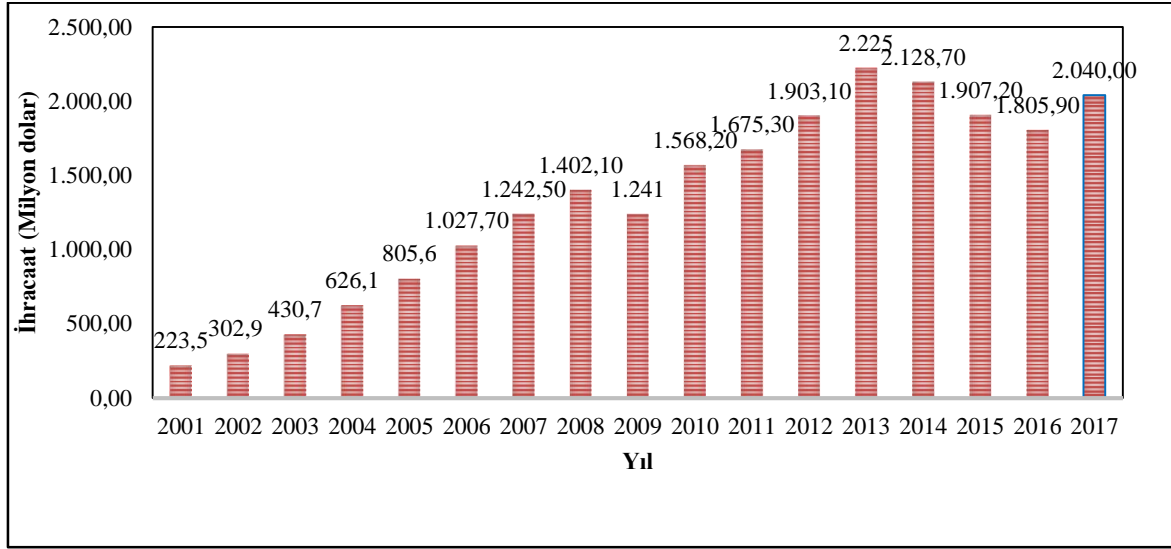
İşletmeler genellikle hile ortaya çıktıktan sonra tedbir alma yolunu tercih etmektedirler. Bu da ciddi anlamda zararlara yol açmakta, tamiri mümkün olmayan sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Hile henüz ortaya çıkamadan hile riskinin tespit edilebilmesi için güçlü bir iç kontrol sisteminin oluşturulması, işletme içi personel eğitimlerinin sağlıklı bir şekilde yapılması ve adaletli bir çalışma ortamının sağlanarak adil dağılımın gerçekleştirilmesi hilelerin ve hilekârların önceden fırsat yaratmalarına veya fırsat olasılığının daha azalmasını sağlayacağı yapılan çalışmalarda belirtilmektedir. Ayrıca gelişen bilgi teknolojileri yardımıyla da işletme bünyesinde sürekli denetim faaliyetlerinin benimsenmesinin de hilelerin önlenmesine yardımcı olacağı belirtilmektedir.

### 2.3. TÜRKİYE 'de Mermer İşletmeciliği

Endüstriyel anlamda kolayca cilâlanarak kolayca parlatılan taşlara mermer denilmektedir. Türkiye'de yaklaşık 2000 yıldır doğal taş işletme ve mermerciliğin varlığı kanıtlanmaktadır. Dünya'da doğal taşların yapı ve dekorasyon malzemesi olarak da kullanılmaya başlanması ile doğal taş üretimi de artırmıştır. İnşaat malzemelerinin doğal taştan yapılmış olanları mimarlar ve dekoratörler tarafından daha fazla tercih edilmeye başlamıştır. Doğal taş fiyatlarının diğer ham madde girdilerine bakarak daha ucuz olması Dünya'daki doğal taş tüketiminin daha da artmasına neden olmaktadır.

Doğal taş bakımından, jeolojik yapısı itibarıyla zengin bir potansiyele sahip olan ülkemizde, bugünkü verilere göre 4 milyar m<sup>3</sup> işletilebilir mermer, 2,8 milyar m<sup>3</sup> işletilebilir traverten, 1 milyar m<sup>3</sup> granit rezervi bulunmaktadır. Bu değerlere göre Türkiye dünya doğal taş rezervinin yaklaşık %40'ına sahiptir. Mermer sektöründe, 1.717 adet mermer ocağı, yaklaşık 2.000 fabrika ve 9.000 atölye bulunmakta ve yaklaşık 300.000 kişi istihdam edilmektedir. Dünya doğal taş ihracat sıralamasında daha birkaç yıl öncesine kadar 8. sırada yer alan Türkiye doğal taş sektörü, 2006 yılı itibari ile 5.sıraya yükselmiştir. Türkiye, 2018 yılında en fazla ihracat yapan ülke olarak ilk sırada yer alırken, bu sırayı İtalya ve Yunanistan takip etmiştir (Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, 2019).

Ülkemizin maden yataklarının işletilmesi ve değerlendirilmesinde, doğal taş sektörü önemli bir düzeye ulaşmıştır. 1989 yılında 9,6 milyon dolar olan doğal taş ihracatı, Şekil 2'de görüldüğü gibi 2013 yılında 2 milyar doları aşmıştır. 2011 yılı sonrasında Dünya genelinde yaşanan ekonomik krizler sonucunda bir gerileme dönemi yaşanmakla birlikte 2017 yılında tekrar 2 milyar doları aşan rakamlara ulaşmıştır.



Şekil 2. Türkiye’de Mermer İhracatı (İMİB, 2017)

#### 2.4. Araştırma Konusu İle İlgili Yapılmış Çalışmalar Özeti

Aşağıda araştırma konusu ile benzer özellik gösteren çalışmalara yer verilerek kısaca değerlendirilmiştir.

Kılınçaslan (2017), çalışmasında Zonguldak ilinde faaliyet gösteren üretim işletmelerine bir mülakat uygulamıştır. Muhasebe ile ilgili tespit edilen hata ve hilelerin önlenmesinde iç kontrol sisteminin işletmelerde varlığı araştırılmıştır. Ayrıca tespit edilen iç kontrol sistemi eksikliklerinin nasıl ortadan kaldırılacağına ilişkin tavsiyelerde bulunulmuştur. İncelenen üretim işletmelerinde ortaya çıkabilecek denetim risklerini sürekli olarak kontrol eden bir yapının eksik olduğu tespit edilmiştir. İşletme binalarında varlıkların fiziki olarak korunmasına yönelik yangın alarmı ve su püskürtme sistemi bulunması hususları eksiktir. Raporlama ve kontrol faaliyetleri, varlıkların sayım periyodları hususlarında da yine eksiklikler olduğunun gözlemlendiği belirtilmektedir.

Bayrak (2017), çalışmasında, perakende marketçilik sektöründeki hile riski ile ilgili gelişmeleri ve sonuçlarını ortaya koymaya çalışmıştır. Sektörde küçük bir risk gibi görünen olayların bile ileride olumsuz sonuçlara yol açabileceği belirtilmiştir. Çalışmada uygulama olarak anket ve şirket yetkilileri ile mülakat yapılarak risk raporlamalarına yer verilmiştir. İşletmelerde ortam yaratıldığı sürece hile riskinin kaçınılmaz olacağı belirtilmiştir. Çalışmada perakendecilik sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin departmanlarına göre karşılaşılabilecekleri hile riskleri ayrı ayrı belirtilmektedir.

Bayraktaroğlu (2016), çalışmasında Batı Akdeniz Organize Sanayi Bölgelerinde Antalya, Isparta, ve Burdur illerinde faaliyet gösteren ve iç denetim sistemine sahip 87 işletme üzerinde anket uygulaması ile muhasebe etkin muhasebe iç denetimi sayesinde hata ve hilelerinin önlenebilirlik düzeyi araştırılmıştır. Çalışmada iyi bir iç denetim sistemi ve iç kontrol sistemiyle birlikte işletmelerde karşılaşılabilecekleri hileli muhasebe işlemlerinin azaltılmasına olumlu yönde bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Koyutürk, (2015) tez çalışmasında, bir hastane işletmesinde yapılan hileleri incelemiştir. ABC Hastanesinde gerçekleşen hile vakalarını tespit edebilmek için gözlem ve soruşturma tekniklerinden yararlanılmıştır. İnsan kaynakları, iç denetim birimi, bilgi teknolojileri ve muhasebe departmanı ile

Erol Fidan, M. & Mumcu, E. Ş. (2019). Madencilik Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerde İç Kontrol ve Hile Riski: Bir Mermer İşletmesi Üzerinde İnceleme. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 61-81.

görüülerek hile tespiti araştırması yapılmıştır. İlgililerin verdikleri cevaplar doğrultusunda gerçekleşmiş olan hileler ile potansiyel hileler tespit edilmiştir. ABC Hastanesi'nde bu araştırma 01.01.2008-30.04.2012 dönemine gerçekleştirilmiş olup, hastanede birçok hile vakası tespit edilmiş ve açıklanmıştır. Tespit edilen hilelerin önlenmesi için yapılması gerekenler belirtilmiştir.

Erzurum (2014), tez çalışmasında sağlık sektöründe faaliyet gösteren özel hastanelerin işletilmesinde hastane işletmeleri bünyesinde muhasebe sisteminin denetimi ve risk odaklı denetim planlaması ile kontrolü hakkında bilgiler verilmiştir. SWOT analizi uygulanarak Türkiye'de sağlık hizmetlerinin durumu analiz edilmiştir. Sektörün güçlü ve zayıf yönlerini ortaya koymaya çalışılmıştır. Ayrıca özel hastanenin hissedarları ile yapılan anket ile hissedarların sektör bilgisi ve gelecek ile ilgili beklentileri ortaya konmaya çalışılmıştır.

Güneş (2014), tez çalışmasında hastane işletmelerinde hile riski konusunu çalışmıştır. Çalışmada hastane işletmelerinde hile riski değerlendirilmiştir. Çalışmada gözlem ve soruşturma tekniklerinden yararlanılmıştır. Ayrıca ihbar yolu kullanılarak gelen bilgiler değerlendirilmiştir. Özel bir hastaneden 160 personel, kamu hastanesinden ise 218 personel ile görüşme yapılmıştır. Bu hastanelerde hile risklerine karşı alınan tedbirlerle ilgili olarak, bilgi teknolojileri, insan kaynakları, iç denetim birimi ve eğitim yöneticileri ile görüşmeler yapılmıştır. Hastane işletmelerinde iç kontrol sistemi politika ve prosedürlerinin oluşturulması, işletmede etik ortam geliştirilmesi, güvenilir çalışanların istihdamı, ihbar hatlarının kurulması, hile hakkında eğitimler verilmesi, işletmede hile riskinin sürekli değerlendirilmesi yönünde olabilecek riskler hakkında durum tespiti yapılmıştır.

Yıldız ve Baskan (2014) BİST şirketleri üzerine bir anket araştırması yapmışlardır. Çalışmalarında, 1187 firma üzerinde gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda muhasebe sistemi ve finansal raporlarda hileler, varlıkların kötüye kullanılması ve haksız edinim olmak üzere muhasebe hilelerinin önlenmesinde kullanılan araçları üç kısımda ayırmıştır.

Göçgüner (2013) tez çalışmasında tekstil sektöründe hile riskini değerlendirmek üzere 2 tekstil firması üzerinde mülakat uygulaması yapmıştır. Çalışmada sektöre yönelik olarak hazırlanmış olan sorular birim departman personellerine ve departman yöneticilerine sorularak cevap alınmaya çalışılmaktadır. Tekstil sektöründe yürütülmekte olan kontrollerin yeterli seviyede olmadığı sonucuna varılmıştır. Hile riskinin önlenmesi veya ortaya çıkarılmasında önemli bir rol üstlenen iç kontrol ve kurumsal yönetim ilkelerinin işletmeler tarafından uygulanmaya başlanması ve bu yolla işletmelerinde hile riskinin önlenmesi önerilmiştir.

Hatunoğlu ve arkadaşları (2012), çalışmalarında bir anket uygulaması vasıtasıyla işletmelerde iç kontrol sisteminin önemi ve hata ile hileleri önlemedeki etkisi araştırılmıştır. Türkiye'nin çeşitli coğrafi bölgelerindeki 8 ilde yer alan organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren ve iç kontrol sistemine sahip olduğu belirtilen 45 işletme üzerinde anket gerçekleştirilmiştir. Veriler istatistikî yöntemler ile analiz edilmiştir. Çalışmanın sonunda işletmelerde etkin bir iç kontrol sisteminin varlığının işletmede karşılaşılmaması muhtemel hatalı ve hileli işlemlerin azaltılmasında önemli bir etkisi olduğu belirtilmiştir.

Dalğar (2012) çalışmasının amacı; işletmelerde muhasebe departmanlarında hata ve hilelerin önlenmesine yönelik olarak iyi bir iç kontrol sisteminin nasıl oluşturulabileceği açıklamaktır. Ayrıca kendi iç kontrol yapılarını kurmak isteyen işletmelere yol gösterecek bilgiler verilmiştir. Çalışmada bir üretim işletmesinin muhasebe biriminin iç kontrol sistemi kurma çalışmaları görüşme ve gözlem yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Sonuç olarak işletmelerde kurulan iç kontrol

sistemlerinin, işletmenin kendi yapısına ve büyüklüğüne uygun olarak üst yönetim tarafından tasarlanması ve sürekliliğinin sağlanması gerektiği belirtilmiştir.

Adiloğlu (2010) doktora tezi çalışmasında, işletmelerde iç denetim faaliyetlerine yardımcı olmak amacıyla, iç kontrol prosedürleri oluşturularak bir üretim işletmesinin iç kontrol faaliyetlerinin değerlendirilmesi için uygulanmıştır. Uygulama sonucunda elde edilen bulgular yorumlanarak üretim işletmelerinin iç kontrol faaliyetleri ile ilgili sorunlar ortaya konmuş ve önerilerde bulunulmuştur.

Ayyayla (2010), çalışmasında işletmelerin, bu karmaşık ekonomik zeminde buldukları sektörlerde rekabet gücü bulabilmesi için yapısını kurumsal düzeyde düzenlemesi gerektiğini belirtmektedir. Kâr hedefleri ve misyonları gereği işletmelerin iç kontrol sistemlerini sürekli etkin kılmak zorunda olduğu belirtilmiştir. İşletmeler etkin iç kontrol sistemine kayıtsız kalırlarsa üst yönetimden başlayarak, paydaşlarına sunulan finansal raporlamalarda olası hata ve hilelere maruz kalınacağı belirtilmiştir.

Koca (2010), çalışmasında iç kontrol sistemi ve muhasebe hata ve hileleri konularına değinmektedir. Muhasebe sistemi içerisinde karşılaşılabilen hata ve hilelerin önlenmesi, minimuma indirilmesi için etkin bir iç kontrol sisteminin kurulması gerekliliği konularına değinilmektedir. Etkin bir iç kontrol sisteminin işletme için önemli olduğu belirtilmiştir.

### **3. YÖNTEM**

#### **3.1. Araştırmanın Amacı**

Araştırmanın amacı, günümüz rekabet ortamında oldukça büyüyen madencilik sektöründe faaliyet gösteren işletmeler içerisinde yer alan öncelikli olarak mermer işletmelerinin iç kontrol yapısına ve hile risklerine karşı verilen önemin belirlenmesi, muhasebe departmanı ve diğer departmanlar ayrı ayrı değerlendirilerek hile risklerinin irdelenmesidir. Mermer sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin iç kontrol yapısının izin alınan bir firma bazında araştırılarak; gerçekleştirilecek öncelikli hile risklerinin neler olabileceğinin belirlenmesidir.

#### **3.2. Araştırmanın Önemi**

Yapılan son çalışmalarda işletmelerde hile riski konusunun Dünya’da ve Türkiye’de öneminin giderek arttığı görülmektedir. Sektörel farklılıklardan dolayı işletmelerde ortaya çıkabilecek hile risklerinin farklılaşabileceği ve bu nedenle işletmelerin iç kontrol yapısı ve hile riski konusunun sektörel bazda incelenmesi gereği ayrıca önem kazanmaya başlamıştır. Literatür incelemesi sonucunda Türkiye’de özellikle hastane işletmeleri ve perakende market işletmeleri gibi alanlarda hile riski konusu üzerine çalışmaların olduğu görülmekle birlikte madencilik sektörü ve dolayısıyla mermer işletmeleri üzerine hile riski konusunda araştırma yapılmadığı tespit edilmiştir.

#### **3.3. Araştırmanın Kapsamı Ve Yöntemi**

Araştırmanın evrenini Bilecik Ticaret ve Sanayi Odası Madencilik ve Taş Ocakçılığı’na kayıtlı maden işletmeleri oluşturmakla birlikte uygulama bir firmada gerçekleştirileceği için uygulama yapmaya istekli, Bilecik İli’nde faaliyet gösteren ticari anlamda büyük maden işletmelerinden bir tanesi ile uygulama gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın yöntemi gözlem ve mülakattır. Mülakatta sorulan soruların bir kısmı Adiloğlu’nun (2010) çalışmasında üretim işletmesi için hazırladığı sorulardan derlenmiş, bir kısmı da maden işletmeleri için tarafımızca düzenlenmiştir. Araştırma yönteminde, uygulama yapılacak mermer işletmelerinin karşı karşıya kaldığı hileler ve iç kontrol sistemi hakkında bilgi edinebilmek amacı ile

gözlem ve tahkikat tekniklerinden yararlanılmıştır. Firmanın muhasebe departmanı, üretim departmanı, pazarlama ve satış departmanı, insan kaynakları departmanı ve üst yönetim departmanlarına ulaşılarak mülakat formları iletilmiş ve yüz yüze görüşmeler yapılmıştır.

### 3.4. Araştırmanın Kısıtları

Araştırmada uygulama yapmak için maden işletmesi olarak faaliyet gösteren birkaç işletme ile görüşme yapılmakla birlikte, işletme yetkililerine araştırma konusunun işletmelerinde hile riskleri ve işletme iç kontrol yapısı ile ilgili olarak yapılacağı belirtildiğinde; işletme yetkilileri işletmelerinde hilenin veya hataların olmadığı ve olamayacağı, kameralar ile işletmelerinin her zaman kontrol edildiği ve bunun gibi nedenler belirtilerek araştırma yapılmasına izin verilmemiştir.

Araştırma yapılan il genelinde madencilik sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin büyük ölçekli ve sayı olarak fazla olanlarının mermer üzerine çalışıyor olmaları nedeniyle araştırma kısıtlanmaktadır.

İşletmesinde uygulama yapılmasına izin veren XYZ Firması'nda ise işletmenin işlerindeki yoğunlukları nedeni ile 11(on bir) iş günü mülakat ve inceleme yapılabilmektedir. Araştırma 2019 yılı içerisinde farklı tarihlerde verilen randevularda yapılmıştır. XYZ İşletmesi üretim departmanı, insan kaynakları departmanı, üst yönetim departmanı ve de özellikle muhasebe departmanı ile müsait olunan zamanlarda detaylı olarak görüşülmüştür. Fakat pazarlama ve satış departmanı ile iş yoğunlukları nedeni ile diğer departmanlara göre daha az görüşme saati yapılabilmektedir. Araştırma yapılan firmada sadece her bir departmanın yetkili olan personel/leri ile görüşme ve gözlemler yapılmıştır.

Araştırma yapılmasına izin veren firma ismini belirtmemize izin vermekle birlikte bu çalışmada firma adının "XYZ" olarak kullanılması tercih edilmiştir.

Mülakat sorularına verilen cevaplar, ilgili personelin algılamasına ve isteklerine göre sınırlı kalmıştır. Cevaplama sırasında baskı unsurları nedeni ile eksik ya da yanlış cevaplama olasılığı vardır. Mülakat sorularına verilen cevaplarda, personelin algı eşiği, istihdam korkuları ve cevaplar sonucunda itibar zedelenmesi korkuları gibi nedenler sebebi ile farklı cevaplamalar olması olasılığı bulunabilir.

### 3.5. Araştırma Yapılan Firmanın Tanıtımı Ve Uygulama

XYZ Maden Mermer Ocakçılığı ve Doğaltaş İşletmesi 2012 yılında Bilecik merkezli olarak kurulmuştur. Kurulum aşamasındaki sermayesi 2.900.000 TL'dir. Başta Bilecik Beji (Sofita Beji) olmak üzere, dekorasyon ve inşaat işlerinde kullanılan bütün doğal taşları üretmek ve ulusal ve uluslararası piyasada ticaret yapmak amacıyla kazanç elde etmek için kurulmuştur. İşletme 1 adet mermer ocağına sahiptir ve mermer ocağı Bilecik ilindedir. İşletme faaliyetine 2013 yılının Ocak ayında başlamıştır.

**Tablo 1.** XYZ İşletmesi Çalışan Dağılımı ve Sayısı

Çalışan Dağılımı	Çalışan Sayısı
Üst Yönetim	3
Muhasebe Bölümü	2
Pazarlama ve Satış Bölümü	5
Üretim Bölümü	57
İnsan Kaynakları Bölümü	2
Toplam	69



Tablo 1’de verilen değerlere göre 2019 yılı itibariyle aktif olarak; 3 üst yönetim departmanı çalışanı, 2 muhasebe departmanı çalışanı, 2 insan kaynakları bölümü çalışanı, 5 pazarlama ve satış bölümü çalışanı ve 57 üretim bölümü çalışanı ile 69 çalışanına iş imkânı sağlamaktadır.

**Tablo 2.** XYZ Firması Yıllara Göre Çalışan Sayısı

Çalışma Yılı	Çalışan Sayısı
2018	69
2017	67
2016	55
2015	53
2014	48
2013	41

XYZ Firması Sofita Beji mermeri üretmektedir. Bu mermer farklı bir ışık alımına ve çok özel damarlara sahiptir. İşletme yurt içi satışlarında ülkenin dört bir yanına malzeme tedariki sağlarken, yurtdışındaki satışlarını ise; Singapur, Amerika, Yunanistan, Arjantin, İspanya, Endonezya, İsrail, Çin, Ukrayna, Arnavutluk, Japonya, Hindistan vb. ülkelere ihraç yapmaktadır. XYZ işletmesi 2016 yılından bugüne yurt içi satış yapmamaktadır. Son 3 senedir sadece ihracat yapan işletme, 2018 yılı baz alındığında ihracatlarının yüzde altmış yedi (67)’sini Hindistan’a ve yüzde otuz üç (33)’ünü Çin’e yapmaktadır.

XYZ İşletmesi faaliyete başladığı yıldan başlayarak çalışan sayıları şu şekilde değişkenlik göstermiştir; 2013 yılında 41 çalışanı, 2014 yılında 48 çalışanı, 2015 yılında 53, 2016 yılında 55, 2017 yılında 67 ve son olarak 2018 yılından bugüne 69 çalışanı ile hizmet vermeye devam etmektedir. XYZ İşletmesi kuruluşundan bugüne çalışma yıllarına bağlı çalışan sayıları Tablo 2’de gösterilmektedir.

**Tablo 3.** XYZ İşletmesi Eğitim Durumu ve Çalışan Sayısı

Eğitim Durumu	Çalışan Sayısı
Yüksek Lisans	1
Lisans	10
Ön Lisans	7
Lise	25
İlköğretim	40

Tablo 3’te XYZ İşletmesi çalışanlarının eğitim durumu görülmektedir. 1 yüksek lisans mezunu, 10 lisans mezunu, 7 ön lisans mezunu, 25 lise mezunu ve 40 ilköğretim mezunu vardır.

İşletmede 2 kadın çalışan ve 67 erkek çalışan vardır. XYZ İşletmesi 2013 yılından 2018 yılına kurumlar vergisi açısından Bilecik ilinde 3 yıl üst üste vergi rekortmeni listesine girmiştir. İşletme yıllara dayalı çalışan sayıları ve yıllara dayalı cirolar ele alındığında işletmenin yükselme eğitiminde olduğu söylenebilir. XYZ İşletmesi’nde “Üst Yönetim” departmanına yapılan iç kontrol mülakat soruları ve verilen cevapları Tablo 4’daki gibidir.

XYZ İşletmesi’nde üst yönetim bölümünde çalışan; şirket sahibi, işletme genel müdürü ve işletme genel müdür yardımcısı dâhil olmak üzere 3 kişiye sorular yöneltilmiş ve gerekli dönüşler alınmıştır. Ayrıca 3 çalışana da farklı günlerde ayrı ayrı odalarda mülakat yapılmış olup yüz yüze görüşülmüştür. Tablo 4’te verilen cevaplar görülmektedir. Bu bağlamda mülakat sonrası şu konular ortaya çıkmıştır;

- XYZ işletmesi iç denetim ve iç kontrol fonksiyonlarına önem göstermelidir.
- Yetkisiz erişim ile ilgili bir takım prosedürler ele alınmalıdır.
- İş tanımları ve sorumluluklar tekrardan incelenmelidir.
- Planlama ve raporlama sistemleri geliştirilmelidir.
- Kalifiye personel bulmakta insan kaynakları iyi çalışmalıdır.
- Yeteri kadar kontrol ve gözetim yapılmamaktadır.
- İşletme büyüklüğü ele alındığında örgüt yapısı ve organizasyon şeması işletmeyi karmaşıklığa sürüklemiştir.
- İşletme çalışanlarına görevleri doğrultusunda gerekli eğitimleri vermelidir.
- İşletmenin üst yönetim departmanındaki kişiler birbirlerinden bağımsız çalışmamalıdır.
- İşletme üst yönetimi; diğer departmanlar arası planlamayı, organize etmeyi, kadrolama model ve yaklaşımlarını ve çalışanlarının motivasyonları konularını tekrar planlamalıdır.
- İşletme büyüklüğüne güvenerek hatalı hamlelerden ve gereksiz harcamalardan kaçınmalıdır.
- Üst yönetim çalışanları işletmedeki diğer çalışanlara şeffaf olmalıdırlar.
- Üst yönetim çalışanlarına hileyi önlemede nasıl adımlar izleyeceği ve iç kontrol sistemi gerekliliği konuları hakkında eğitimler verilmelidir.

**Tablo 4.** Üst Yönetim Departmanı İç Kontrol Mülakat Soruları ve Cevapları

No	Üst Yönetim İç Kontrol Mülakat Soruları (Evet/Hayır)	1.Yönetici		2.Yönetici		3.Yönetici	
		E	H	E	H	E	H
1	İşletme yönetim ve faaliyetlere ilişkin kararlar birkaç kişi tarafından mı alınmaktadır?	X		X		X	
2	İşletme ile ilgili tespit edilen riskler dikkatli bir şekilde göz önüne alınmakta ve kontrol edilmekte midir?	X		X		X	
3	Yönetim işletmede yaşanan önemli hatalarda finansal tabloları düzeltmekte istekli midir?	X		X		X	
4	İç kontrol sistemine olması gerektiği kadar özen gösterilmekte midir?		X	X			X
5	Düzenli olarak yönetim kurulu toplantıları yapıp, karar defteri de zamanında hazırlanmakta mıdır?	X		X		X	
6	İşletmedeki yetki ve sorumluluk düzeyleri açıkça tanımlanmakta mıdır?	X		X		X	
7	İşlemlerin yürütülmesine ilişkin prosedürler üst yönetim düzeylerince yeterli derecede oluşturulmakta mıdır?	X		X		X	
8	Yetki devrinin yapıldığı faaliyetler için yeterli gözetim ve kontrol var mıdır?	X		X			X
9	İşlemlerin yürütülmesine ve görevlerin belirlenmesine ilişkin politikalar oluşturulmuş ve personel bu konuda bilgilendirilmiş midir?	X		X		X	
10	Kurumsal hedeflere, işletme fonksiyonlarına ve kanunlara uygun olarak yetki ve sorumlulukların devri oluşturulmuş mudur?	X		X		X	
11	İş tanımları ve sorumluluklar, personele duyurulmuş mudur?	X		X			X
12	Yönetim; bütçe, kar ve diğer finansal ve faaliyet hedeflerini belirlemiş midir?		X	X		X	
13	Planlama ve raporlama sistemleri, planlanan sonuçlardan sapmaları belirliyor mu?	X			X		X

Erol Fidan, M. & Mumcu, E. Ş. (2019). Madencilik Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerde İç Kontrol ve Hile Riski: Bir Mermer İşletmesi Üzerinde İnceleme. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 61-81.

14	Yönetim; firma ilgili kayıtlara ve belge ve varlıklara izinsiz erişimi önlemek için prosedürler kabul etmiş midir?	X			X		X
15	İşletme iç kontrol prosedürlerine sahip midir?		X		X	X	
16	İç denetim fonksiyonu denetlediği faaliyetlerin yöneticilerinden bağımsız mıdır?		X		X		X
17	Personel görevlerini yerine getirecek düzeyde eğitim ve deneyime sahip midir?		X	X		X	
18	Personelin devir hızı oldukça düşük müdür?		X		X		X
19	Çalışanların şikayetlerinin değerlendirilmesi ve iki taraf arasında fikir birliği sağlamada yardımcı olmaktadır.		X	X		X	
20	Personelin memnuniyetsizliği ile ilgili her türlü sıkıntıları sezinlemeyi sağlayacak bir gözle incelenmektedir.	X	X	X		X	
21	Çalışanlar, bireysel ya da toplu olarak işverenin iznini almaksızın sendikayla ilgili her türlü haklara sahiptir.		X	X			

**Tablo 5. Üretim Departmanı İç Kontrol Mülakat Soruları ve Cevapları**

No	Üretim Departmanı İç Kontrol Mülakat Soruları (Evet/Hayır)	E	H
1	İşletmenin kuracağı üretim tesislerinin kuruluş yerlerinin seçimi önceden belirlenmiş kriterler dikkate alınarak yapılmaktadır.	X	
2	İşletmenin tesisinin konumlandığı yer ileride meydana gelecek genişleme projelerini gerçekleştirmeye uygundur.	X	
3	İşletme, uyguladığı genişleme veya daralma stratejisi doğrultusunda; mevcut tesislerini, vardiyalarını ve personelini artırma veya azaltma yoluna gitmektedir. Bunların nasıl planlanacağı yönetim ve üretim departmanı tarafından önceden değerlendirilmektedir.	X	
4	İşletmede personel artırma ve azaltma durumu olduğunda bunun nasıl olacağı yönetim ve üretim bölümü tarafından önceden değerlendirilmektedir.	X	
5	İşletmede üretim akışı açıkça belirlenmiş ve tüm işlemler buna uygun olarak uygulanmaktadır.	X	
6	'Toplam Kalite' anlayışı benimsenmiştir.	X	
7	İşletmede üretimle ilgili maliyetlerin azaltılması amacı güden 'Tam Zamanında Üretim' anlayışı benimsenmiştir.	X	
8	Üretim faaliyetleri 'Sıfır Hata' uygulamalarına uygun olarak gerçekleştirilmektedir.		X
9	İşletme, kaliteyi düşürmeden, maliyetleri düşürebilmek için yöntemler araştırmakta, üretimde hangi uygun girdileri kullanılacağı konusunda çalışmalar yapmaktadır.		X
10	İşletmede ileri düzey üretim teknolojileri kullanılmaktadır.	X	
11	İşletme 'kurumsal sosyal sorumluluk' çerçevesinde üretim faaliyetlerini gerçekleştirmektedir.	X	
12	İşletme ISO 9001 kalite standartlarına uyumlu olarak üretim yapmaktadır.	X	
13	İşletme, faaliyetleri yüzünden çevrede meydana gelen azalmasını hedefleyen ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi standartlarına uymaktadır.	X	
14	İşletmede üretim ve satış programları arasında uyumlu bir çalışma sistemi sağlanmıştır.		X
15	İşletmenin kapasite kullanımı, pazardan ya da müşterilerden gelen talep doğrultusunda değişmektedir.	X	
16	İşletmenin üretim planlama ve kontrol bölümü, üretim sürecinin her aşamasını ve kullanılacak her türlü girdiyi planlamakta ve bu planın gerçekleşme derecesini sürekli bir biçimde kontrol etmektedir.	X	

XYZ İşletmesi'nde yapılan "Üretim" bölümü iç kontrol mülakat soruları ve verilen cevaplar Tablo 5'teki gibidir. XYZ İşletmesi üretim departmanı müdürü ile yaklaşık olarak 3 saatlik bir

mülakat yapılmıştır. Bu mülakat sorularına verilen cevapların değerlendirme sonuçları aşağıdaki gibidir:

- Üst yönetim ve üretim departmanı arasında kopukluklar görülmüştür.
- İşletme kapasitesini tam ve zamanında kullanamamaktadır.
- İşletme sektöre göre ileri derece üretim teknolojileri kullanmaktadır.
- Kalite standartlarına uygun üretimler söz konusudur.
- İşletme üretim ve satış-pazarlama bölümü etkileşim halinde çalışmaktadır.
- Çevreye verilen zararlarda işletmenin sektöre göre geride kaldığı gözlemlenmiştir.
- Maliyetleri düşürebilmek için yanlış yol ve yöntemler belirlenmiştir.
- “Sıfır Hata” politikasına uygun veya yakın düzeylerde üretimine devam etmektedir.
- “Tam Zamanında Üretim” felsefesi benimsenmemiştir.
- Üretim bölümü çalışanları arzu ettikleri ücretleri görememekten muzdarip durumdadır.
- Üretim bölümü herhangi bir şekilde iç kontrol mekanizmasıyla incelenmemekte ve hile riskine açık bir vaziyettedir.
- Üretim çalışanlarının sendikal faaliyetlerine üst yönetime sorulmaksızın devam etmesi gereklidir.

XYZ İşletmesi insan kaynakları sorumlusuna mülakat sorularını ulaştırılmış ve geri dönüşleri sağlanmıştır. Şirketin insan kaynakları sorumlusu ile 2 ayrı günde toplamda 5 saatlik bir mülakat yapılmıştır. Tablo 6’da görülen ve mülakat sonucunda verilen cevaplar aşağıdaki şekilde yorumlanmıştır:

- Şirket insan kaynakları sorumlusu yetkilendirildiği departmanda, yeterli iş gücü ve çalışan olmadığını dile getirmiştir.
- İşletmede iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili farklı bir bölüm bulunmadığından dolayı uzmanlık alanı dışında insan kaynakları bu faaliyetleri yürütmektedir. Bu da iş sağlığı ve güvenliği konusunda şirketi sektördeki diğer şirketlere göre oldukça geriye taşımaktadır.
- Sağlık konularındaki personel bilgilendirmeleri yetersiz durumda olduğu gözlemlenmiştir.
- İşe alım ve terfilerde, çok net kurallar ve prosedürler uygulanmamaktadır. Bazı işe alımlar ve terfilerde şirket insan kaynakları sorumlusuna danışılmamaktadır.
- İş gücü devir hızı hesaplanmakta ve üst yönetim yöneticileri ile paylaşılmakta ve yorumlanmaktadır.
- İşletme çalışanlarının görev tanımları belirlenmiştir.
- İşletmede herhangi bir şekilde terfi politikaları yazılı bir biçimde kağıda aktarılmamıştır.
- Herhangi bir şekilde insan kaynakları işe alımlarda kişilik testleri, yabancı dil testleri ve mesleki değerlendirmeler yapılmadan işe alımlar gerçekleştirilmektedir.
- Görüşülen şirket yetkilisi işletmede eşitliğin olduğunu ama adaletin sağlanamadığını vurgulamaktadır.

XYZ İşletmesi pazarlama ve satış departmanı çalışanlarından iki (2) yetkiliye mülakat soruları sorularak, gerekli dönüşleri sağlanmıştır. Yetkililer ile ayrı ayrı odalarda ikişer saat mülakat yapılmıştır. Tablo 7’de verilmiş olan cevaplar aşağıdaki şekilde yorumlanmıştır:

- Pazarlama ve satış yetkililerinin hileye açık durumda oldukları gözlemlenmiştir.

- İşletme üst yöneticileri pazarlama ve satış bölümünü yapmış olduğu satışları incelememektedir.
- İşletme gerçekten de etkin bir satış ve pazarlama ekibi kurmuştur. Bu ekip sadece firma gelirleri düştüğü zaman etkin bir şekilde yönetilmektedir.
- İşletme pazarlama stratejileri belirlemektedir.
- Pazarlama ve satış faaliyetlerinin nasıl yürütüleceğine ilişkin herhangi bir yönerge, el kitabı ve yazılı bir belge yoktur.
- Satış ve pazarlama ekibinin eğitimleri verilmemektedir.
- Pazarlama ve satış çalışanlarının işe alımlarında yalnızca şirket genel müdürü ve şirket sahibi yetkili pozisyonundadır.
- Pazarlama ve satış departmanı hile riski bağlamında hileye en açık bölüm olduğu açıkça görülmüştür.
- Şirket ücretlendirme ve prim politikalarını tekrardan gözden geçirmelidir ki oluşabilecek hilelere karşı fırsat unsurunu tetiklemelerine karşı önlem almalıdır.
- Satış ve pazarlama departmanı ile özellikle üst yönetim ve diğer tüm departmanlar yoğun bir iş birliği içinde olmaları gerekmektedir.
- Şirket bu bölüme işe alımlarda yeteri kadar titizlik ve ihtimam göstermemektedir.
- Pazarlama ve satış bölümü yetkilileri de kendi üzerlerindeki baskıyı ve endişeyi azaltması için şirkette etkin bir iç kontrol sisteminin gerekliliğini vurgulamaktadır.

**Tablo 6. İnsan Kaynakları Departmanı İç Kontrol Mülakat Soruları ve Cevapları**

No	İnsan Kaynakları Departmanı İç Kontrol Mülakat Soruları (Evet/Hayır)	E	H
1	İşletme, faaliyetlerini sıkıntısız gerçekleştirmek için yeterli sayıda ve donanıma sahip personel gücüne sahiptir.	X	
2	İşletmede liyakat sistemi sadece insan kaynakları departmanı kontrolü altında yapılmaktadır.		X
3	İşe yeni alınacak personelin yeterli mesleki donanıma sahiplik düzeyleri işletmenin insan kaynakları bölümü tarafınca önceden açık bir şekilde belirlenmiştir.		X
4	İşe yeni alınacak personelin hangi personel kaynağından temin edileceği önceden belirlenmiştir.		X
5	İşletmenin üretmekte olduğu ürün veya hizmetlere bakarak, insan kaynaklarına ilişkin kararlar alınmakta, gerekli politikalar saptanmakta ve planlama yapılmaktadır.		X
6	Personelinden üst düzeyde yararlanabilmek için, iş kalıpları geliştirilmektedir.	X	
7	İşe yeni alınacak personelin çalışacağı pozisyonun gereklerine uygunluğunu ölçmek amacıyla, psikolojik testler ve mülakat yöntemleri uygulanarak işletmedeki pozisyonlara uygunluğu		X
8	Terfi politikaları belirlenmiş ve yazılı hale getirilmiştir.		X
9	İletmenin işgücü devir oranları hesaplanmakta ve yorumlanmaktadır.	X	
10	Bölüm tarafından işe yeni alınacak ve işten çıkarılacak personele ilgili bilgi yazılı olarak tahakkuk bölümüne uygun şekilde bildirilmektedir.	X	
11	İşletmede, iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili tüm önlemler dikkatli bir şekilde alınmış ve tüm çalışanlar bilgilendirilmiştir.	X	
12	İş kazaları takip edilmekte, kayda alınmakta, sebepleri yorumlanmakta, gereken önlemler alınmakta ve çalışanlar bilgilendirilmektedir.	X	
13	Olası riskler ortadan kaldırılarak, sağlıklı, güvenli bir çalışma ortamı yönetilmektedir.	X	
14	Hastalık ve iş kazaları ile ilgili dönemsel raporlar hazırlanmakta ve önlem almak için uzman kişiler tarafından gerekli yöntemler geliştirilmektedir.	X	

**Tablo 7.** Pazarlama ve Satış Departmanı İç Kontrol Mülakat Soruları ve Cevapları

No	Pazarlama ve Satış Departmanı İç Kontrol Mülakat Soruları (Evet / Hayır)	1.Yetkili		2.Yetkili	
		E	H	E	H
1	İşletmenin hedef pazarında ulaşmak istediği satış ve kâr miktarına ulaşabilmesi için doğru fiyat, dağıtım ve tutundurma politikaları önceden belirlenmektedir.		X	X	
2	Pazarlama faaliyetlerinin nasıl gerçekleştirilmesi gerektiğini gösteren bir el kitabı bulunmaktadır.		X		X
3	Pazarlama faaliyetleri önceden hazırlanmış olan yönergesine uygun olarak uygulanmaktadır.		X		X
4	Pazarlamanın tüm bileşenleri dikkate alınarak bütçeler hazırlanmaktadır.	X		X	
5	Satış bölgeleri dikkate alınarak pazarlama bütçeleri hazırlanmaktadır.	X		X	
6	Pazar şartları ve rakiplerinin pazardaki durumları göz önünde bulundurularak pazarlama stratejileri belirlemektedir.	X		X	
7	Satış ekibinin yönetimi, seçimi, eğitimi, teşviki ve ücretlendirilmesi, satış faaliyetlerinin örgütlenmesi, gözetimi ve performans değerlemesi gibi konuları içermektedir.	X		X	
8	Satış ekibi etkin bir şekilde çalışmaktadır.	X		X	
9	Satış ekibi etkin bir şekilde yönetilmektedir.	X		X	
10	İşletmede pazarlama çalışmaları belirlenmiş müşteri politikası çerçevesinde sürdürülmektedir.	X		X	

XYZ İşletmesi muhasebe bölümü sorumlusu anket soruları elden ulaştırılıp geri dönüşleri sağlanmıştır. İşletme muhasebe sorumlusu ile 4 günde 12 saat mülakat yapılmıştır. Tablo 8’de verilen cevaplar aşağıdaki şekilde yorumlanmıştır:

- Şirket muhasebe yetkilisine gereğinden fazla iş ve görev verilmektedir.
- Muhasebe yetkilisi, şirketin muhasebe sisteminin firma büyüklüğüne uygun olmadığını dile getirmiştir.
- Muhasebe sorumlusu, muhasebe paket programının değiştirilmesi veya iyileştirilmesinin gerekliliğini üst yönetime bildirmesine rağmen üst yönetim yöneticilerinin durumu idare etmesi gerektiğini söylemiştir.
- İşletmede muhasebe bölümünde de etkin bir raporlama sistemi kurulmadığı göz önündedir.
- İşletmede uygun bir veri akış sistemi olmadığı gözlemlenmiştir.
- İşletme yeteri kadar muhasebe personeli çalıştırmamaktadır.
- Muhasebe bölümü sorumlusu, meslek etiği açısından yapmak istemediği bazı işleri iş kaygısından ötürü zorunlu olarak yapmaktadır.
- İşletme maliyetlerin azaltılması ve karın yükseltilmesi konusunda anlamsızca muhasebe bölümüne yüklenmektedir.
- Muhasebe sorumlusu şirket kurulduğundan bugüne aynı departmanda aynı görevde bulunmaktadır.
- Muhasebe bölümü, işletme bünyesinde bulunmayan iç denetçiler ve bağımsız denetçiler tarafından denetlenmemektedir.

- Muhasebe departmanının işletmenin büyüklüğü, teknik yapısı, faaliyetlerine uygun ve yönetimin maliyet muhasebesinden istediği bilgileri sağladığı gözlemlenmiştir.
- İşletmede mevzuata uygun işlemler yapılmaktadır.
- İşletme üst yöneticileri, muhasebe bölümünün içinde bulunduğu buhrandan çıkarmaları gerekmektedir.
- İç kontrol sisteminin en etkin işleyeceği muhasebe bölümünde herhangi bir iç kontrolün sağlanmadığı gözlemlenmektedir.
- Muhasebe personeli için açıkça belirlenmiş nitelikler bulunmadığı ve şirket sahibi açısından muhasebe sorumlusu önemli bir insani konuma sahip olduğu için muhasebe yetkilisi birçok görevde ikiz görevli olarak çalıştırılmaktadır.
- Bahsettiğimiz birçok görevlerin arasında; insan kaynaklarında işe alım bu görevlerin en önemlisidir. İşe alımlara da bakan bir muhasebe sorumlusu kendi yapılanmasını istediği gibi şekillendirebilir.
- İmza ve yetki yönergeleri olmadığından muhasebe sorumlusu bilgisizlikten veya tecrübesizlikten kaynaklı olarak kritik konularda iş tanımına uymayan işleri yapmaktadır.
- Muhasebe bölümünün de bütünlük sistemlerde muhasebe etkileşimi olmadığı görülmüştür.
- XYZ İşletmesi'nin 2016 yılı itibarıyla tamamıyla ihracat yaptığını ve yabancı para mevcutlarının dönem sonu kur farklarından kaynaklanan zarar ve karları sistematik veya düzgün şekilde raporlanmadığı gözlemlenmiştir.
- Muhasebe politikalarının işletme personeline uygun bir biçimde aktarılmadığı izlenmektedir.
- Muhasebe çalışanlarına yetki kısıtlamaları getirilmelidir.

**Tablo 8.** Muhasebe Departmanı İç Kontrol Mülakat Soruları ve Cevapları

No	Muhasebe Departmanı İç Kontrol Mülakat Soruları (Evet / Hayır)	E	H
1	Finansal tablolar içinde yer alan bilgilerin ilgilileri tarafından uygun ve zamanında kullanılabilmesi için, anlaşılabilir, güvenilir, ihtiyaca uygun, karşılaştırılabilir olarak hazırlanmaktadır.	X	
2	Muhasebe bilgi sistemi doğru ve zamanında veri sağlayabilecek şekilde tasarlanmıştır.	X	
3	Muhasebe bilgi sistemi geçmiş verileri saklamakta ve gelecekte kullanılacak verileri üretmeye de uygundur.	X	
4	Muhasebe bilgi sistemi, işletmede istenildiği zaman finansal rapor ve diğer muhasebe ile ilgili belgeleri hazırlayabilecek özelliğindedir.	X	
5	Kullanılan hesap işletme yapısına uygun olacak şekilde oluşturulmuştur.	X	
6	Muhasebe ile ilgili tüm finansal raporlar ve ihtiyaç duyulabilecek tüm veriler zamanında oluşturulabilmektedir.	X	
7	Muhasebe departmanında gerçekleşen işlemler yönetimce verilen yetkilere dayanarak yapılmaktadır.	X	
8	Faaliyetler eksiksiz ve tam bir şekilde kayıtlara işlenmektedir.	X	
9	İşlemler konusuna uygun doğru hesaplara kaydedilmektedir.	X	
10	İşlemler zamanında kayıtlara girilmektedir.	X	
11	İşlemler hazırlanan finansal raporlara doğru bir şekilde aktarılmaktadır.	X	
12	İşletme varlıklarının güvenliği faaliyet konusu ile bu varlıkların muhasebe kayıtlarına işlenmesi faaliyeti birbirinden ayrılmıştır.		X
13	Varlık alım faaliyetinin onaylanması ile bu varlıkların işletmede güvenliğinin sağlanması görevleri birbirlerinden ayrılmıştır.		X

14	Kayıtlara giren her mali olay gerçekten vardır.	X	
15	Muhasebe bilgi sistemi kayıt modülü ortamına yapılan kaydetme faaliyetleri birbirinden ayrılmıştır.	X	
16	Faaliyetlerin yürütülmesi ve faaliyetlerin kaydedilmesi sorumluluğu birbirinden ayrılmıştır.		X
17	İşletmede uygun bir belge akış sistemi vardır.	X	
18	Muhasebe kayıtlarına konu olan işletme içinde ve dışında hazırlanan tüm belgeler belirli bir düzen içinde saklanmakta ve bu belgelere yetkili kişiler tarafından istenilen zamanda erişilebilmektedir.	X	
19	İşletmenin finansal raporları sadece belirlenen dönemlerde oluşturulmakta ve zamanında sunulabilmektedir.	X	
20	İşletmenin maliyet muhasebesi sistemi, işletmenin büyüklüğü, teknik yapısı, faaliyetlerine uygun ve yönetimin maliyet muhasebesinden istediği bilgileri sağlayacak şekilde tasarlanmıştır.		
21	Üretim departmanı verileriyle birim maliyetler ve kâr doğru bir şekilde hesaplanabilmektedir.	X	
22	İşletmede oluşturulmuş etkin bir bütçe mekanizması vardır.	X	
23	Muhasebe departmanında tüm yetki ve sorumluluklar açıkça belirlenmiştir.		X
24	Oluşturulan muhasebe sistemi, eksik, onaysız belgelerle muhasebe kaydına engel olmaktadır.		X
25	Oluşturulan muhasebe sistemi bilgisayar programının yazılımsal işleyişinin kontrolü bağımsız kişiler tarafından yapılmaktadır.		X
26	Kullanılan muhasebe programının daha iyi olması için gerekli çalışmalar yapılmaktadır.		X
27	Bağımsız denetçilerin çalışmalarında kanıt toplarken muhasebe departmanı yardımcı olmaktadır.	X	
28	Bankalarda bulunan yabancı para mevcutları ile ilgili kurlarla ilgili işlemlerinin kontrolü zamanında ve doğru olarak yapılmaktadır.	X	
29	Yasal beyannameler zamanında ve doğru olarak düzenlenmekte, yasal konularla ilgili işlemler zamanında kayıt altına alınmaktadır.	X	

#### 4. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Günümüzde iç kontrol ve hile ile ilgili birçok çalışma, raporlar ve tezler hazırlanmıştır. İşletmelerde hile riski konusunun Türkiye’de özellikle özel hastane sektörlerinde ve perakende marketçilik gibi alanlarda yapılmış olduğu literatür incelemesinde görülmüştür. Bu çalışmasının ana amacı günümüz madencilik sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde iç kontrol yapısı ve olası hile risklerini belirleyebilmektir. Bu çalışmada bir maden işletmesi iç kontrol yapısı gözlemlenmiş ve bu yapıda işletme yöneticilerinin ve çalışanlarının ne gibi hileler yapabileceği değerlendirilmiştir.

İşletme yöneticileri ve işletmede bulunan departmanların sorumluları ile yapılan görüşmeler sonucunda işletmenin iç kontrol yapısının çok fazla sorunlu olmadığı yönünde alınan cevaplar olduğu görülmekle birlikte, yapılan işletme içi gözlemlerde işletmenin iç kontrol yapısının işletmenin sektördeki büyüklüğüne rağmen yeterli olmadığı tespit edilmiştir.

Madencilik sektöründe en yüksek risk taşıyan birimlerin muhasebe, satın alma ve pazarlama-satış departmanlarının olduğu görülmektedir. XYZ Firması’nda görevlerin ayrılığı ilkesinin tam olarak uygulanmadığı tespit edilmiştir. İşletme iş gücü maliyetlerini azaltma amacıyla işe alımda vasıflı elemanların alımına yeterli önem vermemektedir. Firmanın çalışan sayısı ve yıllık cirolarına bakıldığında, bu büyüklüğün devamlılığı için bir an önce kurumsallaşması gerektiği söylenebilir.

Firma personelinin mevcut işleri ile ilgili yazılı iş ve görev tanımlamalarının olmadığı tespit edilmiş olup, bir an önce personellerin görevlerinin belirlenip yazılı hale getirilmesi gerekmektedir. Tüm şirket harcamalarında yetki en az iki kişi tarafından verilmeli ve onaylanmalıdır. Evrakların



kontrolü ve arşivlenmesinde aksaklıklar olduğu gözlemlenmiş olup, bu konunun mevzuata uygun bir biçimde yapılanması gerekmektedir.

Muhasebe departmanının kullandığı muhasebe paket programının işletme büyüklüğüne göre yetersiz olduğu görülmüş olup, işletmenin kullandığı muhasebe paket programının değiştirilmesi veya diğer departmanlarla uyumlu çalışan bir sistem kurulması gerektiği düşünülmektedir. Muhasebe departmanında çalıştırılan personelin daha kalifiye elemanlar olması gerektiği düşünülmektedir. Şirket iç denetim mekanizması olmadığı için bu şirketin büyüklüğüne göre şirket içi denetim mekanizması oluşturulması gerektiği düşünülmektedir. Şirket içinde önemli risk içeren departmanların ani denetimler yapılarak sık sık denetlenmesi gerekmektedir. Bu tip ani denetimlerin şirket içinde hiç yapılmadığı tespit edilmiştir.

Firmada sürekli envanter kontrolü yapılması gerekli olan varlıklar bulunmakta olup, hilenin önüne geçebilmek için bu varlıkların sürekli olarak envanter ve sayımlarının yapılması gerekmektedir. Bu rutin sayımlar işletme içi değerli olan varlıkların çalınma riskinin önüne geçilmesinde önemlidir. Bu amaçla çalışanlara malzeme ve hammadde zimmetlemesi hile riskini azaltabilecektir. Sayımların kontrolünü güvenli bir şekilde yapmak için eğitilmiş personel ihtiyacı mevcuttur.

İşletme personelinin isim vermeden ihbarda bulunabilecekleri bir sistem işletmede hâlihazırda bulunmayıp, ihbar mekanizmasının oluşturulması gerekmekte ve bu sistemin diğer tüm sistemlerle bütünleşik olması gereklidir. İhbar yapanların belli olmayacağı bir sistem kurulduğunda çalışanların hile şüphesi gördüğü durumları yönetime bildirmesi daha kolay olabilir.

İşletmede işgücü devir hızının oldukça yüksek olduğu tespit edilmiştir. İşletmede iş gücü devir hızının yüksek olması işletmenin büyümesine zamanla engel olacaktır. İşletme ücret politikalarını asgari seviyede tutmaktan vazgeçmeli, çalışanlarına verdiği değeri en azından ücretlerinde yansıtmalıdır. Çalışanlarına örgüt kültürü, etik, iş güvenliği vs. alanlarda sık sık eğitimler vermelidir. İşletme çalışanlarının örgütsel aidiyet duygusunun yeterince sağlanmadığı gözlemlenmiştir. İşletmede çalışanların örgüt kültürünü tam olarak benimsenmesi sağlanmalıdır.

Firmanın üretim, satış ve pazarlama departmanlarında yetki dağılımları konusunda aksaklıklar mevcuttur. Firmanın özellikle bu departmanlarda çalışanlarına yetki kısıtlamaları getirmesi veya yetki verdiği personelini sürekli aralıklarla denetlemesi gerekmektedir. Satıcıların firmalar ile olan irtibatları yüksek derecede risk unsuru taşıdığından detaylı incelenmelidir.

XYZ Firması'nda hile riski konusunda bilinçli personel çalışmamaktadır. Firmada görevlerin ayrılığı ilkesi eksiksiz bir biçimde uygulanmamaktadır. Çalışanların yaptığı işi bilinçli olarak yapması için, eğitimler verilmelidir. Hile önleyici çalışmaların başında güvenilir personelin istihdam edilmesi de gelmektedir. Firmanın güvenilir personel istihdam edebilmesi için insan kaynakları departmanının izleyeceği süreçler (kişilik testleri, özgeçmiş araştırması gibi) önceden kararlaştırılmalı ve devamlılığı olmalıdır.

- Ücret politikası olarak yıllık cirosu ve büyüklüğü bakımından Firma'nın asgari ücret uygulamasının üzerinde ücretler belirlemesi gerektiği düşünülmektedir. Bu sayede hızlı olan personel sirkülasyonunun yavaşlaması sağlanabilir.

- Firmanın üst yönetiminin, iç kontrol yapısının gerekliliğinin bilincine varması gereklidir.

- Firma ihracat stratejileri konusunda yeni stratejiler geliştirmelidir ki piyasadaki pozisyonu sağlamlaşsın ve büyüsün.

Erol Fidan, M. & Mumcu, E. Ş. (2019). Madencilik Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerde İç Kontrol ve Hile Riski: Bir Mermer İşletmesi Üzerinde İnceleme. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 61-81.

- Firmada işe uygun personel çalıştırılması gerekmektedir. Personel alımıyla ilgili kurallar belirlemesi gerekmektedir.
- İşletme çalışanlarının çalıştıkları işletmeye olan aidiyet düzeyleri yükseltilmelidir.
- İşletme organizasyon el kitabı yayınlamalıdır.
- Firma satış yelpazesini genişletmelidir.
- Mermer ve diğer değerli varlıkların saklanması ve depolanması koşullarında hile risklerine dikkat edilmelidir.
- İşletme güvenlik tedbirlerinden kaynaklanabilecek hile risklerine dikkat etmelidir.

Sonuç olarak, XYZ Firması madencilik sektöründe önemli bir yerde olmasına karşın piyasadaki varlığını muhafaza edebilmesi ve ilerleyebilmesi için iç kontrol sistemini iyileştirilmesi gerektiği söylenebilir. Ortamlar yaratıldığı sürece işletmelerde hile riski ve diğer risklerin olması kaçınılmazdır. Hileye zemin hazırlayacak ortamların işletmelerde oluşmamasını sağlamak yönetimin sorumluluğundadır.

Erol Fidan, M. & Mumcu, E. Ş. (2019). Madencilik Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerde İç Kontrol ve Hile Riski: Bir Mermer İşletmesi Üzerinde İnceleme. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 61-81.

## KAYNAKÇA

- ACFE, (2018). Report To The Nations 2018 Global Study On Occupational Fraud And Abuse, Association of Certified Fraud Examiners.
- Adiloğlu, B. (2010). *İç Denetim Süreci ve Temel İşletme Faaliyetlerinin Kontrol Prosedürleriyle Değerlendirilmesi: Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aksoy, T. (2005). Ulusal ve Uluslararası Düzenlemeler Bağlamında İç Kontrol ve İç Kontrol Gerekliliği: Analitik Bir İnceleme. *Mali Çözüm Dergisi*, 15(72).
- Bayrak, T. (2017). *Perakende Marketçilik Sektöründeki Hile ve Risklerin Ölçülmesi-Değerlendirilmesi ve Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bayraktaroğlu, H. (2016). İşletmelerde Muhasebe Hata ve Hilelerinin Önlenmesinde Etkin İç Denetimin Rolü ve Önemi Üzerine Bir Alan Araştırması. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 18(1), 185-214.
- Bozkurt, M. (2010). İyi Mali Yönetimin Gerçekleştirilmesinde İç Kontrol ve Denetim. *SAYDER Dış Denetim Dergisi*, 1, 129-136.
- Bozkurt, N. (2016). *İşletmelerin Kara Deliği Hile 'Çalışan Hileleri'* (3 b.). İstanbul: Alfa Basım Yayım.
- Brierley, J. A., El-Nafabi, H. M., ve Gwilliam, D. R. (2001). The Problems of Establishing Internal Audit in The Sudanese Public Sector. *Intenational Journal of Auditing*, 5(1), 73-87.
- COSO, Issues Updated Internal Control-Integrated Framework and Related Illustrative Documents. Altamonte Springs, 14 May 2013, <http://www.coso.org/documents/COSO%20Framework%20Release%20PR%20May%2014%202013%20Final%20PDF.pdf>, (01.06.2019).
- Dabbağoğlu, K. (2009). İç Kontrol Sistemi. *Journal of Qafqaz University*, (26), 109-115.
- Dalğar, H. (2012). Kontrol Sisteminin Oluşturulması: Bir Vaka Çalışması. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 3, 129-155.
- Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, (2019). Doğal Taşlar. <https://www.enerji.gov.tr/tr-TR/Sayfalar/Dogal-Taslar>, (15.11.2019).
- Erzurum, M. (2014). *Özel Hastane İşletmelerinde Muhasebe, İç Kontrol Sistemi ve SWOT Analizi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Göçgüner, S. (2013). *Tekstil Sektöründe Hile Riskinin Ölçülmesi - Değerlendirilmesi ve Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gökçen, G., ve Tipi, O. (2019). İşletmelerde Hilelerin Önlenmesine Yönelik İç Kontroller ve BİST İmalat Sektöründe Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 41(1), 145-169.
- Güneş, Ş. (2014). *İşletmelerde Hile Riskinin Önlenmesi ve Hastane İşletmelerinde Uygulama*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Güredin, E. (2010). *Denetim ve Güvence Hizmetleri*. (13. Baskı b.). İstanbul: Türkmen Kitabevi.

- Erol Fidan, M. & Mumcu, E. Ş. (2019). Madencilik Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerde İç Kontrol ve Hile Riski: Bir Mermer İşletmesi Üzerinde İnceleme. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 61-81.
- Hatunoğlu, Z., Koca, N., ve Kılılı, M. (2012). İç Kontrolün Muhasebe Sistemindeki Hata ve Hilelerin Önlenmesindeki Rolü Üzerine Bir Alan Çalışması, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(20), 169-189.
- İstanbul Maden İhracatçıları Birliği, (2017). Doğaltaş İhracatı, <http://www.imib.org.tr/tr/istatistikler-2>, (15.11.2019).
- Kepekçi, C., (2004). *Bağımsız Denetim*. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Kılınçaslan, S. (2017). *Muhasebe Hata ve Hilelerinin Önlenmesinde İç Kontrol Sisteminin Önemi: Zonguldak İlindeki Üretim İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.
- Koca, N. (2010). *Muhasebe Denetiminde İç Kontrolün Hata ve Hileleri Önlemedeki Rolü ve Bir Alan Çalışması*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Koyutürk, Ö. (2015). *İşletmelerde Hile Tespitinin Önemi ve ABC Hastanesinde Bir Uygulama*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yıldız, E., ve Başkan, T. D. (2014). Muhasebe Hilelerinin Önlenmesinde Kullanılan Araçlar: BİST Şirketleri Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (62), 1-18.



## Marka Şehir ve Marka İmajının Ölçümü: Konya Şehir İmajı Üzerine Bir Araştırma\*

Selda BAŞARAN ALAGÖZ\*\*

Sadettin BİLGEOĞLU\*\*\*

### Öz

Günümüzde yaşam kalitesinin artması ile birlikte marka olan ürün ve hizmetler talep edilmektedir. Talebin artmasının doğal sonucu olarak hemen hemen her alanda marka çalışmaları devam etmektedir. Marka çalışmalarının yanında tarihi ve doğal güzelliklerini, avantajlarını ön plana çıkarmaya çalışan şehirler cazibe merkezi haline gelmeyi amaçlamaktadır. Güçlü bir marka olabilmek için rekabet halinde olan şehirler bunu ancak güçlü bir marka imajı ile sağlayabileceklerdir.

Bu çalışmada şehir markalamada oldukça önemli olan şehir imajı unsurlarının neler olduğu ve bireylerin demografik özelliklerine göre bu imaj algılarının farklılaşıp farklılaşmadığı araştırılmıştır. Bu amaçla, ilk olarak marka kavramı ve marka şehir süreci açıklandıktan sonra Konya'nın marka şehir süreci incelenmiştir. Daha sonra ise Konya şehir imajı üzerine bir araştırma hakkında anket çalışması yürütülmüş olup kolayda örnekleme yöntemiyle 421 veri toplanmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre, Konya'nın önemli tarihi eserlere sahip olduğu, sakin ve geleneksel bir imajının bulunduğu, coğrafik ve jeopolitik açıdan önemli bir konumda yer aldığı, sergi ve müzelerde daha az zaman harcandığı, imaj algılarının cinsiyet, yaş, medeni durum gibi demografik özelliklere göre farklılık gösterdiği vb. gibi birtakım sonuçlara ulaşılmış ve konu ile ilgili öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Şehir İmajı, Marka, Marka Şehir.

**Makale Türü:** Araştırma Makalesi

## Measuring The Brand City and Brand Image: A Research On Brand Image of the City of Konya

### Abstract

In today's world, branded products and services are demanded with the increasing life standards. As result of the increasing demand, branding works are continuing in almost all areas. Cities which are trying to attract visitors, can achieve this by branding works in a more planned and controlled way. Cities that are in a competition to become a strong brand can only achieve this with a strong brand image.

In this study, the elements of city image, which are very important in city marking has been identified and it has been investigated that whether these image perceptions differ according to the demographic characteristics of individuals. For this purpose, brand concept and brand city process are explained. Then, Konya's brand city period investigated. Afterwards, a survey was conducted about city image of Konya and a total of 421 data were collected by easy sampling method.

Based on the research findings, some results have been revealed such that Konya has significant historical artifacts, has a calm and traditional image, has an important location in terms of geographical and geopolitical, spending less time for museums and exhibitions, image perceptions differ according to demographic characteristics such as gender, age and marital status etc. and relevant suggestions have been made.

**Keywords:** City Image, Brand, Brand City.

**Article Type:** Research Article

\* Bu çalışma Prof. Dr. Selda Başaran ALAGÖZ danışmanlığında Sadettin BİLGEOĞLU tarafından hazırlanan Yüksek Lisans Tez çalışmasından üretilmiştir.

\*\* Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Ulaştırma ve Lojistik Bölümü, [seldalagoz@hotmail.com](mailto:seldalagoz@hotmail.com), Orcid ID: 0000-0002-4615-5337

\*\*\* Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi, [sadettinbilgeoglu@gmail.com](mailto:sadettinbilgeoglu@gmail.com), Orcid ID: 0000-0002-9484-2852

## 1. GİRİŞ

21. yüzyılda ulaşım ve iletişim imkânlarının gelişmesi şehirlerarasındaki sınırları kaldırmıştır. Bilginin çok hızlı ulaşılabilir olması, insanların gelirlerin artması gibi unsular ile birlikte insanlar tüm dünyayı gezmek istemektedirler. Günümüzde 1 milyarı aşkın gezen ziyaretçi bulunmaktadır. (Zeren, 2011: 219) Ziyaretçilerinden turizm geliri elde eden ülkeler için bu gelir en önemli finans kaynakların başında yer almaktadır. Ülkelerin kalkınmasına yardımcı olmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre 2018 yılına ilişkin Türkiye'nin turizm geliri 512 milyon 926 bin dolar olduğu görülmektedir ([http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1072](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072)).

Günümüzde insanların bilinçlenmesi sonucunda bütün tüketim ve hizmet ürünlerinde marka olanları tercih ettiği görülmektedir. Firmalar arasında rekabeti hat safhaya çıkararak marka kavramı ülke ve şehirlerin markalaşma çalışmaları ile devam etmektedir. Rekabet avantajı sağlamak isteyen şehirler, kendilerine ait özelliklerini belirleyip, geliştirdikten sonra bunları insanlara sunarak kendilerine fayda sağlamak istemektedir (Özdemir ve Karaca, 2009: 16).

Şehrin imaj çalışmaları marka şehir sürecinin en temel unsurlarından bir tanesi konumundadır (Işık ve Erdem, 2015: 27). Bununla birlikte şehirlerin tarihi ve doğal yapısı, mimarisi, halkı ve şehirde düzenlenen faaliyetler gibi unsurlar şehirlerin markalaşmasına yardımcı olan bir takım unsurlardandır (Avraham, 2004: 472-473). Marka şehir projeleri kamu kurumları, özel sektör iş yerleri, sivil toplum kuruluşları yöneticileri yerel halkı da içine alan zorlu bir süreçten oluşmaktadır.

Tarihi insanlık tarihi kadar eski ve hemen hemen her dönem üzerinde barındırdığı medeniyetlere başkentlik yapmış olan Konya marka şehir olma yolundadır. Marka şehir olma yolundaki unsurlara sahip olan şehrin gerek eksik imaj algıları gerekse tanıtım ve yetersiz marka şehir projeleri nedeni ile gereken yerde olmadığı anlaşılmaktadır. Bunun üzerine şehrin imaj unsuru sahip olduğu avantajlar, sahip olduğu soyut imaj ve halkının imajı olmak üzere üç farklı boyuttan incelenmiştir.

Bu çalışmada öncelikle marka kavramı ve tarihçesi, marka süreci kavramları ile açıklanmış ayrıca şehrin marka sürecini oluşturan unsurlar ve şehir imaj çalışması ele alınmıştır. Daha sonra Konya şehrinin marka şehir süreci ve marka şehir olma yolundaki unsurları genel olarak ele alınmıştır. Son olarak ise şehrin imaj unsurları hakkında bir araştırma yer almaktadır. Çalışmanın araştırma bölümünde kolayda örnekleme yöntemiyle elde edilen 421 anket verisi analiz edilmiş olup, analiz sonuçları paylaşılmıştır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Marka Kavramı

Marka kavramı tarihte ticaretin başladığı zamanlara dayanmaktadır. Ticaretin gelişmesiyle birlikte bazı ürünler taşıdıkları özellikleri sebebiyle insanlar tarafından aranılır olmaya başlamış ve kolay ayırt edilmesi için bazı belirli işaretler koyma zorunluluğu meydana gelmiştir. Okuryazar kitlenin az olması bu işaretlerin semboller şeklinde oluşmasına neden olmuştur. Güney Fransa'daki Lascaux mağarası duvarlarında bulunan M.Ö. 5000'li yıllarından kalma bizon resimleri tarihte, ilk marka izleri olarak gösterilmektedir (Perry ve Winstom, 2003: 11).

Günümüzde marka kelimesinin İngilizcedeki karşılığı olan 'brand' kelimesi, damgalama, ateşle zarar verme anlamına gelen 'brandr' kelimesinden türetilmiştir (Gümüş ve Saraç, 2013: 4).

İlk marka kanunu 1857 yılında Fransa'da, 1870 yılında ise Amerika'da marka kanunları çıkarılmıştır. Amerika'da çıkarılan kanuna göre ilk tescil edilen marka Averill Chemical Paint Company olmuştur. Ayrıca ilk uluslararası marka sözleşmesi 1883 yılında Paris Sözleşmesi ile

Fransa'da gerçekleşmiştir. Türkiye'de ise marka hakkındaki ilk düzenleme 1872 yılında Alamet-i Farika Nizamnamesi ile yapılmıştır (Yasaman vd., 2004: 2).

Marka kavramı; belirli hizmetin sunulmasında ya da benzer ürünleri ve hizmetleri diğer ürün ve hizmetlerden ayırt etmek amacıyla kullanılan işaret ve semboller olarak ifade edilmektedir. Bu tanımla alıcılar ve satıcılar açısından marka yaratmanın temelini işaret, isim ve sembol belirleyebilmek olduğu anlaşılmaktadır. Diğer bir ifadeyle, marka bir ürün ya da hizmetin rakiplerinden farklılaşmasını belirli işaretlerle sağlayabilmektedir. Amerikan Pazarlama Birliği ise yine benzer bir tanım yaparak 'Marka; bir isim, terim, işaret, sembol ya da diğer göstergelerin bir satıcının ürününü diğerlerinden ayırt edici nitelikte olmasıdır.' şeklinde ifade etmiştir (Babür Tosun, 2014: 3).

Marka olmak sıradan bir ürün ya da hizmetin market raflarında yer almasından ziyade tüketicinin öncelikli tercihleri arasında girme ve zihinlerinde yer alma işidir (Yıldırım ve Başar, 2013: 2).

Markalaşma, bir ürün ya da hizmetin bilinmesi, insanlar tarafından tanınması yani marka haline gelmesi anlamına gelmektedir. Bir ürünün pazarda şöhret sahibi olması demektir. Bilindiği üzere günümüzde etrafımızı saran sayısız marka bulunmaktadır (Gümüş ve Saraç, 2013: 4). Günümüz şartlarında markalar arasındaki rekabet en yüksek seviyede olduğundan markalaşma ürün ve hizmetler için en stratejik unsur konumundadır.

## 2.2. Marka İmajı ve Şehir İmajı

Markalaşmaya giden yolda en önemli adım güçlü bir imaj çalışmasından geçmektedir. Bir ürünle ilgili farkındalık ve beklenti oluşturarak bunları destekleyen iletişim faaliyetlerinde bulunmak gerekmektedir. Marka imajı oluşturmak için ürünle ilgili olumlu mesaj verip ürünün güven telkin etmesi ve tercih edilmesi sağlanmalıdır (Işık ve Erdem, 2015: 27). İmaj bir takım bilgilendirme süreci sonunda oluşmaktadır. Süregelen kültürel yapılardan, sahip olunan önyargılardan, doğal ilişkilerden, reklamlardan ve iletişim kanallarından elde edilen veri ve bilgilerin değerlendirilmesidir (Tosun ve Temizkan, 2004: 345). İmaj kısa ve uzun bir süreçte, bir obje, kişi, kurum ya da ülkenin sahip olduğu değerler hakkında ki simgelerin algılanışıdır (Gültekin, 2005: 127).

Marka imajı David Ogilvy tarafından 50li yıllarda ortaya atılmıştır. Buna göre pazarda birbirlerine benzer ürünler bulunmaktadır ve yine hepsinin sunduğu vaatler de birbirlerine çok benzemektedir. Bununla birlikte tüketiciler bir ürün ya da hizmeti satın alırken gerçek faydalarının yanında ona ait imaj ve duygusal faydayı da satın almaktadır. Bu nedendir ki reklamı yapılan ürün ya da hizmete ait yapılan marka imaj çalışması ne kadar başarılı olursa sonuçları da o kadar başarılı olacaktır (Ogilvy'den aktaran Elden, 2005: 74).

Marka imajı, marka ile doğrudan ve dolaylı olarak yaşanan deneyimler ile bir markanın olumlu-olumsuz noktaları, güçlü-zayıf yönlerinin algılarının zihinde birleştirilmesi sonucu zaman içerisinde oluşmaktadır (Perry ve Wisnom, 2004: 15-16).

Marka imajında tüketicilerin algılarının ön plana çıktığı görülmektedir. Biel, marka imajı tanımında bulunarak, tüketicilerin marka ismiyle ilişki kurdukları özellikler ve çağrışımlar kümesi olarak ifade etmiştir (Dirsehan, 2015: 12). Keller vd., ise olumlu marka imajının, tüketicilerin zihnindeki marka ile kuvvetli, tercih edilir ve benzersiz çağrışımları ilişkilendirmesi sayesinde oluşacağını ifade etmişlerdir.

Günümüzde şehirler arasında artan rekabet ziyaretçi çekme konusunda daha fazla bir çaba harcanmasını gerektirmektedir. Bununla ilgili olarak son yıllarda şehrin geleceği ile ilgili karar vericiler (yerel yöneticiler, siyasetçiler ve şehir planlamacıları) şehirlerinin reklamlarını yapmak ve olumlu

imajını arttırmak için önemli çalışmalar yapmaktadır. Şüphe yok ki bu çalışmalar ulaşılmak istenen hedef grupların üzerinde etkili olacaktır (Giritöğlü ve Avcıkurt, 2010: 76). Özellikle ziyaretçilerin bir yeri ziyaret ederken en önemli kriterlerinden birisi o yerin imajıdır. Bu açıdan şehir pazarlamasında şehrin imajının önemi çok büyüktür. Son zamanlarda turistik potansiyele sahip olan şehirler ziyaretçi çekmek ve turizm pastasından daha büyük pay sahibi olmak için tanıtım ve imaj çalışmaları yapmaktadırlar. İşletmeler ve yerel halk ise ziyaretçilere, yatırımcılara şehre ait olanakları sağlayarak şehrin ekonomik olarak kalkınma sürecini desteklemelidir (Tosun ve Bilim, 2004: 126). Şehrin imaj çalışmalarının temelinde de şehir pazarlamasında olduğu gibi ekonomik gerekçeler yer almaktadır. Uluslararası hatta ulusal sermayeyi şehre çekmeye çalışmak da ayrıca bir ekonomik strateji haline gelmiştir (Paul, 2004: 575).

Bir şehir imajının oluşmasında birçok belirleyici faktör bulunmaktadır. Bunlar; şehrin nüfus yoğunluğu ve özellikleri, konumu, tarihsel ve kültürel yapısı, ekonomik yapısı, istihdam oranı, içinde bulunan milli kurumlar, suç oranı, medyada, film ve dizilerde yer alma oranı vd. dir (Avraham, 2004: 472-473). Ayrıca şehir imajı duygusal, kavramsal ya da her ikisini kapsayan bütünsel imajdan oluşmaktadır. Duygusal imaj bir yere hissedilen duygu iken kavramsal imaj bir yerin objektif özelliklerini yansıtmaktadır (Ersun ve Arslan: 2009: 153).

Gerek ülkeler için gerekse şehirler için kullanılan pazarlama çalışmalarında ki amaç olumlu bir imaj yaratmaktır. Gelişmekte olan ülkelerde bir takım tanıtım eksiklikleri mevcuttur. Ayrıca gelişmekte olan ülkelerde yaşanan olumsuzluklar rekabet halindeki diğer şehirler ya da ülkeler tarafından olumsuz bir imaj oluşturmak için kullanılmaktadır (Tosun ve Bilim, 2004: 127). Reklam ise olumsuz imajı yıkmak ve şehre ait olumlu imajın gelişmesine katkı sağlamak içindir. İnsanlar ile şehir arasındaki duygusal imaj bağının kurulmasında ve kurulmuş olan bağın daha da güçlenmesinde reklam en önemli etkenlerden birisidir. İmaj çalışmasındaki duygusal bileşenleri ön plana çıkarmaktadır (Aktuğlu, 2018: 160).

Marka şehir olan şehirlere bakıldığında bir kısmının doğal kaynaklar bir kısmının tarihi ve kültürel mirasıyla bir kısmının ise başka sebeplerle tercih edildiği görülmektedir. Tercih edilme nedenleri farklı olsa da marka şehir oluşumunda çekim unsurları etkili olmaktadır. Bu unsurlar zamanla insanların zihninde yer ederek olumlu imaj oluşturulmasını sağlamakta ve insanların oraya gitmesinde tercih nedenlerini oluşturmaktadır. Bu unsurları, doğal kaynaklar, genel altyapı, turistik altyapı, eğlence ve rekreasyon, kültür, tarih, sanat, sosyal çevre vb. gibi özetlemek mümkündür. (Beerli ve Martin, 2004: 659)

Bir şehrin imajının oluşmasındaki en temel sorunlardan bir tanesi de şehir imajının insanların zihninde negatif olarak yer etmesidir. Negatif imajla mücadele etme noktasında bazı uygulamaların etkili olduğu görülmektedir. Negatif imajı oluşturan koşulların varlığını kabul etmek ve bunu tersine çevirmek, ziyaretçilerin şehre gelmesini teşvik ederek önyargıları geçersiz kılmak, büyük organizasyonlara ev sahipliği yapmak, şehrin ismini, sloganını ve logosunu değiştirmek, negatif imajı kabullenip bunun tersi için kampanyalar düzenlemek bu uygulamalardan bazılarıdır (Avraham, 2004: 471-479; Şahin, 2010: 47-50).

### **2.3. Marka Şehir**

M.Ö. Aristo şehri insanların daha iyi bir yaşam sürebilmeleri için toplandıkları yer olarak tanımlarken günümüzde şehrin olmazsa olmazları arasında ekonomik faaliyetler, istihdam nüfus yoğunluğu gibi etmenler görmekteyiz. Orta çağda Marver'in "Duvarlarla çevrili insan yerleşimleri"dir. İfadesi en önemli şehir tanımını oluşturur (<http://sbpturkiye.com/kent-nedir.html>, 2019).



Ruşen Keleş, şehirleri yalnızca fiziksel bir unsur olarak değil, kültürün yollarında gezdiği yaşayan bir organizma olarak tanımlamıştır. Asıl sorunun toplumların kentleşmeden şehirli olma sorunudur. Şehrin üzerinde yaşayan toplum şehrin en önemli belirleyicisi konumundadır. Etik bir insan birliği şehrin en gelişmiş durumudur. İnsanlar belli bir gelişmişliğin ardından homojen köy yapısından çıkarak, heterojen bir şehir yaşantısına adapte olmaktadır (Keleş, 2005: 12).

İdeal şehir tanımı Avrupa Kentsel Şartı'nda şu şekilde yer almaktadır. "İdeal Şehir: Şehirli haklarını koruyarak ve halkına iyi bir yaşam biçimi sunarak, değerini orada yaşayan, ziyaret eden, çalışan, ticaret yapan, eğlence, kültür bilgiyi yine orada arayan ve eğitim görenlerden alarak, birçok sektör ve aktiviteyi bir arada uyum içinde barındıran yaşam yerleridir. Bir şehir tarihi miras ile modern gelişmeleri arasında bir denge kurmalı, eskiye zarar vermeden yeni ile bütünleştirmeli ayrıca kalkınma ilkelerini sağlamalıdır. Kent dokusu, binalar, tabiat, ibadet yerleri, kütüphaneler, müzeler ve insanların yaşanmışlıklarının tarihsel izlerinden oluşmaktadır. Tarih bir şehir için çok önemlidir. Geçmiş olmayan bir şehir adeta hafızasını yitirmiş bir insana benzer (Kaya vd., 2007: 52-53).

Bir şehrin marka yönünden güçlü bir hal alabilmesi için o şehrin marka şehir olmasını destekleyecek unsurların irdelenmesi gerekmektedir. Öncelikle şehrin ayırt edici özellikleri belirlenmeli ve bunlar üzerinde çalışmalar yürütülmelidir. Şehrin görünüşü şehir markası için önemliyken yerel halkın davranışları hatta inançları bile önem teşkil etmektedir (Özdemir ve Karaca, 2009: 116).

Marka olmak ve marka şehir olmak kavramları incelendiğinde aynı şeyi ifade ettiği görülmektedir. Ancak marka kent olmak uzun ve zorlu bir süreçle mümkündür. Bu iki kavramda da aranılan şartlar benzerlik göstermektedir. Öncelikle tanıtım daha sonra gelen ziyaretçilere iyi ve kaliteli hizmet ve kendilerini güvende hissetmelerini sağlamaktır. Marka kent olmak için şehri keyifli bir yaşam alanı ve merak uyandıracak bir yer haline getirmek, gelen ziyaretçilere misafirperver yaklaşmak, ticaret ve sanayinin geliştirilmesi gerekmektedir. Dünya genelinde markalaşan şehirlere bakıldığında; Paris aşkı, Tokyo modernliği, Rio eğlenceyi temsil eder. Türkiye'de ise Antalya denilince akıllara deniz, Ankara denilince yaşana bilirlilik, Konya delince ise inanç gelmektedir (Sezgin ve Ünüvar, 2012: 98).

Markalama süreciyle paralel olarak ilerleyen şehir markalaşma sürecinin ikinci aşaması kimlik ve değer oluşturma aşamasıdır. Bu aşamada şehre bir kimlik kazandırma çalışmaları yürütülmelidir. Marka kişiliği, semboller ve sloganlar sayesinde olabileceği gibi şehrin insan zihnindeki çağrışımları ya da şehrin özellikleri ile de olabilir.

Marka değeri oluşturma fiziksel ya da duygusal farkındalık oluşturarak şehre üstünlük kazandırma çalışmalarıdır. Örneğin Hindistan insanlara burayı ziyaretten sonra "bir daha asla eskisi gibi olmayacakları ve değişecekleri"ni garanti etmiştir. Kendine has egzotizmi ve farklı kültürüyle insanlarla duygusal bir bağ kurmayı başarmıştır (Morgan ve Pritcihard, 2004: 65).

Markayı tüketicinin zihnine doğru bir şekilde yerleştirerek iyi bir konumlandırma yapmak önemlidir. Bu tanımdan yola çıkılacak olursa marka çalışması yürütülen kentin üstün yönlerini ve avantajlarını ön planda tutarak insanların algılarında yer etmesi sağlanmalıdır. İnsanların şehri neden tercih etmeleri açık ve anlaşılır bir şekilde ifade edilmelidir (Eroğlu, 2011: 67).

Marka bilinirliği arttırmak isteyen şehirler çeşitli slogan ve semboller üretmişlerdir. Slogan ve semboller, erişimin artmasıyla yayılarak insanlar ile şehirler arasında duygusal bir bağ kurulmasını sağlamıştır. Bazı şehirler bu sayede markalaşma sürecinde çok önemli bir yol almışlardır (Işık ve Erdem, 2015: 25).

#### 2.4. Konya Şehrinin Marka Şehir Süreci

Bir şehrin marka şehir olabilmesi için yapılan çalışmalar ve yürütülen faaliyetlerin yanında şehrin kapasitesinin olması gerekmektedir. Anadolu'nun merkezi durumunda olan Konya, çok eskilere dayanan kültürel bir mirasa sahip olması, eski devletlerin merkezi olması, düzenli ve güvenilir bir şehir olması, ulaşım imkânlarının her geçen gün gelişiyor olması ve yapılan yatırımlar ile kapasitesinin ne kadar geniş olduğunu gözler önüne sermektedir.

Konya Turizm Platformu tarafından şehre ait 22 önemli tarihi miras belirlenmiştir. Bunlar; Çatalhöyük, Mevlana Müzesi, Yer Köprü Şelalesi, Tuz Gölü, Meke Gölü, Oymalı Yeraltı Şehri, Nasreddin Hoca, Fasıllar Anıtı, Tınaz Tepe Mağarası, Köşk Kaplıcaları, Kubad-Abad Sarayı, Klistra, Aya Elena Kilisesi, İnce Minare, Karatay Medresesi, Ilgın Kaplıcaları, Alaeddin Camisi, Eşrefoğlu Camisi, İvriz Kaya Anıtı, Eflatun Pınarı, Aziziye Camisi, Karapınar Obrukları' dır. Bu önemli miraslar arasından 7 tanesi 'Konya'nın 7 harikası belirlenmiştir. Bunlar sırasıyla (Acar vd., 2015: 57);

- Mevlana Müzesi (%12,25),
- Meke Gölü (%8.28),
- Çatalhöyük (%7.09),
- Nasrettin Hoca (%6,2),
- Tınaztepe Mağarası (%6.05),
- Alaaddin Camii (%5,66),
- Yerköprü Şelalesi (%5.48)' dir.

Konya, UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde 2000 yılından beri "Konya Selçuklu Başkenti" ismiyle bulunmaktadır. Başkentlik yaptığı Anadolu Selçuklu ve Karamanoğulları dönemlerinde yapılan sanatsal, mimari, tarihi ve kültürel eserlerin gelecek nesillere aktarılmasında önemli rol oynamaktadır.

Konya ili insanlığın ilk dönemlerinden günümüze kadar birçok farklı uygarlığı hemen hemen her dönem bünyesinde barındırmıştır. Tarihi mirasın yanında oldukça zengin bir kültürel bir mirasın sahibidir. Konumu itibari ile Anadolu'nun merkezinde yer almasının etkisi de ayrıca büyük olmuştur. Baharat Yolu, İpek Yolu ve kervanların geçiş güzergâhında bulunması nedeniyle diğer uygarlıkların geçiş güzergâhında bulunması, şehri, bambaşka bir kültürel etkileşim içine sokmuştur. Konumu itibariyle tarihin her döneminde birleştiren, bütünleştiren yapıya sahip bir şehirdir (Rifaioğlu, 2006: 103).

Şehirde bulunan tarihi miras ve kültürel yapı incelendiğinde medeniyetlerin buluşma noktası olduğu anlaşılmaktadır. Her bir uygarlık ayrı ayrı eserlerini bırakmışlardır. Konya'nın uygarlık tarihindeki yeri ve önemi çok büyüktür. Şehrin önem ve güzelliği "Gez dünyayı, gör Konya'yı" ve "Medeniyetler Şehri" sloganlarıyla vurgulanmaktadır.

Konya ahlaki ve dini değerler, gelenek ve göreneklerine sıkı sıkıya bağlı olmasıyla isim yapmıştır. Özellikle dini unsurların etkisi her dönemde süregelmiştir. Şehirde hüküm süren Mevlevilik anlayışının bir sonucu olarak alçakgönüllülük, hoşgörü, yardımlaşma ve dayanışma gibi davranışlar sosyal yaşamda etkili olmuştur (Acar vd., 2015: 88).

Şehirde tarihsel ve kültürel mirasının yanında birçok ilim, sanat ve edebiyatçıyı ve başka alanlarda başarılı birçok tanınmış şahsiyet yetiştirmiştir. İlk akla gelen Mevlana Celalettin-i Rumi'dir. Mevlana tüm dünya tarafından kabul edilmiş ve tanınmış bir şahsiyettir. Öncelikle Mesnevi daha

sonrasında Divan-ı Kebir, Fihi Ma Fih, Mektubat ve Mecalis-i Seb'a gibi şehrin kültür hazinesinin temel yapı taşlarını oluşturan eserler Mevlana tarafından kazandırılmıştır. Mevlana'nın tanınırlığı, duyulan ilgi ve sevgi o kadar ileri seviyeye ulaşmıştır ki UNESCO 2007 yılını "Mevlana Yılı" ilan etmiştir. Yine 2007 yılında ABD Mevlana'yı en tanınmış şair ilan etmiştir. Mevlana'nın sema gösterileri, öğretileri tüm dünya tarafından şehre ziyaretçi çekmektedir.

Konya şehrinde son on yılda yatırımlar daha kapsamlı ve sonuç odaklı hale gelmiştir. Şehrin tarihi ve doğal güzelliklerini ön plana çıkarmak ayrıca şehrin kalkınmasını sağlamak için çalışmalar bir program çerçevesinde yapılmaktadır. Şehre yatırım için başlıca sebepler şu şekilde ifade edilmiştir (<http://www.konyadayatirim.gov.tr/yatirim.asp?SayfaID=3>, 2019);

- Stratejik Konum; Anadolu'nun merkezi konumundadır. Karayolu ile 3 saatte 10 milyon insana ulaşım kapasitesine sahip bir şehirdir. Bununla birlikte Konya Organize Sanayi Bölgesinde lojistik merkez projesi bulunmaktadır. Konya Lojistik Köyü projesiyle birlikte şehrin sanayi ve tarım mallarının taşıma işlerinin yapılması planlanmaktadır. Şehre ulusal ve uluslararası pazarda hız, kalite ve fiyat konularında önemli rekabet avantajları sağlayacaktır. Bununla birlikte Organize Sanayi Bölgesi'nin optimum kullanımı mümkün olabilecektir.
- Yaşayan Şehir; Tarihi insanlık tarihi kadar eskidir. Çeşitli sosyal ve kültürel etkinlikler düzenlenmekte olan şehirde suç oranı oldukça düşüktür. Yılda ortalama 2,5 milyon ziyaretçi çekmektedir.
- Zengin Doğal Kaynakları; Ülkemizde tuz ihtiyacının %65'ini karşılayan şehir ayrıca Ülkemizin tek ve birincil alüminyum üreticisi konumundadır. Gelişmiş bir demir döküm sektörü vardır.
- Genç ve Kalifiye İnsan Sermayesi; Şehirde Selçuk Üniversitesi, Konya Teknik Üniversitesi, Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi, KTO Karatay Üniversitesi, Konya Gıda ve Tarım Üniversitesi olmak üzere beş üniversitede 120.000'den fazla üniversite öğrencisi bulunmaktadır.
- Enerji Şehri; Şehirde yüksek güneş enerjisi elde etmeye müsait geniş araziler bulunmaktadır. Özellikle Karapınar ilçesi yenilenebilir enerji kaynak alanı ile ilgili ülkemizin en avantajlı bölgesi konumundadır. Ayrıca rüzgâr enerjisi için avantajlı bölgeler bulunmaktadır.
- Hızla Artan İhracat Kapasitesi; Şehirden 160'tan fazla ülkeye ihracat yapılmaktadır. 2000-2017 yılları arasında ihracat değeri 15 kat artarak 1,55 milyar dolara ulaşmıştır.
- Ticaret, Tarım ve Endüstri Merkezi; Şehirde geniş tarım alanları bulunmaktadır. Ayrıca bölgenin en büyük fuar merkezi Konya'dadır. Gıda sektöründe lider şehir konumundadır.
- Güçlü Endüstriyel Yapı; Şehir dokuz tane Organize Sanayi Bölgesi, 14 tane Özel Sanayi Bölgesi, 38 Küçük Özel Sanayi Sitesi ve 44.000'den fazla KOBİ bulunmaktadır.
- Yatırımlar için Destek, Teşvik ve Muafiyetler; Vergi muafiyetleri, işveren hissesi prim desteği ve ticari yatırımlar için arazi tahsisi.
- Güçlü Sosyal Sermaye ve İşbirliği Ortamı; Şehirde Sivil Toplum Kuruluşları, kamu ve özel kuruluşlar arasında güçlü ortaklıklar bulunmaktadır. Aktif ticaret örgütleri bulunmaktadır.

### 3. LİTERATÜR TARAMASI

Marka şehir ile ilgili literatürde yapılan çalışmalar neticesinde bu konu hakkında birçok araştırma yapıldığı görülmektedir. Avraham (2004), şehir imajının oluşmasında birçok belirleyici faktör bulunduğuna vurgu yapmaktadır. Bunlar; şehrin nüfus yoğunluğu ve özellikleri, konumu, tarihsel ve kültürel yapısı, ekonomik yapısı, istihdam oranı, içinde bulunan milli kurumlar, suç oranı, medyada, film ve dizilerde yer alma oranı vb. şeklinde sıralanmaktadır. Ayrıca negatif imaja dikkat çeken

Avraham; şehrin imajının oluşmasındaki en temel sorunlardan bir tanesinin de şehir imajının insanların zihninde negatif olarak yer alması olduğunu belirtmiştir.

Özdemir ve Karaca (2009), marka şehir olmanın boyutları ve gerekleri ile birlikte Afyon şehrinin marka imajını ele almışlardır. Bir şehrin nasıl algılandığını belirleyen unsurların o şehrin marka imajını oluşturan unsurlar olduğunu belirtilmişlerdir. Yapılan çalışma neticesinde şehrin sahip olduğu avantajların sıralanmasının yanında şehrin marka olmaya en yakın ürünlerinin tarihi kalesi, termal, sucuk, şekerleme ve kaymak olduğu tespit edilmiştir.

Fırat ve Kömürcüoğlu (2015), bir şehrin imajının insanların zihnindeki şehre ait oluşturdukları izlenimler, fikirler ve inançlarının bütünü olduğunu vurgulamışlardır. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesinde 397 adet katılımcıya yönelik yaptıkları araştırma neticesinde Muğla şehir imajının en belirgin özellikleri turistik alanlar, eski Muğla evleri, Zeybek dansı ve zeytinyağı olarak tespit edilmiştir.

Kavaratsiz ve Ashwort (2005), Avrupa'daki birçok şehir üzerinde, markalama kavram ve tekniklerini belirtmişlerdir. Bu çalışma ile kullanışlı bir imaj yaratma stratejisi olarak ürün markalamasının nasıl şehir markalamaya dönüştürülebileceğini önermek için pazarlama teorisi ve bu teorinin uygulanışı üzerinde durmuşlardır.

Garcia, Gomez ve Molina (2012), hedef markalaşma başarısını ölçen bir indeks oluşturmuşlardır. Paydaşlara dayalı olan bu indeks farklı paydaşlar arasındaki farklılıkları ve benzerlikleri esas almaktadır. Sadece ziyaretçi odaklı bir markalama stratejisi beraberinde birçok riski de getireceğini savunmuşlardır.

Zhang (2011), doğu ve batıda gerçekleşen sanayileşme sürecinin orta ve batı şehirlerinin ekonomilerine etkilerini ve şehir markasının bu duruma olan etkilerini incelemiştir. Bu çalışmada geleneksel kalkınma modelinden ziyade bölgesel ekonomik kalkınma modeline geçilmesi gerekliliği üzerinde durulmuş ve şehir markasının şehre olumlu yönde fayda sağlayacağını belirlenmiştir.

Qingsheng ve Ying (2009), Yangtze Nehri Deltası içinde seçilen 8 şehrin marka konumlandırılması açısından karşılaştırmalı analizlerini yapmışlardır. Örnek şehirlerin marka konumlandırılması hakkında birçok öneriler ortaya koymuşlardır.

## **4. YÖNTEM**

### **4.1. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Araçları**

Araştırma verilerinin toplanmasında anket formu kullanılmıştır. Anket 4 bölümden oluşmaktadır. Anket formunda ilk bölümde yer alan 7 soruda demografik özelliklerin belirlenmesini sağlayan sorular sorulmuştur. İkinci bölüm Konya şehrinin avantajlarına yönelik 28 yargı içermektedir. Üçüncü bölümde Konya şehrinin soyut imaj algılarına yönelik 7 yargı bulunmaktadır. Son bölümde ise Konya halkının imaj algısını içeren 12 yargı yer almaktadır.

Anket formunun 2., 3. ve 4. bölümleri 5'li Likert ile ölçülmüştür. (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Kısmen Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Kısmen Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum) Anket soruları; 2. Bölümde yer alan yargılar Echtner ve Ritchie (2003), Dolcinar ve Grabler (2004) ve Winfield (2005) eserlerinde yer alan çalışmalardan uyarlanmıştır. 3. ve 4. bölümdeki yargılarda ise Özdemir ve Karaca (2009) eserinde yer alan çalışmadan uyarlanmıştır.

### **4.2. Araştırmanın Örnekleme ve Kısıtları**

Anket sayısına Büyüköztürk (2012) eserinde yer alan örneklem formülünden yararlanılarak ulaşılmıştır. Bu matematiksel formül verilerine göre; Örneklem büyüklüğü 384 olarak belirlenmektedir.

Ancak daha fazla veri elde edilmesi amaçlandığından kolayda örnekleme yöntemiyle 421 kişiye ulaşılmıştır.

Araştırmada Konya ili ile sınırlıdır. Anket çalışması şehre ziyarete gelen değil de özellikle şehir de yaşayanlar üzerinde yapılmıştır. Araştırma katılımcıların okuryazar olması ve 18 yaşından büyük kişiler olması şeklinde kısıtlanmıştır.

Yapılan güvenilirlik analizinde anket ölçeklerinin tamamı analize dâhil edilmiştir. Ölçek geneline dair güvenilirlik katsayısı  $\alpha=0,941$  çıkmış olup bu bağlamda anket için kullanılan ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir (Özdamar, 2002: 667)

### 4.3. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri şu şekildedir;

H1: Katılımcıların şehrin avantajlarına yönelik imaj algıları ile şehrin soyut imaj algıları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Katılımcıların şehrin avantajına yönelik imaj algıları ile halkın imaj algıları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Katılımcıların şehrin soyut imajına yönelik algıları halkın imaj algıları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Katılımcıların şehrin avantajlarına yönelik algıları demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H4a: Katılımcıların şehrin avantajlarına yönelik algıları cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H4b: Katılımcıların şehrin avantajlarına yönelik algıları medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H4c: Katılımcıların şehrin avantajlarına yönelik algıları yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H5: Katılımcıların şehrin soyut imajına yönelik algıları demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H5a: Katılımcıların şehrin soyut imajına yönelik algıları cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H5b: Katılımcıların şehrin soyut imajına yönelik algıları medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H5c: Katılımcıların şehrin soyut imajına yönelik algıları yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H5d: Katılımcıların şehrin soyut imajına yönelik algıları eğitim düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H6: Katılımcıların halkın imajına yönelik algıları demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H6a: Katılımcıların halkın imajına yönelik algıları cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H6b: Katılımcıların halkın imajına yönelik algıları medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H6c: Katılımcıların halkın imajına yönelik algıları yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H6d: Katılımcıların halkın imajına yönelik algıları eğitim düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

#### 4.4. Verilerin Analizi

##### 4.4.1. Konya şehrine yönelik imaj algıları

**Tablo 1.** Konya Şehir Avantajlarına Yönelik İmaj Algıları

İfadeler Standart	Ortalama
<b>Sapma</b>	
Konya mimari açıdan çekici bir şehirdir. 1,310	3,15
Konya sahip olduğu kültürel değerler açısından zengin ve çekici bir şehirdir. 1,131	3,89
Konya dinlendirici/rahatlatıcı bir şehirdir. 1,278	3,65
Konya başka hiçbir şehre benzemeyen özgün bir şehirdir. 1,383	3,38
Konya'da konaklama için yeterli sayıda kaliteli otel bulunmaktadır. 1,279	3,46
Konya'da müzelerde harcanan zaman fazladır. 1,266	2,57
Konya'da sergilerde harcanan zaman fazladır. 1,171	3,89
Konya'da çok alışveriş imkânı sunulmaktadır. 1,264	3,60
Konya'da çok sayıda spor etkinliği vardır. 1,238	2,88
Konya'nın diğer şehirlerle ulaşımı yeterli seviyededir. 1,204	3,98
Diğer şehirlerden Konya'ya seyahatler düzenlenmektedir. 0,998	3,99
Konya önemli tarihi eserlere sahiptir. 0,964	4,38
Tarihi miras iyi korunmaktadır. 1,311	3,39
Konya'da kendimi güvende hissediyorum. 1,376	3,62

Başaran Alagöz, S. & Bilgeoğlu, S. (2019). Marka Şehir ve Marka İmajının Ölçümü: Konya Şehir İmajı Üzerine Bir İnceleme. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 82-100.

Konya'da sağlığımla ilgili herhangi bir endişe duymuyorum. (salgın hastalık vb.) 1,303	3,75
Konya şehir sakinleri misafirperverdir. 1,342	3,36
Konya'da ki profesyonel iş yerleri yeterli bilgi ve eğitime sahiptir. 1,290	2,76
Konya Uluslararası alanda iyi temsil edilmektedir. 1,264	2,71
Konya'da fiyat seviyeleri yüksektir. 1,163	3,62
Konya tabiat açısından zengin bir şehirdir. 1,377	3,05
Konya iklimi ve bitki örtüsü ile ziyaret ve yaşamak için uygun bir şehirdir. 1,368	3,20
Konya mutfağında başka hiçbir yerde yiyemeyeceğiniz yemekler bulunmaktadır. 1,292	3,71
Konya'da birçok ünlü isim yetişmiştir. 1,192	3,27
Konya siyasi istikrara sahip bir şehirdir. 1,343	3,80
Konya gece hayatıyla ünlü bir şehirdir. 1,138	1,84
Konya nüfus açısından kalabalık bir şehirdir. 1,128	3,55
Konya kentleşme derecesi yüksek bir şehirdir. 1,157	3,55

Katılımcıların değerlendirmelerine göre; Konya şehir avantajlarına yönelik imaj algılamalarında en yüksek yargı “Konya önemli tarihi eserlere sahiptir.” yargısıdır. (Ort=4,38: Çok Yüksek) Katılımcılardan 252 kişi yargıya “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. İkinci en yüksek ortalamaya sahip imaj algısı yargısı “Diğer şehirlerden Konya'ya seyahatler düzenlenmektedir.” yargısıdır. (Ort=3,99: Yüksek) Katılımcılardan 188 kişi yargıya “Kısmen Katılıyorum” şeklinde yanıt vermiştir.

Konya şehir avantajlarına yönelik imaj algılamalarında en düşük ortalamaya sahip yargı “Konya gece hayatıyla ünlü bir şehirdir.” yargısıdır. (Ort=1,84: Düşük) Katılımcılardan 237 kişi yargıya “Kesinlikle Katılmıyorum” yanıtını vermiştir. İkinci en düşük ortalamaya sahip yargı “Konya'da sergilerde harcanan zaman fazladır.” dır. (Ort=2,30: Düşük) Katılımcılardan 128 kişi yargıya “Kesinlikle Katılmıyorum” şeklinde yanıt vermiştir.

Bu sonuçlar ışığında Konya şehrinin için imaj unsurlarındaki avantajları hakkında şehirde birçok tarihi eser bulunması ve diğer şehirlerden seyahatler düzenlenmesi olduğunu söylenebilir.

**Tablo 2.** Konya Şehir Soyut İmaj Unsurlarına Yönelik İmaj Algıları

İfadeler Standart	Ortalama
<b>Sapma</b>	
Sakindir. 1,160	3,78
Ucuzdur. 1,248	2,98
Temizdir. 1,181	3,57
Güvenlidir. 1,292	3,49
Gelişmiştir. 1,187	3,25
Moderndir. 1,322	2,87
Dışa Açıktır. 1,399	2,66

Katılımcıların değerlendirmelerine göre; Konya şehri için belirlenmiş imaj unsurları arasında en yüksek soyut imaj unsuru şehrin “sakin” olmasıdır. (Ort=3,78: Yüksek) Katılımcılardan 196 kişi bu yargıya “Kısmen Katılıyorum” yanıtını vermiştir.

Katılımcıların değerlendirmelerine göre; Konya şehri için belirlenmiş imaj unsurları arasında en düşük soyut imaj unsuru şehrin “Dışa Açık” olmasıdır. (Ort=2,66: Orta) Katılımcılardan 126 kişi bu yargıya “Kesinlikle Katılmıyorum” yanıtını vermiştir.

Bu sonuçlar ışığında Konya şehri için “sakin” ve “temiz” bir şehir imajına sahip olduğu ifade edilebilir.

**Tablo 3.** Konya Halkına Yönelik İmaj Algıları

İfadeler Standart	Ortalama
<b>Sapma</b>	
Dindardır. 1,288	3,73
Gelenekseldir. 0,958	4,15
Sakindir. 1,193	3,59
Çalışkandır. 1,233	3,03
Dürüsttür. 1,226	2,96
Samimidir. 1,256	3,10



Sıcaktır. 1,286	3,10
Sıkıcıdır. 1,328	3,26
Girişimcidir. 1,180	3,08
Cömerttir. 1,274	3,00
Naziktir. 1,318	2,59
Yenilikçidir. 1,290	2,48

Katılımcıların değerlendirmelerine göre; Konya şehir halkı için belirlenmiş imaj unsurları arasında en yüksek imaj unsuru halkın “geleneksel” olmasıdır. (Ort=4,15: Yüksek) Katılımcılardan 353 kişi bu ifadeye “Kısmen ve Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını vermiştir. İkinci en yüksek yargı halkın “dindar” olmasıdır. (Ort:3,73: Yüksek) Katılımcıların 287 kişisi bu yargıya katıldıkları görülmektedir.

Konya şehir halkına yönelik imaj algılarında en düşük imaj unsuru halkın “yenilikçi” olması yargısıdır. (Ort=2,48: Düşük) Katılımcılardan 131 kişi yargıya “Kesinlikle Katılmıyorum” yanıtını vermiştir. İkinci en düşük imaj unsurunu halkın “nazik” olması oluşturmaktadır. (Ort=2,59: Düşük) Katılımcılardan 129 kişi yargıya “Kesinlikle Katılmıyorum” şeklinde yanıt vermiştir.

Bu sonuçlar ışığında Konya halkı için geleneksel ve dindar bir halk imajı gösterdikleri söylenebilir.

#### 4.4.2. Korelasyon analizi

**Tablo 4.** Korelasyon Analizi 1

		Şehrin Avantajları	Soyut İmaj
Şehrin Avantajları	Pearson Korelasyon	1	,726**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	421	421
Soyut İmaj	Pearson Korelasyon	,726**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	421	421

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Analiz sonucuna göre araştırmaya katılan katılımcıların Konya şehir avantajlarına yönelik imaj algılamaları ile şehrin soyut imaj algılamaları arasında yüksek düzeyde pozitif ( $r=0,726$ ) ve anlamlı bir ilişki vardır. Bu sonuca göre şehrin soyut imaj algılamalarını arttırmak istiyorsak şehrin avantajlarına yönelik imaj algılamalarını arttırmak gerektiğini söyleyebiliriz. Yine ulaşılan sonuca göre “Katılımcıların şehrin avantajlarına yönelik imaj algıları ile şehrin soyut imaj algıları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır” şeklinde ifade edilen  $H_1$  hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 5.** Korelasyon Analizi 2

		Şehrin Avantajları	Halkın İmajı
Şehrin Avantajları	Pearson Korelasyon	1	,679**
	Sig. (2-tailed)		,000

	N	421	421
Halkın İmajı	Pearson Korelasyon	,679**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	421	421

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Analiz sonucuna göre araştırmaya katılan katılımcıların Konya şehir avantajlarına yönelik imaj algılamaları ile halkın imaj algılamaları arasında orta düzeyde pozitif ( $r=0,679$ ) ve anlamlı bir ilişki vardır. Bu sonuca göre halkın imaj algılamalarını arttırmak istiyorsak şehrin avantajlarına yönelik imaj algılamalarını arttırmak gerektiğini söyleyebiliriz. Yine ulaşılan sonuca göre “Katılımcıların şehrin avantajlarına yönelik imaj algıları ile halkın imaj algıları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır” şeklinde ifade edilen  $H_2$  hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 6.** Korelasyon Analizi 3

		Soyut İmaj	Halkın İmajı
Soyut İmaj	Pearson Korelasyon	1	,689**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	421	421
Halkın İmajı	Pearson Korelasyon	,689**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	421	421

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Analiz sonucuna göre araştırmaya katılan katılımcıların Konya şehrinin soyut imaj algılamaları ile halkının imajı algılamaları arasında orta düzeyde pozitif ( $r=0,689$ ) ve anlamlı bir ilişki vardır. Bu sonuca göre şehrin soyut imaj algılamalarını arttırmak istiyorsak halkının imaj algılamalarını arttırmak gerektiğini söylenebilir. Yine ulaşılan sonuca göre “Katılımcıların şehrin soyut imajına yönelik algıları halkın imaj algıları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.” şeklinde ifade edilen  $H_3$  hipotezi kabul edilmiştir.

#### 4.4.3. t testi ve ANOVA analizi

**Tablo 7.** Cinsiyet Değişkenine Göre Konya Şehir İmajı Değerlendirmeleri (t testi)

	Cinsiyet	n	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Şehrin Avantajlarına Yönelik İmaj Algıları ( $H_{4a}$ )	Erkek	294	3,461	0,625	-4,694	0,000
	Kadın	127	3,150	0,620		
Şehrin Soyut İmaj Algıları ( $H_{5a}$ )	Erkek	294	3,336	0,937	-3,688	0,000
	Kadın	127	2,982	0,828		
Halkın İmaj Algıları, ( $H_{6a}$ )	Erkek	294	3,235	0,793	-2,569	0,011
	Kadın	127	3,026	0,684		

\*\*\*:  $p < 0,05$

Bu bağlamda, katılımcıların şehrin avantajlarına, şehrin soyut imajına ve halkın imajına ilişkin değerlendirmeleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Erkeklerin kadınlara göre Konya hakkındaki imaj algılamalarının daha yüksek olduğu söylenebilir. ( $3,461 > 3,150$ ), ( $3,336 > 2,982$ ), ( $3,235 > 3,026$ )

**Tablo 8.** Medeni Durum Değişkenine Göre Konya Şehir İmajı Değerlendirmeleri (t testi)

	Medeni Durum	n	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Şehrin Avantajlarına Yönelik İmaj Algıları ( $H_{4b}$ )	Evli	232	3,527	0,609	-5,887	0,000
	Bekâr	189	3,173	0,621		

Şehrin Soyut İmaj Algıları (H <sub>5b</sub> )	Evli	232	3,479	0,910	-6,475	0,000
	Bekâr	189	2,922	0,835		
Halkın İmaj Algıları, (H <sub>6b</sub> )	Evli	232	3,337	0,795	-5,027	0,000
	Bekâr	189	2,969	0,682		

\*\*\*: p < 0,05

Bu bağlamda, katılımcıların şehrin avantajlarına, şehrin soyut imajına ve halkın imajına ilişkin değerlendirmeleri medeni duruma göre farklılık göstermektedir. Evlilerin bekârlara göre Konya hakkındaki imaj algılamalarının daha yüksek olduğu söylenebilir. (3,527>3,173), (3,479>2,922), (3,337>2,969)

**Tablo 9.** Yaş Değişkenine Göre Konya Şehir İmajı Değerlendirmeleri (ANOVA Analizi)

Şehrin Avantajlarına Yönelik İmaj Algıları (H <sub>4c</sub> )	Yaş	n	Ortalama	Standart Sapma	f	p
Şehrin Soyut İmaj Algıları (H <sub>5c</sub> )	18-25	134	3,143	0,634	10,116	0,000
	26-35	119	3,366	0,533		
	36-45	102	3,439	0,685		
	46-55	50	3,711	0,619		
	56-65	16	3,725	0,440		
Halkın İmaj Algıları (H <sub>6c</sub> )	18-25	134	2,938	0,647	10,143	0,000
	26-35	119	3,063	0,713		
	36-45	102	3,359	0,861		
	46-55	50	3,540	0,758		
	56-65	16	3,599	0,663		

Analiz sonucuna göre H<sub>4c</sub> ve H<sub>6c</sub> hipotezlerinde varyanslar eşit ancak örneklem sayıları eşit olmadığından Gabriel testi uygulanmış, H<sub>5c</sub> hipotezinde ise hem varyanslar eşit değil hem de örneklem sayısı eşit olmadığından Games-Howell testi uygulanmıştır. (Games, 1971), (SPSS, 2002) Konya şehrinin avantajlarının, şehrin soyut imajına ve halkın imajına yönelik algıların katılımcıların yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. (p= 0,000>0,05) 56-65 yaş aralığındaki katılımcıların diğer yaş aralığındaki katılımcılara göre şehrin avantajlarına, şehrin soyut imajına ve halkın imajına yönelik imaj algıları daha yüksek olduğu görülmektedir. (Ort=3,725), (Ort=3,821), (Ort=3,599)

**Tablo 10.** Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Konya Şehir İmajı Değerlendirmeleri (ANOVA Analizi)

Şehrin Avantajlarına Yönelik İmaj Algıları (H <sub>4d</sub> )	Eğitim Düzeyi	n	Ortalama	Standart Sapma	f	p
Şehrin Soyut İmaj Algıları (H <sub>5d</sub> )	İlköğretim	15	3,888	0,517	4,528	0,001
	Lise	77	3,496	0,650		
	Üniversite	262	3,338	0,660		
	Yüksek Lisans	46	3,247	0,437		
	Doktora	21	3,158	0,550		
	İlköğretim	15	3,542	1,013	2,168	0,072
	Lise	77	3,395	0,941		
	Üniversite	262	3,221	0,916		
	Yüksek Lisans	46	3,037	0,908		
	Doktora	21	2,925	0,699		
	İlköğretim	15	3,488	1,034	2,032	0,089
	Lise	77	3,313	0,803		

<b>Halkın İmaj Algıları (H6a)</b>	Üniversite	262	3,150	0,762		
	Yüksek	46	3,052	0,683		
	Lisans					
	Doktora	21	2,964	0,552		

H<sub>4d</sub> hipotezinde ise hem varyans eşit değil hem de örneklem sayısı eşit olmadığından Games-Howell testi uygulanmıştır. Konya şehrinin avantajlarının, katılımcıların eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. (p= 0,001<0,05) Bu bulgular ışığında eğitim düzeyi ilköğretim olan katılımcılar diğer eğitim düzeyindeki katılımcılara göre şehrin avantajları hakkında daha yüksek algılamalara sahip olduğu söylenebilir.

Konya şehrinin soyut imaj ve halkın imaj algılarına ilişkin değerlendirmeler eğitim düzeyine göre farklılık göstermediği söylenebilir. (p= 0,072>0,05). (p= 0,089>0,05). H<sub>5d</sub> ve H<sub>6d</sub> hipotezleri reddedilmiştir.

## 5. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Araştırma kapsamında katılımcıların Konya şehrinin avantajlarına yönelik verdikleri yanıtlara uygulanan analiz sonucunda Konya şehrinin en önemli avantajları şehrin önemli tarihi eserlere sahip olması, şehre diğer şehirlerden seyahatler düzenlendiği ve diğer şehirlerle ulaşımının yeterli seviyede olduğudur. Tarihi eserlere sahip çıkmalı korumalı ve gelecek nesillere aktarılması için gerekli önlemler alınmalıdır. Şehrin imajını oluşturacak olan bu tarihi eserlerin gerek kulaktan kulağa gerekse reklam ve tanıtım projeleri yolu ile ulusal ve uluslararası ölçekte duyurulması sağlanmalıdır. Ayrıca şehir coğrafik olarak Anadolu'nun merkezi konumundadır. Coğrafyası ulaşım için gayet elverişlidir. Geçiş güzergâhları üzerinde olan şehrin bu konumu ziyaretçiler için en önemli avantajların biri haline gelmiştir.

Araştırma kapsamındaki katılımcıların şehrin avantajlarına yönelik en düşük yargılar içeren ifadeleri ise Konya'nın gece hayatıyla ünlü olmadığıdır. Tarihi ve dini değerlere sahip olan şehrin eğlence yönünün zayıf olduğu görülmektedir ve bu konuda bir takım gelişmeler sağlanmalıdır. Şehrin diğer önemli dezavantajları ise sergi ve müzelerde harcanan zamanın azlığıdır. Şehirde birçok müzenin var olduğunun yerel halk ve ziyaretçilere duyurulması sağlanmalıdır. Müze ziyaretlerinin şehrin tarihinin ve kültürünün anlaşılması açısından ne kadar önemli olduğu hususunda bilgilendirmeler yapılmalıdır. Ayrıca yine, şehirde sergiler açılmasını sağlayarak ziyaretçilerin buraları ziyaret etmesi için tanıtımının yapılmasını sağlamalıdır.

Konya şehrinin en önemli soyut imajını şehrin sakin olması ifadesi oluşturmaktadır. Konya şehrinin mimarisi, kurumları, trafiği ve yaşayışı açısından sakin bir şehir olduğu anlaşılmıştır. Şehir halkının oluşturduğu imaja yönelik verdikleri yanıtlara göre, Konya halkının en önemli imajı geleneksel ve dindar olmasıdır. Şehrin kendine özgü geleneksel bir yapısı mevcuttur. Modernlikten biraz daha uzak yaşayan halkın gelenek ve göreneklerine bağlı olduğu ve bu şekilde bir imaj çizdiği anlaşılmaktadır. Konya halkının en düşük imaj unsuru ise yenilikçi olmamasıdır. Geleneklerine bağlı olarak yaşayan halkın yeniliklere kapalı olduğu anlaşılmaktadır. Çeşitli bilgilendirmeler ve etkinlikler ile halkın yeniliklere daha açık bir hale gelmesi sağlanmalıdır. Düşük olan diğer bir imaj unsurları ise halkın nazik ve dürüst olmamasıdır. Her gün binlerce ziyaretçi çeken şehirde, halkın ziyaretçilere ve birbirlerine karşı nazik ve dürüst olmaları oldukça önemlidir. Bu durum, sosyal projeler ve eğitimlerle desteklenmelidir.

Araştırma kapsamında incelenmek istenen bir diğer nokta Konya şehrinin sahip olduğu avantajlar, şehrin soyut imajı ve halkın imajı arasında bir ilişki olup olmadığını tespit etmektir. Şehrin avantajlarının, şehrin soyut imaj unsurlarının ve halkın imaj unsurlarının birbirlerini etkilediği gerçeği ile karşılaşılmıştır. Bu bağlamda şehrin soyut imaj algılarını ve halkının olumlu imajını arttırmak için ya da negatif imaj algılarının pozitif imaj algılarına dönüşmesini sağlamak için şehrin avantajları daha

fazla ön plana çıkarılmalıdır. Projeler tanıtım reklam ve eğitim çalışmalarıyla bunlar Konya'nın vazgeçilmez birer unsuru haline getirilmelidir. Bu durumun tam tersi de mümkündür. Şehrin avantajlarının bilinirliğini artırabilmek için halka ve şehre ait önyargıların yıkılması gerekmektedir.

Evli ve orta yaşın üzerindeki katılımcıların Konya şehir imaj algılamalarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Bu sonuç evli insanların şehirden beklentileri ile bekârların beklentilerinin farklı olduğu gerçeği ile birlikte Konya'nın sakin ve güvenilir olduğunu, çocuklara yönelik eğitim, oyun, park alanlarının yeterli olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak sonuçlar göstermektedir ki bekârların şehirden beklentileri daha farklıdır. Özellikle gençlerin beklentilerini karşılamak üzere araştırmalar yapılmalı, sosyal ve bilimsel etkinlikler artırılmalı, eğlence ve spor tesislerine daha fazla yatırım yapılmalıdır. Özellikle üniversitelerin genç nüfus üzerindeki etkisi düşünüldüğünde öğrencilerin istek ve ihtiyaçları üzerinde durulmalı özellikle toplu taşıma vb. hizmetler geliştirilmelidir. Bu durum eğitim seviyesi yüksek olanların beklentilerinin de daha yüksek olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır. Katılımcıların şehrin soyut imajına yönelik algılarının ve halkın imajına yönelik algılarının eğitim düzeylerine göre değişmediği görülmüştür.

Sonuç olarak Konya'nın markalaşmasında marka imajının önemi bu çalışma ile bir kez daha karşımıza çıkmaktadır. Konya'nın uluslararası ve ulusal alanda tanıtımı ve şehrin imajının daha iyi konuma gelebilmesi için güçlü, zayıf yönleri ve özgün değerlerinin ortaya konulması gerekmektedir. Güçlü yönleri daha da güçlendirilerek zayıf yönleri desteklenmelidir. Ayrıca şehrin sunduğu fırsatlar daha iyi değerlendirilmeli, tehditler varsa tespit edilerek ortadan kaldırılmaya çalışılmalıdır. Bu çalışma ile Konya'nın imajını belirleyen unsurlar tespit edilmeye ve bu unsurların birbirleri ile ne kadar ilişkili oldukları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda söz konusu çalışma ile ortaya çıkan bilgilerin Konya'nın marka şehir faaliyetlerine katkı sağlaması ve gelecekte yer alacak bilimsel çalışmalara ışık tutması umulmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Acar, İ. (2015). *Konya Şehir Kimliği Çalıştayı*. Konya.
- Aktuğlu, I. K. (2018). *Marka Yönetimi: Güçlü ve Başarılı Markalar İçin Temel İlkeler*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Avraham, E. (2004). Media Strategies For Improving An Unfavorable City Image. *Elsevier Cities*, 21(6), 471-479.
- Babür Tosun, N. (2014). *Marka Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayıncılık
- Beerli, A. ve Martin Josefa D. (2004). *Factors Influencing Destination Image, Annals Of Tourism Research*. Oxford UK: Pergamon Press.
- Dirsehan, T. (2015). *Tüketici Zihninde Noktaları Birleştirme Oyunu, Marka Kavram Haritaları*. İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Fırat, A. ve Kömürcüoğlu, F. (2015). Muğla Şehir Markası ve İmaj Algısı; Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 13, 285-304.
- Elden, M. (2005). Global Reklam Kampanyalarında Yaratıcılığın Önemi. *Bilig Ahmet Yesevi Üniversitesi Mütavelli Heyet Başkanlığı*, 32, 65-82.
- Eroğlu, A. H. (2007). Şehirlerin Markalaşması. *Yerel Siyaset Dergisi*, 67.

- Başaran Alagöz, S. & Bilgeoğlu, S. (2019). Marka Şehir ve Marka İmajının Ölçümü: Konya Şehir İmajı Üzerine Bir İnceleme. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 82-100.
- Ersun, N. ve Kahraman A. (2009). Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Kapadokya Bölgesinde Kongre Turizmini Geliştirme Olanakları, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 34, 139-164.
- Games, P.A. (1971). Multiple Comparisons of Means. *American Educational Research Journal*, 8, 531-564.
- Giritoğlu, İ. ve Avcıkurt C. (2010). Şehirlerin Turistik Bir Ürün Olarak Pazarlanması, Örnek Şehirler ve Türkiye'deki Şehirler Üzerine Öneriler. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(4), 74-89.
- Gümüş, S. ve Saraç P, (2013). *Pazarlamada Markalaşma Stratejileri*. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Gültekin, B. (2005). "Türkiye'nin Uluslararası İmajında Yükselen Değerler ve Eğilimler", *Selçuk İletişim Dergisi*, 4(1), 126-140.
- Işık, M., ve Erdem A. (2015). *Nasıl Marka Şehir Olunur*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Kaya, E., Şentürk H., Danış, O. ve Şimşek S. (2007). *Modern Kent Yönetimi*. İstanbul: Okutan Yayıncılık.
- Kavaratzis, M. ve Asworth, G. J. (2005). *City Branding: An Effective Assertion of Identity or a Transitory Marketing*. *Trick: Tijdschrift Voor Economische en Sociale Geografie*, 96(5), 506-514.
- Keleş, R. (2005). Kent ve Kültür Üzerine. *Mülkiye Dergisi*, 29(246), 9-18.
- Morgan, N. ve Pritchard A. (2004). *Meeting the Destination Branding Challenge*: Burlington.
- Özdamar, K. (2002). *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi*. Eskişehir: Kaan Yayınları.
- Özdemir, Ş. ve Karaca Y. (2009). Kent Markası ve Marka İmajının Ölçümü: Afyonkarahisar Kent İmajı Üzerine Bir Araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, XI(II), 113-134.
- Paul, E. D. (2004). World Cities As Hegemonic Projects: The Politics of Global Imagineering in Montreal. *Political Geography*, 23(5), 571-596.
- Perry, A. ve Winstom D. (2004). *Markanın DNA'sı*. İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Rifaioğlu, M. N. (2006). Yapı Kitabelerinin Konya İlinin Selçuklu Dönemi Kentsel Gelişimin Belirlenmesinde Kaynak Olarak Kullanılması. *YTÜ Mim. Fak. e-Dergisi*, 1(2-3), 99-111.
- Sezgin, M. ve Ünüvar Ş. (2012). *Sürdürülebilirlik ve Şehir Pazarlaması Ekseninde Yavaş Şehir*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Şahin, Ş. (2010). *Turizmde Marka Kent Olmanın Önemi: İstanbul Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tosun, C. ve Temizkan R. (2004). *Türkiye'nin Dış Tanıtım ve Ülke İmajında Turist Rehberlerinin Rolü*, 1. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, (ss. 345-365), Balıkesir.
- Tosun, C. ve Bilim Y. (2004). Şehirlerin Turistik Açından Pazarlanması. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2, 126-127.
- Yasaman, H., Altay, S., Ayoğlu, T., Yusufoglu, F. ve Yüksel, S. (2004). *Marka Hukuku*. İstanbul: Vedat Kitapçılık.

Başaran Alagöz, S. & Bilgeoğlu, S. (2019). Marka Şehir ve Marka İmajının Ölçümü: Konya Şehir İmajı Üzerine Bir İnceleme. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 82-100.

Yıldırım, F. ve Başar Ö. D. (2013). *Marka Sloganları Türkiye Sigorta Pazarına İlişkin İçerik Analizi*. İstanbul: Beta Yayınları.

Zhang, J. (2011). A Study on The Joint Development of The Corporate Brand and The City. Artificial Intelligence. *Management Science and Electronic Commerce (AIMSEC)*, 74-76. DOI: 10.1109/AIMSEC.2011.6010413.

Qingsheng, W. ve Ying, Y. (2009). City Brand Positioning in Urban Agglomeration: Samples of 8 Cities in Yangtze River Delta. *International Conference on Management and Service Science*, 1-8. DOI: 10,1109/ICMSS.2009.5304324.

### **İnternet Kaynakları**

Konya'da Yatırım, <http://www.konyadayatirim.gov.tr/yatirim.asp?SayfaID=3>, (05.09.2019).

Tonoç, M. (2017), Kent Nedir?, <http://sbpturkiye.com/kent-nedir.html>, (05.01.2019)

TÜİK, [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1072](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072), (04.09.2019)



## Memurluğa Odaklanmış Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğitimi Hakkındaki Görüşlerine Yönelik Nitel Bir Araştırma

Şefik ÖZDEMİR\*

### Öz

Türkiye’de üniversite öğrencilerinin önemli bir kısmının kariyer hedefi, kamuya memur olarak atanmaktır. Ancak devletin memur olmayı isteyen tüm üniversite öğrencilerini istihdam etmesi mümkün görünmemektedir. Bu noktada üniversite öğrencileri için alternatif bir kariyer seçeneği olarak girişimcilik ve üniversitelerde verilen girişimcilik eğitimleri önemli hale gelmektedir. Bu çalışmanın amacı tamamen memur olmaya odaklanmış üniversite öğrencilerinin girişimcilik dersine olan yaklaşımları ve bakış açılarını tespit ederek dersi ve dersin gerekliliğini değerlendirmektir. Bu amaçla Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulunda girişimcilik dersi almış ve tek amaçları memur olmak olan 52 öğrenciyle yarı yapılandırılmış bir form aracılığıyla nitel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırmadan elde edilen veriler içerik analiziyle kodlanarak temalar oluşturulmuştur. Elde edilen temalara göre girişimcilik eğitiminin; girişimciliği bir kariyer seçeneği olarak düşünmelerine, girişimcilik ile ilgili bilgi ve becerilerini geliştirmelerine, yeteneklerinin farkına varmalarına, girişimcilik potansiyellerini ve girişimci ruhlarını ortaya çıkarmalarına, iş fikri üretmeye yönelmelerine ve girişimcilik eğilimlerini arttırmalarına katkı sağladığı tespit edilmiştir. Ayrıca girişimcilik dersinden daha verimli sonuçların elde edilebilmesi için uygulamaya dönük faaliyetlerin yapılması ve uzaktan eğitim ile verilmemesi gerektiği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik Eğitimi, Girişimcilik Dersi, Girişimcilik Eğilimi.

**Makale Türü:** Araştırma Makalesi

## A Qualitative Research on Views of University Students Aiming Public Service About Entrepreneurship Education

### Abstract

The majority of university students have focused on a career goal to be appointed as public servant in Turkey. However, it is not possible for the state to employ all university students who want to become public servants. At this point, entrepreneurship and entrepreneurship trainings in universities become important as an alternative career option for university students. The aim of this study is to detect the approaches and point of view of university students that are completely focused on being a civil servant on the entrepreneurship course and evaluate the necessity of it. Accordingly, a qualitative research has been carried out through a semi-structured form applied to 52 health services vocational school students that have had an entrepreneurship course and have a single aim which is to be a civil servant. Themes were formed through content analysis on the data gained by qualitative research. According to the themes emerged, entrepreneurship education contributed participants’ thinking entrepreneurship as a career choice, developing their knowledge and skills on entrepreneurship, realizing their abilities, revealing their entrepreneurship potential and entrepreneurial spirit, leading towards creating business ideas and increasing their entrepreneurial tendencies. Besides, it is found out that actions that provide application should be carried out and the course shouldn’t be lectured through distance education in order to make the course more productive.

**Keywords:** Entrepreneurship Education, Entrepreneurship Course, Entrepreneurship Tendency.

**Article Type:** Research Article

\* Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, [sefikozdemir@aksaray.edu.tr](mailto:sefikozdemir@aksaray.edu.tr), Orcid ID: 0000-0003-3005-0570



## 1. GİRİŞ

Girişimcilik sosyal bilimlerde uzun zamandır gündemde olan ve en fazla araştırılan konulardan birisidir. Girişimcilerin yaratıcı ve yenilikçi iş fikirleri ile açtıkları işletmeler ekonominin hücrelerini oluşturmaktadır. Teknoloji ve inovasyon politikaları açısından ülkeler için son derece değerli olan girişimciler, ülke ekonomilerinin en önemli yapı taşlarından birisidir (Kalyoncuoğlu, Aydın ve Göksel, 2017: 74). Girişimcilik çok boyutlu bir olgu ve ekonomik gelişmenin önemli bir unsuru olarak görülmektedir. Bu durum, girişimciliğin geliştirilmesinin önemini daha etkili bir şekilde ortaya çıkarmaktadır (Doğan, 2015: 79). Girişimciliğin gelişmesine katkı sağlayan en önemli faaliyetlerden birisi girişimcilik eğitimidir. Girişimcilik eğitimi alan katılımcıların, ekonomik ve sosyal katkı sağlayabilecek faaliyetler gerçekleştirerek yoksulluktan işsizliğe, çevre sorunlarından vakıf faaliyetlerine kadar birçok pozitif sonuç üretmeleri beklendiği söylenebilir. Bu nedenle Honig (2004: 270) girişimcilik eğitiminin teşvik edilmesi, daha fazla parasal kaynak ayrılması ve konuyla ilgili önemli pedagojik analizlerin yapılması gerektiğini belirtmiştir. Araştırmacı ayrıca hem akademik çevrenin hem de kamu çevresinin girişimcilik eğitime daha fazla önem vermesinin kritik bir öneme sahip olduğunu ifade etmiştir.

Toplumumuzda küçük yaşlardan itibaren hem ailelerin hem de geleneksel kültürün memurluğu bir hedef olarak göstermesi, öğrencileri eğitim hayatları boyunca bu doğrultuda hedefler belirlemeye yönelttiği ve memur olmak dışındaki alternatif iş seçeneklerini dikkate almadıkları ifade edilebilir. Devletin bu beklenti içinde olan öğrencilerin tamamını veya büyük bir kısmını istihdam etmesi mümkün olmamaktadır. Dolayısıyla Türkiye’de bilimsel ve mesleki temelli inovatif iş fikirlerini oluşturabilecek üniversite öğrencilerinin girişimciliğe yönlendirilmeleri ve girişimciliğe yönelik olumlu düşüncelere sahip olmalarını sağlamanın önemli hale geldiği söylenebilir.

İşte bu çalışma, memur olmaya odaklanmış 52 üniversite öğrencisinin girişimcilik dersine yönelik görüşlerine odaklanmaktadır. Bu nedenle, girişimcilik dersini alan öğrencilerin ders hakkındaki genel görüşleri, dersin üniversite öğrencilerine katkısına yönelik görüşleri, dersin daha verimli olması için yapılması gerekenler ve dersin uzaktan eğitim ile verilebilmesine yönelik soruların sorulduğu nitel bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmadan elde edilen bulguların literatüre hem teorik hem de dersin yeniden tasarımına yönelik pratik bilgiler sağlayacağı düşünülmektedir.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Girişimcinin ve girişimcilik araştırmalarının artan popülaritesine rağmen, iş kurma riskini alıp, işi kuran ve büyüten bunu yaparken de inovatif olan girişimcilerin sayısı bu artışa paralellik göstermemektedir. İnsanları farklı istihdam alternatiflerinin varlığında girişimci olmaya motive etmek kolay değildir. Dolayısıyla, hükümetler, bireyleri girişimciliği seçmeye motive edebilmek için politikalar geliştirmektedirler. Bireylerin girişimciliği bir kariyer alternatifi olarak seçmeye yönlendiren en yaygın araçlardan birisi girişimcilik eğitimidir (Akın ve Demirel, 2015: 16).

Girişimcilik eğitimi, sürekli değişen bir çevrede daha girişimci, yenilikçi ve esnek bir şekilde yer alabilmek için bireyleri gerekli bilgi, beceri ve yetkinliklerle donatmakla ilgilidir (Ebewo, Rugimbana ve Shambare, 2017: 280). Girişimcilik eğitimi ile katılımcılara bir iş kurmak için gerekli olan bilgileri öğretme, nitelikleri kazandırma, girişimci olma potansiyelini ortaya çıkarma, iş fikri geliştirebilme, piyasadaki fırsatları görebilme ve sosyal fayda oluşturabilme gibi çıktılar üretmesi hedeflendiği ifade edilebilir. Söz konusu çıktılarının oluşması piyasaya yeni girişimcilerin girmesi ve girişimci sayısının artarak ekonomik ve sosyal çıktının artmasına vesile olabilir. Bu nedenle girişimcilik eğitimi ile ilgili çeşitlenmiş araştırmalar yapılarak süreç içerisinde etkin ve verimli sonuç alınmasına

engel durumların tespiti önemlidir. Doğan (2015: 80) potansiyel girişimcileri açığa çıkarmak için girişimcilik niyetleri üzerinde araştırma yapmak ve böylece eksiklikleri girişimcilik açısından görmek ve iyileştirme gerektiren nitelikleri belirlemenin önemli olduğunu ifade etmektedir.

Girişimci davranışların ülkelerin ekonomik zenginliklerini arttırması ve yeniliklerin ortaya çıkmasına katkı sağlayan bir unsur olduğu dikkate alındığında girişimcilik eğitimi ile girişimci olma niyeti arasındaki ilişki ilgi çekici olmaktadır (Mueller, 2011: 55). Literatür incelendiğinde Türkiye’de eğitim ve girişimci özellikler (Örneğin, Eren, 2016; Sarıtaş ve Duran, 2017), girişimcilik eğitimi ve demografik değişkenler (Örneğin, Aksel ve Bağcı, 2016; Salik ve Kaygın, 2015; Özdemir 2015) ve genellikle girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi oluşturup oluşturmadığına yönelik nicel araştırmalara odaklanıldığı görülmektedir. Konu ile ilgili yapılan bazı çalışmalar, girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimini ortaya çıkarmada yeterince etkili olmadığını bulgulamışlardır. Örneğin Balaban ve Özdemir (2008) girişimcilik eğitiminin bireyin potansiyelini keşfetmesini hızlandırarak yeteneklerini geliştirip başarı şansını arttırmasına yardımcı olduğunu ancak girişimcilik eğitimi, girişimcilik eğiliminin ortaya çıkmasında gerek şart olmasına karşılık yeter şart olarak değerlendirilemeyeceğini belirtmişlerdir. Benzer bir şekilde Tanrıverdi, Bayram ve Alkan (2016) girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimini açığa çıkarmada tek başına yeterli olmadığını tespit etmişlerdir. Kerse, Babadağ ve Kerse (2017) girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyetini doğrudan anlamlı düzeyde etkilemediğini tespit etmişlerdir. Yine Duran, Büber ve Gümüştekin (2013) girişimcilik eğitiminin girişimcilik hisleri ve potansiyelini geliştirmediğini bulgulamışlardır.

Literatürde girişimcilik eğitimi ile girişimcilik niyeti arasında ters bir ilişki olduğuna yönelik sonuçların tespit edildiği çalışmalar (Örneğin, Von Graevenitz, Harhoff ve Weber, 2010) olsa da konu ile ilgili araştırmaların çoğu girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimini pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. Örneğin Lorz, Mueller ve Volery (2013) araştırmasında girişimcilik eğitimi ile girişimciliğe yönelik niyetleri geliştirme arasında pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Benzer bir şekilde Ekici ve Turan (2017) girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimini belirlemede anlamlı bir katkı sağladığını tespit etmişlerdir. Yine Fayolle, Gailly ve Clerc (2006) ile Bozkurt, Aslan ve Göral (2011), girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimini olumlu olarak etkilediğini bulgulamışlardır.

Girişimcilik eğitiminin üniversite öğrencilerinde fayda oluşturup oluşturmadığına yönelik yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlar vardır. Patricia ve Silangen, (2016) Endonezya’da üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğitimi ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmada, girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyetini arttırdığını bulgulamışlardır. Benzer bir çalışmada Barba ve Atienze (2017) mühendislik öğrencileri ile yaptıkları çalışmada, girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyetlerini olumlu yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Diğer bir çalışmada Sultan, Maqsood, Student ve Shrif (2016) Pakistan’ın önde gelen dört üniversitesinde yaptıkları çalışmada, girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde olumlu bir etki oluşturduğunu tespit etmiş ve üniversitelerin öğrencileri motive etmek için girişimcilik eğitimi kursları vermesi gerektiğini önermişlerdir. Yine Byabashaija ve Katono (2011) girişimcilik eğitiminin, girişimciliği bir kariyer seçeneği olarak düşünmeyi ve öğrencilerin özgüvenlerini arttırdığını tespit etmişlerdir. Hussain ve Norashidah (2015) girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu bulgulamışlardır. Bu bağlamda Türkiye’de üniversite öğrencilerinin girişimciliğe yönlendirilebilmeleri, girişimcilik kültürünü benimseyebilmeleri ve geleneksel memur olma mantığının değişebilmesi için girişimcilik eğitiminin rolü önem arz etmektedir.

Literatürde memur olmayı tek kariyer hedefi haline getiren öğrencilerin girişimcilik eğitime ilgi duyup duymadıklarını ve girişimcilik eğitiminin bu öğrencilere fayda sağlayıp sağlamadığı ile ilgili

spesifik çalışmaların sınırlı olması bu çalışmayı yapmaya yöneltmiştir. Bu noktada, tek amacı memur olmak olan, girişimci olmayı düşünmeyen ve geleneksel anlayıştan kopması çok zor olan öğrencilerin girişimcilik eğitimine yönelik düşüncelerinin ne olduğunun tespit edilmesinin alan yazının çeşitlenmesine katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

Literatürdeki bulgular ve ülkemizle ilgili yapılan değerlendirmelere bağlı olarak veri toplamak için geliştirilen sorular şunlardır:

1. Girişimcilik dersi hakkında neler düşünüyorsunuz?
2. Girişimcilik dersinin size katkısı hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?
3. Sizce girişimcilik dersinin daha faydalı olabilmesi için neler yapılmalıdır?
4. Girişimcilik dersinin uzaktan eğitim ile verilebilmesi ile ilgili görüşleriniz nelerdir?

### 3. YÖNTEM

#### 3.1. Araştırmanın Amacı Ve Örneklemi

Türkiye’de özellikle son 15-20 yıllık periyotta kamuya en fazla personel alan kurumlarından bir tanesi sağlık bakanlığı olduğu söylenebilir. Bu süreçte personel sayısı 84.281’den 628.052’ye çıkarılmıştır (Tablo 1). Bu durum ailelerin ve öğrencilerin, sağlık personelinin diğer personel gruplarına göre kamuya atanma ihtimallerinin fazla olduğunu düşünmelerine ve öğrencilerin sağlık personeli yetiştiren bölümlere yönelmelerine neden olduğu söylenebilir. Bu doğrultuda çalışmamız, Aksaray Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulunda bir dönem boyunca zorunlu ders olarak okutulan girişimcilik dersi işlendikten sonra gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın örneklemini, memur olmak dışında alternatif bir kariyer düşünmeyenler arasından ders işlenmeden önce tespit edilen ve ders bittikten sonra araştırmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden 52 öğrenciden oluşmaktadır. Dolayısıyla araştırmamız, memurluğa odaklanmış üniversite öğrencilerinin girişimcilik dersine olan yaklaşımları ve bakış açılarını tespit ederek dersi ve dersin gerekliliğini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda katılımcıların, girişimcilik eğitimi hakkındaki düşüncelerini, girişimcilik eğitiminin faydasını, daha faydalı olabilmesi için yapılması gerekenleri ve eğitimin uzaktan eğitim ile verilmesine yönelik nitel bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 1.** Sağlık Bakanlığı Personel Sayılarının Karşılaştırılması (2002-2008)

2002		2018	
Unvan	Sayı	Unvan	Sayı
Uzman Tabip	14.151	Uzman Tabip	43.034
Asistan	4.288	Asistan	10.138
Tabip	5.597	Tabip	41.275
Diş Tabibi	1.917	Diş Tabibi	10.927
Eczacı	413	Eczacı	3.100
Hemşire, Hemşire Yardımcısı ve Ebe	39.612	Hemşire	127.900
		Ebe	52.772
Diğer Sağlık personeli	18.303	Sağlık Memuru	71.315
		Sağlık Teknikeri	39.239
		Sağlık Hizmetleri Sınıfı	11.667
		Genel İdare Hizmetleri Sınıfı	31.746
		Teknik Hizmetler Sınıfı	7.280
Avukatlık Hizmetler Sınıfı	470		

		Din Hizmetleri Sınıfı	225
		Yardımcı Hizmetler Sınıfı	21.569
		İdari Destek Görevlisi (696)	2.683
		İşçi + Geçici Personel	152.712
<b>Toplam</b>	<b>84.281</b>	<b>Toplam</b>	<b>628.052</b>

Kaynak: Sağlık İstatistikleri 2002; Sağlık Bakanlığı 2018 Faaliyet Raporu

### 3.2. Yöntem

Araştırma nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılarak gerçekleştirilmiştir. “*Nitel araştırma katılımcıların olayları nasıl anlamlandırıldığı ile ilgilenir ve sonuçları sayılardan çok zengin tanımlama ve açıklamalarla ifade eder*” (Işıkoğlu, 2005: 160). Nitel araştırmalarda veri toplama sürecinde zengin içerikler elde edilebilmektedir. Bu nedenle araştırmalarda çokça tercih edilmektedir. Araştırma için öncelikle yarı yapılandırılmış bir veri formu geliştirilerek iki öğrenci ile mülakat yapılmıştır. Elde edilen veriler ile birlikte görüşme formu bir uzmanın görüşüne sunulduktan sonra tespit edilen eksiklere yönelik düzeltmeler yapılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin çözümlenmesinde içerik analizi yapılmıştır. Verilerin tamamı okunduktan sonra katılımcıların verdikleri cevaplar, ilgili soruların altında toplanmıştır. Ardından her sorunun altında yer alan cevaplar, okunarak kodlanmış ve benzer kodlar bir araya getirilerek temalar oluşturulmuştur.

### 3.3. Bulgular

Araştırmaya katılmayı kabul eden öğrencilere “K1, K2,...K52” şeklinde sıralanmış kod isimler verilmiştir. Üniversite öğrencilerinin girişimcilik dersine olan yaklaşımları ve bakış açılarını tespit etmek için gerçekleştirilen araştırmanın bulguları aşağıda sunulmuştur.

**Tablo 2.** Öğrencilerin Demografik Bilgileri

Demografik değişken	Frekans	
Cinsiyet	Erkek	8
	Kadın	44
Yaş	20 ve altı	31
	21-25 arası	21

Tablo 2’ye göre katılımcıların büyük bir kısmını kadın öğrenciler oluşturmaktadır. Benzer bir şekilde katılımcıların büyük bir kısmının yaşı 20 veya 20’nin altındadır.

Araştırma kapsamında katılımcılara yöneltilen ilk soru “Girişimcilik dersi hakkında neler düşünüyorsunuz?” olmuştur. Öğrencilerin bir kısmının girişimcilik dersi hakkındaki görüşlerinden yapılan alıntılar aşağıda yer almaktadır:

“*Girişimcilik dersi aslında hayata nasıl kendi çabalarımızla, emeklerimizle ulaşabileceğimizi ve kendi kurduğumuz iş ile kendi paramızı nasıl kazanabileceğimizi öğretmektedir*” (K1).

“*Yetenek ve becerilerimi girişimcilik açısından değerlendirme imkânı verdiği için faydalı olduğunu söyleyebilirim*” (K 19).

“*Bu ders yeni fikirlerin, farklı iş imkânlarının ve mesleklerin ortaya çıkmasına imkân sağladığı için hem bireylere hem de ülkemizin gelişmesine önemli katkılar sunmaktadır*” (K28).

“Girişimcilik dersi üniversitede eğitim gören, istediği bölüme gelip bu bölümde idealleri olan kişilere yeni fikirler yeni iş kapıları açması açısından faydalıdır. Kişi bölümünde ya da yetenekli olduğu konuda kendi işini oluşturup hayatını bu yönde şekillendirerek katma değer sağlayabilir” (K28).

“Girişimcilik dersi düşüncelerimizi, fikirlerimizi, hayallerimizi ve gelecek hayatımıza yön vermemizi kolaylaştıran bir derstir. Düşündüğümüz ve hep hayalini kurduğumuz iş fikirlerimizi bu derste kolayca test etme şansımız var” (K33).

“Girişimcilik dersi toplumun tüm kesimlerine verilebilecek bir derstir. Bunun sonucunda daha iyi ve mantıklı iş fikirlerinin ortaya çıkması sağlanabilir. Mümkün olması durumunda Türkiye’deki herkes girişimcilik dersi almalı ve en az bir defa girişimci olabilmek için şansını denemelidir” (K36).

“Bu dersi ilk almaya başladığımda çok boş ve gereksiz gibi gelmişti. Böyle bir ders için neden 4 saat verilmiş diye sürekli kendimi sorgularken zaman geçtikçe önemini ve faydasını daha iyi anladım. Şuan düşündüğüm şeylerden bir tanesi bu dersi daha önce neden görmediğimdir” (K38).

“Girişimcilik dersi herkesin alması gereken bir derstir. Özellikle gençlere ışık olabilecek yeni girişimcilerin keşfedilebilmesi için gerekli olan bir derstir. Hatta sadece gençler değil her yaşta insanın istemesi durumunda bu ders verilmelidir” (K40).

“Girişimcilik dersi yeni umutlar edinmemizi sağlamaktadır. Bir şeyi yapmayı istiyorsak vazgeçmeden çabalamamız gerektiğinin bilincine varmamızı sağlayan bir derstir” (K43).

Öğrencilerin girişimcilik dersi hakkındaki görüşlerine yönelik verdikleri cevapların analizi neticesinde Tablo 3’de yer alan temalar elde edilmiştir. Tablo 3’e bakıldığında öğrencilerin önemli bir kısmının girişimcilik dersinin olumlu değişimler ortaya çıkardığına yönelik görüş belirttikleri görülmektedir. Burada en fazla öne çıkan temaların “Girişimcilik potansiyelini ortaya çıkarma” ve “Hayalleri gerçekleştirme fırsatı” olduğu görülmektedir. Konu ile ilgili öne çıkan diğer iki önemli tema da “Vizyon değiştirme” ve “Kendi işini kurabilme” olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin girişimcilik dersi hakkındaki görüşlerine yönelik elde edilen diğer temalar sırasıyla; “Herkeseye verilmeli”, “Ülkemize daha çok fayda”, “Yenilikçi düşünmeyi aşılama”, “Cesaret” ve “Fırsatları arama ve bulma”dır.

**Tablo 3.** Öğrencilerin Girişimcilik Dersi Hakkındaki Görüşleri

<b>Elde edilen temalar</b>	<b>Frekans</b>
Girişimcilik potansiyelini ortaya çıkarma	15
Hayalleri gerçekleştirme fırsatı	11
Vizyonu değiştirme	9
Kendi işini kurabilme	7
Herkeseye verilmeli	6
Ülkemize daha çok fayda	5
Yenilikçi düşünmeyi aşılama	4
Cesaret	4
Fırsatları arama ve bulma	2

Yukarıda yer alan temalar incelendiğinde girişimcilik dersinin katılımcılarda girişimcilik ile ilgili yeni bir perspektif kazandırdığı ve girişimcilik faaliyetlerine pozitif bir yaklaşım göstermelerine katkı sağladığı ifade edilebilir. Çalışmada katılımcılara yöneltilen ikinci soru “Girişimcilik dersinin size katkısı hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?” olmuştur. Öğrencilerin bir kısmının girişimcilik dersinin üniversite öğrencilerine sağladığı katkılar hakkındaki görüşleri aşağıda yer almaktadır:

“Okuduğumuz bölümün istihdamımız için tek şart olmadığını ve tek hedefin okulu bitirip memur olmak olmadığını başka yapabileceğimiz birçok iş olduğunu göstermesi açısından önemli bir katkı sağladı” (K43).

“Girişimcilik dersi insanın yetenek ve fikirlerini ortaya çıkarmak için güzel ve akıcı bir ders. Mezun olacak öğrencilerin kendilerini daha iyi tanımalarına neyi yapıp yapamayacaklarına ve risk alarak bir işletme kurabileceklerine yönelik bir vizyon kazandırıyor” (K42).

“Öğrencilerin çevrelere başka açılardan ve başka bir açıdan bakmasına olanak veriyor. Girişimcilik eğilimi olanlara hayata atılmaları için fırsatlar sunuyor” (K40).

“Üniversiteden mezun olduğumuzda ve kendi alanımızda iş bulmadığımızda girişimci de olabilmemize yardımcı olabilir” (K1).

“Girişimcilik dersi aslında faydalı bir ders olmasına rağmen üniversitede olmam ve KPSS’den iyi puan alarak memur olmayı hedeflediğim için faydalı bulmuyorum. Daha önce almış olsaydım veya hedeflerimi koymadan önce alsaydım faydalı olabilirdi. Fakat şimdi benim için sadece geçer not alıp geçeceğim bir dersten farklı değil” (K4).

“Gelecekte bir yerlere gelebilmek için sadece okuduğu bölümün değil bir girişimcilik faaliyeti başlatarak da çok güzel yerlere gelinebileceğini aşıyor. Aslında tam olarak kurulan hayallerin ve koyulan hedeflerin daha büyük düşünülmesini sağlıyor. Kişiye kendini kanıtama fırsatı veriyor” (K23).

“Atanamayan veya girişimci olmayı düşünen arkadaşlarımızın işine yarayabilir. Ancak ben girişimci olmayı ve olabileceğimi düşünmediğim için bana bir faydası olduğunu düşünmüyorum” (K26).

“Üniversite öğrencilerinin okulu bitirdikten sonraki tek isteği bir meslek sahibi olmak, para kazanmak ve kendi ayakları üzerinde durabildiğini gösterebilmek olduğu için bu ders çok gerekli. Ayrıca birçok öğrenci istemediği bir bölümü okuduğu ve bölümden ziyade kısa yoldan meslek sahibi olmak istediği için aklındaki fikirleri hayata geçirmek için büyük fırsatlar sağlıyor” (K33).

“Bu dersin küçük yaşlarda verilmesi bireylerin daha küçük yaştan itibaren yaratıcı ve yenilikçi düşünmesini sağlayarak zamanı geldiğinde harika iş fikirleri ortaya çıkarmalarını sağlayabilir. Ancak bizim için biraz geç kalındığını düşünüyorum. Bizim şu anda geçmişe oranla daha dar bir hayal havuzumuz var ve onları gerçekleştirmek istiyoruz. Yine de birçok açıdan faydalı bulduğumu söyleyebilirim. Başlangıçta bana saçma gelse de şimdi etrafımda gördüğüm her şeyden iş fikri merkezli fırsatlar arıyorum” (K36).

“İnsanlar ilkokuldan liseye sürekli bir meslek seçimi peşinde koşar. İlkokulda sorulunca farklı, ortaokulda sorulunca farklı, lisede sorulunca farklı cevaplar vermemizin nedeni hayatın gerçekleri ile tanıştıktan sonra hayallerinden vazgeçmeleri olduğu söylenebilir. İşte bu ders

*benim hayallerimin peşinden koşmam gerektiği ve korkmadan bunu gerçekleştirmek için çabalamam gerektiğini girişimci örnekleri ile öğretti diyebilirim“ (K38).*

*“Aslında yararlı olabilecek bir ders. Fakat biraz geç verildiği için kafamı karıştırıyor. Ben aslında yolumu çoktan çizmeme rağmen girişimcilik diye biraz ilgimi çeken yeni bir yolla tanışmış olmam kafamı karıştırıyor. Bu durum iki yoldan da olmaya neden olabilir. Bu nedenle henüz yolunu çizmemiş bireylere verilirse daha faydalı olacağını düşünüyorum” (K30).*

Öğrencilerin girişimcilik dersinin üniversite öğrencilerine katkısına yönelik soruya verdikleri cevapların analizi neticesinde Tablo 4’te yer alan temalar elde edilmiştir. Tablo 4’te elde edilen bilgilere bakıldığında en fazla öne çıkan temaların “Kariyer (Memurluğa) alternatifi”, “İş Fikri bulma ve geliştirme” “Risk almayı aşılama” ve “Özgüven aşılama” olduğu görülmektedir. Konu ile ilgili öne çıkan diğer temalar ise “Katkısı yok”, “Girişimciliğin tanınması ve önemi” ve “Sevdiği işi yapabilme imkânı” olduğu görülmektedir.

**Tablo 4.** Girişimcilik Dersinin Üniversite Öğrencilerine Sağladığı Katkılar Hakkındaki Görüşleri

Elde edilen temalar	Söylem sayısı
Kariyer (Memurluğa) alternatifi	15
İş fikri bulma ve geliştirme	10
Özgüven aşılama	6
Risk almayı aşılama	6
Katkısı yok	5
Girişimciliğin tanınması ve önemi	3
Sevdiği işi yapabilme imkânı	2

Tablo 4’e göre girişimcilik dersi, öğrencileri memur olmaya alternatif bir kariyer seçeneği olarak girişimci olmaya yönlendirmektedir. Ayrıca bu ders öğrencilerin, girişimci için önemli özellikler olarak gösterilen risk alma ve özgüven becerilerini geliştirmesine, girişimci olmayı severek yapabileceği bir iş kurma fırsatı olarak görmesine ve girişimcilik olgusunun tanınmasına katkı sağlamaktadır.

Çalışmada öğrencilere yöneltilen üçüncü soru “Sizce girişimcilik dersinin daha faydalı olabilmesi için neler yapılmalıdır” olmuştur. Öğrencilerin bir kısmının bu konu hakkında bildirdikleri görüşlerinden yapılan alıntılar aşağıdaki gibidir:

*“Üniversitedeyken girişimcilik hayatına atılan öğrencilerin belli aralıklarla bizlere konferans vermesi önemli katkı sağlayabilir” (K13).*

*“Girişimciliğe meraklı olan veya bir iş yeri açmayı düşünen birisi için verimli geçebilir. Ancak benim için durum böyle değil. Ve bu ders benim için gerekli değil. Bu nedenle zorunlu değil de seçmeli olması çok daha iyi olur” (K27).*

*“Öğrencilerin geliştirdiği iş fikirleri tek tek değerlendirilmeli, uygulamalı projeler yapılmalıdır. Örneğin önceden yapılmış bir girişimcilik örneği bizzat gösterilmeli, öğrenciler bu girişimcilerle buluşturulmalı ve başarılı girişimcilerin katıldığı konferanslar düzenlenmelidir” (K33).*

*“Girişimci adaylarının bir girişimi kuruluşundan nasıl başarıya ulaştığına kadar geçen süreçte gerekli olan tüm bilgileri öğrenebilmesi için örnek olaylar bolca gösterilmelidir” (K35).*

*“Düşünülen iş fikrinin uygulanabilirliğini ölçebilmek için daha çok çevreye ihtiyaç var. Merak edilenleri sormak, tecrübelerinden ders çıkarmak ve iş çevrelerindeki insanları tanımak için iyi bir iletişim ağına ihtiyaç var”* (K50).

Katılımcıların bu soruya verdikleri cevapların analizi sonucunda elde edilen temalar tablo 4’te gösterilmiştir. Tablo 5’te görüşmecilerin verdikleri cevaplara bakıldığında en fazla öne çıkan temanın “Derse girişimcilerin katılması” olduğu tespit edilmiştir. Öne çıkan diğer bir temanın da “Girişimci videoları, konferans, örnek vaka ve iş ziyaretleri” olduğu görülmektedir. Konu ile ilgili tespit edilen diğer temalar ise sırasıyla; “Daha erken yaşlarda verilmeli”, “Öğrencilerin iş fikirlerini takip”, “Ders saatini arttırma”, “İş fikri geliştirme egzersizleri”, “Sınıf içi ekip çalışması” ve “Dersin seçmeli olması” gerektiridir.

**Tablo 5.** Öğrencilerin Girişimcilik Dersinin Daha Verimli Olmasına Yönelik Görüşleri

Elde edilen temalar	Söylem sayısı
Derse girişimcilerin katılımı	27
Girişimci videoları, konferanslar, örnek vaka ve iş ziyaretleri	18
Daha erken yaşlarda verilmeli	4
Öğrencilerin iş fikirlerini takip	4
Ders saatini arttırma	3
İş fikri geliştirme egzersizleri	5
Sınıf içi ekip çalışması	1
Seçmeli olmalı	1

Tablo 5’e göre girişimcilik dersinin faydasını arttıracak en önemli faktör, girişimcilerin derslere girebilmesini sağlamaktır. Yine bu temalar, gerçek girişimcilik uygulamalarını içeren etkinliklere daha fazla yer verilmesinin girişimcilik dersinin başarılı sonuçlar üretmesine katkı sağladığını göstermektedir. Katılımcılara yöneltilen son soru ise “Girişimcilik dersinin uzaktan eğitim ile verilebilmesi ile ilgili görüşleriniz nelerdir” olmuştur.

Görüşmecilerden bir kişi hariç tamamı bu dersin uzaktan eğitim ile verilmemesi gerektiğini belirtmişlerdir. Buna gerekçe olarak da öğrencilerin uzaktan eğitim ile verilen derslere yeterli önemi vermemelerini göstermişlerdir. Bu durumu katılımcılardan K 17 *“Uzaktan eğitim yoluyla aldığımız dersleri sınavlardan önce sisteme girip devamsızlıktan kalmamak için tüm ders videolarını yarım yamalak izleyerek %100 yapıyoruz. Bununla birlikte hocanın olmadığı ve etkileşimde bulunamadığımız bir girişimcilik dersinden beklenen gerçekleşmeyecektir. Bu nedenle girişimcilik dersi için uzaktan eğitim yönteminin uygun olmadığını düşünüyorum”* şeklinde ifade etmiştir. Benzer bir şekilde K 13 konu ile ilgili görüşlerini *“Dersler uzaktan eğitim yoluyla verildiğinde öğrenciler derslere canlı katılmadan sadece ders videolarını izlemektedirler. Böyle olursa iş fikirlerinin tartışılması, değerlendirilmesi mümkün olmaz”* şeklinde dile getirmiştir.

Girişimcilik dersinin uzaktan eğitim ile verilmesi durumunda birtakım faydalar sağlayacağını ancak yüz yüze verilmesi ile daha verimli olacağını belirten K 35 konu ile ilgili fikirlerini *“ Uzaktan eğitimle verilmesi, öğrencilerin her coğrafik konumdan derse kolaylıkla ulaşmasına, dersin bilgi kaynaklarına rahat ulaşabilme, sanal ortamda bilgi ve araştırmaya yönlendirme gibi önemli faydalar sağlayabilir. Ama yine de verimli olamayacağını düşünüyorum”* diyerek ifade etmiştir. Uzaktan eğitim ile zaman ve ulaşım tasarrufu sağlanabileceğini ancak yüz yüze eğitim kadar yararlı olmayacağını görüşmecilerden K 19 *“Uzaktan eğitimle verilmesi durumunda, zamanı kısıtlı olan ve belli bir düzen*



*kurup da o düzeni bırakmak istemeyen öğrenciler için faydalı olabilir. Yine bu yöntem ulaşım gibi birtakım harcamaların yapılmasını azalttığı için ve internetin olduğu her yerden ulaşma imkânı nedeniyle tercih edilebilir. Ancak bu ders için yüz yüze eğitimin daha iyi sonuç almayı sağlayacağını düşünüyorum”* şeklinde dile getirmiştir. Bu kapsamda katılımcıların verdikleri cevaplara ilişkin elde edilen veriler Tablo 6’da gösterilmiştir.

**Tablo 6.** Öğrencilerin Girişimcilik Dersinin Uzaktan Eğitim Yöntemiyle Verilmesine Yönelik Görüşleri

Elde edilen temalar	Frekans
Verilmeli	1
Verilmemeli	51

Tablo 6’da yer alan temalar, girişimcilik dersinin mutlaka yüz yüze eğitim şeklinde verilmesi gerektiğini göstermektedir.

#### 4. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Bu çalışmada memurluğa odaklanmış üniversite öğrencilerinin girişimcilik dersine olan yaklaşımlarının ve bakış açılarının tespit edilerek girişimcilik dersinin değerlendirilmesi ve dersin gerekliliğinin sorgulanması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda tek amaçları kamuya atanmak olan ve girişimcilik dersi alan öğrenciler ile nitel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında katılımcılara yöneltilen ilk soru, ders hakkındaki görüşlerine yöneliktir. Öğrencilerin soruya verdikleri cevapların analizinden; girişimcilik potansiyelini ortaya çıkarma, hayalleri gerçekleştirme fırsatı, vizyonu değiştirme, kendi işini kurabilme, herkese verilmeli, ülkemize daha çok fayda, yenilikçi düşünmeyi aşılama, cesaret, girişimci ruhu ortaya çıkarma, kendini kanıtlama fırsatı, yeteneklerin farkına varılması ve fırsatları arama ve bulma, temaları elde edilmiştir. Buna göre, girişimcilik dersi bireylerin girişimcilik potansiyelini ortaya çıkarma, hayallerini gerçekleştirme fırsatı, vizyonlarını girişimcilik açısından olumlu yönde değiştirme ve kendi işlerini kurabileceklerine dair algı veya kanaat oluşturmaya önemli katkılar sağlamaktadır. Girişimcilik dersi ayrıca; girişimci olmanın memur olmaya göre ülkenin ekonomik ve sosyal kalkınmaya daha fazla katkı sağlayabileceğini öğretme, girişimci olmaya yönelik cesareti arttırma, önemli faydalar sağlayabildiği için dersin herkese verilmesi gerektiği, girişimci ruhu ortaya çıkardığı, kendini kanıtlama fırsatı verdiği, yeteneklerin farkına varılmasına katkı sağladığı, bireyleri sürekli çevresindeki iş fırsatlarını aramaya yönelttiği ve zorluklarla karşılaşıldığında hedeflerden vazgeçmemek gerektiğine yönelik önemli kazanımlar sağlamaktadır.

Katılımcıların birinci soruya verdikleri cevapların analizi neticesinde elde edilen bu sonuçlar, Pazarcık ve Aydın (2015) girişimcilik temelli tasarlanan derslerin öğrencilerin girişimci eğilim ve davranışları üzerinde doğrudan pozitif etki oluşturduğunu tespit ettikleri bulgular ile desteklenmektedir. Bu çalışmadan elde ettiğimiz sonuçlar ayrıca Sánchez, (2013) girişimcilik eğitiminin bir iş kurma niyeti ve girişimcilik yetkinliklerini arttırdığına yönelik elde ettiği bulgular ile paralellik göstermektedir. Elde ettiğimiz sonuçlar, Sánchez (2011) girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimci özelliklerini ve girişimci olma niyetlerini arttırdığını tespit ettiği çalışmasının sonuçları ile paralellik göstermektedir. Yine öğrencilerin girişimcilik dersine yönelik görüşlerine yönelik elde ettiğimiz sonuçlar, Izedonmi ve Okafor (2010) öğrencinin girişimcilik eğitimine maruz kalmasının, öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu ortaya koyduğu çalışmanın sonuçları ile desteklenmektedir.

Çalışma kapsamında katılımcılara yöneltilen ikinci soru ise girişimcilik dersinin üniversite öğrencilerine sağladığı katkıya yöneliktir. Bu soruya verilen cevaplardan elde edilen temalara göre,

girişimcilik dersi üniversite öğrencilerine en çok kariyer (memurluğa) alternatifi oluşturabilme ve iş fikri bulma ve geliştirmeye ilişkin fayda sağlamaktadır. Girişimcilik dersinin üniversite öğrencilerine katkısına yönelik tespit edilen diğer temalar sırasıyla; risk alma ve özgüven kazandırma, girişimciliğin tanınması ve öneminin anlaşılması ve bireyin sevdiği işi yapabilme imkânıdır. Buna göre girişimcilik dersi, en son fayda sağlayacağı düşünülen bir kitleye bile (memur olma) önemli katkılar sağlamaktadır. Bu sonuç üniversite öğrencilerinin girişimciliğe yönelik olumlu algılara sahip olduklarını, girişimci olmaya niyetlendikleri, memur olamamaları durumunda girişimci olmaya hevesli olduklarını ve nitelikli iş fikri geliştirmeye yöneldiklerini göstermeleri açısından önemlidir.

Katılımcıların ikinci soruya verdikleri cevapların analizi neticesinde elde edilen bu sonuçlar, Akın ve Demirel (2015) girişimcilik eğitiminin öğrencilerin kendi işlerini kurma algılarını olumlu etkilediğine yönelik sonuçları ve Sezer (2013) girişimcilik dersi alanlarda, girişimcilik kariyerine yönelimin almayanlara göre daha yüksek olduğuna yönelik bulguları ile desteklenmektedir. Benzer bir şekilde bu sonuçlar Büyükyılmaz, Karakaya ve Yıldırım (2015) öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini ortaya çıkarma konusunda üniversitelerde verilen girişimcilik eğitiminin önemli bir rolünün bulunduğuna yönelik tespitleri ile Tuncer ve Doğan'ın (2018) girişimcilik eğitiminin öğrencileri farklı açılardan etkilediği ve onlara yeni bilgi ve beceriler kazandırdığına yönelik elde ettiği sonuçlarına paralellik göstermektedir. Yine Patır ve Karahan'ın (2010) girişimcilik eğitimi alanların kendi iş yerini kurmaya daha yatkın olduğuna yönelik elde ettikleri bulgular ile paralellik göstermektedir.

Girişimcilik dersinin daha verimli olabilmesi için tespit edilen temalara göre, öğrencilerin en çok girişimcilerin derslere katılımının sağlanmasına vurgu yaptıkları görülmektedir. Konu ile ilgili öne çıkan diğer iki önemli tema ise girişimcilerin başarı ve başarısızlık hikâyelerine yönelik daha fazla video ve girişimcilik dersinin daha erken yaşlarda verilmesine yönelik olmuştur. Ayrıca öğrencilerin iş ziyaretleri yapması, girişimcilerin katıldığı konferanslar, öğrencilerin tespit ettikleri iş fikirlerini takip etme, örnek girişimcilik vakaları, girişimcilik dersinin saatini arttırma, iş fikri geliştirme egzersizleri ve dersin seçmeli olması gerektiğine yönelik öneriler yapılmıştır. Katılımcıların üçüncü soruya verdikleri cevapların analizi neticesinde elde edilen bu sonuçlar, Alparslan, Bozkurt ve Aydoğdı (2017) ile Özdemir (2017) çalışmalarından elde ettikleri sonuçlar ile örtüşmektedir.

Katılımcılara yöneltilen son soru ise girişimcilik dersinin uzaktan verilmesine yönelik olmuştur. Katılımcılardan bir kişi hariç tamamı girişimcilik dersinin uzaktan eğitim yoluyla verilmemesi gerektiğini belirtmişlerdir. Uzaktan eğitimin zaman, mekân ve birtakım ekonomik katkılarının olabileceğini ancak yüz yüze ders işlenmesinin daha etkin sonuçlar alınması için şart olduğunu belirtmişlerdir.

Sonuç olarak girişimcilik dersinin, tek amaçları memur olmak olan örneklemimizdeki üniversite öğrencilerinden büyük çoğunluğunun girişimciliği bir kariyer seçeneği olarak düşünmelerine, girişimcilik ile ilgili bilgi ve becerilerinin gelişimine, yeteneklerinin farkına varmalarına, nitelikli iş fikri geliştirmeye yönelmelerine, girişimcilik ile ilgili pozitif bir algıya sahip olmalarına ve girişimcilik niyetlerini geliştirmelerine güçlü bir şekilde katkı sağladığı tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlardan yola çıkarak geliştirilen öneriler üç temel başlıkta toplanabilir:

- Girişimcilik eğitimi bölüm ayırt etmeksizin tüm üniversite öğrencilerine verilmesi
- Dersin daha verimli olabilmesi için girişimcilerin derse katılımı, iş ziyaretleri ve vaka çalışması gibi uygulamaya dönük faaliyetlerin eklenmesi ve arttırılması
- Uzaktan eğitim seçeneği öğrenciler tarafından benimsenmediği için girişimcilik dersi yüz yüze eğitim yöntemi ile verilmeye devam edilmesi

Çalışmamızın veri kümesinin çok sınırlı olması ve katılımcıların çoğunluğunun kadın öğrenci olması nedeniyle sonucu genelleştirmek mümkün görünmemektedir. Bu yönüyle üniversitelerde verilen girişimcilik eğitimlerine yönelik daha kapsamlı bir veri kümesi ve gelecekte yapılacak araştırmaların öğrencilerin mezun olduktan sonraki yıllarda iş hayatı ile ilişkisine yönelik yapılması durumunda önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Alparslan, A., Bozkurt, Ö. Ç. ve Aydoğdı, A. (2017). Etkin Bir Girişimcilik Eğitim İçeriği Tartışması: Akademisyenler, Girişimciler ve Öğrenciler Üzerinde Saha Araştırmaları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Dergisi (MAKUUBD)*, 1(1), 51-63.
- Akın, H. B. ve Demirel, Y. (2015). Entrepreneurship Education and Perception Change: The Preliminary Outcomes of Compulsory Entrepreneurship Course Experience in Turkey. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (34), 15-26.
- Aksel, İ. ve Bağcı, Z. (2016). Girişimcilik Eğilimi: Bir Kamu Üniversitesinin İİBF’inde Öğrenim Gören Son Sınıf Öğrencilerinde Bir Araştırma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi*, 7(5), 2120-2133.
- Balaban, Ö. ve Özdemir Y. (2008). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3(2), 133-147.
- Barba-Sánchez, V. ve Atienza-Sahuquillo, C. (2017). Entrepreneurial Intention Among Engineering Students: The Role of Entrepreneurship Education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 53-61.
- Bozkurt, Ö., Aslan, Z. ve Göral, M. (2011). *Yükseköğretimde Verilen Girişimcilik Eğitiminin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Teknik Program ve Sosyal Program Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. Uluslararası Yükseköğretim Kongresi: Yeni Yönelişler ve Sorunlar (UYK-2011), İstanbul, 27-29 Mayıs.
- Büyükyılmaz, O., Karakaya, A. ve Yıldırım, C. (2015). Girişimcilik Eğitimi Alan Bireylerin Demografik Özellikleri Açısından Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki Farklar. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 10(2), 105-125.
- Byabashaija, W. ve Isaac K. (2011). The Impact of College Entrepreneurial Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention to Start a Business in Uganda, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 16(1), 127-144.
- Duran, C., Büber, H. ve Gümüştekin, G. E. (2013). Girişimcilik Hislerine Eğitimin Katkısı: Kütahya Meslek Yüksek Okulu Makine Programı Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 33-56.
- Doğan, E. (2015). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions Of University Students in Turkey. *Ekonometri ve İstatistik e-Dergisi*, (23), 79-93.
- Ebewo, P. E., Rugimbana, R. ve Shambare, R. (2017). Effects of Entrepreneurship Education on Students’ Entrepreneurial Intentions: A Case of Botswana. *Management*, 5(4), 278-289.
- Ekici, E. ve Turan, M. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimi: Planlanmış Davranışlar Teorisi ve Girişimcilik Eğitiminin Rolü. *Journal of the Cukurova University Institute of Social Sciences*, 26(1), 201-215.

Özdemir, Ş. (2019). Memurluğa Odaklanmış Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğitimi Hakkındaki Görüşlerine Yönelik Nitel Bir Araştırma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 101-114.

- Eren, A. S. (2016). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Nicel Bir Araştırma. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 1(5), 97-128.
- Fayolle, A., Gailly, B. ve Lassas-Clerc, N. (2006). Effect and Counter-Effect of Entrepreneurship Education and Social Context on Student's Intentions. *Estudios de economía aplicada*, 24(2), 509-524.
- Honig, B. (2004). Entrepreneurship Education: Toward A Model of Contingency-Based Business Planning. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 256-273.
- Hussain, A. ve Norashidah, D. (2015). Impact of Entrepreneurial Education on Entrepreneurial intentions Of Pakistani Students. *Journal of Entrepreneurship and Business Innovation*, 2(1), 43-53.
- Işıkoğlu, N. (2005). Eğitimde Nitel Araştırma. *Eğitim Araştırmaları*, 20, 158-165.
- Izedonmi, P. F. ve Okafor, C. (2010). The Effect of Entrepreneurship Education on Students' Entrepreneurial Intentions. *Global Journal of Management and Business Research*, 10(6), 49-60.
- Kalyoncuoğlu, S., Aydın, B. ve Göksel, A. (2017). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention: An Experimental Study on Undergraduate Business Students. *Journal of Management Research*, 9(3), 72-91.
- Kerse, G., Babadağ, M. ve Kerse, Y. (2017). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Girişimsel Öz-Yetkinliğin Aracı Rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29(4), 633-656.
- Lorz, M., Susan, M. ve Thierry V. (2013). Entrepreneurship Education: A Systematic Review of the Methods in Impact Studies. *Journal of Enterprising Culture*, 21(2), 123-151.
- Mueller, S. (2011). Increasing Entrepreneurial Intention: Effective Entrepreneurship Course Characteristics. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(1), 55-74.
- Özdemir, L. (2015). Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Sosyo-Demografik Özellikler Açısından Değerlendirilmesi. *SDÜ İİBF Dergisi*, 1(20), 41-65.
- Özdemir, Ş. (2017). *Devlet ve Piyasa İkileminde Girişimcilik ve Türkiye'de Girişimcilik eğitiminde Devletin Rolü*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aksaray.
- Patır, S. ve Karahan, M. (2010). Girişimcilik Eğitimi ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması. *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 27-44.
- Patricia, P. ve Silangen, C. (2016). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention in Indonesia. DeReMa (Development Research of Management): *Jurnal Manajemen*, 11(1), 67-86.
- Pazarcık, Y. ve Aydın, E. (2015). Girişimcilik Temelli Ders Tasarımının Öğrencilerin Girişimci Eğilim Ve Davranışlarına Etkisi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Deneysel Bir Çalışma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 10(2), 126-146.

Özdemir, Ş. (2019). Memurluğa Odaklanmış Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğitimi Hakkındaki Görüşlerine Yönelik Nitel Bir Araştırma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 101-114.

Sağlık İstatistikleri (2002). 03.12.2019 tarihinde <https://dosyasb.saglik.gov.tr/Eklenti/23523,2002-yili9pdf.pdf?0> adresinden erişilmiştir.

Sağlık Bakanlığı Faaliyet Raporu (2018). 03.12.2019 tarihinde <https://sgb.saglik.gov.tr/Dkmanlar/TC%20Sa%C4%9Fl%C4%B1k%20Bakanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1%20Faaliyet%20Raporu%202018.pdf> sayfasından erişilmiştir.

Salik, N. ve Kaygın, E. (2015). Demografik Değişkenler Açısından Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Kafkas Üniversitesi Örneği. *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(13), 145-162.

Sánchez, J. C. (2011). University Training for Entrepreneurial Competencies: Its Impact on Intention of Venture Creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 239-254.

Sánchez, J. C. (2013). The Impact of an Entrepreneurship Education Program on Entrepreneurial Competencies and Intention. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 447-465.

Sarıtaş, A. ve Duran, G. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Tespitine İlişkin Bir Araştırma. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 147-165.

Sezer, C. (2013). Kariyer Olarak Girişimcilik ve Girişimcilik Niyetini Etkileyen Faktörlerin İçerik Analizi ile Belirlenmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 49-60.

Sultan, M. F., Maqsood, A., Student, K. A. S. B., ve Shrif, H. M. (2016). Impact of Entrepreneurial Education on Students Entrepreneurial Intentions. *KASBIT Business Journals (KBJ)*, 9(1), 131-153.

Tanrıverdi, H., Bayram, G. N. ve Alkan, M. (2016). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisinin İncelenmesi. *Girisimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11(1), 1-29.

Tuncer, M., ve Doğan, S. (2018). Girişimcilik Eğiliminde Eğitimin Etkisi: Turizm İşletmeciliği Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(2), 97-108.

Von Graevenitz, G., Harhoff, D. ve Weber, R. (2010). The Effects of Entrepreneurship Education. *Journal of Economic Behavior ve Organization* 76(1), 90-112.



## Karaman ve Aksaray İllerinin Sosyo-Ekonomik Göstergelerinin Karşılaştırılmalı Analizi\*

Muhlis TEMEL\*\*

Sinem YAPAR SAÇIK\*\*\*

### Öz

Kişi başına düşen gelirdeki artışın yanında sosyal, kültürel, siyasi, askeri, teknolojik ve yapısal gibi topyekûn her alanda gelişmeyi ve insan onuruna yakışır bir yaşam standardının elde edilmesini ifade eden iktisadi kalkınmanın iktisat literatüründeki öneminin II. Dünya Savaşı sonrası artmasıyla birlikte ülkeler, bölgesel ve il bazında kalkınma planları uygulamaya başlamışlardır. Türkiye’de beşer yıllık kalkınma planları ile illerin kalkınmışlık düzeylerini arttırmaya çalışmıştır. Bu çalışmada 1989 yılında il olan Karaman ilinin kalkınmışlık düzeyi ile yine aynı yıl il olan Aksaray ilinin sosyo-ekonomik göstergeleri karşılaştırılmak suretiyle incelenecektir. Karaman ve Aksaray birbirine yakın coğrafyada yer alıp, tarihsel geçmişleri de birbirine yakın illerdir. Çalışmanın amacı, Aksaray ve Karaman’ın sahip oldukları potansiyel kaynakların optimal kullanıp kullanılmadığını inceleyerek, illerin kalkınma performanslarını karşılaştırmaktır. Ayrıca illerin; hangi alanlarda gelişme gösterdiği, hangi alanlarda geri kaldığı sebepleriyle ortaya koyularak, kalkınmanın artırılması için neler yapılması gerektiği ve hangi alanlarda daha fazla gelişebileceğinin ortaya konulması amaçlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kalkınma, Aksaray ve Karaman.

**Makale Türü:** Araştırma Makalesi

## A Comparative Analysis of Socio-Economic Structures of Karaman And Aksaray Provinces

### Abstract

As economic development corresponds not only to per capita income increases but also to developments in all fields as such social, cultural, political, military, technological and structural, and attainment of living standards worthy of human dignity; an increase in the significance of economic development within the economic literature after World War II was in conjunction with beginning of implementation of regional and provincial development plans by countries. Development levels of provinces have been, in Turkey, attempted to be raised via five-year development plans. In this study, in terms of socio-economic indicators, the development level of province of Karaman granted a province status in 1989 will be compared with that of province of Aksaray granted a province status in the same year as Karaman province. Karaman and Aksaray are in close geographic proximity and they are also the provinces whose historical backgrounds are similar. The aim of this study is to compare the development performances of the provinces by examining the efficient use of the potential resources of Aksaray and Karaman. The aim of this study is also to reveal in what fields the provinces have developed and determine with reasons in which areas the provinces lag behind, and to identify what needs to be done in order to raise development and in which areas provinces can develop more.

**Keywords:** Development, Aksaray, Karaman.

**Article Type:** Research Article

\* Bu çalışma Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Komisyonunca kabul edilen ve 10 YL 18 no’lu projesi ile desteklenen yüksek lisans tezinden alınmıştır.

\*\* Bilim Uzmanı, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat ABD, [mtemel@kmu.edu.tr](mailto:mtemel@kmu.edu.tr), Orcid ID: 0000-0003-3879-059X

\*\*\* Doç. Dr., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İİBF, İktisat ABD, [sysacik@kmu.edu.tr](mailto:sysacik@kmu.edu.tr), Orcid ID: 0000-0001-8716-3328

## 1. GİRİŞ

İktisadi kalkınmanın, iktisat literatüründeki yeri II. Dünya Savaşı sonrası giderek artış göstermiştir. Kalkınma; kişi başına düşen gelirdeki sayısal artışın yanında söz konusu ülkedeki ekonomik, sosyal, kültürel, siyasi, askeri, teknolojik, yapısal vb. niteliksel değişimler üzerinde durmaktadır. Gelişmekte olan bir ülke olan Türkiye de iktisadi kalkınmaya oldukça önem vermiş ve bu nedenle il ve bölge bazında kalkınma planlarını yapmış ve yapmaya devam etmektedir. Tarihi geçmişleri M.Ö. 8.000-10.000 yıllarına kadar dayanan, günümüze kadar birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan ve 1989 yılında il statüsüne kavuşan Karaman ve Aksaray illeri de kalkınma planlarının en başında yer almıştır. Karaman ve Aksaray coğrafi konum olarak İç Anadolu bölgesinde Konya iline komşu iki ildir. Tarihi geçmişi ve coğrafi konum olarak birbirine yakın olmaları ve aynı yıl il olmaları bu iki ilin sosyo-ekonomik kalkınmışlık düzeylerinin karşılaştırılmasında etkili olmuştur.

Çalışmanın amacı, Aksaray ve Karaman'ın sahip oldukları potansiyel kaynakların optimal kullanıp kullanılmadığını inceleyerek, illerin kalkınma performanslarını karşılaştırmaktır. Ayrıca illerin; hangi alanlarda gelişme gösterdiği, hangi alanlarda geri kaldığı sebepleriyle ortaya koyularak, kalkınmanın artırılması için neler yapılması gerektiği ve hangi alanlarda daha fazla gelişebileceğinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu amaç çerçevesinde; öncelikle ilgili illerin genel özellikleri ortaya konulacak ve ardından bu illere ait çeşitli sosyo-ekonomik göstergeler, karşılaştırmalı olarak analiz edilecektir.

## 2. KARAMAN VE AKSARAY İLLERİNİN GENEL ÖZELLİKLERİ

Karaman, eski çağlardan itibaren birçok medeniyete ev sahipliği yapması ve eski yerleşim yerlerinin çok olması sonucu tarihi de çok eskilere kadar dayanmaktadır. Bu nedenle Karaman zengin tarihi ve kültürel mirasa sahiptir. Karaman Kalesi'nin üzerinde bulunduğu tepenin Neolitik Dönem höyüğü olduğu düşünülmekte ve Hititler döneminde bu bölgede Larende adına benzeyen Lalanda veya Lanta adıyla bir yerleşim yerinin bulunması M.Ö. 8000'lerden beri burada insanların yaşadığını göstermektedir (Uca ve Ülker, 2016: 1). Şehir; Hititler, Frigler, Lidyalılar, Persler, Romalılar, Bizanslılar ve Anadolu Selçuklular Döneminden itibaren ise Türklerin hâkimiyeti altına girmiştir (Özakman, 1990: 1).

Karaman, 36° 11' ile 37° 11' kuzey enlemleri, 32° 12' ile 34° 02' doğu boylamları arasında, bir kısım toprakları Akdeniz Bölgesinde yer almasına rağmen, İç Anadolu Bölgesi'nin güneyinde yer alan bir İç Anadolu şehridir. Kuzeyinde Konya, güneyinde Mersin, doğusunda Ereğli, güneydoğusunda Silifke ve batısında Antalya bulunmaktadır. Deniz seviyesinden yüksekliği 1.033 metredir. İlin genel yüz ölçümü 8.863 km<sup>2</sup>'dir. Bunun 4.268,50 km<sup>2</sup>'si merkez ilçe, 4.594,50 km<sup>2</sup>'si de diğer 5 ilçenin yüzölçümünü oluşturmaktadır. Karaman ilinin Merkez ilçe, Ayrancı, Başyayla, Ermenek, Kazımkarabekir ve Sarıveliler olmak üzere 6 tane ilçesi bulunmaktadır (Karaman Belediyesi, 2017: 19).

Karaman ilinde genelde yazlar sıcak ve kurak, kışlar soğuk ve kar yağışlı olan karasal iklim hâkimdir. İlin batı ve güneyinde yer alan Orta Toros Dağları'nın Göksu ve kolları tarafından derin bir şekilde yarılarak oluşan vadiler de yazları sıcak ve kurak kışları, ılık ve yağışlı Akdeniz iklim özellikleri görülmektedir. Bu nedenle Karaman yenilenebilir enerji kaynaklarından olan güneş enerjisi bakımından Türkiye'de 1. sırada yer almaktadır (Karaman Valiliği, 1997: 96).

Karaman ilk çağlardan günümüze kadar yerleşmelerin olduğu bir şehirdir. Bu nedenle Cumhuriyetin ilanından günümüze kadar nüfus sürekli olarak artmıştır. 2018 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) nüfus sayımı verilerine göre Karaman merkez nüfusu 186.664 olurken toplam nüfus sayısı ise 251.913 olmuştur. Karaman, Türkiye nüfusunun yaklaşık olarak 0,31'ine sahiptir. Bu nüfusun 125.992 erkek ve 125.921 kadından oluşmaktadır. Yüzde olarak bakıldığında nüfusun %50,01'i

erkek ve %49,99'u ise kadındır. Karaman nüfusu bir önceki yıla oranla %2,12 artış göstermiş ve nüfus 5.241 kişi artmıştır. Yüz ölçümü 8.863 km<sup>2</sup> olan ilde nüfus yoğunluğu km<sup>2</sup>'ye 28 kişidir (www.nufusu.com).

Karaman'da 6 yaş ve üstü nüfusunun okur-yazarlık oranı 2017 yılı verilerine göre %96,74 olurken, nüfusun %2,34'ü okuma-yazma bilmemekte, %0,92'si ise bilinmeyenlerden oluşmaktadır. Karaman'ın okur-yazarlık oranı Türkiye ortalaması olan %95,97'nin üzerindedir. Karaman'da 2018 yılı verilerine göre 329 okul ve/veya kurum, 3.124 derslik, (ilkokul, ortaokul ve orta öğretim dâhil) 47.998 öğrenci ve (ilkokul, ortaokul ve orta öğretim dâhil) 3.626 öğretmen bulunmaktadır. Derslik başına düşen öğrenci sayıları ise ilkokul+ortaokulda 17, genel orta öğretimde 18, mesleki ve teknikte 16 öğrencidir (karaman.meb.gov.tr). Ayrıca Karaman'da Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi 2007'dan beri 8 fakülte, 2 yüksekokul, 5 meslek yüksekokulu ve 3 enstitü ile eğitim faaliyetlerini devam ettirmektedir (kmu.edu.tr).

Karaman ekonomisi daha çok tarım, tarıma bağlı sanayi ve hayvancılıktan oluşmaktadır. İl özellikle gıda sanayisi üzerine kurulan fabrikalarla adından söz ettirmekte, ihracata ve ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır. Karaman'da yaşayan insanların büyük çoğunluğu geçimini tarım, tarıma bağlı sanayi ve hayvancılıktan sağlamaktadır. Karaman ilinin sanayisindeki bu gelişme istihdama da olumlu olarak yansımış ve Karaman Türkiye'de işsizliğin en az olduğu illerinden biri olmuştur(www.karamanosb.org.tr).

Karaman'da bulunan Karadağ, Akköprü, Fisandun Barajı, Gökçe Çamlığı, Gürlük, İbrala Barajı, Zeyve Pazarı, Taşkale ve Yılkı Atları gibi yerler de doğa turizmi açısından önemli yerlerdir (Karaman Belediyesi, 2015: 4).

Aksaray ili de Karaman ili gibi eski çağlardan günümüze kadar yoğun bir yerleşime sahne olmuş ve birçok kavme de ev sahipliği yapmıştır. Şehirde; Hattiler, Hititler, Genç Hititler, Lidyalılar, Medler, Persler, Kapadokya Krallığı, Makedonya Krallığı, Roma İmparatorluğu, Bizans İmparatorluğu, Abbasiler, Selçuklular, İlhanlılar, Danişmentliler, Karamanoğulları, Osmanlılar ve Türkiye olmak üzere birçok millete ev sahipliği yapmıştır. Karaman ile yakın bir coğrafyaya sahip olan Aksaray'da tarım ve hayvancılığın yanında ticaret yollarının üzerinde bulunması nedeniyle ticari faaliyetlerde önemli yer tutmuştur. Ticaret yolları üzerinde birçok kervansaray ve hanlar yapılmıştır. Aksaray doğuda Nevşehir, güneydoğuda Niğde, batısında Konya, kuzeyinde Ankara ve kuzeydoğusunda Kırşehir ile çevrilidir (Aksaray Belediyesi, 2012: 42).

Aksaray, 33°-35' doğu meridyenleri ile 38°-39' kuzey paralelleri arasında İç Anadolu bölgesinin Orta Kızılırmak Bölümü'nde yer almaktadır. Doğusunda Nevşehir, güneydoğusunda Niğde, batısında Konya, kuzeyinde Ankara ve kuzeydoğusunda Kırşehir illeri ile komşudur. 7.997 km<sup>2</sup> yüzölçümüne sahip geniş bir alana sahiptir. Aksaray'ın Merkez ilçe dışında Ağaçoören, Eskil, Gülağaç, Güzelyurt, Ortaköy ve Sarıyahşi olmak 6 ilçesi ile 192 köy ve kasabası bulunmaktadır (http://aksaray.bel.tr). Aksaray ilinde yazlar sıcak ve kurak kışlar ise soğuk ve yağışlı bir iklim yapısı hâkimdir. İklima bağlı olarak bitki örtüsü ilkbaharda yeşeren otların sonbaharda kuruması ile oluşan bozkırdır. Aksaray su yönünden sıkıntı çeken bir ildir (Aksaray Belediyesi, 2012: 46-47).

Aksaray ili Anadolu'nun hemen bütün illeri gibi ilk çağlardan beri insanların yerleşim yeri olarak kullandığı bir coğrafyaya sahiptir. Bu nedenle günümüze kadar Aksaray ilinin demografik yapısı sürekli pozitif yönde ilerleme kaydetmiştir. 2018'de ADNKS verilerine göre Aksaray'ın nüfusu 412.172 kişi olmuştur. Aksaray, Türkiye nüfusunun yaklaşık olarak % 0,50'sine sahiptir. Bu nüfusun 204.792 erkek ve 207.380'i kadından oluşmaktadır. Yüzde olarak bakacak olursak nüfusun % 49,69'sı erkek ve % 50,31'i kadındır. Şehrin nüfusu bir önceki yıla göre % 2,43 ile 9.768 kişi artmıştır. 7.997 km<sup>2</sup>



yüzölçümü olan ilde km<sup>2</sup> başına 52 insan düşmektedir. Nüfus yoğunluğu da 52/km<sup>2</sup>'dir. Aksaray ilinin son on yıllık nüfus verilerine göre nüfusun sürekli arttığı görülmektedir (www.nufusu.com).

Aksaray'da 6 yaş ve üstü nüfusunun okur-yazarlık oranı 2017 yılı verilerine göre % 94,49 olurken, nüfusun % 4,31'i okuma-yazma bilmemekte ve % 1,20'si ise bilinmeyenlerden oluşmaktadır. Aksaray'da okur-yazarlık oranı Türkiye ortalamasının altındadır. Aksaray'da 2018 yılı verilerine göre 464 okul ve/veya kurum, 4.218 derslik, (ilkokul, ortaokul ve orta öğretim dâhil) 83.361 öğrenci ve (ilkokul, ortaokul ve orta öğretim dâhil) 5.977 öğretmen bulunmaktadır. Derslik başına düşen öğrenci sayıları ise ilkokul+ortaokulda 19, genel orta öğretimde 20, mesleki ve teknikte 18 öğrencidir(aksaray.meb.gov.tr). Ayrıca şehirde bulunan Aksaray Üniversitesi 12 Fakülte, 6 Meslek Yüksekokulu, 1 Yüksekokul ve 3 Enstitü ile 2006 yılından beri eğitimlerine devam etmektedir(aksaray.edu.tr, 2018).

Aksaray gerek M.Ö. ve gerekse M.S. önemli ticaret yollarının geçiş güzergâhı olmuştur. Doğu'nun Batı'ya bağlandığı tarihi "İpekyolu" geçmişte Aksaray'ı önemli bir ticaret merkezi haline getirirken, günümüzde de önemli karayollarının Aksaray'dan geçmesi ilin ticari faaliyetlerinin ilerlemesini sağlamıştır. Buna rağmen Aksaray ili sosyal ve ekonomik olarak tam manasıyla değerini bulamamış, yer altı zenginliklerinin yanında yer üstü zenginlikleri de tam manasıyla keşfedilememiştir. Aksaray'ın bir kısmı Kapadokya yöresinde yer almasına rağmen, turizm faaliyetlerinde Nevşehir kadar gelişmemiştir. Aksaray 1933 yılından tekrar il olduğu 1989 yılına kadar olan süreyi sosyal, ekonomik ve kültürel faaliyetlerde bir kayıp olarak geçirmiştir. 1986 yılında Türk-Alman ortak yatırımı Mercedes Benz-Türk A.Ş. Kamyon Fabrikası kurulmuştur.1989'dan sonra ise sanayileşme yönünde bir çaba gösterilmişse de 1997 yılına kadar pek fazla bir gelişme kaydedilememiştir. 1997 yılından itibaren ilde hem Vali Emir DURMAZ'ın kalkınma ve yatırımı artırma çabaları hem de Aksaray OSB'nin faaliyete geçmesiyle hızlı bir kalkınma içine girmiştir (Aksaray Valiliği, 2000: 34). Aksaray ilinde yaşayan insanların başlıca geçim kaynakları tarım ve hayvancılığa dayanmakla beraber, özellikle tarım ve hayvancılığa bağlı olarak gelişen sanayileşme ile ekonomisinde sanayileşmeye doğru bir kayma başlamıştır (Ticaret ve Sanayi Odası, 2016: 4) .

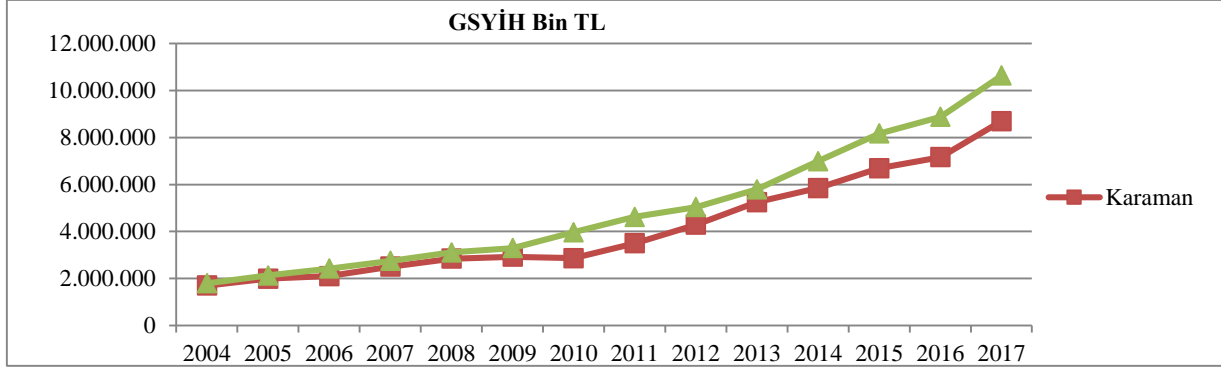
Kapadokya bölgesinin en eski yerleşim yerlerinden biri olan Aksaray'ın Güzelyurt ilçesi doğa, tarih ve kültürün bir bütünlük oluşturduğu ve Paleolitik çağdan başlayarak sırasıyla Hatti, Hitit, Pers, Kapadokya, Eski Yunan, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı medeniyetlerine ev sahipliği yapmış bir yerleşim yeridir. Güzelyurt ilçesi İhlara Vadisi, Manastır Vadisi, Selime Katedrali, Kilise Camii, Kızıl ve Yüksek Kilise, yer altı şehirleri, Gelveri evleri, peribacaları ve doğa, tarih ve kültürüyle önemli bir turizm potansiyelini bünyesinde bulundurmaktadır (Aksaray Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2014:18). Aksaray ve çevresi 1080 yılında Selçuklu Devletine bağlanması ile birlikte bölgede yoğun olarak Selçuklu ve İslam kültürü ve mimarisi yayılmaya başlamıştır. Şehir özellikle II. Kılıçaslan döneminde önem kazanmış ve birçok camii, medrese, imaret, kervansaray, bedestenler yaptırmış ve kalesini tamir ettirmiştir (Topal, 2009: 40).

### **3. KARAMAN VE AKSARAY İLLERİNİN SOSYO-EKONOMİK GÖSTERGELERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI**

İllerin gelişmişlik düzeylerinin belirlenmesinde sosyo-ekonomik göstergelerin etkisi oldukça önemlidir. Sosyo-ekonomik gelişme, kişi başına düşen milli gelirin artmasının yanında, ekonomik, sosyal, kültürel ve yapısal olarak insani gelişmeyi de içine alan ve ölçülebilen değişkenleri kapsamaktadır.

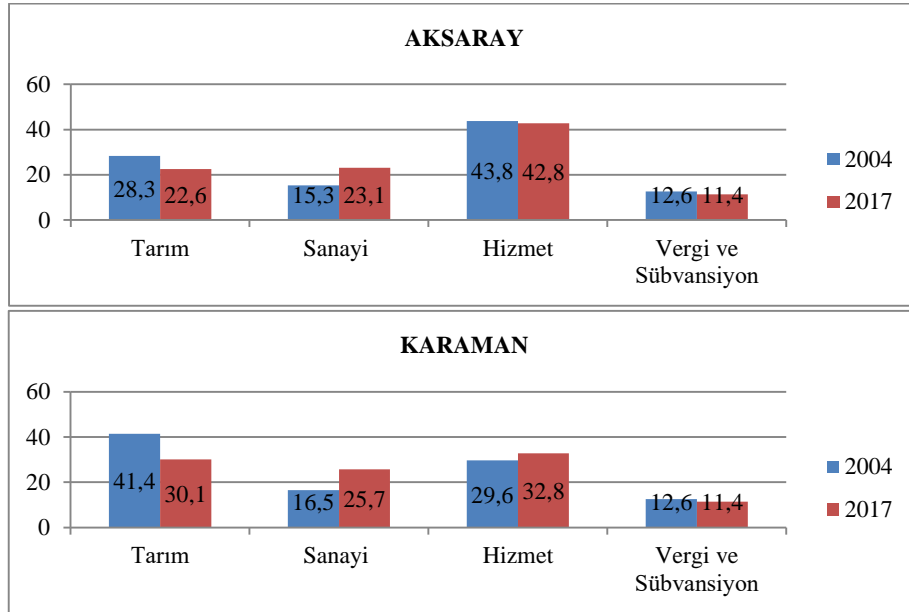
### 3.1. GSYİH ve Kişi Başına Düşen GSYİH Göstergeleri

GSYİH; bir ülke sınırları içerisinde belli bir zaman dilimi içerisinde üretilen nihai mal ve hizmetlerin para birimi cinsinden değeridir. Kişi başına düşen GSYİH ise; GSYİH miktarının toplam nüfusa bölünmesi ile elde edilir. GSYİH düzeyi ekonomik kalkınmanın belirlenmesinde en önemli göstergelerden biridir.



**Grafik 1.** Aksaray ve Karaman'ın Yıllar İtibariyle GSYİH Düzeyi (Bin TL) (TÜİK verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Grafik 1'de de görüldüğü gibi her iki ilde de GSYİH düzeyi sürekli artış eğilimindedir. Özellikle 2010'dan sonra artış daha da belirginleşmektedir. 2017 yılı itibariyle Aksaray'ın GSYİH düzeyi Karaman'inkinden daha fazladır. Bu durum Aksaray'da katma değer üretiminin Karaman'a göre daha fazla olduğunu göstermektedir.



**Grafik 2.** Aksaray ve Karaman'da Sektörlerin GSYİH İçindeki Payı (%), (TÜİK verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Tarım ve hayvancılık sektörü ekonomik kalkınmanın itici gücü olarak kabul edilmektedir. Çünkü ekonomik kalkınmanın motoru olarak kabul edilen sanayi sektörünün gelişmesi ancak tarım ve hayvancılık sektöründe oluşturulan fazlanın taşınması ve kullanılması ile mümkün olabilecektir. Tarım sektörü; istihdama, GSYİH'ya, ihracata ve sanayinin büyümesinde önemli katkı sağlamaktadır. Aksaray ve Karaman'ın ekonomileri ise genel itibariyle tarım ve hayvancılığa dayalıdır. Nüfusun büyük bölümü

geçimini tarım ve hayvancılıktan veya tarım ve hayvancılığa dayalı sanayi faaliyetlerinden sağlamaktadır. Özellikle Karaman sanayisinin gelişmesinde tarım sektörü lokomotif konumdadır. GSYİH içerisinde tarım sektörünün payı büyüktür. Ancak her iki ilde de zamanla tarım sektörünün GSYİH'daki payı azalmaktadır.

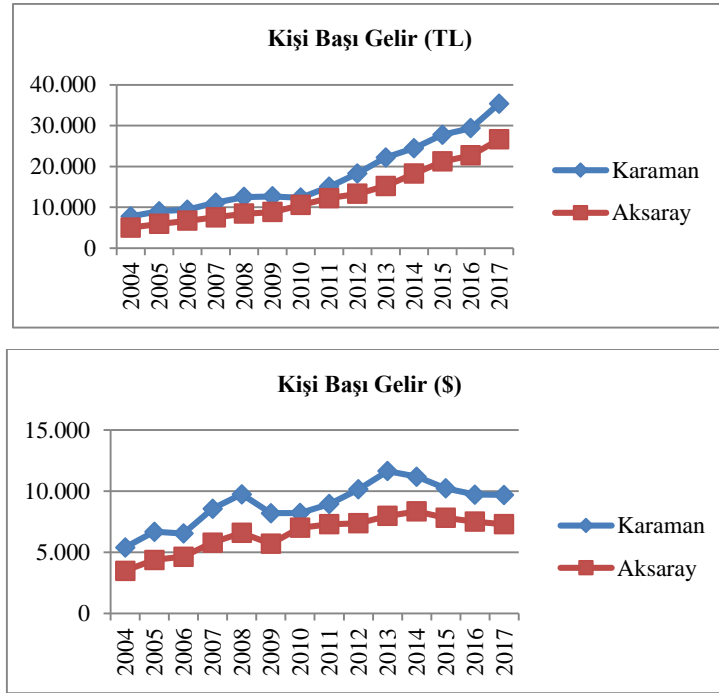
Sanayileşme ekonomik kalkınmanın motoru olarak kabul edilmektedir. Ekonomik kalkınmanın gerçekleşmesi sanayi sektörünün GSYİH içerisindeki payının yükseltilmesi ile mümkündür. Karaman özellikle gıda sanayisinde Türkiye'nin önde gelen illerindedir. Un, bisküvi, gofret, çikolata, kek ve bulgur üretiminde söz sahibi konumdadır. Türkiye'deki bisküvi üretiminin üçte birini, bulgur üretiminin ise beşte birini karşılamaktadır. İhracatının büyük bölümünü gıda sanayisinde yapmaktadır. Aksaray sanayisi ise daha çok makine ve aksamları, çelik, otomotiv ve gıda sanayileri ön plandadır.

Yukarıda Aksaray ve Karaman'ın 2004 ve 2017 yıllarındaki GSYİH'nın sektör paylarının gösterildiği Grafik 2 incelendiğinde; Aksaray'da, 2004'te GSYİH'nın %28,3'ünü tarım, %15,3'ü sanayi, %43,8'i hizmet sektörü oluştururken, %12,6'sı ise vergi ve sübvansiyonlardan oluşmuştur. 2017'ye gelindiğinde, GSYİH içerisinde tarım sektörünün payı yaklaşık olarak %6 azalarak %22,6'ya gerilemiştir. Hizmet, vergi ve sübvansiyonların payı yaklaşık %1 azalış gösterirken, sanayi sektörü yaklaşık %8 artış göstererek %23,1'e yükselmiştir. Bu durum Aksaray'da sanayi faaliyetlerinin artış gösterdiğini göstermektedir.

Karaman'da, 2004'te GSYİH'nın %41,4'ünü tarım, %16,5'ini sanayi, %29,6'sını hizmet sektörü oluştururken, %12,6'sı ise vergi ve sübvansiyonlardan oluşmuştur. 2017'ye gelindiğinde, GSYİH içerisinde tarım sektörünün payı yaklaşık olarak %11 azalarak %30,1'e gerilemiş, vergi ve sübvansiyonların payı yaklaşık %1 azalış gösterirken, sanayi sektörünün payı yaklaşık %9 artış göstererek %25,7'ye yükselmiş, hizmet sektörünün payı ise %3 artış göstererek %32,8'e çıkmıştır.

Aksaray'da 2017 yılı itibarıyla GSYİH'nın içerisinde hizmet sektörü payı neredeyse tarım ve sanayinin toplamına yakındır. Sanayileşmenin artması ile birlikte sanayi sektörünün GSYİH içerisindeki payı da artmaktadır. Karaman'da ise tarım sektörünün payı azalırken, tarıma dayalı sanayileşme ve hizmet sektörünün payı artış göstermektedir. Sanayi sektöründe, tarıma göre katma değeri yüksek mallar üretilebilmektedir. Bu nedenle her iki ilde de tarım sektöründen sanayi sektörüne geçiş olmaktadır. Bu durum kalkınmanın getirdiği bir sonuçtur.

Uluslararası literatürde kalkınmışlık düzeyinin belirlenmesinde kullanılan en önemli göstergelerin başında kişi başına düşen GSYİH göstergesi gelmektedir. Kişi başına düşen GSYİH bir ülkede veya şehirde bir yılda üretilen nihai mal ve hizmetlerin parasal değerinin o ülke veya şehrin nüfusuna bölünmesi ile elde edilir. Kişi başına düşen gelir insanın, hayatını şekillendirmesinde, harcamalarına yön vermesinde etkili olduğu, bir başka ifade ile diğer kalkınmışlık göstergelerini de etkilemesi nedeni ile kalkınmışlığın belirlenmesinde en önemli gösterge konumundadır. Çünkü bir insanın ne ölçüde eğitim ve sağlık hizmeti alabildiği, hangi ölçüde kişisel harcamalarını karşıladığı, yani kısacası yaşam standardının düzeyini belirleyen en önemli ölçüt kişinin elde ettiği gelirdir. Kişinin geliri ne kadar yüksek olursa o kadar yaşam standartları da iyi olmaktadır. Bu nedenle kalkınmanın en önemli ayağı kişi başına düşen gelirin yüksek olmasıdır. Ancak eğitim, sağlık ve beşerî sermaye gibi göstergelerde kişi başına gelirin artmasını etkilemektedir.



**Grafik 3.** Aksaray ve Karaman’da Kişi Başına Düşen GSYİH (TL, \$) (TÜİK verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Aksaray ve Karaman illerinde kişi başına düşen GSYİH düzeylerini gösteren Grafik 3 incelendiğinde kişi başına gelirin Türk Lirası cinsinden sürekli olarak arttığı görülmektedir. Ancak 2009 yılındaki kriz nedeni ile 2009 da artış hızı azalmış, sonrasında tekrar artış hızı artmıştır. Kişi başına düşen GSYİH’nın ABD Doları cinsinden değerine bakıldığında ise dalgalanma içerisinde olduğu görülmektedir. 2014 yılından başlayan döviz kurlarındaki aşırı yükselmeler Türk Lirası’nın değerini yabancı paralar karşısında (özellikle Dolar ve Euro) düşürmüştür.

Aksaray’da 2004’te kişi başına düşen GSYİH 4.995 TL iken, 2017 yılına gelindiğinde kişi başına düşen GSYİH beş kattan fazla artarak 26.662 TL olmuştur. Ancak 2004 yılında kişi başına düşen GSYİH’nın dolar cinsinden değeri 3.488 \$ iken, 2017 yılında yaklaşık iki katı artarak 7.297 \$ olmuştur.

Karaman’da 2004’te kişi başına düşen GSYİH 7.735 TL iken, 2017 yılına gelindiğinde kişi başına GSYİH yaklaşık beş kat artışla 35.344 TL olmuştur. Ancak 2004 yılındaki kişi başına düşen GSYİH’nın ABD Doları cinsinden değeri 5.401 \$ iken, 2017’de ise yaklaşık 1,8 kat artışla 9.688 \$ olmuştur.

Hem Aksaray’da hem de Karaman’da kişi başına düşen GSYİH 2004-2017 yılları arasında TL cinsinden yaklaşık beş kat artarken, döviz kurlarındaki aşırı yükselmeler ve TL’nin, Dolar ve Euro karşısında aşırı değer kaybetmesi nedeni ile kişi başına düşen GSYİH yalnızca 2 katına yakın bir artış göstermiştir.

Aksaray ile Karaman’da kişi başına düşen GSYİH düzeyi kıyaslandığında; Aksaray, Karaman’a nazaran GSYİH düzeyi yüksek olduğu halde kişi başına düşen GSYİH açısından Karaman’dan geri durumdadır. Kişi başına düşen GSYİH, ilin toplam GSYİH’nın ilin toplam nüfusuna bölünmesi ile hesaplanmaktadır. Aksaray’ın nüfusu Karaman’ın 1,5 katı kadar büyük olduğundan kişi başına düşen GSYİH bakımından Karaman, daha üstün konumdadır. Eğer nüfusun büyük bölümü bilgi, beceri ve eğitim yoluyla nitelikli hale getirilirse o zaman nüfusun çokluğu yüksek katma değer üreten çok önemli

bir beşeri sermaye olur. Aksi takdirde bağımlı oranı yüksek bir nüfus ülkeye olumsuz etki edecektir. Aksaray’da olduğu gibi kişi başına düşen GSYİH’nın düşük olmasına neden olacaktır.

### 3.2. İstihdam ve İşsizlik Göstergeleri

İşgücü; bir ülkedeki nüfusun üretici durumda bulunan yani iktisadi faaliyete katılan kısmı demektir. TÜİK işgücünü hesaplariken 15 yaş üstü nüfusun iktisadi faaliyete katılan kısmını almaktadır. Ekonomik kalkınma açısından etkin bir işgücü piyasası oldukça önemlidir. İşgücü açısından nüfus, işgücüne katılan ve katılmayan olmak üzere ikiye ayrılır. İşgücüne katılan nüfusta; işverenler, ücretliler, kendi hesabına çalışanlar, yardımcı aile efradı ve işsizler bulunmaktadır. İşgücüne katılmayan nüfusta ise; hiç çalışmayanlar ve hiç çalışamayanlar yer almaktadır. Hiç çalışmayanlar içinde bir kısım ev hanımları, mirasyediler ve ücreti yeterli bulmayıp emeğini arz etmeyenler sayılabilir. Hiç çalışamayanlar ise çocuklar, yaşlılar, yatalak hastalar, engelliler, iş kazası nedeni ile daimî iş görmez durumda olanlar sayılabilir.

**Tablo 1.** Aksaray ve Karaman’ın İşgücü İstatistikleri (%)

Yıl	AKSARAY			KARAMAN		
	İşgücüne Katılma Oranı	İşsizlik Oranı	İstihdam Oranı	İşgücüne Katılma Oranı	İşsizlik Oranı	İstihdam Oranı
2008	37,5	10,0	33,8	56,3	7,7	52,0
2009	45,8	13,1	39,8	56,6	7,5	52,4
2010	48,7	9,2	44,2	53,4	8,5	48,8
2011	49,4	6,5	46,2	51,6	5,7	48,7
2012	48,6	5,8	45,8	50,5	4,9	48,0
2013	50,1	5,8	47,2	50,3	4,2	48,1

**Kaynak:** TÜİK verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

**Tablo 2.** TR71 ve TR52 Bölgelerinin İşgücü İstatistikleri (%)

TR71 Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir						
Yıl	İşgücüne Katılma Oranı		İşsizlik Oranı		İstihdam Oranı	
	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın
2008	64,7	13,9	10,7	7,7	57,8	12,9
2009	70,6	19,8	16,4	9,8	59,1	17,8
2010	69,7	24,7	10,6	8,8	62,3	22,5
2011	70,1	23,9	7,8	8,6	64,7	21,8
2012	69,4	24,7	6,9	6,4	64,6	23,1
2013	69,7	28,0	6,2	7,5	65,4	25,9
2014	70,4	27,4	7,8	7,4	64,9	25,3
2015	72,4	31,5	8,3	13,6	66,4	27,3
2016	73,5	32,3	10,4	19,9	65,8	25,8
2017	70,7	30,9	8,2	18,6	64,9	25,2
2018	71,5	32,6	8,3	16,5	65,6	27,2
TR52 Konya-Karaman						
Yıl	İşgücüne Katılma Oranı		İşsizlik Oranı		İstihdam Oranı	
	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın

2008	75,9	27,6	9,0	13,6	69,1	23,9
2009	76,2	30,3	9,5	11,6	69,0	26,8
2010	74,7	29,3	7,9	9,7	68,8	26,5
2011	73,2	26,7	6,1	8,8	68,8	24,4
2012	72,9	25,8	5,3	8,2	69,0	23,7
2013	71,3	26,9	4,3	5,6	68,2	25,4
2014	73,3	25,7	5,0	7,3	69,6	23,8
2015	73,4	29,0	5,4	9,4	69,4	26,3
2016	73,3	27,4	5,0	9,0	69,6	25,0
2017	73,7	27,8	5,6	6,9	69,6	25,9
2018	72,8	29,8	5,3	7,3	69,0	27,7

**Kaynak:** TÜİK verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

TÜİK işgücü istatistiklerini, 2014'de kadar il bazında açıklarken, 2014'ten sonra hesaplama yönteminde değişiklik yapmış ve bölge bazında vermeye başlamıştır. Bu nedenle çalışmada 2008'den 2014'e kadar il bazında veriler ile 2008-2018 arası bölgesel veriler ayrı verilmiştir. İşgücü istatistiklerinin verildiği Tablo 1 ve 2 incelendiğinde, Karaman'ın yer aldığı TR 52 bölgesinde 2008'de işgücüne katılma oranı erkeklerde % 75,9, kadınlarda % 27,6; işsizlik oranı erkeklerde % 9, kadınlarda % 13,6; istihdam oranı ise erkeklerde % 69,1, kadınlarda ise % 23,9 iken, 2018'de işgücüne katılma oranı erkeklerde düşerek % 72,8'e, kadınlarda ise artarak % 29,8; işsizlik oranı düşerek erkeklerde % 5,3'e, kadınlarda % 7,3'e; ve istihdam oranı ise erkeklerde pek fazla değişmeyerek % 69'a, kadınlarda ise artışla % 27,7'ye yükselmiştir. Karaman'da eğitim seviyesinin yükselmesi, gıda sanayisinin artması ile birlikte kadınların işgücüne katılma oranları ve kadın istihdamı artış göstermiştir.

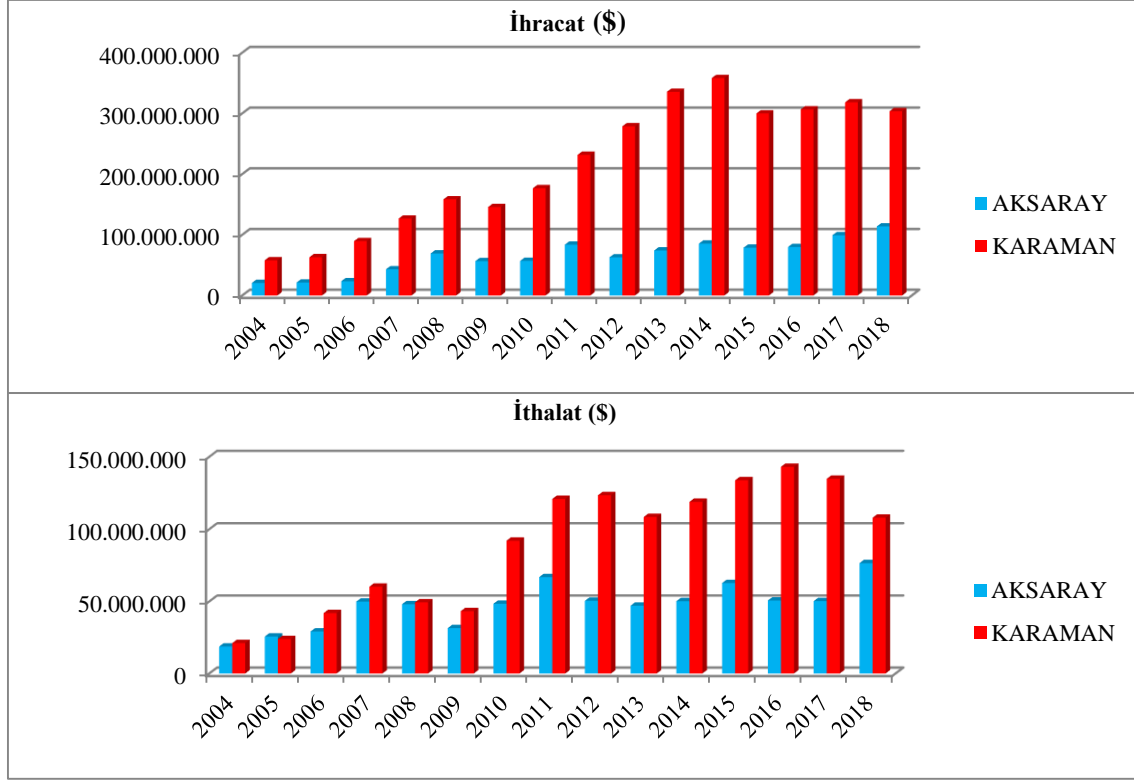
Aksaray'ın da yer aldığı TR71 bölgesinde 2008'de işgücüne katılma oranı erkeklerde % 64,7, kadınlarda % 13,9; işsizlik oranı erkeklerde % 10,7, kadınlarda % 7,7; istihdam oranı ise erkeklerde % 57,8, kadınlarda ise % 12,9 iken, 2018'de işgücüne katılma oranı artarak erkeklerde % 71,5'e, kadınlarda ise % 32,6'ya; işsizlik oranı erkeklerde düşerek % 8,3'e, kadınlarda ise artarak % 16,5'e; ve istihdam oranı ise artarak erkeklerde % 65,6'ya, kadınlarda ise % 27,2'ye yükselmiştir. Sanayi ve hizmet sektörünün gelişmesi ile birlikte işgücüne katılma oranları artış göstermiştir. Kadınların işgücüne katılma oranları ve kadın istihdamı erkeklerin çok gerisinde olmakla birlikte artış göstermiştir.

2018 yılında TÜİK verilerine göre Türkiye'de işgücüne katılma oranı % 47,4, işsizlik oranı % 11, istihdam oranı ise % 53,2'dir. Aksaray ve Karaman işgücüne katılma oranı ve işsizlik oranında Türkiye ortalamasından daha iyi durumda iken, istihdam oranı Türkiye ortalamasının altındadır. Karaman özellikle işsizlik oranları açısından, hem Türkiye'den, hem de Aksaray'dan çok iyi durumdadır.

İşgücü istatistiklerinde her iki ilde de cinsiyet eşitsizliği oldukça fazladır. Kadının iş hayatındaki yeri oldukça düşüktür. Kadının işgücüne katılım oranı ve kadın istihdamı düşük olmakla birlikte, her geçen gün artmaktadır. Kadınların işgücüne katılma oranlarının ve istihdamının düşük olmasında; eğitim seviyesinin düşük olması, geleneksel ataerkil aile yapıları, dini sebepler, kayıt dışı kadın istihdamı, olumsuz iş koşulları, uzun çalışma saatleri, düşük ücretler, çocuğu büyütme annenin daha fazla etkin rol alması gibi nedenler etkili olmaktadır. İki il kıyaslandığında, 2018'de Aksaray'da kadın nüfusun işgücüne katılım oranı daha yüksektir. İşsizlik ise Karaman'da daha düşüktür. Kalkınmanın hızlanması için kadının istihdamının ve kadının işgücüne katılımının artırılması gerekmektedir.

### 3.3. Dış Ticaret Göstergeleri

Bir ülkenin veya şehrin kalkınmasında üretimin ve üretilen ürünlerin ihracatının yapılmasının katkısı oldukça büyüktür. İhracatın yüksek ve ithalatın düşük olması ülkenin veya şehrin dışa bağımlılığını azaltırken, aynı zamanda istihdam, GSYİH ve kişi başı gelirin artmasına doğrudan etki yapmaktadır. Bu da dolaylı olarak refah seviyesinin yükselmesine katkı sağlamaktadır.



**Grafik 4.** Aksaray ve Karaman'ın İhracat ve İthalat Değerleri (\$) (TÜİK verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Aksaray ve Karaman'ın dış ticaret verilerinin gösterildiği Grafik 4 incelendiğinde;

Aksaray 2004'de yaklaşık 21 Milyon \$ ihracat yaparken, 2004-2008 yılları arasında ihracat sürekli artışla birlikte yaklaşık 69 Milyon \$ seviyesine gelmiş, 2009-2010 yıllarında 2009 dünya ekonomik krizi nedeni ile ihracat azalmış ve yaklaşık 57 Milyon \$ seviyesine gerilemiştir. 2011'de yüksek bir artışla 84 Milyon \$ seviyesine gelen ihracat, 2012'de tekrar gerilemesine rağmen, 2012-2018 yılları arasında döviz kurundaki aşırı yükselmeler nedeniyle dalgalanma halindedir. Nihayetinde 2018'de yaklaşık 114 Milyon \$ seviyelerinde ihracat rakamlarına ulaşmıştır. Aksaray, 2004'te Türkiye ihracatında %0,03 oranında paya sahip iken, 2018'de ise %0,07 oranında oldukça düşük bir paya sahiptir.

Aksaray'da ithalatın inişli-çıkışlı bir şekilde yükseldiği görülmektedir. 2004'te yaklaşık 19 Milyon \$ olan ithalat, 2018 yılına gelindiğinde yaklaşık 77 Milyon \$ ithalat yapmıştır. Aksaray, 2005-2007 yılları arası hariç genel itibariyle dış ticaret fazlası veren bir şehirdir. Ticaret hacmini her geçen yıl daha fazla arttırmıştır. 2004 yılında yaklaşık 3 Milyon \$ dış ticaret fazlası varken, 2018'de 37 Milyon \$ dış ticaret fazlası vermiştir.

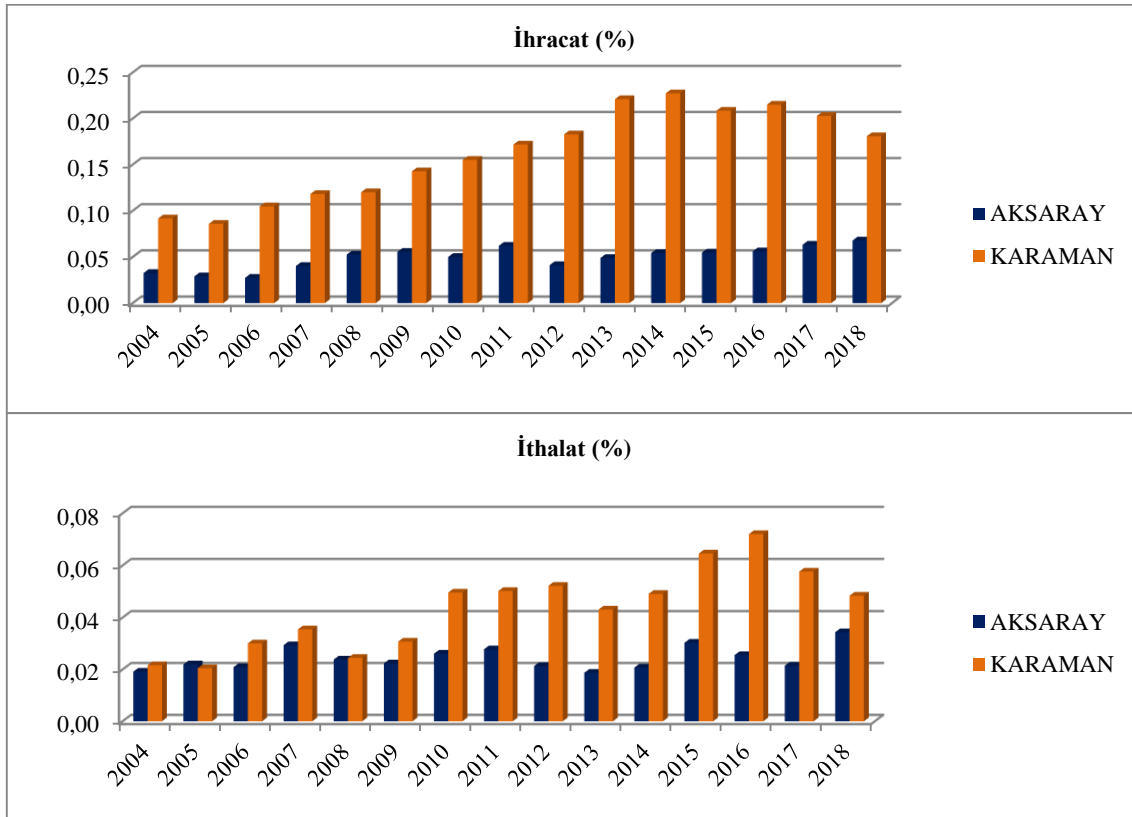
Karaman'ın dış ticaret verileri incelendiğinde, yaklaşık olarak Aksaray'ın 3 katı büyüklüğünde dış ticaret hacmine sahip olduğu görülmektedir. Karaman küçük bir il olmasına rağmen, ihracatta

oldukça başarılı bir performansa sahiptir. İhracat miktarını 2004-2017 yılları arasında sürekli olarak arttırdığı görülmektedir. 2004'te yaklaşık 58 milyon \$ olan ihracat, 2017 yılına gelindiğinde yaklaşık beş katı artışla yaklaşık 318 Milyon \$ seviyesine gelmiştir. 2018 yılında ise ihracat döviz kurundaki aşırı yükselme sonucu dolar bazında azalarak yaklaşık 303 Milyon \$ seviyesine gelmiştir.

Karaman'ın ithalat verilerine bakıldığında genel olarak dalgalı bir seyir izlemektedir. 2004'te yaklaşık 21 Milyon \$ olan ithalat, 2016'da yaklaşık 143 Milyon \$ seviyesine çıkmış, 2018'de ise döviz kurundaki aşırı yükselmeler nedeni ile 107 Milyon \$ seviyesine gerilemiştir.

Karaman 2004-2018 yılları arasında sürekli dış ticaret fazlası veren bir şehir olmuştur. 2004 yılında yaklaşık 37 Milyon \$ dış ticaret fazlası varken, 2018 yılında dış ticaret fazlası artarak yaklaşık 195 Milyon \$ olmuştur. Karaman, 2004'te Türkiye ihracatında % 0,09 oranında paya sahip iken, 2018'de ise % 0,18 oranında paya sahip olmuştur. Karaman ihracatının artmasında en önemli payı gıda sanayisi almaktadır. Türkiye bisküvi, gofret, çikolata ve kek üretiminin üçte biri karşılanmakta karşılanmaktadır. Gıda sanayisinin gelişmesi tarım ve hizmetler sektörünün de gelişmesini sağlamıştır. Karaman ihracatının büyük bölümü Orta Doğu ülkelerine yapılmaktadır. Özellikle Irak, Suriye, Yemen, Cezayir, Lübnan, Suudi Arabistan, Belçika, Romanya ve ABD gibi yüzden fazla ülkeye ihracat yapılmaktadır.

Aksaray'ın lojistik sıkıntısının fazla olması nedeniyle taşıma maliyetlerinin fazla olması firmaların üretim için Aksaray'ı tercih etme olasılığını azaltmaktadır. Şehrin liman şehirlerine çok uzak olması, tren yolu olmaması da şehri yatırım için dezavantajlı konuma getirmektedir. Bu nedenlerle Aksaray'da ihracat Karaman'a göre az gelişmiştir. Konya'ya kadar getirilen tren yolunun Aksaray'a ulaştırılması ise sektör için son derece faydalı olacağı düşünülmektedir.



**Grafik 5.** Aksaray ve Karaman'ın Türkiye İhracatından ve İthalatından Aldıkları Paylar (%) (TÜİK verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur)



Aksaray ve Karaman illerinin Türkiye ihracatından ve ithalatından aldıkları paylar Grafik 5'te gösterilmiştir. Buna göre Karaman'ın, hem ihracatta hem de ithalatta aldığı pay Aksaray'ın aldığı paydan yüksektir. Karaman'ın Türkiye ihracatındaki payı 2014'te yaklaşık %0,23'lük oranla en yüksek seviyesine çıkmış, sonrasında düşüş eğilimine girerek 2018'de yaklaşık %0,18 olmuştur. İthalatta ise 2016'da %0,07'lik oranla en yüksek seviyesine çıkmış, sonrasında düşüş eğilimine girerek yaklaşık %0,05 olmuştur. Aksaray'ın Türkiye ihracatındaki payı genel itibariyle %0,05-0,07 arasında değişirken, ithalattaki payı ise %0,02-0,03 arasında değişmektedir.

**Tablo 3.** Aksaray'da İhracatın Sektörlere Göre Dağılımı (Bin \$)

AKSARAY					
	2014	2015	2016	2017	2018
Çelik	14.539,90	14.683,63	22.569,20	25.110,42	26.876,94
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	842,74	366,20	570,12	614,63	537,80
Demir ve Demir Dışı Metaller	3.116,57	2.268,61	1.877,03	2.206,13	2.446,55
Deri ve Deri Mamulleri	0,00	0,15	0,00	55,60	190,07
Diğer Sanayi Ürünleri	83,99	5,90	2,70	7,84	5,53
Elektrik Elektronik ve Hizmet	84,35	480,61	1.450,63	1.332,37	2.031,86
Halı	3.308,22	2.592,32	2.545,76	4.304,70	3.858,36
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	753,11	533,46	717,95	1.050,33	1.092,37
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	297,58	87,87	43,34	77,68	1.179,67
İklimlendirme Sanayi	2.074,98	1.722,49	1.587,30	1.253,67	3.161,88
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	10.579,52	5.136,33	4.246,50	6.527,98	8.741,22
Madencilik Ürünleri	974,31	456,47	971,87	1.110,09	598,10
Makine ve Aksamları	28.674,85	35.007,53	32.253,84	43.846,49	48.214,77
Meyve Sebze Mamulleri	32,79	8,27	25,02	35,73	28,09
Mobilya,Kağıt ve Orman Ürünleri	277,64	1.026,43	308,29	1.204,47	1.292,33
Otomotiv Endüstrisi	14.984,94	7.085,54	8.288,18	6.617,74	9.379,27
Savunma ve Havacılık Sanayi	0,00	6.244,30	0,00	82,73	0,00
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	2.262,61	630,43	2.082,19	2.589,15	3.415,38
Tekstil ve Hammaddeleri	27,01	18,20	13,92	17,04	12,06
Yaş Meyve ve Sebze	0,00	1,70	0,00	132,17	258,60
Zeytin ve Zeytinyağı	0,00	53,26	0,00	21,37	0,00
<b>TOPLAM</b>	<b>82.915,12</b>	<b>78.409,70</b>	<b>79.553,83</b>	<b>98.198,34</b>	<b>113.320,82</b>

**Kaynak:** TİM verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Aksaray ihracatının sektörlere göre dağılımlarını gösteren Tablo 3 incelendiğinde; ihracatın yaklaşık %42,5'ini makine ve aksamları, %23,7'sini çelik, %8,3'ünü otomotiv endüstri, %7,7'sini kimyevi maddeler ve mamulleri, %3,4'ünü halı, %3'ünü su ürünleri ve hayvansal mamuller, %2,8'ini iklimlendirme sanayi, %2,2'sini demir ve demir dışı metaller ve geriye kalan %6'sını ise diğer ürünler oluşturmaktadır. Aksaray'da makine ve aksamları, metal sanayi ve otomotiv sanayisi birbirini tetikleyen sektörler olması nedeniyle en çok gelişme bu alanlarda olmuştur. Özellikle Mercedes Benz'in kamyon üretimi yapan firması ihracatta önemli katkı sağlamakta ve ara mal üreten sanayi kollarının da gelişmesini sağlamaktadır. Ayrıca hayvancılığın gelişmesi ise hayvansal ürün sanayisinin gelişmesini sağlamıştır. Türkiye'nin önemli bir süt ürünleri firması olan Süttaş Aksaray'a da üretim yapmaktadır.

**Tablo 4.** Karaman'da İhracatın Sektörlere Göre Dağılımı (Bin \$)

KARAMAN					
	2014	2015	2016	2017	2018
Çelik	37,54	102,26	128,70	30,12	35,23
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	2,35	6,50	118,88	1.263,89	925,66
Demir ve Demir Dışı Metaller	589,75	166,39	312,29	413,53	627,35
Deri ve Deri Mamulleri			0,87	0,01	0,95
Diğer Sanayi Ürünleri	0,00	1,03	0,64	0,08	0,65
Elektrik Elektronik ve Hizmet	268,50	162,71	2.033,93	333,52	1.387,24
Fındık ve Mamulleri	443,63	44,01	1,56	0,00	
Gemi ve Yat			0,00	0,98	1,11
Halı	5,49	23,39	145,88	6,13	8,45
Hazır giyim ve Konfeksiyon	185,60	51,57	239,88	62,45	6,07
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	310.333,92	267.746,34	254.577,60	268.809,42	249.472,13
İklimlendirme Sanayi	93,63	62,53	64,41	254,99	221,53
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	5.909,87	3.463,88	5.709,74	6.042,87	5.314,14
Kuru Meyve ve Mamulleri	75,78	144,46	29,08	32,96	68,43
Madencilik Ürünleri	2.900,81	965,81	740,12	1.211,13	1.058,90
Makine ve Aksamları	6.001,07	6.445,67	8.549,07	13.645,11	15.308,38
Meyve Sebze Mamulleri	13,92	12,51	19,94	71,55	104,34
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	2.408,89	1.825,47	1.796,43	2.648,83	3.775,97
Mücevher					0,01
Otomotiv Endüstrisi	341,87	659,21	2.030,95	2.307,07	1.275,97
Savunma ve Havacılık Sanayi			0,00	113,76	348,55
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	5.514,98	5.633,35	12.249,95	8.773,24	8.243,40
Tekstil ve Hammaddeleri	222,99	2.695,19	1.918,29	1.232,70	2.128,51
Yaş Meyve ve Sebze	1.041,55	766,26	1.015,64	2.707,86	4.562,91
Zeytin ve Zeytinyağı			9,56	3,87	13,19
<b>TOPLAM</b>	<b>336.392,15</b>	<b>290.978,55</b>	<b>291.693,41</b>	<b>309.966,07</b>	<b>294.889,08</b>

**Kaynak:** TİM verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Karaman ihracatının sektörlere dağılımını gösteren Tablo 4 incelendiğinde, ihracatın yaklaşık %85'ini hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri, %5'ini makine ve aksamları, %2,8'ini su ürünleri ve hayvansal mamuller ve geriye kalan %7'lik kısmı ise diğer ürünlerin ihracatı oluşturmaktadır. Yukarıda da değinildiği gibi Karaman'da gıda sanayisinin gelişmesini ihracatın %85'inin hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamullerinden oluşması göstermektedir.

### 3.4. Demografik Göstergeler

Demografik göstergelerde her iki ilin nüfusunun yapısını, durumunu ve dinamik özellikleri incelenecektir. Nüfusun yapısı ve durumu bir yerin gelişmişlik durumunu göstermekte oldukça önemlidir. Karaman ve Aksaray tarih boyunca yoğun bir yerleşmeye sahne olmuştur. Karaman Cumhuriyet'ten 1989 yılına kadar Konya iline bağlı bir ilçe olurken, Aksaray da 1920 yılına kadar Konya iline bağlı bir sancak olmuş ve 1920 yılında vilayet statüsüne kavuşmuş ancak bu çok sürmemiştir. 1933 yılında vilayetiği lağvedilerek Niğde iline bağlı bir ilçe olmuştur. Karaman ve

Aksaray illeri 1989 yılında çıkarılan 3578 sayılı kanun ile il statüsüne kavuşmuşlardır. İl olduktan sonra çevrelerindeki yerleşim yerlerinin bu illere bağlanması ile hızlı bir nüfus artışı olmuştur.

### 3.4.1. İl ve İlçe Merkezleri ile Belde ve Köyler Nüfusu

**Tablo 5.** İl ve İlçe Merkezleri ile Belde ve Köyler Nüfusu

Yıllar	İl/Ülke	Nüfus			İl/ilçe merkezleri ve belde/köy nüfusunun toplam nüfus içindeki oranı (%)		İllerin Toplam Nüfusunun Türkiye Nüfusuna Oranı (%)	
		Belde/Köy	Şehir Merkezleri	Toplam	Belde/Köy	Şehir Merkezleri	Aksaray	Karaman
1990	Aksaray	182.182	144.217	326.399	55,82	44,18	0,58	0,39
	Karaman	111.485	106.051	217.536	51,25	48,75		
	Türkiye	23.146.684	33.326.351	56.473.035	40,99	59,01		
2000	Aksaray	195.868	200.216	396.084	49,45	50,55	0,58	0,36
	Karaman	103.298	139.912	243.210	42,47	57,53		
	Türkiye	23.797.743	44.006.184	67.803.927	35,10	64,90		
2007	Aksaray	161.301	204.808	366.109	44,06	55,94	0,52	0,32
	Karaman	78.839	147.210	226.049	34,88	65,12		
	Türkiye	20.838.397	49.747.859	70.586.256	29,52	70,48		
2017	Aksaray	123.150	279.254	402.404	30,60	69,40	0,50	0,31
	Karaman	64.162	182.510	246.672	26,01	73,99		
	Türkiye	6.049.393	74.761.132	80.810.525	7,49	92,51		
2018	Aksaray	126.670	285.502	412.172	30,73	69,27	0,50	0,31
	Karaman	65.249	186.664	251.913	25,90	74,10		
	Türkiye	6.337.385	75.666.497	82.003.882	7,73	92,27		

**Kaynak:** TÜİK verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye, Aksaray ve Karaman'ın il ve ilçe merkezleri ile belde ve köyler nüfusunun verildiği Tablo 5 incelendiğinde, hem iki ilde hem de Türkiye'de nüfusun sürekli olarak artış eğiliminde olduğu görülmektedir. 1990 yılında yapılan genel nüfus sayımına göre Türkiye nüfusu 56.473,035 olurken, Aksaray'ın nüfusu 326.399, Karaman'ın nüfusu ise 217,536 olmuştur. 1990 nüfus sayımına göre Türkiye nüfusunun %40,99'u belde ve köylerde yaşarken, %59,01'i ise il ve ilçe şehir merkezlerinde yaşamaktadır. Aksaray nüfusunun %55,82'si belde ve köylerde, %44,18'i ise şehir merkezlerinde yaşarken, Karaman'da nüfusun 51,25'i belde ve köylerde, %48,75 'i ise şehir merkezlerinde yaşamaktadır.

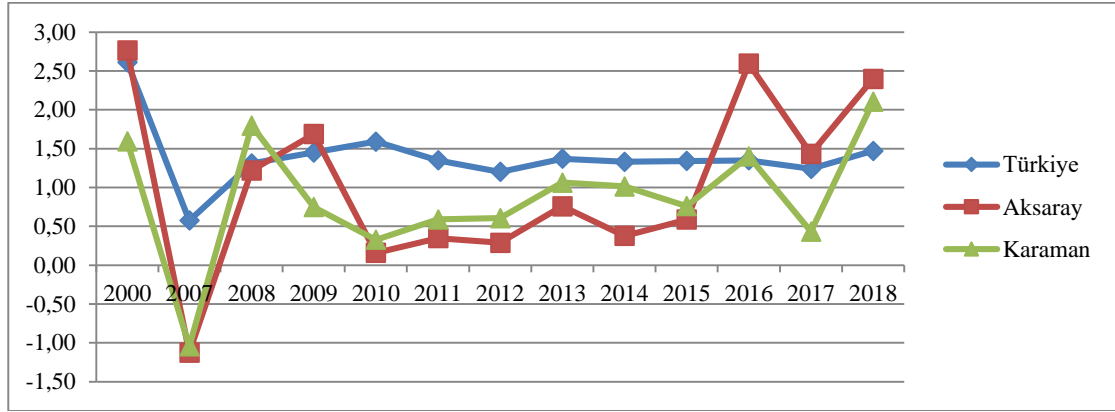
2007 yılına gelindiğinde, nüfus sayımında ADNKS'ye geçilmiş ve nüfus sayımları daha sağlıklı ve gerçekçi bir şekilde yapılmaya başlamıştır. ADNKS'ye geçilmeden önce nüfus sayımı beş yılda veya on yılda bir yapılırken yeni sistemde her yıl sistem üzerinden yapılmaya başlamıştır. Aksaray ve Karaman'ın 2007 yılındaki nüfusunun 2000 yılı nüfusuna göre büyük oranda azalmasının sebebi de ADNKS geçilmesidir. 2018 yılına gelindiğinde Türkiye nüfusu 82.003.882 olurken, Aksaray'ın nüfusu 412.172, Karaman nüfusu ise 251.913 olmuştur. Yıllar itibarıyla belde ve köy nüfuslarının toplam nüfus içindeki oranı sürekli olarak azalırken, şehir nüfusu sürekli olarak artmıştır. 2018'de Türkiye nüfusunun %7,73'ü belde ve köylerde yaşarken bu oran Aksaray'da %30,73, Karaman'da ise %25,90 olmuştur. Yıllar itibarıyla köyden şehirlere göç sürekli olarak artmıştır. Köyden kente göçün artmasında; köylerde eğitim, sağlık ve iş olanaklarının yetersiz olması, tarımda makineleşme ile işgücüne olan ihtiyacın azalması, miras yoluyla bölünen tarım arazilerinin ailelerin ekonomik ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kalması gibi sosyal ve ekonomik dengesizlikler sayılabilir.

Şehir nüfuslarının sürekli olarak artması da beraberinde birçok sorunu getirmiştir. Şehirlerdeki nüfus artışı planlı bir şekilde olmadığı takdirde, çarpık kentleşme, gecekondulaşma, şehir merkezinde

işsizlik artışı, trafik yoğunluğu sorunları, hava kirliliği, sosyal donatıların yetersiz kalması, belediye hizmetlerinin yetersiz kalması gibi birçok sorun ortaya çıkacaktır.

Aksaray ve Karaman illerinin toplam nüfusunun, Türkiye nüfusundan aldıkları paylar incelendiğinde, 1990 ve 2000’de Aksaray, Türkiye nüfusunun %0,58’ini oluştururken, Karaman %0,39 ve 0,36’sını oluşturmaktadır. ADNKS’ye geçilen 2007’den 2018’e kadar Aksaray, genel itibariyle Türkiye nüfusunun % 0,50-0,52’sini oluştururken, Karaman ise, genel itibariyle % 0,31’ni oluşturmuştur. Her iki ilin de Türkiye nüfusundan aldıkları paylar az da olsa azalmakla birlikte, çok fazla değişim göstermemiştir.

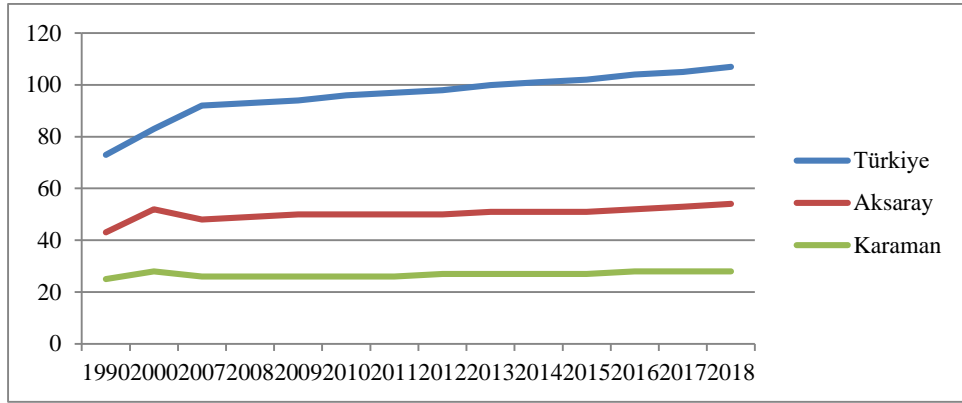
### 3.4.2. Nüfus Artış Hızı ve Nüfus Yoğunluğu



**Grafik 6.** Nüfus Artış Hızı (%) (TÜİK verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Nüfus artış hızı iki sayım tarihi arasındaki dönemlerde her 1000 nüfus için yıllık artan nüfustur. Türkiye’de nüfus artış hızı genel itibariyle %1 ile %1,5 gibi dar bir bantta değişiklik göstermektedir. Aksaray ve Karaman’da nüfus sürekli olarak arttığı halde, nüfus artış hızı dalgalanma halindedir. Grafik 10’da görüldüğü gibi 2000-2007 yılları arasında nüfus artış hızının her iki il içinde sıfırın altına düşmesinin sebebi 2007 yılında ADNKS’ye geçilmesi ile nüfus sayımının daha sağlıklı bir şekilde yapılmaya başlamasıdır. ADNKS öncesi yapılan nüfus sayımlarında sokağa çıkma yasağı ilan edilir ve görevli memurlar ev ev gezerek evlerde bulunan kişileri sayarlardı. Bu tür nüfus sayımlarında kayda girmeme, mükerrer sayılma gibi sakıncalar bulunuyordu. ADNKS ile nüfus sayımları her yıl düzenli olarak sistem üzerinden yapılmaya başlanmıştır. Aksaray ve Karaman’da nüfus artış hızı 2007’den sonra sürekli pozitif olup, inişli çıkışlı bir seyir izlemektedir. 2016 ve 2018 yıllarında ise yüksek seviyelere ulaşmıştır. 2018’de Aksaray’da nüfus bir yılda yaklaşık 10.000 kişi artmış bu da %2,4 gibi yüksek bir nüfus artış hızına tekabül etmiştir. Aynı yılda Karaman’da da nüfus yaklaşık 5.000 kişi artışla %2,1 gibi yüksek bir nüfus artış hızına ulaşmıştır. 1990-2018 arasında geçen 28 yılda nüfus artış hızı Aksaray’da %26,3 olurken, Karaman’da %15,8 olmuştur.

Görüldüğü gibi Aksaray’da nüfus artış hızı Karaman’dan çok daha fazla olmuştur. Kalkınma hızı nüfus artış hızından düşük olduğu takdirde, nüfus artışı ili olumsuz etkileyecektir. Sürekli nüfus artışının iki temel sebebi bulunmaktadır. Bunlardan biri doğurganlık oranının artması diğeri ise ölüm oranlarının azalmasıdır.

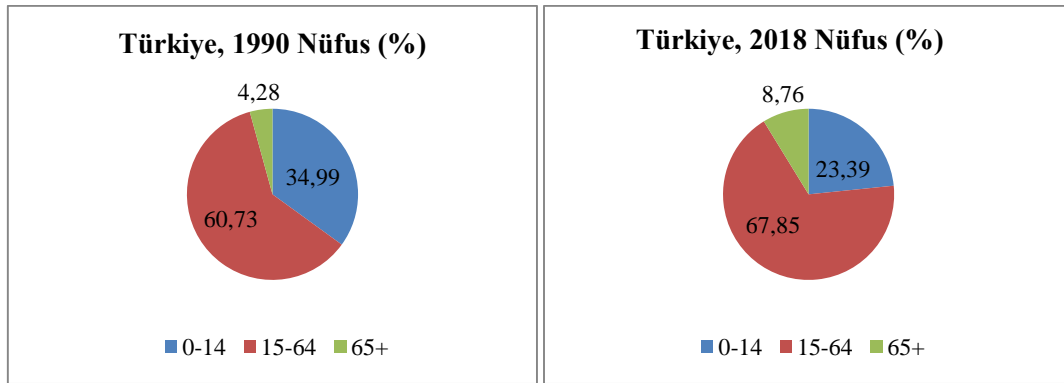


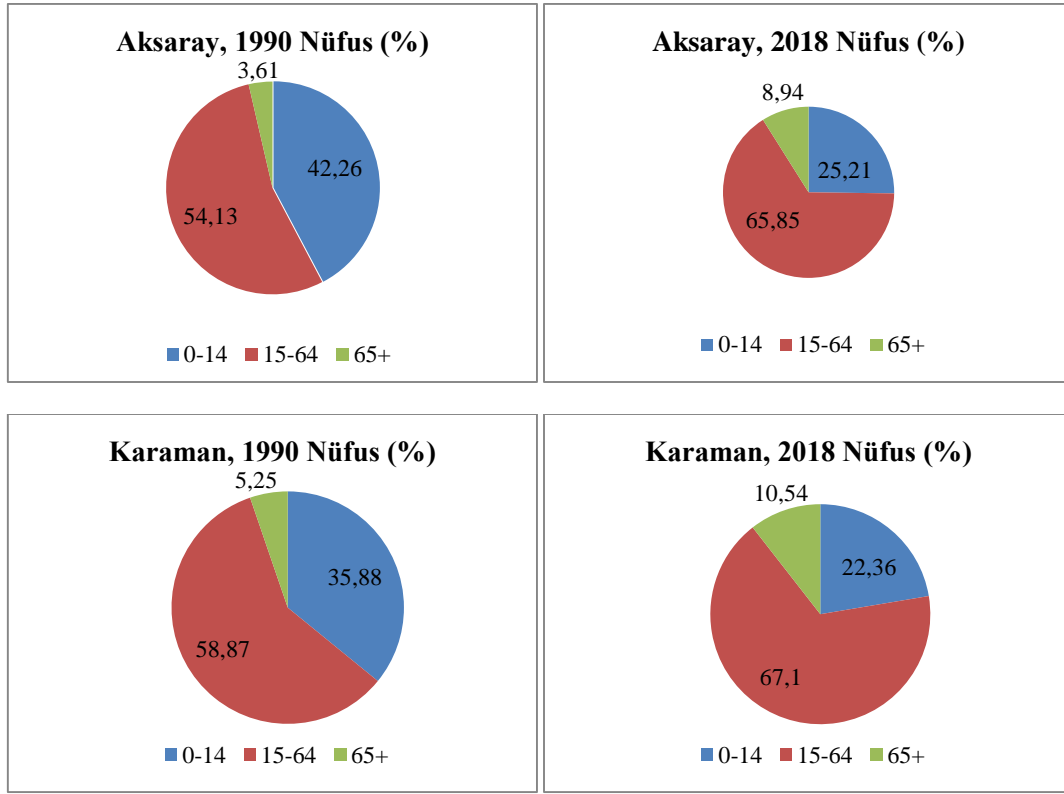
**Grafik 7.** Nüfus Yoğunluğu (**Kaynak:** TÜİK verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Grafik 7'deki nüfus yoğunluğu verilerine bakıldığında Türkiye' de 1990 yılında km<sup>2</sup>'ye 73 kişi düşerken, 2018 yılına gelindiğinde km<sup>2</sup>'ye 107 kişi düşmektedir. Aksaray'da bu oran km<sup>2</sup>'ye 1990'da 43 kişi iken, 2018'de 54 kişi olmuştur. Karaman'da ise km<sup>2</sup>'ye 1990'da 25 kişi iken, 2018'de 28 kişi olmuştur.

Yıllara göre illerin nüfuslarına bakıldığında, Karaman'da nüfus Aksaray'a göre daha az artmaktadır. Aksaray'da nüfus yoğunluğu 1990'dan 2018'e kadar geçen sürede km<sup>2</sup>'ye 11 kişi artarken, Karaman'da km<sup>2</sup>'ye sadece 3 kişi artmıştır. Karaman geçmişte çok eski bir şehir olmasına rağmen, nüfus sayısı Aksaray kadar gelişmemiştir. Nüfus yoğunluğu, nüfus artışına bağlı olarak değişmektedir. Bir ülkenin veya şehrin sınırlarında bir değişim olmadığı takdirde, nüfus artışı ile birlikte nüfus yoğunluğu artacaktır. Ülke veya şehrin kaynaklarında bir artış söz konusu değilse nüfus artışı ve buna bağlı olarak artacak olan nüfus yoğunluğu nedeni ile kişi başına düşecek kaynak miktarı azalacaktır. Üretim ve GSYİH'da yeterince artmazken, nüfusta meydana gelecek artışlar ülkeye veya şehre olumsuz yansıtacak ve kişi başına düşen gelir azalacaktır. Nüfus yoğunluğu planlı bir şekilde artmadığı takdirde şehirlerde çarpık kentleşme, gecekondulaşma, trafik sorunları, altyapı ve belediye hizmetlerinin yetersiz kalması gibi birçok sorunu beraberinde getirecektir. Tüm bu durumlar kalkınmayı olumsuz etkileyecektir. Kısacası nüfus artış hızı kalkınma hızından yüksek ise ülke veya şehrin gelişimi yavaşlayacaktır. Aksaray'da nüfus yoğunluğu, Karaman'a göre çok yüksektir.

### 3.4.3. Yaş Grubu ve Cinsiyete Göre Nüfus





**Grafik 8.** Yaş Gruplarına Göre Nüfusun Toplam Nüfus İçindeki Oranı (%) (**Kaynak:** TÜİK verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Yaş gruplarına göre nüfusun, toplam nüfus içindeki oranlarının 1990 ile 2018 arasındaki değişimini gösteren Grafik 8'e bakıldığında;

1990 yılında Türkiye nüfusunun %34,99'u genç, %60,8'i aktif, %4,28'i ise yaşlı nüfus iken, 2018 yılına gelindiğinde nüfusun %23,39'u genç, %67,85'i aktif ve %8,76'sı ise yaşlı nüfustan oluştuğu görülmektedir. Genç nüfus yaklaşık %11,5 azalırken, yaşlı nüfus ise iki katından fazla artış göstermiştir. 1990 yılında nüfusun yaklaşık %40'ı bağımlı nüfus iken, 2018 yılında bağımlı nüfus yaklaşık %7 azalışla %32 olmuştur. Bu da Türkiye'de doğum oranlarının azaldığını ve sağlık hizmetlerinin gelişmesi ile ortalama yaşam süresinin arttığını göstermektedir.

Aksaray'da 1990 yılında genç nüfusun Türkiye ortalamasının üstünde olarak nüfusun %42,26'sını oluşturduğu, yaşlı ve aktif nüfusun ise Türkiye ortalamasının altında olarak nüfusun %54,13'ünü aktif, %3,61'ini ise yaşlı nüfustan oluştuğu görülmektedir. 2018 yılına gelindiğinde nüfusun %25,21'i genç, %65,85'i aktif ve %8,94'ü yaşlı nüfustan oluşmuştur. Genç nüfus yaklaşık %17 azalışla Türkiye ortalamasının üstünde olurken, yaşlı nüfus yaklaşık 2,5 kat artışla Türkiye ortalamasını geçmiştir. 1990 yılında bağımlı nüfus yaklaşık %45 iken, 2018 yılında yaklaşık %35 olmuştur.

Karaman'da 1990 yılında nüfusun %35,88'i genç, %58,87'si aktif ve %5,25'i ise yaşlı nüfustan oluşmaktadır. Genç nüfus Türkiye ortalamasına yakinken, yaşlı nüfus Türkiye ortalamasının üzerinde gerçekleşmiştir. 2018 yılına gelindiğinde genç nüfus %13'e yakın bir azalışla nüfusun %22,36'sını, aktif nüfus yaklaşık %8 artışla nüfusun %67,1'ini, yaşlı nüfus ise yaklaşık iki kat artarak %10,54'ünü oluşturmuştur. 2018 yılında genç nüfus Türkiye ortalamasının altında, yaşlı nüfus ise Türkiye ortalamasının üzerinde olmuştur. Karaman'da genç nüfus Aksaray'a göre az, yaşlı nüfus ise fazladır. Bu durumda, nüfusun yaş gruplarına dağılımlarına göre Karaman, Aksaray'a göre daha gelişmiş bölge görünümü vermektedir.

### 3.5. Eğitim Göstergeleri

Eğitim olgusunun kalkınmadaki önemi giderek arttığı yadsınamaz bir gerçektir. İktisadi olarak bakıldığında eğitimin beşeri sermaye üzerinde pozitif etkisi bulunmaktadır. Eğitimli bireylerin artması beşeri sermayenin artmasını sağlamaktadır. Bu nedenle gün geçtikçe ülkeler fiziki sermayenin yanında beşeri sermayenin de gelişmesi için eğitime yapılan harcamaları arttırmaktadırlar. Gelişmiş ülkelere bakıldığı zaman eğitime çok önem verdikleri, kendi ülkelerinde ve diğer ülkelerde zeki, çalışkan, başarılı ve potansiyeli yüksek olan insanlara her türlü maddi olanakları sağlayarak, kendi ülkelerine çekmeye çalıştıkları bilinmektedir. Böylece yeni teknolojileri üretebilecek, dünya ekonomisinde söz sahibi olabilecek ve diğer ülkelerle rekabet edebilecek seviyeye gelmişlerdir. Bu nedenle gelişmişlik seviyesinin belirlenmesinde eğitim göstergesi önemli bir etken konumundadır (Özyakışır, 2011: 54).

#### 3.5.1. Okuma-Yazma Oranları

Okuma-yazma oranları gelişmişlik açısından önemli bir göstergedir. Özellikle kadın okur-yazar oranının artması gelişmişlik açısından oldukça önem arz etmektedir. Türkiye’de okuma-yazma oranları ve kadın okur-yazar oranı her geçen gün artmaktadır. Zorunlu eğitimin getirilmesi ile birlikte okuma yazma oranları hızla artış göstermiştir. Okuma- yazma bilmeyen yetişkin kişilerin ise çeşitli projeler, kurslar ve okullar yardımıyla okuma yazma öğrenmeleri sağlanmaya çalışılmaktadır.

6 yaş ve üstü nüfusun cinsiyete göre okuma-yazma oranlarının gösterildiği Tablo 6 incelendiğinde, Türkiye’de 2008 yılında 6 yaş ve üstü nüfusun %85,71’i okuma yazma bilmektedir. Okuma yazma bilenlerin %44,95’i erkek, %40,77’si ise kadındır. 6 yaş üstü nüfusun %7,67’si okuma yazma bilmemektedir. Bunların %1,54’ü erkek, %6,14’ü ise kadındır. 6 yaş üstü nüfusun %6,61’i ise bilinmeyenlerden oluşmaktadır. 2017 yılında ise, 6 yaş ve üstü nüfusta okuma yazma bilenlerin oranı %95,97’e yükselirken, bunların %49,17’si erkek, %46,80’i ise kadından oluşmaktadır. Okuma-yazma bilmeyenlerin oranı ise %3,24’e gerilerken, bunların %0,50’si erkek, %2,74’ü ise kadından oluşmaktadır. Bilinmeyenlerin oranı ise %0,79’a gerilemiştir.

**Tablo 6. 6 Yaş Üstü Nüfusun Cinsiyete Göre Okuma Yazma Oranları (%)**

Yer	Yıl	Okuma Yazma Bilen			Okuma Yazma Bilmeyen			Bilinmeyen		
		Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın
TÜRKİYE	2008	85,71	44,95	40,77	7,67	1,54	6,14	6,61	3,60	3,02
	2010	90,01	46,85	43,16	5,78	1,06	4,73	4,21	2,22	1,98
	2012	93,33	48,07	45,26	4,11	0,70	3,41	2,56	1,32	1,25
	2014	94,84	48,76	46,08	3,82	0,65	3,17	1,33	0,65	0,68
	2016	95,83	49,17	46,65	3,48	0,56	2,92	0,70	0,34	0,36
	2017	95,97	49,17	46,80	3,24	0,50	2,74	0,79	0,39	0,40
AKSARAY	2008	84,36	44,32	40,04	9,39	1,58	7,81	6,25	3,50	2,74
	2010	88,64	45,86	42,78	7,29	1,18	6,11	4,07	2,24	1,83
	2012	93,17	48,08	45,08	5,61	0,78	4,84	1,22	0,67	0,55
	2014	93,84	48,23	45,61	5,18	0,71	4,47	0,98	0,52	0,46
	2016	94,53	48,41	46,12	4,60	0,59	4,01	0,87	0,46	0,41
	2017	94,49	48,25	46,24	4,31	0,53	3,79	1,19	0,62	0,57
KARAMAN	2008	89,81	46,11	43,70	6,65	1,30	5,35	3,54	2,04	1,50
	2010	92,71	47,26	45,45	5,05	0,95	4,10	2,24	1,26	0,98
	2012	95,72	48,24	47,48	3,01	0,53	2,48	1,27	0,69	0,57
	2014	96,35	48,82	47,54	2,84	0,52	2,32	0,81	0,43	0,38
	2016	96,84	48,73	48,11	2,51	0,43	2,08	0,65	0,34	0,31
	2017	96,74	48,98	47,76	2,34	0,38	1,96	0,93	0,48	0,45

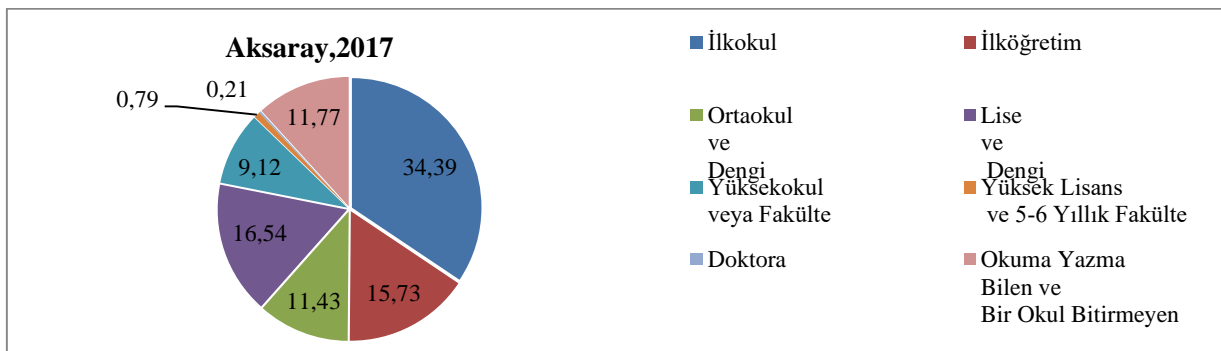
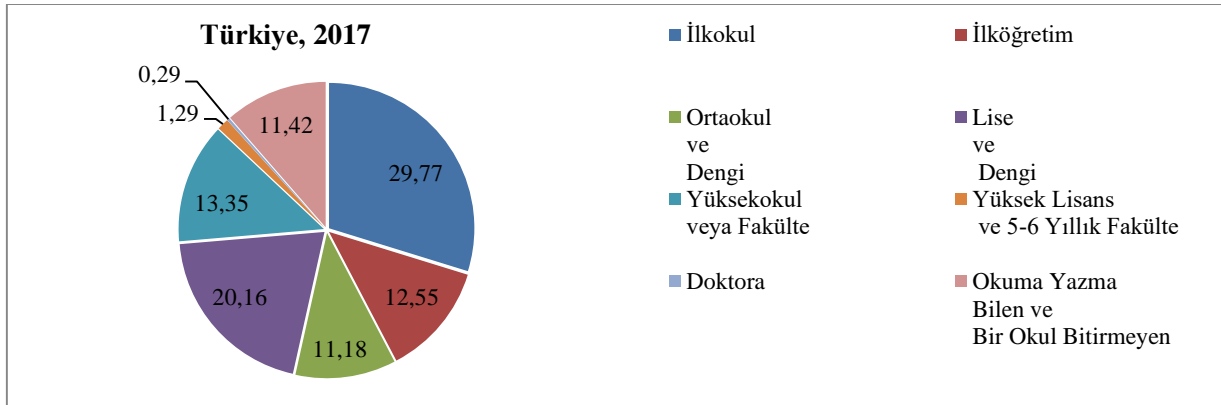
**Kaynak:** TÜİK verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Aksaray'da 2008 yılında 6 yaş ve üstü nüfusun % 84,36'sı okuma yazma bilmektedir. Okuma yazma bilenlerin % 44,32'i erkek, % 40,04'ü ise kadındır. 6 yaş üstü nüfusun % 9,39'u okuma yazma bilmemekte, bunların % 1,58'i erkek, % 7,81'i ise kadın idi. 6 yaş üstü nüfusun % 6,25'i ise bilinmeyenlerden oluşmaktaydı. 2017 yılında ise, 6 yaş ve üstü nüfusta okuma yazma bilenlerin oranı % 94,49'a yükselirken, bunların % 48,25'i erkek, % 46,24'ü ise kadından oluşmaktadır. Okuma-yazma bilmeyenlerin oranı ise % 4,31'e gerilerken, bunların % 0,53'ü erkek, % 3,79'u ise kadından oluşmaktadır. Bilinmeyenlerin oranı ise % 1,19'a gerilediği görülmektedir.

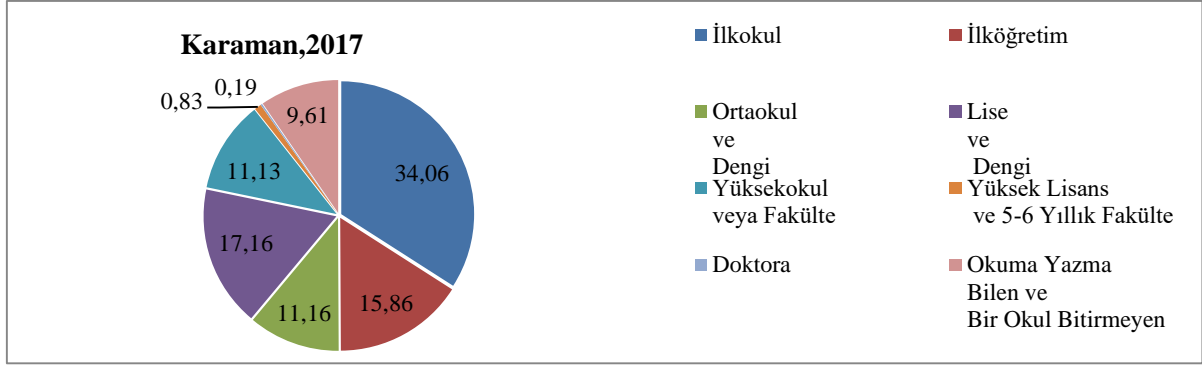
Karaman'da 2008 yılında 6 yaş ve üstü nüfusun % 89,81'i okuma yazma bilmektedir. Okuma yazma bilenlerin % 46,11'i erkek, % 43,70'si ise kadındır. 6 yaş üstü nüfusun % 6,65'i okuma yazma bilmemekte, bunların % 1,30'u erkek, % 5,35'i ise kadın idi. 6 yaş üstü nüfusun % 3,54'ü ise bilinmeyenlerden oluşmaktaydı. 2017 yılında ise, 6 yaş ve üstü nüfusta okuma yazma bilenlerin oranı % 96,74'e yükselirken, bunların % 48,98'i erkek, % 47,76'sı kadından oluşmaktadır. Okuma-yazma bilmeyenlerin oranı ise % 2,34'e gerilerken, bunların % 0,38'i erkek, % 1,96'sı ise kadından oluşmaktadır. Bilinmeyenlerin oranı ise % 0,93'e gerilediği görülmektedir.

6 yaş ve üstü nüfusta cinsiyete göre okuma-yazma bilenlerin 2008-2017 yılları arasındaki oransal dağılımına bakıldığında, Aksaray, Türkiye ortalamasının altında kalırken Karaman sürekli Türkiye ortalamasının üstünde olmuştur. Karaman'da okuma-yazma bilmeyenlerin oranı Aksaray'dan daha azdır. Karaman hem okuma-yazma oranı hem de kadın okur-yazar oranı bakımından Türkiye ve Aksaray'dan daha gelişmiş durumdadır.

Zorunlu eğitimin 12 yıl olması ile birlikte okuma-yazma oranları tüm Türkiye'de artmıştır.







**Grafik 9.** 6 Yaş ve Üstü Nüfusun Eğitim Düzeyine Göre Okur-Yazarlık Oranı (%) (TÜİK verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Okuma yazma bilenlerin eğitim durumlarına göre dağılımını gösteren Grafik 9'a bakıldığında, Aksaray ve Karaman genel itibariyle oransal olarak birbirine yakın düzeyde seyretmektedir. 2017'de Türkiye'de 6 yaş ve üstü nüfusta okuma yazma bilenlerin %29,77'si ilkokul mezunu, %12,55'i ilköğretim mezunu, %11,18'i ortaokul ve dengi mezunu, %20,16'sı lise ve dengi mezunu, %13,35'i yüksekokul ve fakülte mezunu, %1,29'u yüksek lisans ve 5-6 yıllık fakülte mezunu, %0,29'u doktora mezunundan ve %11,42'si ise okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyenlerden oluşmaktadır.

Aksaray'da 2017'de 6 yaş ve üstü okuma yazma bilen nüfusun, %34,39'u ilkokul, %15,73'ü ilköğretim, %11,43'ü ortaokul ve dengi, %16,54'ü lise ve dengi, %9,12'si yüksekokul ve fakülte, %0,79'u yüksek lisans ve 5-6 yıllık fakülte, %0,21'i ise doktora mezunu olurken, %11,77'si ise okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyenlerden oluşmaktadır.

Karaman'da ise 2017'de 6 yaş ve üstü okuma yazma bilen nüfusun %34,06'sı ilkokul, %15,86'sı ilköğretim, %11,16'sı ortaokul ve dengi, %17,16'sı lise ve dengi, %11,13'ü yüksekokul ve fakülte, %0,83'ü yüksek lisans ve 5-6 yıllık fakülte, %0,19'u ise doktora mezunu olurken, %9,61'i ise okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyenlerden oluşmaktadır.

Üniversitelerin tüm illerde açılması ve kamu ve özel sektör istihdamında üniversite mezunlarının daha fazla tercih edilmesinin etkisiyle üniversite mezunlarının sayısı sürekli olarak artış göstermiştir. Grafik 9'da görüldüğü gibi, 2008'de Aksaray'da okuma-yazma bilen nüfusun %4,19'u üniversite ve üstü mezunu iken, 2017'de %10,12'si üniversite ve üstü mezunudur. Karaman'da 2008'de okuma-yazma bilen nüfusun %4,88'i üniversite ve üstü mezunu iken, 2017'de %12,15'i üniversite ve üstü mezunu olmuştur. Oransal olarak bakıldığında, Karaman'da üniversite ve üstü mezunlarının oranı Aksaray'dan yaklaşık %2 daha fazladır.

Bütün bunlardan görüldüğü üzere okuma yazma oranları bakımından Karaman, Aksaray'a göre daha fazla gelişmiş bir şehir durumundadır.

### 3.5.2. Okullaşma Oranları

Örgün eğitim; okul öncesi eğitimi, ilköğretim (ilkokul, ortaokul), ortaöğretim(lise) ve yükseköğretimi kapsamaktadır. Ancak bu çalışmada okul öncesi eğitim ele alınmamıştır. Yükseköğretim ise ayrı bir başlık altında incelenecektir.

**Tablo 7. Okullaşma Oranları**

Yer	Öğretim Yılı	Net Okullaşma Oranı İlköğretim			Net Okullaşma Oranı İlkokul			Net Okullaşma Oranı Ortaokul			Net Okullaşma Oranı Ortaöğretim		
		Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın
TÜRKİYE	2008-2009	96,48	96,99	95,97							58,52	60,63	56,3
	2009-2010	98,16	98,47	97,84							64,95	67,55	62,21
	2010-2011	98,41	98,59	98,22							66,07	68,17	63,86
	2011-2012	98,67	98,77	98,56							67,37	68,53	66,14
	2012-2013				98,86	98,81	98,92	93,09	93,19	92,98	70,06	70,77	69,31
	2013-2014				99,57	99,53	99,61	94,52	94,57	94,47	76,65	77,22	76,05
	2014-2015				96,3	96,04	96,57	94,35	94,39	94,3	79,37	79,46	79,26
	2015-2016				94,87	94,54	95,22	94,39	94,36	94,43	79,79	79,36	80,24
	2016-2017				91,16	91,08	91,24	95,68	95,6	95,76	82,54	82,69	82,38
	2017-2018				91,54	91,42	91,68	94,47	94,26	94,69	83,58	83,77	83,39
AKSARAY	2008-2009	95,86	95,94	95,78							46,37	49,41	43,24
	2009-2010	98,5	98,7	98,29							52,44	54,8	50
	2010-2011	99	99,16	98,83							55,15	56,85	53,39
	2011-2012	99,31	99,53	99,09							56,63	57,33	55,89
	2012-2013				99,25	99,19	99,32	91,49	91,6	91,38	59,66	59,2	60,14
	2013-2014				99,65	99,62	99,68	93,03	92,92	93,15	68,8	67,89	69,74
	2014-2015				93,99	93,51	94,49	92,58	92,78	92,38	72,42	71,2	73,68
	2015-2016				92,37	92,17	92,58	92,67	92,55	92,8	75,05	73,85	76,29
	2016-2017				88,96	88,93	88,99	94,74	94,38	95,12	85	88,57	81,33
	2017-2018				89,96	89,88	90,04	94	93,46	94,59	84,23	87,92	80,46
KARAMAN	2008-2009	96,36	96,25	96,46							59,15	59,9	58,36
	2009-2010	97,69	97,81	97,56							64,97	65,33	64,6
	2010-2011	98,15	98,08	98,22							68,06	67,42	68,74
	2011-2012	98,52	98,46	98,58							69,84	68,44	71,32
	2012-2013				98,65	98,81	98,49	94,69	94,68	94,7	74,38	71,5	77,36
	2013-2014				99,51	99,44	99,58	95,67	95,44	95,91	84,19	81,77	86,65
	2014-2015				94,38	94,14	94,62	95,5	95,38	95,62	88,91	89,22	88,61
	2015-2016				93,6	93,05	94,17	95,6	95,4	95,81	87,82	85,27	90,36
	2016-2017				90,07	89,58	90,58	96,98	96,76	97,2	90,23	87,97	92,51
	2017-2018				89,74	89,54	89,96	95,75	95,64	95,86	92,41	90,3	94,58

Kaynak: MEB verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

İlköğretim mecburi olup, 5 yaş (66 ayını dolduran) ile 13 yaş arasındaki çocukları kapsamaktadır. Gelişim yönünden ilkokula hazır olduğu anlaşılan 60-66 ay arası çocuklardan, velisinin yazılı isteği bulunanlar da ilkokul birinci sınıfa kaydedilir. Bunun için doktor raporu ve veli izni gereklidir. İlköğretim, dört yıl zorunlu ilkokullar ile dört yıl zorunlu ortaokullardan oluşmaktadır. Yani ilköğretim 4+4 şeklinde toplamda 8 yıl olup zorunludur. Ortaöğretim ise, ilköğretimini bitirmiş olan kişiler için en az dört yıllık zorunlu örgün veya yaygın eğitim veren genel, mesleki ve teknik öğretimlerden oluşmaktadır (sgb.meb.gov.tr).

Türkiye’de 18.08.1997 tarihli ve 4306 sayılı Kanun ile 1997/98 öğretim yılından itibaren 8 yıllık kesintisiz, 30.03.2012 tarihli ve 6287 sayılı Kanun ile 2012/13 öğretim yılından itibaren de 12 yıllık kademeli (4+4+4) zorunlu eğitime geçilmiştir.2012/13 öğretim yılı ile birlikte 8 yıl olan ilköğretim, 4 yıl ilkokul ve 4 yıl da ortaokul olarak ayrılmıştır. Bu da ilköğretim (ilkokul ve ortaokul) veren okul sayısını arttırmıştır. Okul sayısının artması ile birlikte okul başına düşen öğrenci sayısı da azalmıştır(şgb.meb.gov.tr).

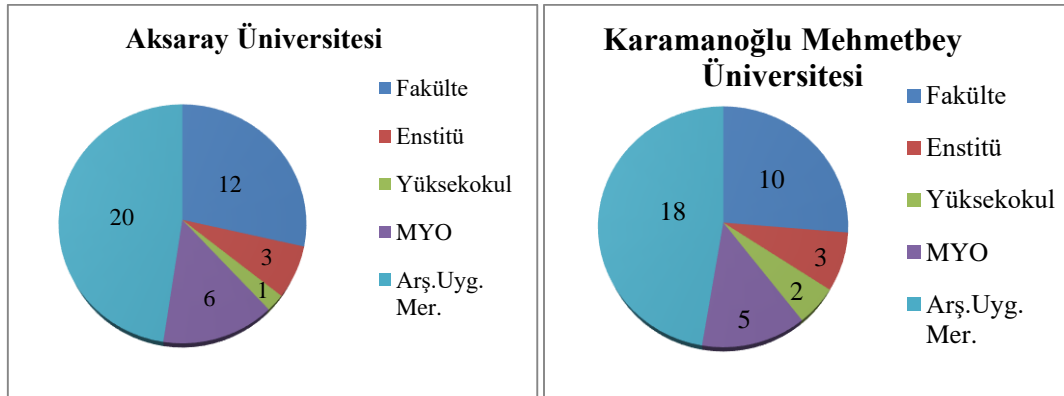
Tablo de’de görüldüğü gibi, Türkiye’de ilköğretimin zorunlu olmasının tabii sonucu olarak ülke genelinde ilköğretimde net okullaşma oranı 2008-2012 yılları arasında hem erkeklerde hem de kadınlarda % 97-98 düzeyinde olmuştur. Aksaray ve Karaman’da ise ilköğretimde okullaşma oranı hem erkeklerde hem de kadınlarda % 98-99 düzeyindedir.

İlköğretimin 2012/13 öğretim yılı itibariyle 4+4 şeklinde ikiye ayrılmasıyla birlikte mevcut ilköğretim okulları hızla ikiye ayrılmış, ihtiyaç olan yerlere yeni okullar inşa edilmeye başlanmıştır. İlkokulda net okullaşma oranı kadın erkek açısından birbirine yakın olup, Türkiye, Aksaray ve Karaman’da %99’lardan %91’lere kadar düşmüştür. Ortaokul düzeyinde net okullaşma oranlarında ise, üç yerde de %92’lerden %95’lere çıkmıştır.

Türkiye’de 2012/13 öğretim yılı itibariyle 4+4+4 yıl zorunlu eğitime sistemine geçilmesiyle birlikte ortaöğretim (lise) en az 4 yıl olup zorunlu kılınmıştır. Tablo 7’deki ortaöğretim eğitim verileri incelendiğinde net okullaşma oranı her üç yerde de sürekli olarak artış eğiliminde olmuştur. Net okullaşma oranı, Türkiye’de 2008/09’da %58,52 iken, 2017/18’de % 83,58’e, Aksaray’da 2008/09’da % 46,37 iken, 2017/18’de % 84,23’e, Karaman’da ise 2008/09’da % 59,15 iken, 2017/18’de % 92,41’e çıkmıştır. Net okullaşma oranında Aksaray, Türkiye ortalamasının çok az üstündeyken, Karaman yaklaşık olarak Türkiye ortalamasının % 9 üstünde yer almaktadır. Bu demek oluyor ki 2017/18 yılı itibariyle Karaman’da ortaöğretim çağında olan kişilerin % 92,41’i ortaöğretime devam ederken, Aksaray’da% 84,23’ü ortaöğretime devam etmektedir.

Ortaöğretimde cinsiyete göre net okullaşma oranına bakıldığında, Türkiye’de 2008/09’da erkek okullaşma oranı daha yüksek iken, 2017/18’de hemen hemen aynı seviyeye gelmiştir. Aksaray’da 2012-2016 arasında kadın okullaşma oranı daha yüksek iken, 2016-2018 arasında ise erkek okullaşma oranı yaklaşık %7 daha yüksek olmuştur. Karaman’da ise genel itibariyle kadın okullaşma oranı daha yüksektir.

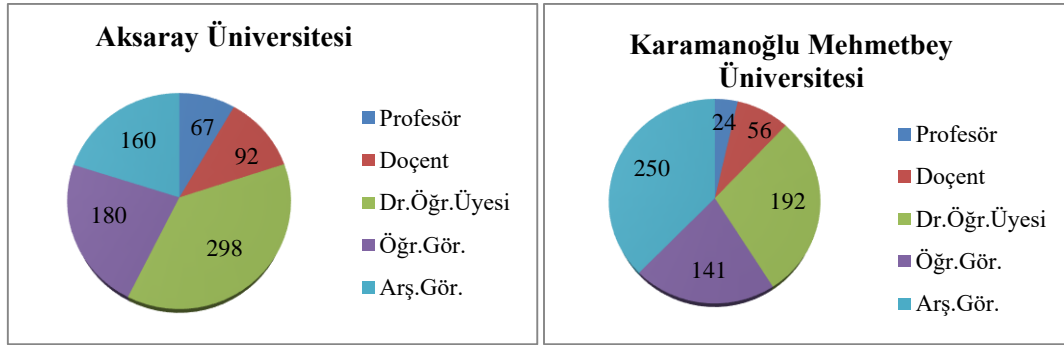
### 3.5.3.Yükseköğretim Göstergeleri



**Grafik 10.** Üniversite Birim Sayıları (Şubat 2019) (YÖK verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Grafik 10'daki veriler incelendiğinde Aksaray Üniversitesi, 2019 yılı başı itibariyle aktif olan 12 fakülte, 3 enstitü, 1 Yüksekokul, 6 meslek yüksekokulu ve 20 araştırma ve uygulama merkezinde, 798 öğretim elemanı ve 319 idari personel ile eğitim-öğretim faaliyetlerine devam etmekte ve 2018/19 yılı itibariyle 21.979 öğrenciye hizmet vermektedir.

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi ise 2019 yılı başı itibariyle aktif olan 8 fakülte, 3 enstitü, 3 Yüksekokul, 5 meslek yüksekokulu ve 18 araştırma ve uygulama merkezinde, 632 öğretim elemanı ve 239 idari personel ile eğitim-öğretim faaliyetlerine devam etmektedir. 2018/19 yılı itibariyle 14.755 öğrenciye hizmet vermektedir. Ayrıca üniversite bünyesinde 2 yeni fakülte kurulmuş ancak henüz eğitim-öğretim faaliyetine başlamamıştır. İki üniversite karşılaştırıldığında fiziki şartlar itibariyle Aksaray Üniversitesi daha fazla gelişmiştir.



**Grafik 11.** Akademik Personelin Unvanlara Göre Dağılımı (Mayıs 2019) (Kaynak: YÖK verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

Akademik personelin unvanlara göre dağılımını gösteren Grafik 11 incelendiğinde, Aksaray Üniversitesi Mayıs 2019 itibariyle 67 profesör, 92 doçent, 298 doktor öğretim üyesi, 180 öğretim görevlisi ve 160 araştırma görevlisi ile eğitim-öğretim faaliyetlerine devam etmektedir.

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi'ne bakıldığında, Mayıs 2019 itibariyle 24 profesör, 56 doçent, 192 doktor öğretim üyesi, 141 öğretim görevlisi ve 250 araştırma görevlisi ile eğitim-öğretim faaliyetlerine devam etmektedir.

### 3.6. Sağlık Göstergeleri

Doğumda beklenen yaşam süresi, bir insanın doğumdan ölüme kadar ortalama ne kadar yaşayabileceğini ifade eder. Tablo 8 incelendiğinde, Türkiye'de 2013'te 76,3 olan doğumda beklenen yaşam süresi 2017'de 78,0 yıl olarak hesaplanmıştır. Bu oran 2017'de erkeklerde 75,3 iken, kadınlarda 80,8'dir. Aksaray'da 2013'te doğumda beklenen yaşam süresi 76,7 iken, 2017'de 78,3'e gerilemiştir. Bu oran 2013'te erkeklerde 75,0 iken, 2017'de 75,7'ye yükselmiş, kadınlarda ise 78,4'ten 80,9'a yükselmiştir. Karaman'da 2013'te doğumda beklenen yaşam süresi 78,5 iken, 2017'de 78,7'ye yükselmiştir. Bu oran 2013'te erkeklerde 76,3 iken, 2017'de 76,4'e yükselmiş, kadınlarda ise 80,7'den 81,1'a yükselmiştir.

**Tablo 8. Doğumda Beklenen Yaşam Süreleri (Yıl)**

İller	2013			2014			2017		
	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın
Türkiye	76,3	73,7	79,4	78,0	75,3	80,7	78,0	75,3	80,8
Aksaray	76,7	75,0	78,4	78,2	75,5	80,8	78,3	75,7	80,9
Karaman	78,5	76,3	80,7	79,0	76,7	81,4	78,7	76,4	81,1

**Kaynak:** TÜİK verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Aksaray ve Karaman’da doğumda beklenen yaşam süreleri Türkiye ortalamasının üstünde yer alırken, Karaman, Aksaray ortalamasının da üstünde bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Sağlık koşullarının son yıllarda iyileşmesi ile birlikte doğumda beklenen yaşam süreleri de artış göstermiştir.

**Tablo 9.** Belli Başlı Sağlık İstatistikleri

Yıl	Yer	Hastane Sayısı	Yatak Sayısı	10.000 Kişiyeye Düşen Yatak Sayısı	Nitelikli Yatak Sayısı	Yoğun Bakım Yatak Sayısı	Hekim Sayısı	Bin Kişi Başına Düşen Hekim Sayısı	Diş Hekimi Sayısı	Eczacı Sayısı	Hemşire Sayısı	Ebe Sayısı	Diğer Sağlık Personeli Sayısı
2014	Aksaray	9	677	17,6	169	78	397,0	1	74	134	599	285	781
	Karaman	5	663	27,6	484	84	286,0	1	60	102	475	209	557
2015	Aksaray	9	647	16,7	161	86	411	1	74	152	627	253	765
	Karaman	5	527	21,8	433	77	313	1	56	103	509	197	541
2016	Aksaray	9	772	18,2	214	119	443	1	78	151	656	243	803
	Karaman	6	593	24,1	497	83	292	1	61	100	478	201	546
2017	Aksaray	9	772	17,9	214	119	428	1	71	152	688	264	868
	Karaman	6	593	24,0	506	87	327	1	58	99	514	187	566

**Kaynak:** TÜİK verileri kullanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

#### 4. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Aksaray ve Karaman illeri sosyal, kültürel ve ekonomik olarak karşılaştırıldığında, her iki ilin de üstün ve zayıf yanlarının olduğu görülmektedir. Öne çıkan bazı özellikler şu şekilde özetlenebilir:

Aksaray ve Karaman ekonomik göstergelere göre karşılaştırıldığında, Aksaray’ın GSYİH düzeyi, Karaman’ın GSYİH düzeyinden fazla olmasına rağmen, nüfusun Aksaray’da daha fazla olması nedeniyle kişi başına düşen GSYİH düzeyi Karaman’da daha yüksektir. Karaman’da kişi başına düşen GSYİH 2017’de 9.688 \$ (35.344 TL) iken, Aksaray’da 7.297 \$ (26.622 TL)’dir. Ancak her iki ilde Türkiye ortalamasının altındadır. Her iki ilin de GSYİH ve kişi başına düşen GSYİH düzeyini arttırmaları için katma değeri yüksek ürünlerin üretilmesi için gerekli yatırımları yapmaları gerekmektedir. Aksaray’da en fazla gelişen sektör olan makine ve aksanları, metal eşya ve otomotiv sanayinde daha fazla uzmanlaşmalı ve katma değeri yüksek ürünler üretirken, gıda ve hayvansal ürünler ile diğer sanayi sektörlerinin de artırılması için çalışma yapmalıdır. Karaman’da ise en çok gelişen sanayi olan gıda sanayisinde katma değeri yüksek olan ürünlerin üretilmesine yönelmesi gerekmektedir. Örneğin; katma değeri yüksek olan ilaç sanayisine yönelmesi ve bu alanda çalışmalar yapması şehir için oldukça önem arz etmektedir. Ayrıca gıda sanayisinin ihtiyacı olan makine ve aksamı sanayisinde de katma değeri yüksek ürünler üretmeli ve ihracı yapmalıdırlar.

İşgücü istatistiklerinde her iki ilde de cinsiyet eşitsizliği oldukça fazladır. Kadının iş hayatındaki yeri oldukça düşüktür. Kadının işgücüne katılım oranı ve kadın istihdamı düşük olmakla birlikte, her geçen gün artmaktadır. Kadınların işgücüne katılma oranlarının ve istihdamının düşük olmasında; eğitim seviyesinin düşük olması, geleneksel ataerkil aile yapıları, dini sebepler, kayıt dışı kadın istihdamı, olumsuz iş koşulları, uzun çalışma saatleri, düşük ücretler, çocuğun ihtiyaçlarının giderilmesinde annenin daha fazla etkin rol alması gerektiği inancı gibi nedenler etkili olmaktadır. İki il

kıyaslandığında, 2018’de Aksaray’da kadın nüfusun işgücüne katılım oranı daha yüksektir. İşsizlik ise Karaman’da daha düşüktür. Kalkınmanın hızlanması için kadının istihdamının ve kadının işgücüne katılımının artırılması gerekmektedir.

Dış ticaret verilerine bakıldığında 2018 yılında Karaman yaklaşık 303 Milyon \$ ihracat ile 195 Milyon \$ dış ticaret fazlası verirken, Aksaray yaklaşık 114 Milyon \$ ihracat yapmış ve 37 Milyon \$ dış ticaret fazlası vermiştir. Karaman dış ticaret fazlasında Aksaray’ın yaklaşık 5 katı büyüklüğe sahiptir.

Ticaret verilerinden de anlaşıldığı gibi sanayi faaliyetleri de Karaman’da daha fazla gelişmiştir. Özellikle gıda sanayisindeki bisküvi, gofret, çikolata, kek ve bulgur üretiminde Türkiye üretiminin üçte birine sahiptir. Bu ürünleri marketler zincirleri aracılığı ile tüm Türkiye’ye pazarlamaları ve Orta Doğu ülkeleri başta olmak üzere 150’ye yakın ülkeye ihracat yapması sanayinin gelişmesini ve dış ticaret verilerinin iyi olmasını sağlamaktadır. Sanayinin gelişmesine bağlı olarak Karaman’da işsizlik % 5-6 civarında iken, Aksaray’da sanayinin Karaman sanayisi kadar gelişmemesi ve nüfusun fazla olmasının etkisiyle de % 11 düzeyindedir. Aksaray’da ihracatın artması için yukarıda da değinildiği gibi katma değeri yüksek ürünlerin üretimi artırılıp yurtdışına pazarlanması teşvik ettirilmelidir.

Tarımsal faaliyetlerde Karaman bulunduğu coğrafyanın ve gelişen gıda sanayisinin hammadde ihtiyacının da etkisiyle daha çok gelişmiş durumdadır. 2018 yılı itibariyle Karaman’ın tarımsal üretim değeri 3 Milyar TL’nin üstünde iken, Aksaray’ın tarımsal üretim değeri 1,6 Milyar TL düzeyindedir. Aksaray ise hayvancılık bakımından Karaman’a göre daha çok gelişmiştir. Aksaray hayvancılığı daha fazla geliştirmeli ve katma değeri yüksek hayvansal ürünleri üretip hem iç pazara hem de yurt dışına pazarlamasını yapmalıdır.

Demografik göstergeler ışığında yapılan karşılaştırmada 2018 yılı verilerine göre, Aksaray nüfus bakımından Karaman’dan 1,5 kat daha büyük olduğu görülmektedir. Aksaray nüfusunun yaklaşık % 69’u şehir merkezlerinde yaşarken, Karaman’da nüfusun yaklaşık % 74’ü şehir merkezlerinde yaşamaktadır. Aksaray’da 0-14 yaş grubundaki bağımlı nüfus yaklaşık % 25, 64 yaş üstü bağımlı nüfus yaklaşık % 9 iken, Karaman’da 0-14 yaş bağımlı nüfus % 22, 64 yaş üstü bağımlı nüfus ise % 10,5 olmuştur. Yani Aksaray’da genç bağımlı nüfus Karaman’dan fazla, yaşlı bağımlı nüfus ise Karaman’dan azdır. Aksaray, Türkiye nüfusunun %0,50’sini oluştururken, Karaman ise % 0,31’ini oluşturmaktadır. Aksaray’da nüfusun fazla olması nedeni ile nüfus yoğunluğu da yaklaşık Karaman’ın iki katıdır. Aksaray’da nüfus artış hızı Karaman’a göre daha fazladır. Aksaray’da doğum hızı Karaman’a göre daha yüksek iken, ölüm hızı ise Karaman’da daha yüksektir. Aksaray son iki yılda aldığı göç verdiği göçten fazla iken, Karaman’da verilen göç daha fazladır.

Nüfusun fazla olmasının avantajları olduğu gibi dezavantajları da bulunmaktadır. Eğer ki nüfusun büyük çoğunluğu nitelikli, bilgi ve becerileri yüksek durumda olursa nüfusun fazla olması avantajlı olabilir. Aksi takdirde nüfusun çok olması ilin gelişmesine olumsuz yansımaktadır. Bütün göstergeler göz önünde bulundurulduğunda Aksaray, nüfusun fazla olması nedeni ile dezavantajlı konumda yer almaktadır. Artan nüfusu beslemek için üretimin artırılması, artan işgücüne iş imkanı sağlanması, yeni iş sahalarının oluşturulması ve çalışma çağındaki nüfusun atıl kalmaması gerekmektedir. Aksi takdirde bağımlı nüfus oranı yükselir ve refah seviyesi düşer.

Aksaray ve Karaman eğitim durumuna göre karşılaştırıldığında genel itibariyle eğitim göstergeleri birbirine yakındır. Aksaray’da okuma yazma oranı yaklaşık % 94, Karaman’da ise % 96 düzeyindedir. Cinsiyete göre bakıldığında ise Karaman’da kadın okur-yazar oranı Aksaray’a göre daha yüksektir. Her iki ilde de ilkokul düzeyinde net okullaşma oranı 2018 yılı itibariyle % 90’a yakındır. Ortaokul düzeyinde her iki il hemen hemen aynı değerlere sahiptir. Net okullaşma oranı % 94’tür. Ortaöğretimde ise net okullaşma oranı Aksaray’da % 84, Karaman’da % 92 civarındadır. Cinsiyete

göre net okullaşma oranlarına bakıldığında, Karaman kadın net okullaşma oranı Aksaray'a göre yüksektir. Yükseköğretim verilerine bakıldığında iki ilde bulunan üniversitelerden Aksaray Üniversitesi fiziksel şartlar itibarıyla Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi'ne göre daha fazla gelişmiştir. Aksaray Üniversitesi yaklaşık 22.000 öğrenciye hizmet verirken, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi yaklaşık 15.000 öğrenciye hizmet vermektedir. Kısaca özetlemek gerekirse eğitim göstergeleri genel itibarıyla birbirine yakın durumdadır. Cinsiyet bakımından eğitim durumu ise Karaman'da daha fazla gelişmiştir. Eğitim durumu fiziksel şartlar itibarıyla iki ilde de iyi durumdadır. Her iki il de fiziki şartlar olarak iyi olan eğitimin kalitesinin artması için çalışmalar yapılmalı ve eğitimi bireylere iş dünyası ile tanıştırmaları gerekmektedir.

Her iki ilin sağlık göstergelerine bakıldığında, doğumda beklenen yaşam süreleri 2017 yılı itibarıyla Aksaray'da 78,3, Karaman'da ise 78,7'dir. Karaman'da on bin kişi başına düşey yatak sayısı 24 iken, Aksaray'da 18'dir. Her iki ilde de bin kişi başına düşen hekim sayısı 1'dir. Karaman fiziki sağlık şartları Aksaray'dan daha iyi olmasına rağmen, her iki ilde de sağlık olanakları yetersiz durumdadır. Sağlık olanakları daha fazla iyileştirilmeli ve illerin kendi ihtiyacını karşılayacak düzeye getirilmesi için çalışmalar yapılmalıdır. İllerde bulunan üniversiteler bünyesinde tıp fakültelerinin açılması sağlık alanında verimlilikleri artırılabilir.

Sonuç olarak yakın zamanda il olan Karaman ve Aksaray illeri refah seviyesi yüksek şehirler olabilmeleri için topyekün kalkınma hamleleri gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda Aksaray sürekli artan nüfusun il için dezavantajlı konuma gelmemesi için makine ve teçhizatları, metal, otomotiv, hayvansal ürünler ve gıda sanayisinde faaliyetlerini daha fazla arttırmalı, katma değeri yüksek mallar üretmeye çalışmalı ve artan işgücüne iş imkanları sunmalıdır. Sahip olduğu üretim faktörlerini etkin ve verimli kullanmak için politikalar geliştirmelidir. Sanayi faaliyetlerini arttırabilmek için diğer şehirlerden ve yurt dışından yabancı sermayeyi şehre getirmek için çalışmalar yapılmalıdır. Yatırımcıların bir yerli üretim için tercih etmesindeki en önemli faktörlerin başında olan üretim maliyetleri ve pazarlama koşulları iyileştirmelidir. Aksaray'ın üretim yeri olarak tercih edilirliğini azaltan lojistik maliyetlerinin azaltılması için gerekli çalışmalar yapılmalıdır. Tren yolunun bir an önce şehre ulaştırılması için siyasilere ve yöneticilerin girişimde bulunmaları gerekmektedir. Ayrıca tarımsal üretimi arttırmak için politikalar geliştirilmeli, küçük tarım alanları birleştirilmeli, nadasa bırakılan tarım alanları ekilmelidir. Ayrıca turizm faaliyetlerine önem verilmeli, şehrin turizm potansiyeli olan yerleri yurtiçinde ve yurtdışında tanıtılmalı, gelen turistlerin konaklamaları için temiz, nezih, güvenilir tesisler arttırılmalıdır. Eğitimde niteliğin arttırılması üzerine çalışmalar yapılmalı, üniversite-sanayi işbirliği arttırılmalıdır. Niteliği ve verimi arttıracak yatırım ve AR-GE harcamalarına daha fazla kaynak ayrılmalıdır. Sağlık olanaklarında ise fiziki şartlar iyileştirilmeli, nitelikli yatak sayısı ve hekim sayısı arttırılmalıdır. Ayrıca şehrin sosyal ve kültürel olarak gelişmesi için gerekli alt yapı ve üst yapı çalışmaları yapılmalıdır.

Karaman'da ise gıda ve yenilenebilir enerji potansiyellerinin etkin bir şekilde kullanılarak gıda ve enerji sektöründe ilerlemesinin yanında diğer sanayi faaliyetlerinin de arttırılması için çalışmalar yapılmalıdır. Hayvancılığa yönelik yatırım teşvikleri verilerek hayvan varlığı arttırılmalıdır. Bugüne kadar gerekli önemi görmeyen turizm faaliyetlerine gerekli yatırımlar ve tanıtım çalışmaları yapılarak turizm gelirleri arttırılmalıdır. Gelen turistlerin konaklamaları için temiz, nezih ve güvenilir konaklama tesislerinin sayısı arttırılmalıdır. Nüfusun çok kalabalık olmamasını fırsat olarak değerlendirip refah seviyesinin daha fazla arttırmak için gerekli kalkınma stratejilerini gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Sahip olunan üretim faktörlerini daha etkin kullanmalıdır.

Dünyada en gelişmiş ülkelere bakıldığı zaman genellikle İsveç, Norveç gibi nüfus bakımından küçük ülkeler başta gelmektedir. Küçük olmayı avantaja çevirerek refah seviyelerini yükseltmişlerdir.

Çünkü büyük şehirlerin idare edilmesi zordur. Aksaray ve Karaman'da yakın zamanda il olmaları ve çok büyük şehir olmamalarını avantaja çevirmelidirler.

### KAYNAKÇA

Aksaray Belediyesi, (2012). *Darü'z Zafer Şehr-i Süleha Aksaray*. Aksaray Belediyesi Kültür Turizm Yayınları, İstanbul: Ada Ofset Matbaacılık.

Aksaray Ticaret ve Sanayi Odası, (2016). *2016 Yılı Faaliyet Raporu*.

Aksaray Valiliği Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2014). *On Bin Yıllık Kültür ve Tarih Şehri Aksaray Kültür ve Turizm Rehberi*. Ankara: Gökçe Ofset Matbaacılık.

Karaman Belediyesi, (2017). *İlçe, Belde ve Köyleri ile Karaman Tarihi*. Karaman Belediyesi Kültür Yayınları.

Karaman Belediyesi, (2015). *Karaman Gezi Rehberi*, Karaman Belediyesi Kültür Yayınları.

Karaman Valiliği, (1997). Karaman 1997, T.C. Karaman Valiliği Yayını, TBMM Basımevi.

Karaman Valiliği İl Kültür Müdürlüğü, (2000). *Karaman Tarih Kültür Sanat*. Konya: Arı Ofset Matbaacılık.

Özakman, Ş.E. (1990). *Karaman İline Ait Özet Bilgiler ve Önemli Konular*. Karaman: T.C. Karaman Valiliği.

Topal, N. (2009). *Anadolu Selçukluları Devrinde Aksaray*. Ankara: Enstitü Matbaacılık.

Uca, A. ve Ülker, A. (2016). *Geçmişten Günümüze Karaman'da Meslekler*. Konya: Palet Yayınları.

[http://aday.kmu.edu.tr/files/kmu\\_brosur.pdf](http://aday.kmu.edu.tr/files/kmu_brosur.pdf)(27.02.2019)

<http://www.aksaray.edu.tr> (11.09.2018)

<http://aksaray.bel.tr/121-menu-cografi-ozellikleri> (08.06.2018)

<https://www.nufusu.com/il/karaman-nufusu> (02.09.2019)

<https://www.nufusu.com/il/aksaray-nufusu>(02.09.2019)

<https://aksaray.meb.gov.tr> (11.09.2018)

<https://karaman.meb.gov.tr> (17.01.2018)

<http://www.karamanosb.org.tr> (23.01.2018)

<https://sgb.meb.gov.tr/www/resmi-istatistikler/icerik/64> (26.02.2019)

<http://www.tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari.html> (12.04.2019)

<https://istatistik.yok.gov.tr/> (28.02.2019)

<https://www.saglik.gov.tr/TR,11588/istatistik-yilliklari.html> (05.03.2019)

[www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr)





## Kuruluş Aşamasında Girişimcilerin Sermaye Kullanım Düzeyleri: Gaziantep İli Örneği\*

İbrahim YILDIRIM\*\*

Demet KARAYILAN\*\*\*

### Öz

Bu çalışmanın temel amacı, girişimcilerin kuruluş aşamasında kullandığı sermaye türlerindeki önceliklerin Gaziantep İli kapsamında tespit edilmesidir. Bu noktada Gaziantep İlinde faaliyet gösteren girişimciler arasında çeşitli açılardan farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıkları tespit edebilmek için çalışmada çeşitli değişkenlere yer verilmiş ve çalışma konusu bu değişkenler ışığında incelenmiştir.

Girişimcilerin sahip olduğu sosyo/demografik özellikler ile girişimci türlerinin doğasındaki yapısal farklılıklar, kullanılan sermaye türlerinde ve önceliklerinde belirleyici olabilmektedir. Makalede girişimciliğin sektörel tanımları yapılmış, ardından sermaye türlerine ve literatür özetlerine yer verilmiştir.

Araştırma örneklemini, 2015 ve sonraki yıllarda Gaziantep Sanayi Odasına ve Gaziantep Ticaret Odasına kayıt yaptıran 459 girişimci oluşturmaktadır. Sektörlere göre tesadüfi tabakalı örnekleme yöntemiyle seçilen dört tür girişimciye anket uygulanmış ve elde edilen verilere Kruskal-Wallis Testi ve Mann-Whitney Testi uygulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik, Girişimci Sermayesi.

**Makale Türü:** Araştırma Makalesi

## Capital Utilization Levels of Entrepreneurs in the Establishment Phase: The Case of Gaziantep

### Abstract

The main purpose of this study is to determine the priorities in the types of capital used by entrepreneurs in the establishment phase of Gaziantep. At this point, there are differences in terms of the entrepreneurs operating in Gaziantep. In order to detect these differences, various variables were included in the study and the subject of the study was examined in the light of these variables.

The socio/demographic characteristics of entrepreneurs and the structural differences in the nature of entrepreneur types can be decisive in the types and priorities of the capital used. In this article, sectoral definitions of entrepreneurship are made and then capital types and literature summaries are given.

The sample of the study consists of 459 entrepreneurs who registered to Gaziantep Chamber of Industry and Gaziantep Chamber of Commerce in 2015 and beyond. Questionnaires were applied to four types of entrepreneurs selected by random stratified sampling method and Kruskal-Wallis Test and Mann-Whitney Test were applied to the obtained data.

**Keywords:** Entrepreneurship, Entrepreneur Capital.

**Article Type:** Research Article

\* Bu çalışma Prof. Dr. İbrahim YILDIRIM danışmanlığında Demet KARAYILAN tarafından hazırlanan Doktora Tezi verilerine dayalı olarak üretilmiştir.

\*\* Prof. Dr., Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, [ibrahim.yildirim@hku.edu.tr](mailto:ibrahim.yildirim@hku.edu.tr), Orcid ID: 0000-0003-1557-8406

\*\*\* Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, [demetkarayilan2004@hotmail.com](mailto:demetkarayilan2004@hotmail.com), Orcid ID: 0000-0001-7935-3594

## 1. GİRİŞ

Girişimciliğin bilgi toplumu sürecine geçişi her geçen gün önemini artırmaktadır. Girişimcilik gelişmemiş ülkelerin ekonomileri için yapılanmanın, gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri için kalkınmanın, gelişen ülkelerin ekonomiler için ise kalkınmanın kaynağı olarak değerlendirilmektedir.

Girişimcilik; bireyde düşünsel algılama ve sezgi yoluyla başlamakta, güven, imaj ve rol modeller ile sosyal bir boyut kazanmakta, kazanılan bu boyut girişimcinin özellikleri ile birleşerek daha bilinçli ve başarı odaklı davranışlara dönüşmektedir (Top, 2006: 7). Girişimcilerin faaliyetlerinde başarıyı yakalayabilmeleri için; geleceğe odaklanmaları, öngörülerini geliştirmeleri, faaliyetlerini tasarlamaları gerekmektedir.

Girişimcilik, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de sosyo-ekonomik gelişmenin dinamik ve sürükleyici unsurlarının başında gelmektedir. Girişimciler ülke ekonomisine hem yatırım, üretim, istihdam, ihracat katkısında bulunmakta, hem de sektörel ve bölgesel kalkınmada önemli rol oynamaktadır. Günümüzde sermaye unsurları sadece finansal sermayeden oluşmamaktadır. Kişilerin ve örgütlerin bilgi, birikim düzeyleri ile çevreleriyle iletişim becerileri de sermaye türleri çerçevesinde değerlendirilmekte ve işletmeler için önem taşımaktadır. Girişimcilerin sahip olduğu sermaye türleri hakkında bilgi sahibi olmaları ve bu bilgileri çalışmak istedikleri faaliyet alanları ile ilişkilendirmeleri hem yeni girişimcilerin ortaya çıkmasına imkân verecek hem de girişimcilerin mevcut durum analizlerini daha sağlıklı yapmalarına destek sağlayacaktır.

Girişimci, işletmesinin yapısına uygun olan sermaye yapısını belirlerken çok çeşitli faktörleri göz önüne almak durumundadır. İşletmenin içerisinde bulunduğu faaliyet alanının diğer faaliyet alanlarına göre farklı özelliklere sahip olması, farklı faaliyet alanlarındaki işletmelerin sermaye yapılarını ve sermaye yapısı kararlarını farklılaştırmaktadır. Bu faktörler dışında girişimcilerin sahip olduğu sosyo-demografik özellikler de girişimcilerin kullandığı sermaye türlerinde de farklılıklar göstermektedir. Girişimciler bütün bu farklılıkları göz önünde bulundurarak kuracağı işletmesinin yapısına en uygun sermaye türlerini belirlemelidir.

## 2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

### 2.1. Girişimcilik

İnsanların yaşamında en önemli rolü oynayan tarım sektörü, halkın temel gıda maddelerinin üretimini garanti ederek, nüfusun bir kısmına istihdam olanağı sağlayarak, ulusal geliri ve ihracatı destekleyerek, sanayi sektörüne ara malı sağlayarak ve piyasada talep yaratarak önemli katkılar sağlamaktadır. Tarım sektörünün ekonomiye tarımsal ürün katkısı, üretim faktörü katkısı, piyasa katkısı ve döviz katkısı bulunmaktadır (Alyu, 2009: 17). Narayan ve Pritchett (1997)’e göre tarım ile uğraşan bireylerin yüksek düzeyde sosyal sermaye kullandıkları görülmektedir.

Çeşitli hammadde ve malzemeleri işleyerek üretim sürecinde, ürün çıktısı alan sanayi girişimcisi, diğer sektör girişimcileriyle olan katma değer katkısı ve istihdam açısından ekonomik değeri büyüktür. Yücel (2006) çalışmasında, imalat sanayi firmalarının genellikle iç fon kaynakları ile finansman edildiği, iç fon kaynağı yetersizliği yaşanması halinde kısa vadeli borçlanmayı tercih ettikleri görülmüştür. Büyük firmaların ise daha çok sermaye piyasasından yararlandıkları tespit edilmiştir.

Fiziki ve ekonomik anlamda üretici, her zaman son tüketiciye kendisinin ulaşması mümkün olmamaktadır. Günümüzde kara ve demir yolları, limanlar ve hava alanları ticarete hizmet eden ağlar haline gelmiştir. Çünkü tarım ve sanayinin meydana getirdiği ürünler, ticaret girişimcileri aracılığıyla insanların yararına sunulabilmektedir. Ticarete her geçen gün artan rekabet koşullarında risk almak,

yenilikçi üretimleri tercih etmek ve piyasalarda oluşan fırsatları yakalamak önemini artırmaktadır.

Hizmet girişimcisi; en yalın haliyle tarım, ticaret ve sanayi dışındaki tüm faaliyetlerle uğraşan bireylerdir. Hizmet sektörü, emeğin yoğun yer tuttuğu bir sektördür. Bu nedenle hizmeti sunan girişimciden girişimciye, hizmeti alan müşterinin tatminine göre hizmet girişimcisinin başarısı değişmektedir. Tarihsel olarak hizmet sektörünün gelişimi, zaman içinde tarım ve sanayi sektörlerinin gelişiminin dolaylı bir sonucu olarak görülmüştür. Can ve Karataş (2007) çalışmasında, Muğla'daki kadın girişimlerin çoğunlukla hizmet ve ticaret sektöründe faaliyet gösterdikleri, yaklaşık 1/3'ünün kuruluş sermayesi olarak mikro sermaye kullandıkları, güvensizlik, prosedür zorluğu ve bilgi eksikliğinden kaynaklı banka kedisine başvurmadıkları, kendi imkanlarıyla ve tanıdıklarından borç alarak girişimcilikte buldukları tespit edilmiştir.

## 2.2. Girişimci Sermayesi ve Literatür Özeti

Girişim faaliyetlerinin esas konusu iş fikrinin ortaya çıkmasıdır. Oluşan bu iş fikrinin hayat bulabilmesi için ihtiyaç duyulan sermaye türlerinin temin edilmesi gerekmektedir. Verheul ve Thurik (2001) başlangıç sermayesi açısından kadın ve erkek girişimcilerin sermaye türlerine göre farklılık göstermediğini bulmuştur. Arslan (2002) çalışmasında, öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini ve mesleki tercihlerini incelemiştir. İnceleme sonucunda; ailedeki çocuk sayısının az olması ile girişimcilik arasında pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Babanın girişimci olması veya ücretli çalışması ile girişimcilik eğilimi arasında bir ilişki olmadığı saptanmıştır. Ayrıca erkek öğrencilerin kadın öğrencilere göre girişimcilik eğilimleri yüksek bulunmuştur.

Finansal sermaye, paraya dönüşme özelliğine sahip tüm varlıklardır. İhtiyaç duyulan finansal kaynakların uygun şartlarda sağlanması ve etkin bir şekilde kullanılması finansal sermaye ile ilgili faaliyetlerdir. Yeni kurulan girişimlerin finansman gereksinimlerini Karabayır ve diğerleri (2012:70) biçimsel ve biçimsel olmayan şekilde iki şekilde sağlandığını ifade etmektedirler. Sabuncuoğlu ve Tokol (2011: 227) finans kaynaklarını öz kaynaklar ve yabancı kaynaklar olarak ele almışlardır. Usta (2011: 44) ise bu ayrıma kısa, orta ve uzun süreli finansman şeklinde ele almıştır. Er, Şahin ve Mutlu (2015: 31) ise girişimciliğin finansmanında geleneksel ve alternatif yöntemler olarak ele almışlardır. Emsen, İrmış ve Deliktaş (2003) yaptığı çalışmada, Erzurum'daki girişimcilerin %83,8'i işletmelerini kurarken kendi kaynaklarıyla hareket ettikleri; Erzurum ve Denizli'deki girişimcilerin iş kurmada etkilendikleri faktörün "iş yaparak öğrenme" olduğu, girişimcilerin teşvik kredisi almama sebebinin "yoğun bürokrasi" içerdiği, işletmelerini büyütmelelerinin önündeki en büyük engelin "finansal yetersizlik" olduğu tespit edilmiştir. Oktay ve Güney (2002) ile Yücel'in (2001) yaptığı çalışmalarda işletmelerin finansman kaynağı olarak en fazla kendi öz kaynaklarından yararlandıklarını tespit etmişlerdir. Çetin ve Bıtırak (2009) çalışmasında, firmaların yatırımları finansman kaynakları olarak ilk sırada banka kredilerini tercih ettikleri, leasing ve faktoring kullanım oranlarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Chaganti, DeCarolis ve Deeds (1995) kadın girişimcileri erkek girişimcilerle karşılaştırdıklarında dış kaynaklardan sağlanan öz sermayeye karşılık iç kaynaklardan (kişisel tasarruf gibi) karşılanan öz sermayeyi tercih ettikleri bulunmuştur. Ayrıca, kadın firma sahiplerinin erkeklere kıyasla öz sermaye bulmalarının anlamlı şekilde daha düşük olduğu yönünde bulgular ortaya çıkmıştır (Orsey, Riding ve Manley, 2006).

Büyükşalvarcı ve Kılınç (2006) çalışmasında, işletmelerin fon temininde ilk tercihleri iç fon, ikinci tercihleri ise borçlanma olduğu görülmektedir. Mercan (2006) çalışmasında, firmaların daha çok kısa vadeli finansman tekniklerinden yararlandıkları ve firmaların finansal kiralama tercih etme oranlarının çok düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Cura (2006) çalışmasında, küçük ve orta ölçekli işletmelerin finansal kaynaklara ulaşmakta büyük sıkıntılar çektikleri ve leasing, faktoring gibi finansal

kaynaklardan haberdar olmadıkları görülmüştür. Finansal sermaye olarak öncelikle ticari ve banka kredileri kullandıkları, alacak karşılığında çek kullanmayı tercih ettikleri ve senet kullanımının az oranda gerçekleştiği tespit edilmiştir. Dağdır (2007) çalışmasında, KOBİ'lerin kendilerine sunulan finansal kaynaklardan yeterince yararlanamadıklarını tespit etmiştir. Okura (2009) çalışmasında, büyük ölçekli işletmelerin işletme sermayesinin %40'ını banka kredileri ile finanse ettikleri, küçük ölçekli işletmelerin ise %16'sının banka kredisi ile finanse ettikleri tespit edilmiştir.

Girişimciler için bir diğer önemli finansman türü sosyal sermayedir. Brüderl ve Preisendörfer (1998), sosyal sermayenin yeni kurulan girişimlerin hayatta kalma ve büyüme olasılıklarını arttırdığını tespit etmiştir. Karadal ve Akyazı (2014), çalışmasında, sosyal sermayesinin girişimciliğin ilk aşamalarında etkin rol oynadığı ve özellikle güçlü bağlarından faydalandığı ortaya çıkmıştır. Sosyal sermayenin kaynakları, toplumun en küçük yapısı olan aileden en geniş yapısı olan millete kadar uzanan gruplara (sivil toplum örgütleri, firmalar, kamu sektörü, etnik ve diğer sosyal gruplara) dayanmaktadır (Şavkar, 2011: 40). Yoo (2003), girişimcilerin sosyal ağları ile işletmenin kuruluş aşamasından büyüme aşamasına kadar geçen süreçte gruplara göre farklılık gösteren zayıf ve güçlü ağlara sahip oldukları tespit edilmiştir. Carter vd. (2003)'in yaptığı çalışmada, deneyimin ve sosyal ağların kişisel kaynaklara ya da kredi kullanımlarına dair önemli bir etkisi bulunmamıştır. Sosyal sermaye girişimcilerin işlerini kolaylaştıran ve maliyet düşürücü etkiye sahip olduğu ve diğer sermaye türlerinin etkinliğini ve işlevselliğini arttırdığı görülmüştür. Xu (2011) çalışmasında, girişimcinin başlangıç aşamasında sahip olduğu sosyal sermaye çeşitliliğinin, onun bilişsel yenilik modelini etkilediğini tespit etmiştir. Filorin, Lubatkin ve Schulze (2003), sosyal sermayenin bir girişimin kaynak tabanının verimliliğini arttırdığını ve girişime kalıcı bir rekabet avantajı sağladığını göstermiştir. Zhang, Ma ve Wang (2012), KOBİ'lerin sosyal sermayeleri ve ağ kurma yetenekleri sayesinde daha pozitif yaklaşım sergiledikleri ve küresel pazarlara açılma noktasında daha etkili oldukları görülmüştür. Birley (1985), girişimci adaylarının büyük çoğunluğunun işletme kurma aşamasında sosyal ağ olarak informal bağlantılarından faydalandıkları ortaya çıkmıştır.

Norris'in (2002) karma ülkelerin sosyal sermaye düzeyini ölçtüğü çalışmasında, Türkiye'deki güven seviyesinde azalma tespit etmiştir. Erdoğan (2005) tarafından gençlerin sosyal sermaye düzeylerinin araştırıldığı çalışmada, Türk gençliğinin sosyal ve özellikle de siyasal katılımlarının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bunun nedeninin ise gençlerin "güven" düzeyinin düşük bir değer göstermesi olarak belirtmiştir. Şan (2007) araştırmasında, Türkiye'nin sahip olduğu geniş sosyal sermaye değeri toplumsal dayanışmaya dönüşemediği için Türkiye'de sosyal sermaye kullanma becerisinin gelişmediğini belirtmiştir. Fırdmuc ve Gerxhani (2008) tarafından yapılan araştırmada sosyal ağlara ve gönüllü organizasyonlara aktif katılım yönünden Türkiye'nin son sıralarda olduğu görülmektedir. Devemoğlu (2008) çalışmasında, Türkiye'deki sosyal sermaye stoğunun düşük olduğu gözlemlenmiştir.

Girişimcilerin kullandığı beşeri sermaye, girişimci bireyin bilgi birikimi ile tecrübelerini işaret etmektedir. Bu bilgilerin ışığında beşeri sermayenin esas itibarıyla; eğitim, mesleki deneyim ve tecrübeden oluştuğunu söylemek mümkündür (Cansız ve Ulusoy, 2017: 130). Okafor (2012), iş deneyimi ve eğitim gibi beşeri sermaye değişkenlerinin, hem aile geçmişi hem de firma sahibi olmakla ilgili firma tipleri üzerinde daha yüksek bir etki faktörüne sahip olduğunu bulmuştur. Finansal sermaye ödünç alma istekliliği ölçütünün hizmet firmalarına göre imalat firmalarını daha yüksek düzeyde etkilediği görülmüştür. Analize göre Nijerya'daki küçük firmaların performansının beşeri, finansal ve sosyal sermaye faktörlerinin tamamı tarafından etkilendiği ortaya çıkmıştır. Tepecik (2000)'in çalışmasında beşeri sermaye unsurlarından eğitim ve işbaşında eğitimin bireylerin gelirlerinde etkiye

sahip olduğu belirlenmiştir. Iyer, Kitson ve Toh'un (2005), öğrenim düzeyi artan bireylerin daha fazla insanla tanışması, ilişki içerisinde olması vb. nedenlerle sosyal çevresinin genişlemesi ve bunun doğal sonucu olarak da sosyal sermaye algılarının artacağını belirtmiştir.

Beşeri sermaye kişinin bilişsel yeteneklerini artıracığından, daha üretken ve etkin bir potansiyele sahip olurlar. Girişimcilerin teknik bilgi, eğitim, deneyim, rekabet etme, çatışma yönetme, yaratıcılık, analitik düşünme, takım çalışması, inisiyatif kullanabilme gibi özellikleri içeren beşeri sermaye kaynakları mümkündür. Coleman (2007) beşeri sermaye ve finansal sermaye ile kadın ve erkek küçük firma sahibi olan hizmet ve perakende sektöründeki firmalar arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Finansal sermayenin, erkeklerin sahibi olduğu firmalar üzerindeki etkisinin daha büyük olduğu bulunmuştur. Ayrıca finansal sermaye güvencesinin erkek sahibi olan firmaların büyüme oranlarında pozitif etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Fakat kadın sahibi olan firmalarda büyüme oranları üzerinde herhangi bir etki gözlenmemiştir. Peker (2011)'e göre Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki kadın olgusuna bakışın kadının beşeri sermayeyi kullanmasını engellemektedir.

Girişimcilerin yararlandığı yapısal sermaye ise, işletmenin sahip olduğu yöntem ve politikaları içermektedir. Bu yöntem ve politikalar işletme içinde kurumsallaştırılmış patent, telif hakları, dizayn tasarım hakları, yönetim felsefesi, ticari markalar ve ticaret ünvanı, eğitim-öğrenme, yönetim sürecinde kullanılan bilgi sistemleri, şerefiye gibi kaynakları içermektedir.

### 3. YÖNTEM

Kuruluş aşamasında girişimci türleri ile sermaye kullanım düzeyleri arasındaki farklılıkların sosyo/demografik özelliklerine göre değişiklik gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu araştırmanın evrenini Gaziantep ilinde 2015 yılından sonra kurulan işletmelerin girişimcileri oluşturmaktadır.

Tabakalı örneklem tekniği kullanıldığı araştırmada işletmelerin girişimcilerinin belirlenmesinde Gaziantep Sanayi Odası ve Gaziantep Ticaret Odası kuruluşlarının veri tabanlarından yararlanılmıştır. Gaziantep ilinde 2015 yılından sonra kurulan ve bu kurumlara kayıtlı olan 459 işletmenin girişimcisine nicel araştırma deseni olarak anket tekniği uygulanmıştır. Tabakalı örneklem tekniği ile 46 adet anket tarım girişimcisinden, 159 adet anket ticaret girişimcisinden, 159 adet anket hizmet girişimcisinden ve 95 adet anket sanayi girişimcisinden elde edilmiştir.

Araştırmada kullanılan ankette Beşeri Sermaye Ölçeği (12 ifade) Marvel ve Lumpkin (2007)'in çalışmasından, Sosyal Sermaye Ölçeği (7 ifade) Xu (2011)'nin çalışmasından, Yapısal Sermaye Ölçeği (7 ifade) Novas vd. (2017) ile Han ve Li (2015)'in çalışmalarından, Finansal Sermaye Ölçeği (7 ifade) Carter vd. (2003) ile Lindvert vd. (2015)'in çalışmalarından yararlanılarak hazırlanmıştır. Araştırmada 5'li Likert tipi ölçek (1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=çok az katılıyorum, 4=katılıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum) kullanılmıştır. Sorular ölçek uyarlama sürecine tabi tutulmuş, dil geçerliliği sağlandıktan sonra ölçeğin yapı geçerliliği ve güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ölçüm aracına geçerlilik testleri kapsamında uygulanan Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) neticesinde 12 ifade sosyo/demografik bilgilerini belirlemeye yönelik ve 33 ifade sermaye türlerini belirlemeye yönelik anket oluşturulmuştur. Finansal sermaye ölçeğinde yer alan bir soru faktör yükü düşüklüğü sebebiyle analize dahil edilmemiştir.

Araştırma ölçekleri ile ilgili yapılan güvenilirlik analizi (Cronbach's Alpha değerine bakıldığında) sonucunda; beşeri sermaye ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,903, sosyal sermaye ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,896, yapısal sermaye ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,869 ve finansal sermaye ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,902 çıkmıştır. Kalaycı (2014: 405) güvenilirlik katsayısının

0,80 ve 1,00 arasında “yüksek güvenilir” olduğunu ifade etmiştir. Bu duruma göre ortaya çıkan değer ölçeğinin yüksek güvenilir düzeyinde yeterli olduğunu göstermektedir.

Araştırmada elde edilen veriler, SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 25.0 ve Amos 22.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotlar (sayı, yüzde, ortalama, standart sapma) kullanılmıştır. Anketlerin, geçerli frekans ve yüzde dağılımları ile hipotezlerin test edilmesinde %95 güven aralığında Mann Whitney Testi ile Kruskal Walls Testi kullanılmıştır.

Kurulan hipotezlerle Gaziantep’li girişimcilerin kuruluş aşamasında yararlandıkları sermaye kullanım düzeylerindeki farklılıklar ile sosyo/demografik özelliklere göre bu farklılıkların değişip değişmediğini belirlemeye yönelik 48 hipotezle araştırılmıştır.

### 3.1. Araştırmanın Bulguları

Araştırma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde girişimcilerin cinsiyet, öğrenim durumu, medeni durumu, deneyimi, girişimcilik eğitimi, işletmenin hukuki yapısı gibi sosyo/demografik özellikleri yer almaktadır. İkinci bölümde ise, girişimcilerin kuruluş aşamasında yararlandıkları sermaye kullanım düzeylerindeki farklılığı belirlemeye yönelik kurulan hipotez testlerine yer verilmiştir.

#### 3.1.1. Girişimcilerin Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan girişimcilere ilişkin sosyo/demografik özellikler Tablo 1’de gösterilmektedir.

**Tablo 1.** Girişimcilerin Sosyo/Demografik Özelliklere İlişkin Sonuçlar (n:459)

	F	%
<b>Cinsiyet</b>		
Kadın	85	18,5
Erkek	374	81,5
<b>Öğrenim Durumu</b>		
İlköğretim	61	13,3
Lise	109	23,7
Ön Lisans	78	17,0
Lisans	161	35,1
Lisansüstü	50	10,9
<b>Medeni Durum</b>		
Bekâr	99	21,6
Evli Çocuklu	194	42,3
Evli Çocuklu	154	33,6
Dul/Boşanmış	12	2,6
<b>İşletmenin Kurulduğu Dönemde Yakın Akrabalar İçinde Girişimci Olma Durumu</b>		
Evet Vardı	156	34,0
Hayır Yoktu	237	51,6
O dönemde yoktu ama daha önceden vardı	66	14,4
<b>Deneyim</b>		
Evet Vardı	221	48,1
Hayır Yoktu	238	51,9
<b>Girişimcilik Eğitimi</b>		
Evet Aldım	207	45,1
Hayır Almadım	252	54,9
<b>Mesleki/Teknik Eğitim</b>		
Evet Aldım	205	44,7
Hayır Almadım	254	55,3

<b>İşletme Kurulmadan Önce Aynı Sektörde Faaliyet Gösteren Yakın Akraba Durumu</b>		
Evet Vardı	137	29,8
Hayır Yoktu	219	47,7
O dönemde yoktu ama daha önceden vardı	103	22,4
<b>Çalışan Sayısı</b>		
1 - 9 Kişi	185	40,3
10 - 49 Kişi	97	21,1
50 - 249 Kişi	96	20,9
250 ve Üzeri	81	17,6
<b>İşletme Cirosu (2017 yılı)</b>		
0-1 Milyon TL	252	54,9
1-8 Milyon TL	69	15,0
8-40 Milyon TL	103	22,4
40 Milyon TL ve üzeri	35	7,6
<b>İşletmenin Hukuki Yapısı</b>		
Şahıs Şirketi	202	44,0
Limited Şirket	210	45,8
Anonim Şirketi	47	10,2
<b>İşletmenin Ana Sektörü</b>		
Tarım	46	10,0
Ticaret	159	34,6
Hizmet	159	34,6
Sanayi	95	20,7
Toplam	459	100

Araştırmaya katılan girişimcilerin sosyo/demografik özellikleri incelendiğinde; %81,5'inin erkek olduğu, %63'ü üniversite eğitimi (ön lisans, lisans, lisansüstü) aldıkları, %75,9'unun (evli çocuksuz ve evli çocuklu) evli olduğu, %51,6'sının işletmenin kurulduğu dönemde yakın akrabaları içinde girişimci olmadığı, %51,9'unun işletme kurma ve yönetme deneyimi olmadığı, %54,9'unun girişimcilik eğitimi almadığı, %55,3'ünün mesleki/teknik eğitim almadığı, %47,7'sinin işletmeyi kurmadan önce aynı sektörde faaliyet gösteren yakın akrabasının olmadığı, %40,3'ünün 1-9 kişi işletmede çalışan sayılarının olduğu, %69,9'unun işletmesinin 2017 yılı cirosunun 0-8 Milyon TL olduğu, %45,8'inin limited şirketi ve %44,0'inin şahıs firması olduğu görülmüştür. Ayrıca araştırmaya katılan girişimcilerin %10'unun tarım, %34,6'sının ticaret, %34,6'sının hizmet, %20,7'sinin sanayi sektörlerinde faaliyet gösterdikleri tespit edilmiştir.

### 3.1.2. Girişimcilerin Sosyo-Demografik Özellikleri ile Sermaye Kullanım Düzeyleri Arasındaki Farklılıklara Yönelik Bulgular

Girişimcilerin kuruluş aşamasında yararlandıkları sermaye kullanım düzeylerindeki farklılıklara ilişkin yapılan analizler Tablo 2'de gösterilmektedir.

**Tablo 2.** Girişimcilerin Sermaye Kullanım Düzeylerindeki Farklılıklar

<b>Cinsiyet</b> Kadın(1),Erkek(2)	<b>Mann-Whitney U Testi</b>	<b>Sig. (p)</b>	<b>Sıralama Ortalaması</b>
Beşeri Sermaye	13423,500	0,025*	1<2
Sosyal Sermaye	14440,500	0,187	-
Yapısal sermaye	15403,000	0,655	-
Finansal Sermaye	13213,500	0,015*	2<1
<b>Öğrenim Durumu</b> İlköğretim (1), Lise (2), Önlisans (3), Lisans (4), Lisansüstü (5)	<b>Kruskal-Wallis Testi</b>	<b>Sig. (p)</b>	<b>Bonferroni</b>
Beşeri Sermaye	16,980	0,002*	3<4;3<5
Sosyal Sermaye	39,035	0,000*	1<4;1<3;1<5;

			2<5;2<3;4<5
Yapısal sermaye	13,808	0,008*	1<4
Finansal Sermaye	23,932	0,000*	1<5;2<5;2<4
<b>Medeni Durum</b> Bekâr(1), Evli çocuksuz(2), Evli çocuklu(3), Dul/boşanmış(4)	<b>Kruskal-Wallis Testi</b>	<b>Sig. (p)</b>	<b>Bonferroni</b>
Beşeri Sermaye	13,029	0,005*	2<3
Sosyal Sermaye	41,239	0,000*	3<2;1<2
Yapısal Sermaye	1,428	0,699	-
Finansal Sermaye	70,180	0,000*	3<2; 1<2
<b>Aile Fertleri ve akrabalar içinde girişimci olma durumu</b> Evet vardı(1), Hayır yoktu(2), O dönemde yoktu ama daha önceden vardı(3)	<b>Kruskal-Wallis Testi</b>	<b>Sig. (p)</b>	<b>Bonferroni</b>
Beşeri Sermaye	8,221	0,016*	1<2
Sosyal Sermaye	19,512	0,000*	1<3;2<3
Yapısal Sermaye	1,259	0,533	-
Finansal Sermaye	27,941	0,000*	1<3; 2<3;1<2
<b>Deneyim</b> Evet vardı(1), Hayır yoktu(2)	<b>Mann-Whitney Testi</b>	<b>Sig. (p)</b>	<b>Sıralama Ortalaması</b>
Beşeri Sermaye	24145,000	0,129	-
Sosyal Sermaye	20892,000	0,000*	2<1
Yapısal Sermaye	23285,500	0,033*	2<1
Finansal Sermaye	20142,500	0,000*	2<1
<b>Girişimcilik Eğitimi</b> Evet aldım(1), Hayır almadım(2)	<b>Mann-Whitney Testi</b>	<b>Sig. (p)</b>	<b>Sıralama Ortalaması</b>
Beşeri Sermaye	24410,000	0,237	-
Sosyal Sermaye	17632,500	0,000*	2<1
Yapısal Sermaye	25235,000	0,548	-
Finansal Sermaye	17869,000	0,000*	2<1
<b>Mesleki/Teknik Eğitim</b> Evet aldım(1), Hayır almadım(2)	<b>Mann-Whitney Testi</b>	<b>Sig. (p)</b>	
Beşeri Sermaye	20774,500	0,000*	2<1
Sosyal Sermaye	26004,000	0,982	-
Yapısal Sermaye	23340,000	0,056	-
Finansal Sermaye	25517,000	0,714	-
<b>İşletmeyi kurmadan önce aynı sektörde faaliyet gösteren akraba olma durumu</b> Evet vardı(1), Hayır yoktu(2), O dönemde yoktu ama daha önceden aynı sektörde vardı(3)	<b>Kruskal-Wallis Testi</b>	<b>Sig. (p)</b>	<b>Bonferroni</b>
Beşeri Sermaye	5,866	0,053	-
Sosyal Sermaye	20,988	0,000*	1<3; 2<3
Yapısal Sermaye	1,885	0,390	-
Finansal Sermaye	28,202	0,000*	1<3; 2<3
<b>İşletmede Çalışan Sayısı</b> 1-9(1), 10-49(2), 50-249(3), 250 ve üzeri(4)	<b>Kruskal-Wallis Testi</b>	<b>Sig. (p)</b>	<b>Bonferroni</b>
Beşeri Sermaye	0,929	0,818	-
Sosyal Sermaye	76,141	0,000*	1<3; 1<4; 2<3; 2<4
Yapısal Sermaye	1,076	0,783	-
Finansal Sermaye	97,493	0,000*	1<3; 1<4; 2<3; 2<4
<b>İşletmenin Cirosu (2017 yılı)</b> 0-1 Milyon TL(1); 1-8 Milyon TL(2); 8-40 Milyon TL(3); 40 Milyon TL ve üzeri (4)	<b>Kruskal-Wallis Testi</b>	<b>Sig. (p)</b>	<b>Bonferroni</b>
Beşeri Sermaye	9,455	0,024*	1<3;1<2; 1<4
Sosyal Sermaye	45,991	0,000*	1<3;1<4;



			2<3;2<4
Yapısal Sermaye	4,220	0,239	-
Finansal Sermaye	53,741	0,000*	1<3;1<4; 2<3;2<4
<b>İşletmenin Hukuki Yapısı</b> Şahıs firması(1); Limited şirketi(2); Anonim şirketi(3)	<b>Kruskal-Wallis Testi</b>	<b>Sig. (p)</b>	<b>Bonferroni</b>
Beşeri Sermaye	13,488	0,001*	1<2
Sosyal Sermaye	6,579	0,037*	1<2
Yapısal Sermaye	11,181	0,004*	1<2
Finansal Sermaye	17,078	0,000*	1<2
<b>İşletmenin Ana Sektörü</b> Tarım(1); Ticaret(2); Hizmet(3); Sanayi(4)	<b>Kruskal-Wallis Testi</b>	<b>Sig. (p)</b>	<b>Bonferroni</b>
Beşeri Sermaye	7,341	0,062	-
Sosyal Sermaye	28,101	0,000*	4<3;1<3;4<2
Yapısal Sermaye	4,387	0,223	-
Finansal Sermaye	25,179	0,000*	4<2;4<3

\*p<0,05

Girişimcilerin cinsiyet durumu bulgularına göre; beşeri sermaye kullanım düzeyleri (erkeklerin kadınlara göre fazla) ile finansal sermaye kullanım düzeyleri (kadınların erkeklere göre fazla) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Girişimcilerin öğrenim durumu bulgularına göre; beşeri sermaye kullanım düzeyleri (lisans ve lisansüstü mezunları önlisans mezunlarından yüksek), sosyal sermaye kullanım düzeyleri (ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunları, ilköğretim mezunlarından yüksek; ön lisans ve lisansüstü mezunları, lise mezunlarından yüksek; lisansüstü mezunları lisans mezunlarından yüksek), yapısal sermaye kullanım düzeyleri (lisans mezunları, ilköğretim mezunlarından yüksek) ile finansal sermaye kullanım düzeyleri (lisansüstü mezunları, ilköğretim ve lise mezunlarından yüksek; lisans mezunları, lise mezunlarından yüksek) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Girişimcilerin medeni durumu bulgularına göre; beşeri sermaye kullanım düzeyleri (evli çocuklu olanlar, evli çocuksuz olanlardan yüksek), sosyal sermaye ile finansal sermaye kullanım düzeyleri (evli çocuksuz olanlar, evli çocuklu olanlar ile bekâr olanlardan yüksek) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Girişimcilerin işletmelerinin kurulduğu dönemde yakın akrabalarında girişimci olma durumu bulgularına göre; beşeri sermaye kullanım düzeyleri (yakın akrabalarında girişimci olmayanlar, yakın akrabalarında girişimci olanlardan yüksek), sosyal sermaye kullanım düzeyleri (yakın akrabalarında daha önceden girişimci olanlar, yakın akrabalarında girişimci olanlar ile yakın akrabalarında girişimci olmayanlardan yüksek) ile finansal sermaye kullanım düzeyleri (yakın akrabalarında daha önceden girişimci olanlar, yakın akrabalarında girişimci olanlar ile yakın akrabalarında girişimci olmayanlardan yüksek; yakın akrabalarında girişimci olmayanlar, yakın akrabalarında girişimci olanlardan yüksek) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Girişimcilerin deneyim durumu bulgularında; sosyal sermaye, yapısal sermaye ve finansal sermaye kullanım düzeyleri (işyeri kurma ve yönetme deneyimi olanlar, deneyimi olmayanlardan fazla) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Girişimcilerin girişimcilik eğitimi alma durumu bulgularına göre; sosyal sermaye ve finansal sermaye kullanım düzeyleri (girişimcilik eğitimi alanlar, girişimcilik eğitimi almayanlardan fazla) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Girişimcilerin mesleki/teknik eğitim alma durumu bulgularına göre; beşeri sermaye kullanım

düzeyleri (mesleki/teknik eğitim alanlar, mesleki/teknik eğitim almayanlardan fazla) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Girişimciler işletmelerini kurmadan önce yakın akrabalarında girişimci olma durumu bulgularına göre; sosyal sermaye ve finansal sermaye kullanım düzeyleri (yakın akrabalarında daha önceden girişimci olanlar, yakın akrabalarında girişimci olanlar ile yakın akrabalarında girişimci olmayanlardan yüksek) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Girişimcilerin işletmelerinde çalışan sayıları durumu bulgularına göre; sosyal sermaye ve finansal sermaye kullanım düzeyleri (50 - 249 çalışan sayısı ile 250 ve üzeri çalışan sayısı olan işletmeler, 1 - 9 çalışan sayısı ile 10 - 49 çalışan sayısı olan işletmelerden yüksek) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Girişimcilerin işletmelerinin ciro (2017 yılı) durumu bulgularına göre; beşeri sermaye kullanım düzeyleri (1 - 8 Milyon TL, 8 - 40 Milyon TL ve 40 Milyon ve üzeri olan işletmelerin cirosu, 0-1 Milyon TL cirosu olan işletmelerden yüksek), sosyal sermaye ve finansal sermaye kullanım düzeyleri (8 - 40 Milyon TL ve 40 Milyon ve üzeri olan işletmelerin cirosu, 0 - 1 Milyon TL ile 1 - 8 Milyon TL olan işletmelerin cirosundan yüksek) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Girişimcilerin işletmelerinin hukuki durumu bulgularına göre; beşeri sermaye, sosyal sermaye, yapısal sermaye ve finansal sermaye kullanım düzeyleri (limited şirketi olan işletmeler, şahıs firması olan işletmelerden yüksek) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Girişimcilerin sermaye kullanım düzeylerinin girişimcilerin faaliyet gösterdikleri sektörler göre bulguları; sosyal sermaye kullanım düzeyleri (hizmet sektörü, tarım ve sanayi sektörlerinden yüksek; ticaret sektörü sanayi sektöründen yüksek) ile finansal sermaye kullanım düzeyleri (ticaret ve hizmet sektörleri, sanayi sektöründen yüksek) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

### 3.1.3. Girişimcilerin Kullandıkları Sermaye Türlerine İlişkin Görüşlerine Yönelik Bulgular

Anket sorularına verilen cevapların değerlendirilmesinde aritmetik ortalamalar için puan aralığı 0,80 olarak hesaplanmıştır. Ölçekte kullanılan 5'li likert ölçeğine göre araştırmada elde edilen verilerin aritmetik ortalamaların derecelendirilmesinde; 1,00-1,80 arası "kesinlikle katılmıyorum", 1,81-2,60 arası "katılmıyorum", 2,61-3,40 arası "çok az katılıyorum", 3,41-4,20 arası "katılıyorum" ve 4,21 ve 5,0 arası "kesinlikle katılıyorum" temel alınmıştır. Buna göre aritmetik ortalamasının 2,61'den küçük olması durumunda sermaye ölçeğinin "**kullanılmadığı**", 2,61-3,40 arası olması durumunda "**çok az düzeyde kullanıldığı**", 4,20'ye kadar "**kullanıldığı**" ve 4,20'nin üzerinde olması durumunda ise "**yüksek düzeyde kullanıldığı**" şeklinde aralıklar temel alınarak yorumlanmıştır.

Girişimcilerin kuruluş aşamasında kullandıkları sermaye türlerine ilişkin görüşlerin ortalamaları Tablo 3'de gösterilmektedir.

**Tablo 3.** Girişimcilerin Kullandıkları Sermaye Türlerine İlişkin Görüşleri

Girişimcilik Türlerine Göre Aritmetik Ort.	Beşeri Sermaye	Yapısal Sermaye	Finansal Sermaye	Sosyal Sermaye
Tarım Girişimcisi	3,7880	3,6832	3,1268	3,0404
Ticaret Girişimcisi	3,9617	3,9093	3,1226	3,2848
Hizmet Girişimcisi	3,9088	3,9137	3,3658	3,5292
Sanayi Girişimcisi	4,0789	3,9068	2,6386	2,8737
Cinsiyet Durumuna Göre Aritmetik Ort.	Beşeri Sermaye	Yapısal Sermaye	Finansal Sermaye	Sosyal Sermaye
Kadın (85 kişi)	3,8245	3,8353	3,3804	3,4050

Erkek (374 kişi)	3,9788	3,8995	3,0450	3,2269
Eğitim Durumuna Göre Aritmetik Ort.	Beşeri Sermaye	Yapısal Sermaye	Finansal Sermaye	Sosyal Sermaye
İlköğretim (61 kişi)	3,7691	3,6628	2,7869	2,7471
Lise (109 kişi)	3,9694	3,8899	2,7997	3,0079
Ön Lisans (78 kişi)	3,8002	3,7949	3,2543	3,4432
Lisans (161 kişi)	4,0336	3,9902	3,2329	3,4250
Yüksek Lisans/Doktora (50 kişi)	4,0950	3,9714	3,5333	3,6171

Tarım girişimcilerinin beşeri sermaye ile sosyal sermayeyi “kullandıkları”, finansal sermaye ile sosyal sermayeyi “çok az düzeyde kullandıkları” görülmüştür. Ticaret girişimcilerinin beşeri sermaye ile yapısal sermayeyi “kullandıkları”, sosyal sermaye ile finansal sermayeyi “çok az düzeyde kullandıkları” görülmüştür. Sanayi girişimcilerinin beşeri sermaye, yapısal sermaye ile sosyal sermayeyi “kullandıkları”, finansal sermayeyi “çok az düzeyde kullandıkları” görülmüştür. Hizmet girişimcilerinin yapısal sermaye, beşeri sermaye ile sosyal sermayeyi “kullandıkları”, finansal sermayeyi “çok az düzeyde kullandıkları” görülmüştür.

Kadın girişimcilerin yapısal sermayeyi (3,83) ile beşeri sermayeyi (3,82), “kullandıkları”, sosyal sermayeyi (3,40) ile finansal sermayeyi (3,38) “çok az düzeyde kullandıkları” tespit edilmiştir. Erkek girişimcilerin beşeri sermaye (3,97) ile yapısal sermayeyi (3,89) “kullanıldığı”, sosyal sermaye (3,22) ile finansal sermayeyi (3,04) “çok az düzeyde kullandıkları” tespit edilmiştir. Kadın ve erkek girişimcilerin kuruluş aşamasında yapısal sermaye ve beşeri sermayeyi “kullandıklarını” görülmektedir.

İlköğretim mezunu girişimcilerin finansal sermaye (2,78) ile sosyal sermayeyi (3,74) “çok az düzeyde kullandıkları”, beşeri sermaye (3,76) ile yapısal sermayeyi (3,66) “kullandıkları” tespit edilmiştir. Lise mezunu girişimcilerin finansal sermaye (2,79) ile sosyal sermayeyi (3,00) “çok az düzeyde kullandıkları”, beşeri sermaye (3,96) ile yapısal sermayeyi (3,88) “kullandıkları” tespit edilmiştir. Ön lisans mezunu girişimcilerin finansal sermayeyi “çok az düzeyde kullandıkları”, beşeri sermaye (3,80), sosyal sermaye (3,44) ve yapısal sermayeyi (3,79) “kullandıkları” tespit edilmiştir. Lisans mezunu girişimcilerin beşeri sermaye (4,03), sosyal sermaye (3,42) ve yapısal sermayeyi (3,99) “kullandıkları”, finansal sermayeyi (3,23) “çok az düzeyde kullandıkları” tespit edilmiştir. Lisansüstü mezun girişimcilerin beşeri sermayeyi (4,09), yapısal sermayeyi (3,97), sosyal sermayeyi (3,61) ve finansal sermayeyi (3,53) “kullandıkları” tespit edilmiştir. Genel olarak girişimcilerin öğrenim durumlarına göre sermaye kullanım düzeylerine bakıldığında; öğrenim düzeyi arttıkça sermaye türü kullanım türlerindeki çeşitlilik de artmıştır.

#### 4. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Girişimcilerin kuruluş aşamasında yararlandıkları sermaye kullanım düzeylerini belirleyen çalışmalar incelendiğinde, ulusal ve uluslararası yapılan çalışmalarda sermaye türlerinin birbirleriyle, sermaye türünün alt bileşenleriyle ve farklı sosyo/demografik özellikler ile ilişkileri ya da farklılıkları incelenmiştir. Konu ile ilgili bulunan literatür çalışmalarının sonuçları ile yapılan çalışmanın sonuçları kısmen uyum sağlamaktadır.

Her sektörün kendine has özellikleri vardır. Sektörün kârlılığı, sektörün ihtiyaç duyduğu sermaye türleri, sektörün uzun vadede geleceği gibi hususlar girişimcilerin işyeri kuruluşundan önce incelemesi gereken konulardır. Bu çalışmada girişimcilerin kuruluş aşamasında kullandıkları sermaye türleri farklılıklarını sektörel bazlı incelemiştir. Araştırmaya katılan tarım girişimcilerinin beşeri sermaye ile sosyal sermayeyi “kullandıkları”, finansal sermaye ile sosyal sermayeyi “çok az düzeyde kullandıkları” görülmüştür. Ticaret girişimcilerinin beşeri sermaye ile yapısal sermayeyi “kullandıkları”, sosyal sermaye ile finansal sermayeyi “çok az düzeyde kullandıkları” görülmüştür.

Sanayi girişimcilerinin beşeri sermaye, yapısal sermaye ile sosyal sermayeyi “kullandıkları”, finansal sermayeyi “çok az düzeyde kullandıkları” görülmüştür. Hizmet girişimcilerinin yapısal sermaye, beşeri sermaye ile sosyal sermayeyi “kullandıkları”, finansal sermayeyi “çok az düzeyde kullandıkları” görülmüştür.

Girişimcilerin sermaye kullanım düzeylerinin girişimcilerin faaliyet gösterdikleri sektörlerle göre bulguları; sosyal sermaye ile finansal sermaye kullanım düzeylerine anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır.

Girişimcilerin işyeri kuruluş aşamasında ana sektörü ticaret olan girişimcilerin sosyal sermaye kullanım düzeyleri, ana sektörü sanayi olan girişimcilerden yüksek olduğu görülmüştür. Ticaret girişimcileri faaliyetleri gereği iletişimde bulunduğu sosyal ağların fazla olması nedeniyle (kendi/farklı sektörlerdeki firmaların yönetici ve çalışanları, mesleki ve sektörel derneklerdeki yönetici ve çalışanlar, kamu, kurum ve kuruluşların yönetici ve çalışanları, bankaların ve diğer finansal kuruluşların yönetici ve çalışanları, yerel ve merkezi yönetim birimlerinin yönetici ve çalışanları) ve bu sosyal ağlar ile kurdukları etkili ve verimli iletişimlerle işletmeleri gerekli kaynakları temin ettikleri düşünülebilir.

Ana sektörü hizmet olan girişimcilerin sosyal sermaye kullanım düzeyleri, ana sektörü tarım ve sanayi olan girişimcilerden yüksek olduğu tespit edilmiştir. Hizmet işletmesinin adil ve toplum için değer yaratan güvenilir bir firma imajı çizmesi, müşteri tercihini artıracaktır. Müşterilerin hizmet işletmesinin kalitesine karar verdiklerinde hizmet girişimcilerinin; ekonomik, toplumsal ve çevresel unsurları yönetmedeki başarısı o denli artacağı düşünülebilir. Böylece hizmet sektörü girişimcileri insanlar ile karşılıklı ilişkiler geliştirerek, paylaşımlarda bulunarak kaynak sağlayabilecekleri ağları kurabilirler. Gerek kamu gerekse özel sektör çalışanlarından oluşan geniş müşteri portföyüne sahip olan hizmet sektörü girişimcileri, bu portföydeki müşterileri ile geliştirdikleri iletişim sayesinde sosyal sermaye kaynaklarından yararlanma imkânlarını genişletmiş olduğu düşünülebilir. Bu durum, hizmet girişimcisine işletmesi için artı değer katacaktır. Tarım girişimcisi ise bir dönemde ekim ve satış işleri için muhatap olmakta, büyük ve kitlesel imalat yapan sanayi girişimcileri de az sayıda müşteri ve tedarikçi ile muhatap olmaktadır. Ayrıca tarım girişimcilerinin çalışan sayısına, hukuki yapısına ve yıllık cirosuna göre sezonluk işler olduğu için de tarım girişimcisinin daha az sosyal sermayeye ihtiyaç duyduğu düşünülebilir. Yine sanayi girişimcilerinin müşteri ve tedarikçi sayısı daha az ve sınırlı olması nedeniyle sosyal sermayeyi hizmet girişimcilerinden daha az kullandıkları söylenebilir.

Ayrıca ana sektörü ticaret ve hizmet olan girişimcilerin finansal sermaye kullanım düzeyleri ana sektörü sanayi olan girişimcilerden yüksek olduğu görülmüştür. Geniş sosyal ağa sahip, etkin iletişim kuran ticaret ve hizmet girişimcileri bu ağlar sayesinde çeşitli kaynaklardan finansal sermaye temin etmesi muhtemeldir. Sanayi girişimcilerinin ise faaliyet gösterdikleri sektörde projelerini yürütebilmek en çok kullandıkları finansal kuruluşlar bankalar olmasına rağmen banka kredilerine temkinli yaklaşan, risk sermayesi finansmanını beklenenin aksine çok az kullanan ve en çok başvurulan finansman yönteminin finansal kiralama olmasına karşın bilgi ve teknoloji eksikliği temelinde kurumsallaşamamış, teminat koşullarının ağırlığı, yüksek faizler gibi nedenlerle banka kredilerine yönelmeyen, kendi kendine yetinmeyi tercih eden, aileden kalan firmayı işleten ve alternatif finansman tekniklerini kullanmayan girişimciler olabilirler.

## **KAYNAKÇA**

- Alyu, E. (2009). *Adana İli' nin Tarımsal Üretimi ve Tarıma Yönelik Teşvik Uygulamaları*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Arslan, K. (2002). Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri. *Doğuş*

Yıldırım, İ. & Karayılan, D. (2019). Kuruluş Aşamasında Girişimcilerin Sermaye Kullanım Düzeyleri: Gaziantep İli Örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 142-156.

*Üniversitesi Dergisi*, 3(2), 1-11.

- Birley, S. (1985). The Role of Networks in the Entrepreneurial Process. *Journal of Business Venturing*, 1985(85), 107-117.
- Brüderl, J. ve Preisendörfer, P. (1998). Network Support and the Success of Newly Founded Businesses. *Small Business Economics*, (10), 213-225.
- Büyüksalvarcı, A. ve Kılınç, C. (2006). *Konya İlinde Faaliyette Bulunan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Sermaye Yapısı Kararları Üzerine Bir Araştırma*. 3. KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi. İstanbul: Golden Medya Matbaacılık.
- Can, Y. ve Karataş, A. (2007). Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği. *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı*, 12, 251-261.
- Cansız, M. ve Ulusoy, D. (2017). Teknoloji Tabanlı Girişimcilerin Başarısında Yapısal, Ekonomik, Sosyal, Kültürel ve Beşeri Sermayenin Etkileri: Türkiye Örneği. *Sosyoloji Konferansları*, (56), 113-149. (<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/330944>), (Erişim Tarihi:27.12.2018).
- Carter, N., Brush, C., Greene, P., Gatewood, E. ve Hart, M. (2003). Women Entrepreneurs Who Break Through To Equity Financing: The Influence Of Human, Social and Financial Capital. *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 5(1), 1-28.
- Chaganti, R., DeCarolis, D. ve Deeds, D. (1995). Predictors of Capital Structure in Small Ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(2), 7-18.
- Coleman, S. (2007). The Role of Human and Financial Capital in the Profitability and Growth of Women-Owned Small Firms. *Journal of Small Business Management*, 45(3), 303-319.
- Cura, G. (2006). *KOBİ'lerin Finansal Kaynaklara Ulaşım Olanakları ve Finansal Yapıları: Çaycuma'daki KOBİ'ler Üzerine Alan Çalışması*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- Çetin, A. C. ve Bıtrak, İ. A. (2009). Antalya İli Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerinde Finansal Yönetim, İşletme Sermayesi ve Yatırım Bütçelemesi Uygulamaları. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1(1), 119-137.
- Dağdır, C. (2007). *Türkiye'de Faaliyet Gösteren Yabancı Bankaların KOBİ'lere Finansman Olanakları ve Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Devemoğlu, S. (2008). *Sosyal Sermaye Kuramı Açısından Türkiye'de Demokrasi Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Emsen, Ö. S., İrmış, A. ve Deliktaş, E. (2003). İktisadi Gelişmede Girişimciliğin Rolü- Karşılaştırmalı Bir Analiz: Erzurum-Denizli (II). *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 8(1),141-154.
- Er. B., Şahin, Y. E. ve Mutlu, M. (2015). Girişimciler İçin Alternatif Finansman Kaynakları: Mevcut Durum ve Öneriler. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 1(1), 31-54.
- Erdoğan, E. (2005). *Sosyal Sermaye, Güven Ve Türk Gençliği*. ([www.urbanhobbit.net/PDF/Sosyal%](http://www.urbanhobbit.net/PDF/Sosyal%20Sermaye%20Güven%20Ve%20Türk%20Gençliği.pdf)

Yıldırım, İ. & Karayılan, D. (2019). Kuruluş Aşamasında Girişimcilerin Sermaye Kullanım Düzeyleri: Gaziantep İli Örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 142-156.

[20Sermaye\\_emre%20erdogan.pdf](#), (Erişim tarihi:21.12.2017).

- Fidrmuc, J. ve Gerxhani, K. (2008). Mind the Gap! Social Capital, East and West. *Journal of Comparative Economics*, 36(2), 264-286.
- Filorin, J., Lubatkin, M. ve Schulze, W. (2003). A Social Capital Model of High Growth Ventures. *Academy of Management Journal*, 46(3), 374-384.
- Han, Y. ve Li, D. (2015). Effects of Intellectual Capital on Innovative Performance: The Role of Knowledge-Based Dynamic Capability. *Management Decision*, 53(1), 40-56.
- Iyer, S., Kitson, B. ve Toh, B. (2005). Social Capital, Economic Growth and Regional Development. *Regional Studies*, 39(8), 1015-1040.
- Kalaycı, Ş. (2014). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Karabayır, M. E., Gülşen, A. Z., Çiftçi, S. ve Muzaffar, H. (2012). Melek Yatırımcıların Yatırım Kararlarında Girişimci Odaklılığın Rolü: Türkiye'deki Melek Yatırımcılar Üzerine Bir Çalışma. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 67(2), 69-93.
- Karadal, H. ve Akyazı, T. E. (2014). Sosyal Sermaye ve Girişimcilik. Prof. Dr. Himmet Karadal (Ed.) *Girişimcilik içinde* (ss.75-93), İstanbul: Beta Yayınevi.
- Lindvert, M. Yazdanfar, D. ve Boter, H. (2015). Perceptions of Financial Sources Among Women Entrepreneurs in Tanzania. *African Journal of Economic and Management Studies*, 6(2), 197-218.
- Marvel, M. R. ve Lumpkin, G. (2007). Technology Entrepreneurs' Human Capital and Its Effects on Innovation Radicalness. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(6), 807-828.
- Mercan, S. (2006). *Uzun Vadeli Finansman Tekniği Olarak Finansal Kiralama (Leasing) ve Aydın İlindeki KOBİ'lerde Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Narayan, D. ve Printchett, L. (1997). Cents and Sociability: Household Income and Social Capital in Rural Tanzania. *Economic Development and Cultural Change*, 47(49), 871-897.
- Norris, P. (2002). Making Democracies Work: Social Capital and Civic Engagement in 47 Societies, *Making Democracies Work*.  
(<https://sites.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Acrobat/ESFSocialCapital.pdf>), (09.10.2018).
- Novas, J. C., Alves, M. C. G. ve Sousa, A. (2017). The Role of Management Accounting Systems in The Development of Intellectual Capital. *Journal of Intellectual Capital*, 18(2), 286-315.
- Okafor, R. G. (2012). The Role of Human Financial and Social Capital in the Performance of Small Businesses in Nigeria: A Second Look, *Journal of Economics and Sustainable Development*, 3(14), 213-220.
- Oktay E. ve Güney, M. (2002). Türkiye'de KOBİ'lerin Finansman Sorunu ve Çözüm Önerileri. *21.Yüzyılda KOBİ'ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyumu*, Doğu Akdeniz Üniversitesi, K.K.T.C.
- Okura, M. (2009). Firm Characteristics and Access to Bank Loans: An Empirical Analysis of Manufacturing SMEs in China. *International Journal of Business and Management Science*, 1(2), 165-186.

- Yıldırım, İ. & Karayılan, D. (2019). Kuruluş Aşamasında Girişimcilerin Sermaye Kullanım Düzeyleri: Gaziantep İli Örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 142-156.
- Orsey, B. J., Riding, A. L. ve Manley, K. (2006). Women Entrepreneurs and Financial Capital. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 30(5), 643-665.
- Peker, S. (2011). *Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin Ekonomik Kalkınmasında Beşeri Sermayenin Önemi ve Mülki İdare Amirlerinin Algısı*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Sabuncuoğlu, Z. ve Tokol, T. (2011). *İşletme*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Şan, M. K. (2007). Bilgi Toplumuna Geçişte Sosyal Sermayenin Taşıdığı Önem ve Türkiye Gerçeği. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 2(1), 70-104.
- Şavkar, E. (2011). *Sosyal Sermayenin Unsurları ve Ekonomik Kalkınmayla İlişkisi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Tepecik, F. (2000). *Beşeri Sermaye Teorisi ve Eskişehir'de Bireysel Ücret Gelirleri Arasındaki Farklılıklar*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Top, S. (2006). *Girişimcilik Keşif Süreci*. Ankara: Beta Basım Yayınevi.
- Usta, Ö. (2011). *İşletme Finansmanı ve Finansal Yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Verheul, I. ve Thurik, R. (2001). Start-up Capital: Does Gender Matter?. *Small Business Economics*, 16(4), 329-346.
- Xu, Y. (2011). Entrepreneurial Social Capital and Cognitive Model of Innovation. *Management Research Review*, 34(8), 910-926.
- Yoo, M. (2003). Social Networks and Entrepreneurship in Silicon Valley. (<http://ssrn.com/abstract=1371670>), (27.06.2018).
- Yücel, T. (2001). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Çalışma Sermayesi ve Finansal Yönetim Uygulamaları, *1. Orta Anadolu Kongresi*, Nevşehir, 1-12.
- Yücel, E. (2006). *Firmaların Sermaye Yapısı Kararları: Mersin ve Adana'da Sınai İşletmeler Üzerine Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Zhang, X., Ma, X. ve Wang, Y. (2012). Entrepreneurial Orientation, Social Capital and the Internationalization of SMEs: Evidence from China. *Thunderbird International Business Review*, 54(2), 195-210.



## Yöneticilerin Mizah Tarzının Çalışanların İş Yaşam Kaliteleri Üzerine Etkisinde Psikolojik Sermayenin Aracı Rolü\*

Resul GÜLEÇ\*\*

Mehmet Sadık ÖNCÜL\*\*\*

### Öz

Bu çalışmada banka yöneticilerinin kullandıkları mizah tarzlarının çalışanların psikolojik sermayeleri ve iş yaşam kaliteleri üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Bununla birlikte psikolojik sermayenin yöneticilerin mizah tarzı ile çalışanların iş yaşam kalitesi arasındaki ilişkide aracı role sahip olup olmadığı sorgulanmaktadır. Araştırma kapsamında anket yöntemi ile elde edilen veriler SPSS paket programı ve AMOS programı ile analiz edilmiştir. Araştırmanın örneklemini, Orta Karadeniz illerini kapsayan ve TÜİK Bölgesel Göstergelerinde TR83 koduyla yer alan Samsun, Tokat, Çorum, Amasya illerindeki banka çalışanları oluşturmuştur.

Araştırma bulguları uyarınca, yöneticilerin katılımcı mizah tarzı ile kendini geliştirici mizah tarzının çalışanların psikolojik sermayesini pozitif yönde, saldırgan mizah tarzı ile kendini yıkıcı mizah tarzının ise negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Yöneticilerin katılımcı, kendini geliştirici ve kendini yıkıcı mizah tarzlarının çalışanların iş yaşam kalitelerini pozitif yönde, saldırgan mizah tarzının ise negatif yönde etkilediği belirlenmiştir. Çalışanların psikolojik sermayesinin iş yaşam kalitesini pozitif yönde etkilediği ayrıca yöneticinin mizah tarzları ile çalışanların iş yaşam kalitesi arasındaki ilişkiye kısmen aracılık ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Mizah Tarzları, Psikolojik Sermaye, İş Yaşam Kalitesi.

**Makale Türü:** Araştırma Makalesi

## The Mediator Role of Psychological Capital on the Effect of Managers' Humor Style on Employees' Quality of Work Life

### Abstract

In this study, the effect of humor styles of bank managers on the employees' psychological capital and quality of life is investigated. However, it is questioned whether psychological capital has a mediating role in the relationship between managers' humor style and the employees' quality of work life. Within the scope of the research, the data obtained by the survey method were analyzed with SPSS and AMOS software. The sample of the study consists of bank employees in Samsun, Tokat, Çorum and Amasya provinces, which are indicated with TR83 code in TURKSTAT Regional Indicators.

According to the findings of the research, it was concluded that managers' participatory humor style and self-enhancing humor style positively affected employees' psychological capital and aggressive humor style and self-destructive humor style negatively affected employees' psychological capital. It was determined that the participatory, self-improving and self-destructive humor styles of the managers positively affected the quality of work life and aggressive humor style negatively affected the quality of work life. It was concluded that the psychological capital of the employees positively affected the quality of work life and also partially mediated the relationship between the manager's humor styles and the employees' quality of work life of the employees.

**Keywords:** Humor Styles, Psychological Capital, Quality of Work Life.

**Article Type:** Research Article

\* Bu makale "Yöneticilerin Mizah Tarzının Çalışanların İş Yaşam Kaliteleri Üzerine Etkisinde Psikolojik Sermayenin Aracı Rolü: Bir Alan Araştırması" isimli doktora tezinden üretilmiştir.

\*\* Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, resul.gulec@omu.edu.tr, Orcid ID: 0000-0003-1798-2453

\*\*\* Prof. Dr., Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, [msoncul@cumhuriyet.edu.tr](mailto:msoncul@cumhuriyet.edu.tr), Orcid ID: 0000-0002-5268-2096



## 1. GİRİŞ

İnsanlarla etkileşimde önemli unsurlardan birisi olan mizah, farklı alanlardaki pek çok çalışmaya konu olmuştur. Yönetimsel fonksiyonları göz önüne alındığında, örgütlerde yer alan mizahın dostane ilişkiler yaratabilir, gerginliği azaltabilir, düşmanlığı ortadan kaldıracaktır ve izleyenleri motive edebilir, olumlu bir örgüt kültürü oluşturabilir, grup bütünlüğünü sağlayabilir, çatışmayı çözebilir, performansı, üretkenliği, yaratıcılığı ve motivasyonu artırabilir nitelikte bir olgu olduğu görülmektedir. Mizahın bu tür çoklu işlevi dikkate alındığında örgütler açısından önemli bir faktör olduğu öne sürülebilir.

Örgütlerin en sık karşılaştığı devamsızlık, iş gücü devri, iş kazaları, bireysel ve toplu iş uyuşmazlıkları, tatminsizlik, çatışma, stres, tükenmişlik, işe yabancılaşma, üretkenlik karşıtı davranışlar, sinizm gibi olumsuzlukların önlenmesi için işletmelerin söz konusu olumsuzlukları düzenleyici çalışmalar yapmak yerine çalışanlara olumlu kazanımlar elde etmelerini sağlayacak uygulamalar yapması önem arz etmektedir. Bireyin olumlu özelliklerinin geliştirilmesini destekleyen bu tür yeni kavramlardan birisi de pozitif psikolojik sermaye kavramıdır. Bu yeni yaklaşımla bireyin pozitif tarafları geliştirilirken birey negatif psikolojik sorunlardan da uzaklaşmış olacaktır.

Artan rekabetle birlikte işletmeler insan kaynağını yönetme ve geliştirmede yeni yöntemlere ihtiyaç duymuştur. Bu noktada hem örgüt hem de birey açısından değer yaratan, değerli ve geliştirilebilir olan psikolojik sermaye kavramı karşımıza çıkmaktadır. Rekabet avantajı ancak insanların sahip olduğu psikolojik sermayeye yatırım yapılması ve psikolojik sermayenin geliştirilmesiyle mümkün olacağı literatürde belirtilmektedir. Bu çalışmanın bir amacı da birey ve örgütler için değer yaratacağı düşünülen dünyada ve Türkiye’de gelişmekte olan psikolojik sermaye literatürünün gelişmesine katkı sağlamaktır.

Psikolojik sermayenin geliştirilebilir bir özellik olduğu düşünüldüğünde, yöneticinin sahip olduğu mizah tarzıyla çalışana olan desteğinin, çalışanın psikolojik sermaye unsurları olan, öz yeterlilik, umut, iyimserlik, dayanıklılık düzeylerinin gelişimine katkıda bulunabileceği de söylenebilir.

Bu çalışma, yöneticilerin kullandıkları mizah tarzlarının çalışanların psikolojik sermayeleri ve iş yaşam kaliteleri üzerine etkisini araştırmaktadır. Bununla birlikte psikolojik sermayenin yöneticilerin mizah tarzı ile çalışanların iş yaşam kalitesi arasındaki ilişkide aracılık etkisini araştırmaktadır. Çalışanın iş yaşam kalitesini etkileyen faktörlerden birisi de çalıştığı kurumun yönetiminin sahip olduğu yaklaşımdır. Yöneticilerin davranış ve tavırları çalışanları farklı şekillerde etkilemekte ve bazı örgütsel ve bireysel sonuçlar doğurmaktadır. Bu çalışmada yöneticilerin mizah tarzlarının çalışanların psikolojik sermayelerini ne düzeyde etkileyeceğini ve psikolojik sermayedeki değişimin çalışanın iş yaşam kalitesine ne tür bir etkisinin olduğu incelenecektir.

Literatür incelendiğinde mizah tarzı ile psikolojik sermaye ilişkisi üzerine yapılmış sınırlı sayıda çalışmaya rastlanırken mizah tarzı ve iş yaşam kalitesi ilişkisi üzerine yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu hususlar dikkate alındığında çalışmanın alana katkı sağlayacak özgün bir çalışma olacağı görülmektedir.

## 2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

### 2.1. Mizah

Mizah Türk Dil Kurumu sözlüğünde “eğlendirme, güldürme ve bir kimsenin davranışına incitmeden takılma amacını güden ince alay” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2016). Arapça bir sözcük olan mizah, Arapçada doğru söyleniş olan “müzah” yerine, “mizah” olarak dilimize yerleşmiştir. Eski sözlüklerde sözcüğün doğru söylenişinin mizah değil müzah olduğu, mizah söylenişinin galat olduğu ifade edilmektedir. Eskilerin “Galatı meşhur, lugatı sahihten evladır.” ifadesi bir sözün yanlış söyleniş

yaygınsa doğrusuna yeğ tutulur, sözüne binaen bu sözcük dilimize mizah olarak yerleşmiştir. Türkçe karşılığı olarak da “gülmece” sözcüğü yazarlar tarafından kabul görmüştür (Nesin, 1973: 15).

Genel olarak terminolojide mizah, kendi alanını kapsayan çatı terim olarak kabul görmektedir. Mizah sadece olumlu anlamlarla sınırlı tutulmadan, saldırganlık ve muziplik gibi olumsuz formları da içinde barındıran bir terim olarak düşünülmektedir. Bu nedenle mizah kavramının, önüne kendisini niteleyen bir diğer kelimeyle beraber kullanımı gerekmektedir. Örneğin; saldırgan mizah, aşağılayıcı mizah gibi (Ruch, 1998: 6).

İlgili yazın incelendiğinde mizah tarzlarının en yaygın olarak şu dört boyutta ele alındığı görülmektedir (Martin vd., 2003): Katılımcı mizah tarzı, kendini geliştirici mizah tarzı, saldırgan mizah tarzı ve kendini yıkıcı mizah tarzı.

### **2.1.1. Katılımcı Mizah**

Katılımcı mizah tarzı; kendine ve başkalarına karşı müsamahalı olma, insanlar arası ilişkileri ve bağları arttırmaya yönelik olarak mizahın kullanılmasıdır. Bu mizah tarzı, dışa dönüklük, neşelilik, öz saygı, samimiyet ve baskın olarak olumlu duygu ve ruh halini gerektirir (Martin vd., 2003: 53).

Katılımcı mizah tarzı bir çeşit sosyal yağ gibi, kişiler arası etkileşimi kolaylaştırmakta ve ortamda olumlu bir hava meydana getirmektedir. Katılımcı mizahın örgütlerde kullanımıyla, insanları bir arada tutmak kolaylaşabilecektir (Romero ve Cruthirds, 2006: 59).

### **2.1.2. Kendini Geliştirici Mizah**

Kendini geliştirici mizah tarzı ise, katılımcı mizah tarzıyla kıyaslandığında insanlar arası ilişki odaklılıktan ziyade içe dönük bir ruh hali sergiler. Bu nedenle bu mizah tarzında dış dönüklüğün fazla olmaması beklenir. Bu mizahın, depresyon, bunalım, nevrotiklik gibi negatif duygularla olumsuz; deneyime açıklık, öz saygı ve psikolojik iyi oluş ile olumlu bir ilişkisinin olması beklenir (Martin vd., 2003: 54).

Kendini geliştirici mizah grup düzeyinde kullanıldığında, grup üyelerinin grup algısını geliştirebilir ve gruba duygusal bağını arttırabilir. Özellikle grup bağlılığını arttırmak için katılımcı ve kendini geliştirici mizah tarzları beraber kullanılabilir (Romero ve Cruthirds, 2006: 61).

Kendini gerçekleştirici ve katılımcı mizah tarzlarının, yaratıcılığı geliştirmek için tercih edilen en uygun mizah tarzları olduğu söylenebilir. Bu mizah tarzları, yaratıcı fikirleri ortaya çıkaran aykırı düşünce tarzını teşvik etmektedir. Katılımcı mizah tarzı, fikirlerin rahat bir şekilde anlatılabildiği ve iletişimin açık olduğu ortam sağlayarak yaratıcılığı desteklemektedir. Kendini geliştirici mizah tarzı ise, hatalardan yeni fikirler çıkmasını destekleyerek yaratıcılığı geliştirmektedir (Romero ve Cruthirds, 2006: 62). Kendini geliştirici mizah tarzını kullanan liderin astlarının yaratıcılığına olumlu yönde etkisi gözlenirken, saldırgan mizahın astların yaratıcılığına etkisi negatif yönde olmaktadır (Lee, 2015).

Kendini geliştirici mizah, grup içerisinde pozitif ilişkileri arttırmak için de kullanılabilir. Üst statüdeki kişileri anlatmak için bu tarz mizah kullanıldığında, gruba ve lidere olan itibar arttırılabilir. Böylelikle lider ve lidere bağlı olan hiyerarşiye statü kazandırılmış ve bu grup tarafından benimsenmiş olacaktır (Romero & Cruthirds, 2006: 63).

### **2.1.3. Saldırgan Mizah**

Saldırgan mizah tarzı; başkalarına etkisini önemsemeden mizah yapmak ve yapılan mizahın hoş karşılanmaması, başkalarını yaralaması ve aralarını açması durumunu ifade eder. Mizahın bu boyutunun nevrotiklik, düşmanlık, hırs, saldırganlıkla pozitif; ilişki doyumu, uyumluluk ve vicdanlılıkla negatif yönlü bir ilişkisinin olması beklenir (Martin vd., 2003: 54). Saldırgan mizah tarzının askeri yönetimlerde

kullanımının daha uygun olduğu söylenebilir. Bu tarz mizahta lider, gücünü astlarına göstererek hiyerarşideki konumunun güçlenmesini sağlayabilecektir (Romero ve Cruthirds, 2006: 63).

Mizahı kullanan kişinin, dinleyicilerin özelliklerini göz ardı etmemesi gerekmektedir. Karşısındaki zararına rağmen yapılan mizah, gruba veya kişiye karşı bir soğukluk meydana getirebilmektedir. Bununla birlikte örgütlerde bireysel farklılıklar da önemsenmeli, ırk, cinsiyet ve önemli demografik özellikler göz ardı edilmemelidir (Romero ve Cruthirds, 2006: 64). Bu tür mizah, daha çok politik olup, karşı tarafı değiştirme ve kızdırmak amacıyla yapılmaktadır. Karşı olunan ve sevilmeyen etnik gruplara ve karşı cinse yönelik olarak da yapılabilmektedir (Ekici, 2009: 279).

Saldırgan mizahın, astların yaratıcılığına (Lee, 2015), üye lider etkileşim kalitesine (Wisse & Rietschel, 2014), etkileme düzeyine (Çelik, 2014), öznel iyi oluş düzeyleri (Ünal, 2014), problem çözme becerileri (Tuğut ve Kaya, 2017) gibi pek çok durumu olumsuz yönde etkilediği gözlenmiştir.

#### **2.1.4. Kendini Yıkıcı Mizah**

Kendini yıkıcı mizah tarzı ise; başkalarının gözüne girmek veya başkaları tarafından kabullenilmek için insanları güldürmek ve eğlendirmek için kişinin kendini aşağılaması ve alaya almasını ifade eder (Martin vd., 2003: 54).

Bu mizah tarzının örgütlerde düzeyli bir seviyede kullanımıyla yöneticiler, statü farkını azaltmak ve ulaşılabilir olmak gibi amaçları gerçekleştirmeyi hedeflemektedirler (Romero ve Cruthirds, 2006: 60).

Yukarıda ifade edilen dört çeşit mizah tarzı kendi aralarında uyumsuz görülmelerine rağmen, mizahı kullanacak kişinin amacına göre farklı birleşimler oluşturularak bir arada da kullanılabilir. Kişi bir durumda farklı bir mizah tarzı sergilerken, farklı bir durumda farklı bir mizah tarzını da kullanabilir. Durum ve şartlara göre kullanılan mizah tarzlarının içeriği ve derecesinin farklılık göstermesi yerinde olacaktır (Romero ve Cruthirds, 2006: 59).

#### **2.2. İş Yaşam Kalitesi**

İş yaşam kalitesi (İYK), insanı örgütün en önemli kaynağı olarak gören bakış açısıyla insanı güvenilir, sorumluluk sahibi ve işletmeye katkı sağlayan bireyler olarak gören ve onun onur ve haysiyetine yakışır bir şekilde davranılması gerektiğini vurgulayan bir anlayıştır. İş yaşam kalitesi çalışanın bütün hayatıyla ilgili olan pek çok değer ve kavramı içerisinde barındıran çatı bir terimdir (Yadav ve Khanna, 2014).

İş yaşam kalitesi içerisinde felsefi bir bağlılık barındıran kompleks bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. İşveren ve çalışan arasındaki bağın yapıcı bir iletişim formunda kurulmasını gerektirmektedir. Böylelikle hem çalışan hem de işveren, yaptıkları işte kendilerini bağımsız, özerk ve itibarlı hissedebileceklerdir (Kiernan ve Knutson, 1990: 113).

Sirgy vd. (2001) ise iş yaşam kalitesini, bireyin iş yaşamında kaynak, faaliyet ve çıktılardan kaynaklı tatmini olarak ifade etmektedirler.

#### **2.3. Psikolojik Sermaye**

Psikolojik sermaye, bireyin sahip olduğu pozitif psikolojik durumun gelişmişlik düzeyi olarak ifade edilmektedir. Psikolojik sermaye (Luthans vd., 2007: 3);

- Zor bir görevi başarabilmek için gerekli olan çabayı gösterebileceğine olan güven (öz yeterlilik),
- Şimdi ve gelecekte başarılı olacağına dair olumlu yorum (iyimserlik),

Güleç, R. & Öncül, M. S. (2019). Yöneticilerin Mizah Tarzının Çalışanların İş Yaşam Kaliteleri Üzerine Etkisinde Psikolojik Sermayenin Aracı Rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 157-185.

- Hedeflere ulaşmada gerekli azmi sergilemek (umut),
- Hedeflere ulaşırken sıkıntı ve problemler hâkim olduğunda devam edebilmek, yeniden daha ileriye sıçramak (dayanıklılık), halinde açıklanmaktadır.

Psikolojik sermaye, örgütsel davranış ve insan kaynakları uygulamacıları ve araştırmacılarına, örgütlerin kötümser bakış açılarından uzaklaşarak yeni bir bakış açısı kazanmaları gerektiğini savunmaktadır. Böylece psikolojik sermaye örgütleri; sadece çalışan aksaklıkları, iş yerinde saldırganlık, liderin yetersizliği, stres, çatışma, etik olmayan davranışlar, başarısız stratejiler, verimsiz örgüt yapı ve kültürlerine odaklanmaktan kurtaracaktır. Geleneksel olarak yapılan bu çalışmalar da değerli olmakla beraber, insan kaynağının potansiyelini açığa çıkarmada yetersiz kalmaktadır (Luthans vd., 2007b: 11).

Önceki dönemlerde araştırmacılar, finansal sermaye, sosyal sermaye ve insan sermayesi gibi çeşitli sermaye konuları üzerine araştırmalar yapmış ve bunların akademik performansa etkilerini tespit etmişlerdir. Psikolojik sermayenin de bu sermaye çeşitlerinin yeni bir formu olduğu düşünüldüğünde, bunun da akademik performansı açıklayabilecek bir özelliğe sahip olduğu söylenebilir (Hajloo, 2013: 96).

Psikolojik sermaye, bireyin sahip olduğu güçlü psikolojik yanlarının toplamı olarak da ifade edilebilir. Bireyin pozitif yönleri olarak da tanımlayabileceğimiz psikolojik sermaye, öz yeterlilik, iyimserlik, umut ve psikolojik dayanıklılık düzeylerinin toplamından oluşmaktadır.

#### **2.4. Mizah, Psikolojik Sermaye ve İş Yaşam Kalitesi İlişkisi**

Mizah ve psikolojik sermaye ilişkisi üzerine yapılan çalışmalar literatürde taranmış değişkenler arası doğrudan bir ilişki tespit edilememiştir. Ancak yapılan benzer dolaylı çalışmalar şu şekilde özetlenmiştir. Literatürde yönetici mizahının çalışanların duygusal tepkilerine ve dolayısıyla psikolojik sermayelerine etkisi (Wijerwadana vd., 2017), mizah tarzı ile çalışanların işle ilgili iyi oluşu (Ünal, 2014), mizahi liderlik yeni çalışanların psikolojik güçlendirme düzeylerini ilişkisi (Gkorezis vd., 2011), liderin mizahı ile astlarda pozitif duyguları arasındaki ilişki (Cooper vd., 2018), mizahi liderlik ile astların pozitif duyguları (Goswami vd., 2016), okul müdürlerinin mizah davranışları ve öğretmenleri etkileme düzeyi (Çelik, 2014), öznel iyi oluş (İlhan ve Bacanlı, 2007), lider üye etkileşim kalitesi (Wisse ve Rietzschel, 2014) ilişkileri üzerine çalışmalar yapıldığı görülmektedir.

Psikolojik sermaye ve iş yaşam kalitesi üzerine yapılan çalışmalar literatürden taranarak aşağıda özetlenmiştir.

Erkuş ve Tüzün (2013)'ün psikolojik sermaye, iş yaşam kalitesi ve tükenmişlik arasındaki ilişkiler incelediği çalışmasında psikolojik sermayenin, iş yaşam kalitesi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Nguyen ve Nguyen (2012)'in pazarlamacılar üzerinde psikolojik sermayenin iş performansı ve iş yaşam kalitelerindeki rolünü araştırdıkları çalışmasında; iş yaşam kalitesini açıklamada psikolojik sermayenin temel faktör olduğunu bulmuşlardır. Çalışmada psikolojik sermaye iş yaşam kalitesini olumlu yönde (0,67) anlamlı olarak etkilemekte ve dolaylı olarak da iş performansını olumlu olarak etkilemektedir (0,61). Ayrıca iş yaşam kalitesinin yaşam kalitesini de olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir (0,63).

Nguyen vd. (2014)'in yine pazarlamacılar üzerinde yapmış oldukları diğer bir çalışmada ise psikolojik sermayenin iş yaşam kalitesini pozitif yönde etkilediği (0,35), iş yaşam kalitesinin de iş performansını pozitif yönde etkilediği (0,28) görülmüştür. Bununla birlikte psikolojik sermayenin işin

çekiciliğini pozitif yönde etkilediği ve dolayısıyla da iş yaşam kalitesini de pozitif yönde etkilediği gözlenmiştir.

Mortazavi vd. (2012)'nin hemşireler üzerinde yaptığı çalışmada, psikolojik sermayenin iş yaşam kalitesi üzerinde pozitif yönlü bir etkisinin olduğu bulunmuştur. Bununla birlikte iş yaşam kalitesinin performansa pozitif etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Nafei (2015)'nin Sadat City üniversitesinde yaptığı çalışmada ise psikolojik sermaye boyutlarının (umut, iyimserlik, dayanıklılık, öz yeterlilik) iş yaşam kalitesiyle pozitif yönlü ilişkili olduğu, psikolojik sermayedeki artışın iş yaşam kalitesi düzeyini de arttıracığı sonucuna ulaşılmıştır.

Liu ve arkadaşlarının (2015) Çinli psikiyatristler üzerinde yapmış oldukları araştırmada, mesleki stres ve psikolojik sermayenin sağlıkla ilişkili yaşam kalitesini yordadığı sonucuna ulaşılmıştır. Psikolojik sermayenin, fiziksel yaşam kalitesinin % 8,62'sini, mental yaşam kalitesinin % 11,4'ünü açıkladığı tespit edilmiştir. Yani psikolojik sermaye düzeyleri yüksek olan kişilerin fiziksel ve mental yaşam kalitelerinin de daha yüksek olduğu gözlenmiştir.

### 3. YÖNTEM

Araştırmanın evreni, TÜİK Bölgesel Göstergelerinde TR83 bölgesi olarak geçen Orta Karadeniz illerinden Samsun, Tokat, Çorum, Amasya illerindeki banka çalışanlarından oluşmaktadır.

**Tablo 1.** Banka çalışan sayıları evren ve örneklem

İller	Evren	Yüzdellik oran
Samsun	2664	60
Çorum	741	16
Tokat	637	14
Amasya	451	10
<b>Toplam</b>	<b>4493</b>	<b>100</b>

Kaynak: TBB, (2019). Banka ve sektör bilgileri. <https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/veri-sorgulama-sistemi/illere-ve-bolgelere-gore-bilgiler/73>

Araştırma evreninin temsil yeterliliği için yapılan örneklem hesaplamasında 354 anketin örneklem sayısı olarak yeterli olabileceği sonucuna ulaşılmıştır (Altunışık vd., 2010: 134). Buna rağmen araştırma temsil kabiliyetinin yükseltilmesi adına illerde çalışan banka personeline orantılı olarak 600 anket dağıtılmıştır. Toplanan 470 anketten eksik ve yanlış doldurulan 25 anket çalışmadan çıkarılarak 445 anketle araştırmaya devam edilmiştir. Araştırmada kullanılan bu geçerli anketlerden 237'si Samsun, 69'u Tokat, 64'ü Amasya, 75'i Çorum illerindeki banka çalışanlarından elde edilmiştir.

Anketler kolayda örnekleme yöntemiyle illerin banka çalışan sayılarına oranlı olarak banka şubelerine dağıtılmıştır. Araştırma kapsamında anket yöntemi ile elde edilen veriler SPSS paket programı ve AMOS programı ile analiz edilmiştir. Ölçeklerin geçerliliklerinin incelenmesi için doğrulayıcı faktör analizi, güvenilirliklerinin belirlenmesi için güvenilirlik analizleri, değişkenler arası ilişki ve etkinin tespiti için korelasyon ve regresyon analizi, aracılık etkisinin tespiti için hiyerarşik regresyon analizi, demografik faktörler açısından farklılıkların incelenmesi için t-test ve 2'den fazla gruplar arası farklılıkların test edilmesi için ANOVA testi kullanılmıştır.

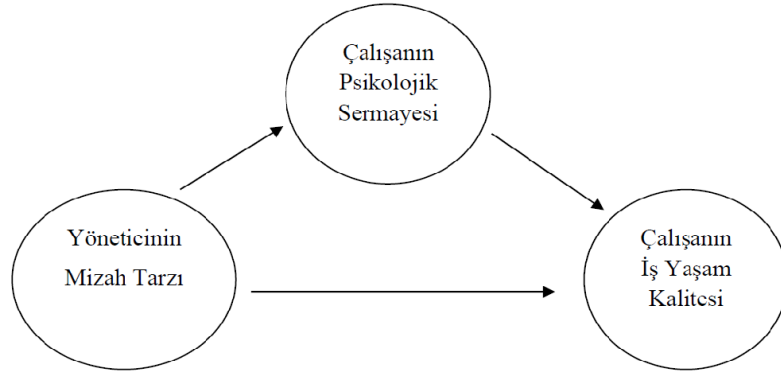
Mizah Tarzları Ölçeği, Martin, Puhlik-Doris, Larsen, Gray ve Weir (2003) tarafından geliştirilmiş ve Scheel ve arkadaşları (2016) tarafından kısaltılarak 12 madde haline getirilmiştir. Türkçe'ye uyarlaması Yerlikaya (2003) tarafından yapılmıştır.

İş yaşam kalitesi ise Chen ve Farh (2000) tarafından geliştirilen ve Yıldız (2013) ile İnce ve arkadaşları (2015) tarafından yapılan araştırmalarda kullanılan 12 sorudan oluşan ölçek kullanılarak ölçülmüştür.

Psikolojik sermaye ölçeği; Luthans, Avolio ve Youseff (2007) tarafından geliştirilmiş, Çetin ve Basım (2012) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır.

### 3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Araştırmanın modeli ve geliştirilen model doğrultusunda oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir;



**Şekil 1.** Araştırmanın Modeli

H<sub>1</sub>: Yöneticinin mizah tarzı çalışanın iş yaşam kalitesini etkilemektedir.

H<sub>1a</sub>: Yöneticinin katılımcı mizah tarzı çalışanın iş yaşam kalitesini pozitif yönde etkilemektedir.

H<sub>1b</sub>: Yöneticinin kendini geliştirici mizah tarzı çalışanın iş yaşam kalitesini pozitif yönde etkilemektedir.

H<sub>1c</sub>: Yöneticinin saldırgan mizah tarzı çalışanın iş yaşam kalitesini negatif yönde etkilemektedir.

H<sub>1d</sub>: Yöneticinin kendini yıkıcı mizah tarzı çalışanın iş yaşam kalitesini negatif yönde etkilemektedir.

H<sub>2</sub>: Yöneticinin mizah tarzı çalışanın psikolojik sermayesini etkilemektedir.

H<sub>2a</sub>: Yöneticinin katılımcı mizah tarzı çalışanın psikolojik sermayesini pozitif yönde etkilemektedir.

H<sub>2b</sub>: Yöneticinin kendini geliştirici mizah tarzı çalışanın psikolojik sermayesini pozitif yönde etkilemektedir.

H<sub>2c</sub>: Yöneticinin saldırgan mizah tarzı çalışanın psikolojik sermayesini negatif yönde etkilemektedir.

H<sub>2d</sub>: Yöneticinin kendini yıkıcı mizah tarzı çalışanın psikolojik sermayesini negatif yönde etkilemektedir.

H<sub>3</sub>: Çalışanın psikolojik sermayesi çalışanın iş yaşam kalitesini pozitif yönde etkilemektedir.

H<sub>4</sub>: Psikolojik sermaye yöneticinin mizah tarzı ve çalışanların iş yaşam kalitesi arasındaki ilişkide aracılık rolü üstlenmektedir.

### 3.2. Demografik Özellikler

Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik frekans dağılımları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 2.** Demografik Faktörlere Ait Frekans ve Yüzdeler

Demografik Özellikler		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	173	38,9
	Erkek	272	61,1
	Toplam	445	100
Yaş	18-25	22	4,9
	26-32	177	39,8
	33-39	183	41,1
	40-46	53	11,9
	47 ve üstü	10	2,2
	Toplam	445	100
Medeni Durum	Bekâr	101	22,7
	Evli	342	76,9
	Diğer	2	,4
	Toplam	445	100
Eğitim Durumu	İlköğretim	4	,9
	Lise	41	9,2
	Ön lisans	36	8,1
	Lisans	312	70,1
	Yüksek	52	11,7
	Lisans/Doktora	445	100
	Toplam	445	100
Çalışma Süresi (Banka)	1 yıldan az	28	6,3
	1-5 yıl	147	33,0
	6-10 yıl	151	33,9
	11-15 yıl	85	19,1
	16-20 yıl	20	4,5
	21 ve üstü	14	3,1
	Toplam	445	100
Çalışma Süresi (Sektör)	1 yıldan az	23	5,2
	1-5 yıl	104	23,4
	6-10 yıl	152	34,2
	11-15 yıl	122	27,4
	16-20 yıl	23	5,2
	21 ve üstü	21	4,7
	Toplam	445	100,0
Sektör	Kamu	131	29,4
	Özel	314	70,6
	Toplam	445	100
Maaş	1500-2500	59	13,3
	2500-3500	97	24,7
	3500-4500	110	20,4
	4500-5500	62	21,8
	5500-6500	91	13,9
	6500 ve üzeri	26	5,8
	Toplam	445	100

Katılımcıların demografik dağılımlarına bakıldığında 445 katılımcının yaklaşık %39'unun kadın, %61'inin erkek olduğu; medeni durumlarına göre incelendiğinde, katılımcıların yaklaşık %23'ünün bekâr ve %77'sinin evli olduğu görülmüştür.

Katılımcıların yaş aralıklarına bakıldığında; katılımcıların yaklaşık %5'inin 18-25 yaş, %40'ının 26-32 yaş, %41'inin 33-39 yaş, %12'sinin 40-46 yaş ve %2'sinin 47 ve üzeri yaş aralıklarında oldukları görülmüştür. Yaş aralıklarında oran olarak çoğunluğun 26 ile 40 yaşları arasında olduğu görülmektedir.

Güleç, R. & Öncül, M. S. (2019). Yöneticilerin Mizah Tarzının Çalışanların İş Yaşam Kaliteleri Üzerine Etkisinde Psikolojik Sermayenin Aracı Rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 157-185.

Katılımcıların eğitim durumlarına göre bakıldığında; katılımcıların yaklaşık %3'ünün ilköğretim, %16'sının lise, %12'sinin yüksekokul, %56'sının üniversite, %12'sinin ise lisansüstü eğitiminden mezun oldukları görülmüştür

Katılımcıların buldukları bankadaki çalışma sürelerine bakıldığında; katılımcıların yaklaşık %6'sının 1 yıldan az, %33'ünün 1-5 yıl arası, %34'ünün 6-10 yıl arası, %19'unun 11-15 yıl arası, %5'inin 16-20 yıl arası, %3'ünün 21 yıl ve üstü çalışma sürelerine sahip oldukları görülmektedir. Aynı bankada çalışma süresinin çoğunlukla 1 ile 15 yıl arasında olduğu görülmektedir.

Katılımcıların bankacılık sektöründeki çalışma sürelerine bakıldığında; katılımcıların yaklaşık %5'inin 1 yıldan az, %23'ünün 1-5 yıl arası, %34'ünün 6-10 yıl arası, %27'sinin 11-15 yıl arası, %5'inin 16-20 yıl arası, %5'inin 21 yıl ve üstü çalışma sürelerine sahip oldukları görülmektedir. Bankacılık sektöründe genel olarak gençlerin istihdam edildikleri görülmektedir. Bu çalışmaya katılanların %85'inin 40 yaşının altında olduğu dikkate alındığında bu sektörün gençler üzerinden faaliyet gösterdiği görülmektedir. Gençlerden kendilerini geliştiren ve işlerinde başarılı olanların terfi ederek devam ettikleri diğerlerini ise ya kendilerinin işten ayrıldıkları ya da iş sözleşmelerinin sona erdirilerek işlerine son verildiği, emekliliği yakın olanlarının ise erken yaşlarda emekli edildiği görülmektedir.

Katılımcıların yaklaşık %29'unun kamu sektöründe, %71'inin ise özel sektörde çalıştığı görülmektedir. Katılımcıların maaş aralıklarına bakıldığında ise, yaklaşık %13'ünün 1500-2500 TL arası, %25'inin 2500-3500 TL arası, %20'sinin 3500-4500 TL arası, %22'sinin 4500-5500 TL arası, %14'ünün 5500-6500 TL arası, %6'sının ise 6500 TL üzeri maaş aldıkları görülmektedir. Bu dağılım banka çalışanlarının yaptıkları işe ve performansa göre aldıkları ücrette farklılaştıklarını göstermektedir.

### 3.3. Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Güvenilirlik ve geçerlilik analizlerinin yapılabilmesi için öncelikli olarak kullanılacak olan verinin normal dağıldığının tespit edilmesi gerekmektedir. Bir verinin normal dağılım gösterdiğinin kabulü için çarpıklık değerinin -3 ile +3 değerleri arasında, basıklık değerlerinin ise -10 ile +10 değerleri arasında olması beklenmektedir (Kline, 2011: 63). Çalışmada kullanılan ölçeklerin çarpıklık ve basıklık değerlerine bakıldığında bu değerlerin olması gereken aralıkta olduğu görülmüştür.

Araştırma ölçekleri ve boyutlarının yapılan güvenilirlik analizi değerleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

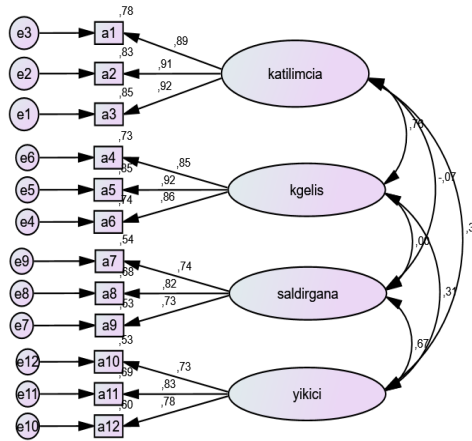
**Tablo 3.** Araştırma Ölçeklerine İlişkin Güvenilirlik Değerleri

Ölçek	Cronbach Alfa	İfade sayısı
Mizah Tarzları Ölçeği	0,847	12
İş Yaşam Kalitesi Ölçeği	0,906	12
Psikolojik Sermaye Ölçeği	0,926	21

Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik değerlerine bakıldığında Cronbach Alfa'nın 0,802 ile 0,933 arasında değerler aldığı görülmektedir. Cronbach Alfa değerinin 0,70'ten büyük olması beklenmektedir (Altunışık vd., 2010: 125). Bu nedenle kullanılan ölçeklerin güvenilirlik değerlerinin oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

Aşağıdaki şekilde mizah tarzları ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi modeline yer verilmiştir. Bu analiz AMOS paket programı ile gerçekleştirilmiş ve analiz sonuçlarına aşağıdaki bölümlerde yer verilmiştir.





Şekil 2. Mizah Tarzları Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli

Mizah tarzları ölçeğinin faktör yükleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 4. Mizah Tarzları Ölçeğinin Faktör Analizi Modeline Yönelik Veriler

İfadeler	Faktör Yükü
a1 Katılımcı	,886
a2 Katılımcı	,913
a3 Katılımcı	,923
a4 K. geliştirici	,855
a5 K. geliştirici	,920
a6 K. geliştirici	,861
a7 Saldırgan	,738
a8 Saldırgan	,823
a9 Saldırgan	,729
a10 K. Yıkıcı	,729
a11 K. Yıkıcı	,832
a12 K. Yıkıcı	,775

Mizah tarzları ölçeğinin aynı boyut altında toplandığının tespitine yönelik doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Bu ölçeğin faktör yüklerinin uygun değer aralığında olup 0,729 ile 0,923 arasında değer aldıkları görülmektedir.

Mizah tarzları ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizleri AMOS paket programıyla yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi uyum iyilikleri değerleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 5. DFA ve YEM Kabul Edilen Uyum İyilikleri değerleri

Uyum İndeksi	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
RMSEA	$0 < RMSEA < 0.05$	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.10$
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1$	$0.90 \leq NFI \leq 0.95$
CFI	$0.97 \leq CFI \leq 1$	$0.95 \leq CFI \leq 0.97$
GFI	$0.95 \leq GFI \leq 1$	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1$	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$
$X^2/df$	$0 < X^2/df < 3$	$< 5$

Kaynak: Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of psychological research online*, 8(2), 23-74.

Aşağıdaki tabloda ise mizah tarzları ölçeği için yapılan doğrulayıcı faktör analizi değerleri verilmektedir.

**Tablo 6.** Mizah Tarzları Ölçeğinin Faktör Analizi Modeline Yönelik Veriler

	X <sup>2</sup> /df	GFI	CFI	NFI	RMSEA
Model Uyumu	2,78	0,95	0,980,96		0,063

Faktör analizi bulgularının beklenen uyum iyilikleri değerleriyle örtüştüğü görülmektedir. Bu uyumluluk neticesinde mizah tarzları ölçeğinin ölçülmek istenen boyutlarıyla uyumlu olduğu söylenebilir.

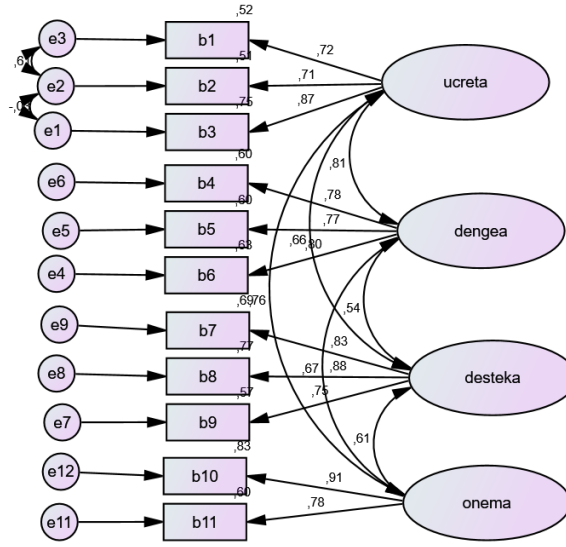
İş yaşam kalitesi ölçeğinin faktör yükleri aşağıdaki tabloda verilmiştir

**Tablo 7.** İş Yaşam Kalitesi Ölçeğinin Faktör Analizi

İfadeler	Std. Faktör Yüğü
b1 Ücret	,720
b2 Ücret	,713
b3 Ücret	,869
b4 Denge	,777
b5 Denge	,773
b6 Denge	,796
b7 Destek	,828
b8 Destek	,878
b9 Destek	,755
b11 Önem	,775
b10 Önem	,904
<b>b12 Önem</b>	<b>,478</b>

İş yaşam kalitesi ölçeğinin aynı boyut altında toplandığının tespitine yönelik doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. İş yaşam kalitesi ölçeğinden b12 nolu ifade (b12:”İşimi nasıl yapacağım ile ilgili kendim karar veririm.”) faktör yükü 0,50’den düşük olduğundan (0,478) ölçekten çıkarılmıştır. Bu ölçekteki geri kalan 11 ifadenin faktör yüklerinin uygun değer aralığında olup, 0,713 ile 0,904 arasında değer aldıkları görülmektedir.

Aşağıdaki şekilde iş yaşam kalitesi ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi modeline yer verilmiştir. Bu analiz AMOS paket programı ile gerçekleştirilmiş ve analiz sonuçlarına aşağıdaki bölümlerde yer verilmiştir.



Şekil 3. İş Yaşam Kalitesi Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli

Aşağıdaki tabloda ise iş yaşam kalitesi ölçeği için yapılan doğrulayıcı faktör analizi değerleri verilmektedir.

Tablo 8. İş Yaşam Kalitesi Ölçeğinin Faktör Analizi Modeline Yönelik Veriler

	X <sup>2</sup> /df	GFI	CFI	NFI	RMSEA
Model Uyumu	2,36	0,97	0,980,97		0,055

Faktör analizi bulgularının beklenen uyum iyilikleri değerleriyle örtüştüğü görülmektedir. Bu uyumluluk neticesinde iş yaşam kalitesi ölçeğinin ölçülmek istenen boyutlarıyla uyumlu olduğu söylenebilir.

Psikolojik sermaye ölçeğinin faktör yükleri aşağıdaki tabloda verilmiştir

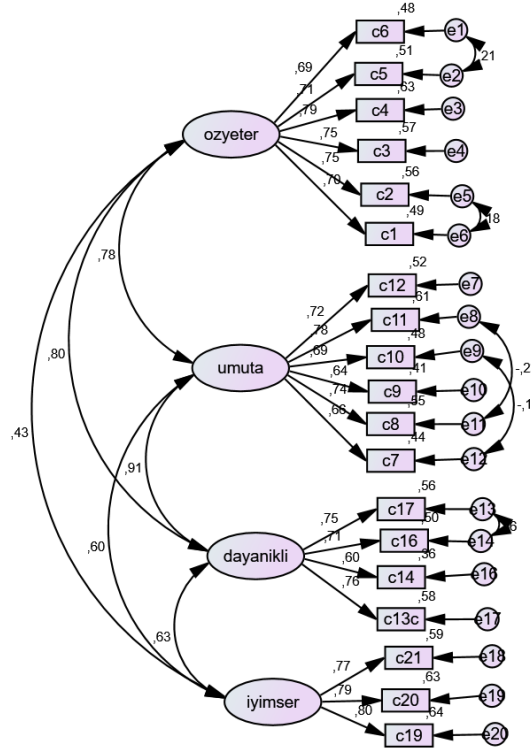
Tablo 9. İş Yaşam Kalitesi Ölçeğinin Faktör Analizi

İfadeler	Std. Faktör Yüğü
c1 Özyeterlilik	,696
c2 Özyeterlilik	,751
c3 Özyeterlilik	,756
c4 Özyeterlilik	,792
c5 Özyeterlilik	,714
c6 Özyeterlilik	,687
c7 Umut	,666
c8 Umut	,736
c9 Umut	,640
c10 Umut	,695
c11 Umut	,784
c12 Umut	,718
c13 Dayanıklılık	,751
c14 Dayanıklılık	,589
<b>c15 Dayanıklılık</b>	<b>,470</b>
c16 Dayanıklılık	,719
c17 Dayanıklılık	,746
<b>c18 İyimserlik</b>	<b>,447</b>
c19 İyimserlik	,801

İfadeler	Std. Faktör Yükü
c20 İyimserlik	,771
c21 İyimserlik	,764

Psikolojik sermaye ölçeğinin aynı boyut altında toplandığının tespitine yönelik doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda faktör yükleri 0,50'den düşük olan c15 ("Genellikle, işimdeki stresli şeyleri sakın bir şekilde hallederim.") ve c18 ("İşimde benim için belirsizlikler olduğunda, her zaman en iyisini isterim.") ifadeler ölçekten çıkarılmıştır. Bu ölçekteki geri kalan 19 ifadenin faktör yüklerinin 0,50' den büyük olduğu ve uygun değer aralığında değerler aldıkları görülmektedir.

Aşağıdaki şekilde psikolojik sermaye ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi modeline yer verilmiştir. Bu analiz AMOS paket programı ile gerçekleştirilmiş ve analiz sonuçlarına aşağıdaki bölümlerde yer verilmiştir.



**Şekil 4.** Psikolojik Sermaye Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli

Aşağıdaki tabloda ise psikolojik sermaye ölçeği için yapılan doğrulayıcı faktör analizi değerleri verilmektedir.

**Tablo 10.** Psikolojik Sermaye Ölçeğinin Faktör Analizi Modeline Yönelik Veriler

	X <sup>2</sup> /df	GFI	CFI	NFI	RMSEA
Model Uyumu	2,76	0,92	0,94	0,91	0,063

Faktör analizi bulgularının beklenen uyum iyilikleri değerleriyle örtüştüğü görülmektedir. Bu uyumluluk neticesinde psikolojik sermaye ölçeğinin ölçülmek istenen boyutlarıyla uyumlu olduğu söylenebilir.

### 3.4. Bulgular ve Yorum

Araştırmada kullanılan mizah tarzları, iş yaşam kalitesi ve psikolojik sermaye değişkelerinin ortalamaları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 11.** Değişkenlere İlişkin Ortalamalar

	N	Ölçek	Ortalama	Standart sapma
Katılımcı mizah	445	5'li Likert	3,4007	1,11274
K. geliştirici mizah	445	5'li Likert	2,9094	1,01319
Saldırgan mizah	445	5'li Likert	2,1476	1,00820
K. yıkıcı mizah	445	5'li Likert	2,2449	0,93918
İş yaşam kalitesi	445	5'li Likert	3,3618	0,83153
Psikolojik sermaye	445	6'lı Likert	4,8750	0,58529

Mizah tarzları değişkeninin boyutlarının ortalamalarına bakıldığında; yöneticilerin mizah tarzlarının çalışanlar tarafından çoğunlukla katılımcı mizah olarak algılandığı görülmektedir. Yöneticilerin mizah tarzlarının çalışanlar tarafından en düşük düzeyde saldırgan mizah olarak algılandığı gözlenmiştir.

Çalışanların iş yaşam kalitesi ortalamalarının bakıldığında, katılımcıların iş yaşam kalitesi ortalama düzeylerinin genel olarak orta düzeyde olduğu gözlenmektedir. Çalışanların psikolojik sermaye ortalamalarına bakıldığında ise katılımcıların psikolojik sermaye ortalama düzeylerinin nispeten yüksek olduğu görülmektedir.

#### 3.4.1. Değişkenlere İlişkin Korelasyon Analizleri

Araştırmada kullanılan değişkenler arası ilişkilerin tespitine yönelik yapılan Pearson korelasyon analizinin sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Tablo 12.** Değişkenler arası korelasyon değerleri

		P. Sermaye	İş Yaşam Kalitesi
Katılımcı mizah	Pearson korelasyon	0,195**	0,532**
	Anlamlılık	0,000	0,000
K. Geliştirici mizah	Pearson korelasyon	0,212**	0,449**
	Anlamlılık	0,000	0,000
Saldırgan mizah	Pearson korelasyon	-0,229**	-0,154**
	Anlamlılık	0,000	0,001
K. Yıkıcı mizah	Pearson korelasyon	-0,129**	0,112*
	Anlamlılık	0,006	0,018
P. sermaye	Pearson korelasyon	1	0,362**
	Anlamlılık		0,000

\*Korelasyon katsayısı 0,05 düzeyinde anlamlıdır (2-kuyruk).

\*\*Korelasyon katsayısı 0,01 düzeyinde anlamlıdır (2-kuyruk).

Korelasyon analizi ile değişkenler arasındaki ilişkinin yönü ve gücü araştırılmaktadır. Korelasyon değeri -1 ile +1 arasında değer almaktadır. Değer mutlak olarak sıfıra yaklaştıkça gücün zayıfladığını, 1'e yaklaştıkça gücün arttığını ifade etmektedir. Artı yöndeki değerler ilişkinin pozitif, eksi yöndeki değerler ise ilişkinin negatif olduğunu göstermektedir.

Yöneticilerin katılımcı mizahıyla çalışanların psikolojik sermayesi arasında pozitif yönde zayıf düzeyde (0,20) anlamlı (p: 0,00) bir ilişki, çalışanların iş yaşam kalitesi arasında ise pozitif yönde orta düzeyde (0,53) anlamlı (p: 0,00) bir ilişki bulunmuştur.

Yöneticilerin kendini geliştirici mizahıyla çalışanların psikolojik sermayesi arasında pozitif yönde zayıf düzeyde (0,21) anlamlı (p: 0,00) bir ilişki, çalışanların iş yaşam kalitesi arasında ise pozitif yönde orta düzeyde (0,45) anlamlı (p: 0,00) bir ilişki bulunmuştur.

Yöneticilerin saldırgan mizahıyla çalışanların psikolojik sermayesi arasında negatif yönde zayıf düzeyde (-0,23) anlamlı (p: 0,00) bir ilişki, çalışanların iş yaşam kalitesi arasında ise negatif yönde zayıf düzeyde (-0,15) anlamlı (p: 0,001) bir ilişki bulunmuştur.

Yöneticilerin kendini yıkıcı mizahıyla çalışanların psikolojik sermayesi arasında negatif yönde zayıf düzeyde (-0,13) anlamlı (p: 0,006) bir ilişki, çalışanların iş yaşam kalitesi arasında ise pozitif yönde zayıf düzeyde (0,11) anlamlı (p: 0,018) bir ilişki bulunmuştur.

Çalışanların iş yaşam kalitesi ile psikolojik sermayeleri arasında pozitif yönde orta düzeyde (0,36) anlamlı (p: 0,00) bir ilişki bulunmuştur.

### 3.4.2. Değişkenlere İlişkin Regresyon Analizleri

Bağımsız değişkenin bağımlı değişkene olan etkisinin gücünü ve yönünü tespit etmek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Aşağıdaki tablolarda araştırma hipotezlerine yönelik regresyon analizi sonuçları verilmiştir.

H<sub>1a</sub>: Yöneticinin katılımcı mizah tarzı çalışanın iş yaşam kalitesini pozitif yönde etkilemektedir.

**Tablo 13.** Katılımcı mizahın iş yaşam kalitesi üzerine etkisi: Regresyon analizi

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	β	t	p
Katılımcı mizah	İYK	0,281	174,497	0,532	18,690	0,000

Katılımcı mizahın iş yaşam kalitesine etkisi üzerine yapılan regresyon analizi değerlerine bakıldığında; Beta değerinin 0,532, p değerinin p<0,01 olduğu görülmüş ve katılımcı mizahın iş yaşam kalitesini pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. H<sub>1a</sub> hipotezi kabul edilmiştir.

H<sub>1b</sub>: Yöneticinin kendini geliştirici mizah tarzı çalışanın iş yaşam kalitesini pozitif yönde etkilemektedir.

**Tablo 14.** Kendini geliştirici mizahın iş yaşam kalitesine etkisi: Regresyon analizi

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	β	t	p
K. Geliştirici Mizah	İYK	0,199	111,608	0,449	10,564	0,000

Kendini geliştirici mizahın iş yaşam kalitesine etkisi üzerine yapılan regresyon analizi değerlerine bakıldığında; Beta değerinin 0,449, p değerinin  $p < 0,01$  olduğu görülmüş ve kendini geliştirici mizahın iş yaşam kalitesini pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.  $H_{1b}$  hipotezi kabul edilmiştir.

$H_{1c}$ : Yöneticinin saldırgan mizah tarzı çalışanın iş yaşam kalitesini negatif yönde etkilemektedir.

**Tablo 15.** Saldırgan mizahın iş yaşam kalitesi üzerine etkisi: Regresyon analizi

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	$\beta$	t	p
Saldırgan mizah	İYK	0,022	10,824	-0,154	-3,290	0,001

Saldırgan mizahın iş yaşam kalitesine etkisi üzerine yapılan regresyon analizi değerlerine bakıldığında; Beta değerinin -0,154, p değerinin  $p < 0,01$  olduğu görülmüş ve saldırgan mizahın iş yaşam kalitesini negatif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.  $H_{1c}$  hipotezi kabul edilmiştir.

$H_{1d}$ : Yöneticinin kendini yıkıcı mizah tarzı çalışanın iş yaşam kalitesini negatif yönde etkilemektedir.

**Tablo 16.** Kendini yıkıcı mizahın iş yaşam kalitesi üzerine etkisi: Regresyon analizi

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	$\beta$	t	p
K. Yıkıcı Mizah	İYK	0,01	5,664	0,112	2,380	0,018

Kendini yıkıcı mizahın iş yaşam kalitesine etkisi üzerine yapılan regresyon analizi değerlerine bakıldığında; Beta değerinin 0,112, p değerinin  $p < 0,05$  olduğu görülmüş ve kendini yıkıcı mizahın iş yaşam kalitesini pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.  $H_{1d}$  hipotezi reddedilmiştir.

$H_{2a}$ : Yöneticinin katılımcı mizah tarzı çalışanın psikolojik sermayesini pozitif yönde etkilemektedir.

**Tablo 17.** Katılımcı Mizah Tarzının Psikolojik Sermayeye Etkisi: Regresyon Analizi

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	$\beta$	t	p
Katılımcı mizah	Psikolojik Sermaye	0,036	17,462	0,195	4,179	0,000

Katılımcı mizahın psikolojik sermayeye etkisi üzerine yapılan regresyon analizi değerlerine bakıldığında; Beta değerinin 0,195, p değerinin  $p < 0,01$  olduğu görülmüş ve katılımcı mizahın psikolojik sermayeyi pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.  $H_{2a}$  hipotezi kabul edilmiştir.

$H_{2b}$ : Yöneticinin kendini geliştirici mizah tarzı çalışanın psikolojik sermayesini pozitif yönde etkilemektedir.

**Tablo 18.** Kendini geliştirici mizahın psikolojik sermayeye etkisi: Regresyon analizi

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	β	t	p
K. Geliştirici Mizah	Psikolojik Sermaye	0,043	20,764	0,212	4,557	0,000

Kendini geliştirici mizahın psikolojik sermayeye etkisi üzerine yapılan regresyon analizi değerlerine bakıldığında; Beta değerinin 0,212, p değerinin  $p < 0,01$  olduğu görülmüş ve kendini geliştirici mizahın psikolojik sermayeyi pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.  $H_{2b}$  hipotezi kabul edilmiştir.

$H_{2c}$ : Yöneticinin saldırgan mizah tarzı çalışanın psikolojik sermayesini negatif yönde etkilemektedir.

**Tablo 19.** Saldırgan mizahın psikolojik sermaye üzerine etkisi: Regresyon analizi

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	β	t	p
Saldırgan mizah	Psikolojik Sermaye	0,051	24,626	-0,229	-4,962	0,000

Saldırgan mizahın psikolojik sermayeye etkisi üzerine yapılan regresyon analizi değerlerine bakıldığında; Beta değerinin -0,229, p değerinin  $p < 0,01$  olduğu görülmüş ve saldırgan mizahın psikolojik sermayeyi negatif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.  $H_{2c}$  hipotezi kabul edilmiştir.

$H_{2d}$ : Yöneticinin kendini yıkıcı mizah tarzı çalışanın psikolojik sermayesini negatif yönde etkilemektedir.

**Tablo 20.** Kendini yıkıcı mizahın psikolojik sermayeye etkisi: Regresyon analizi

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	β	t	p
K. Yıkıcı Mizah	Psikolojik Sermaye	0,015	7,554	-0,129	-2,748	0,006

Kendini yıkıcı mizahın psikolojik sermayeye etkisi üzerine yapılan regresyon analizi değerlerine bakıldığında; Beta değerinin -0,129, p değerinin  $p < 0,01$  olduğu görülmüş ve kendini yıkıcı mizahın psikolojik sermayeyi negatif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.  $H_{2d}$  hipotezi kabul edilmiştir.

$H_3$ : Çalışanın psikolojik sermayesi çalışanın iş yaşam kalitesini pozitif yönde etkilemektedir.

**Tablo 21.** Psikolojik sermayenin iş yaşam kalitesi üzerine etkisi: Regresyon analizi

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	β	t	p
Psikolojik Sermaye	İYK	0,129	66,664	0,362	8,165	0,000

Psikolojik sermayenin iş yaşam kalitesine etkisi üzerine yapılan regresyon analizi değerlerine bakıldığında; Beta değerinin 0,362, p değerinin  $p < 0,01$  olduğu görülmüş ve psikolojik sermayenin iş



yaşam kalitesini pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. H<sub>3</sub> hipotezi kabul edilmiştir.

### 3.4.3. Psikolojik sermayenin aracılık etkisi: Hiyerarşik regresyon analizi

Araştırma değişkenlerinin aracılık etkisini tespit etmeye yönelik Baron ve Kenny (1986)'nin üç aşamalı hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Değişkenler arası aracılık etkisinden bahsedilebilmesi için bazı şartların olması gerekmektedir. Değişkenlerin aracı kabul edilen değişkenle anlamlı etki ilişkisi içerisinde bulunması, bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni anlamlı bir şekilde etkiliyor olması ve bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki etkinin aracı değişkenin modele dâhil edilmesiyle birlikte ortadan kalkması veya azalması beklenmektedir.

Psikolojik sermayenin aracılık etkisini test etmek ve aracılık hipotezini doğrulamak amacıyla yapılan hiyerarşik regresyon analizi ve modele yönelik tablolar aşağıda verilmiştir.

H<sub>4</sub>: Psikolojik sermaye yöneticinin mizah tarzı ve çalışanların iş yaşam kalitesi arasındaki ilişkide aracılık rolü üstlenmektedir.

**Tablo 22.** Katılımcı Mizahın İYK Üzerindeki Etkisinde Psikolojik Sermayenin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi

Model 1						
Bağımsız Değişken	Aracı Değişken	R <sup>2</sup>	F	β	t	p
Katılımcı mizah	P. Sermaye	0,036	17,462	0,195	4,179	0,000
Model 2						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	β	t	p
Katılımcı mizah	İYK	0,281	174,497	0,532	18,690	0,000
Aracı Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	β	t	p
P. Sermaye	İYK	0,129	66,664	0,362	8,165	0,000
Model 3						
Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	β	t	p
Katılımcı mizah	İYK	0,349	119,971	0,479	12,278	0,000
P. Sermaye				0,268	6,873	0,000

Katılımcı mizah ile iş yaşam kalitesi değişkenleri arasında psikolojik sermayenin aracılık rolünü tespit etmeye yönelik hiyerarşik regresyon analizi modeli kurulmuştur. Öncelikli olarak katılımcı mizahın aracı değişken olan psikolojik sermayeye etkisi Model 1’de test edilmiştir. Katılımcı mizahın psikolojik sermayeyi pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği ve psikolojik sermayenin 0,04’ünü açıkladığı görülmüştür (β: 0,195, p: 0,000<0,05).

Model 2 de ise bağımsız değişken olan katılımcı mizah ile aracı değişken psikolojik sermayenin bağımlı değişken olan iş yaşam kalitesine ayrı ayrı etkileri test edilmiştir. Katılımcı mizahın tek başına iş yaşam kalitesini pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği ve iş yaşam kalitesinin 0,281’ini açıkladığı görülmüştür (β: 0,532, p: 0,000<0,05). Psikolojik sermayenin tek başına iş yaşam kalitesini pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği ve iş yaşam kalitesinin 0,129’ünü açıkladığı görülmüştür (β: 0,362, p: 0,000<0,05).

Model 3’te ise bağımsız değişken olan katılımcı mizah ile aracı değişken psikolojik sermayenin bağımlı değişken olan iş yaşam kalitesine birlikte etkisi test edilmiştir. Model 3’te katılımcı mizah ve

psikolojik sermaye birlikte iş yaşam kalitesinin 0,349'unu açıkladığı ve katılımcı mizahın iş yaşam kalitesine etkisini ifade eden Beta ( $\beta$ ) değerinin azaldığı görülmektedir ( $\beta$ : 0,479, p: 0,000<0,05). Katılımcı mizahın iş yaşam kalitesine olan etkisi tamamen ortadan kalkmadığından dolayı psikolojik sermayenin tam aracılık etkisinden bahsetmek mümkün olmamaktadır. Ancak değerindeki azalmadan dolayı kısmi aracılık etkisinin olup olmadığını test etmek amacıyla Sobel Testi uygulanmıştır. Bu test ile  $\beta$  değerlerindeki azalmanın anlamlılığı tespit edilecektir. Test Sonuçlarına göre Z= 3,734, Sobel standart hatası (Sobel's SE)= 0,052, p= 0,000 olduğu ve  $\beta$  değerindeki azalmanın anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu anlamlılıkla birlikte psikolojik sermayenin katılımcı mizah ve iş yaşam kalitesi değişkenleri arasında kısmi aracılık etkisinin olduğu söylenebilir.

**Tablo 23.** Kendini geliştirici mizahın İYK üzerindeki etkisinde psikolojik sermayenin aracılık rolünü incelemeye yönelik hiyerarşik regresyon analizi.

Model 1						
Bağımsız Değişken	Aracı Değişken	R <sup>2</sup>	F	$\beta$	t	p
K. Geliştirici Mizah	P. Sermaye	0,043	20,764	0,212	4,557	0,000
Model 2						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	$\beta$	t	p
K. Geliştirici Mizah	İYK	0,199	111,608	0,449	10,564	0,000
Aracı Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	$\beta$	t	p
P. Sermaye	İYK	0,129	66,664	0,362	8,165	0,000
Model 3						
Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	$\beta$	t	p
K. Geliştirici Mizah	İYK	0,272	84,132	0,390	9,404	0,000
P. Sermaye				0,279	6,742	0,000

Kendini geliştirici mizah ile iş yaşam kalitesi değişkenleri arasında psikolojik sermayenin aracılık rolünü tespit etmeye yönelik hiyerarşik regresyon analizi modeli kurulmuştur. Öncelikli olarak kendini geliştirici mizahın aracı değişken olan psikolojik sermayeye etkisi Model 1'de test edilmiştir. Kendini geliştirici mizahın psikolojik sermayeyi pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği ve psikolojik sermayenin 0,04'ünü açıkladığı görülmüştür ( $\beta$ : 0,212, p: 0,000<0,05).

Model 2 de ise bağımsız değişken olan kendini geliştirici mizah ile aracı değişken psikolojik sermayenin bağımlı değişken olan iş yaşam kalitesine ayrı ayrı etkileri test edilmiştir. Kendini geliştirici mizahın tek başına iş yaşam kalitesini pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği ve iş yaşam kalitesinin 0,199'unu açıkladığı görülmüştür ( $\beta$ : 0,449, p: 0,000<0,05). Psikolojik sermayenin tek başına iş yaşam kalitesini pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği ve iş yaşam kalitesinin 0,129'unu açıkladığı görülmüştür ( $\beta$ : 0,362, p: 0,000<0,05).

Model 3'te ise bağımsız değişken olan kendini geliştirici mizah ile aracı değişken psikolojik sermayenin bağımlı değişken olan iş yaşam kalitesine birlikte etkisi test edilmiştir. Model 3'te kendini geliştirici mizah ve psikolojik sermaye birlikte iş yaşam kalitesinin 0,272'ünü açıkladığı ve katılımcı mizahın iş yaşam kalitesine etkisini ifade eden Beta ( $\beta$ ) değerinin azaldığı görülmektedir ( $\beta$ : 0,390,  $p$ : 0,000<0,05). Kendini geliştirici mizahın iş yaşam kalitesine olan etkisi tamamen ortadan kalkmadığından dolayı psikolojik sermayenin tam aracılık etkisinden bahsetmek mümkün olmamaktadır. Ancak değerindeki azalmadan dolayı kısmi aracılık etkisinin olup olmadığını test etmek amacıyla Sobel Testi uygulanmıştır. Bu test ile  $\beta$  değerlerindeki azalmanın anlamlılığı tespit edilecektir. Test Sonuçlarına göre  $Z= 3,986$ , Sobel standart hatası (Sobel's SE)= 0,058,  $p= 0,000$  olduğu ve  $\beta$  değerindeki azalmanın anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu anlamlılıkla birlikte psikolojik sermayenin kendini geliştirici mizah ve iş yaşam kalitesi değişkenleri arasında kısmi aracılık etkisinin olduğu söylenebilir.

**Tablo 24.** Saldırgan mizahın İYK üzerindeki etkisinde psikolojik sermayenin aracılık rolünü incelemeye yönelik hiyerarşik regresyon analizi

Model 1						
Bağımsız Değişken	Aracı Değişken	R <sup>2</sup>	F	$\beta$	t	p
Saldırgan mizah	P. Sermaye	0,051	24,626	-0,229	-4,962	0,000
Model 2						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	$\beta$	t	p
Saldırgan mizah	İYK	0,022	10,824	-0,154	-3,290	0,001
Aracı Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	$\beta$	t	p
P. sermaye	İYK	0,129	66,664	0,362	8,165	0,000
Model 3						
Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	$\beta$	t	p
Saldırgan mizah	İYK	0,132	34,842	-0,075	-1,660	0,098
P. sermaye				0,344	7,582	0,000

Saldırgan mizah ile iş yaşam kalitesi değişkenleri arasında psikolojik sermayenin aracılık rolünü tespit etmeye yönelik hiyerarşik regresyon analizi modeli kurulmuştur. Öncelikli olarak saldırgan mizahın aracı değişken olan psikolojik sermayeye etkisi Model 1'de test edilmiştir. Saldırgan mizahın psikolojik sermayeyi pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği ve psikolojik sermayenin 0,05'ini açıkladığı görülmüştür ( $\beta$ : -0,229,  $p$ : 0,000<0,05).

Model 2 de ise bağımsız değişken olan saldırgan mizah ile aracı değişken psikolojik sermayenin bağımlı değişken olan iş yaşam kalitesine ayrı ayrı etkileri test edilmiştir. Saldırgan mizahın tek başına iş yaşam kalitesini pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği ve iş yaşam kalitesinin 0,022'ini açıkladığı görülmüştür ( $\beta$ : -0,154,  $p$ : 0,001<0,05). Psikolojik sermayenin tek başına iş yaşam kalitesini pozitif

yönde anlamlı bir şekilde etkilediği ve iş yaşam kalitesinin 0,129'unu açıkladığı görülmüştür ( $\beta$ : 0,362,  $p$ : 0,000<0,05).

Model 3'te ise bağımsız değişken olan saldırgan mizah ile aracı değişken psikolojik sermayenin bağımlı değişken olan iş yaşam kalitesine birlikte etkisi test edilmiştir. Model 3'te saldırgan mizah ve psikolojik sermaye birlikte iş yaşam kalitesinin 0,132'sini açıkladığı ve saldırgan mizahın iş yaşam kalitesine etkisinin ortadan kalktığı görülmektedir ( $\beta$ :-0,075,  $p$ : 0,098>0,05). Saldırgan mizahın iş yaşam kalitesine olan etkisi ortadan kalktığından dolayı psikolojik sermayenin tam aracılık etkisinden bahsedilebilir. Psikolojik sermayenin saldırgan mizah ve iş yaşam kalitesi değişkenleri arasında tam aracılık etkisinin olduğu söylenebilir.

**Tablo 25.** Kendini yıkıcı mizahın İYK üzerindeki etkisinde psikolojik sermayenin aracılık rolünü incelemeye yönelik hiyerarşik regresyon analizi

Model 1						
Bağımsız Değişken	Aracı Değiş.	R <sup>2</sup>	F	$\beta$	t	p
K. Yıkıcı Mizah	P. Sermaye	0,015	7,554	-0,129	-2,748	0,006
Model 2						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	$\beta$	t	p
K. Yıkıcı Mizah	İYK	0,01	5,664	0,112	2,380	0,018
Aracı Değişken	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	$\beta$	t	p
P. sermaye	İYK	0,129	66,664	0,362	8,165	0,000
Model 3						
Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken	R <sup>2</sup>	F	$\beta$	t	p
K. Yıkıcı Mizah	İYK	0,153	41,025	0,162	3,675	0,000
P. sermaye				0,383	8,685	0,000

Kendini yıkıcı mizah ile iş yaşam kalitesi değişkenleri arasında psikolojik sermayenin aracılık rolünü tespit etmeye yönelik hiyerarşik regresyon analizi modeli kurulmuştur. Öncelikli olarak Kendini yıkıcı mizahın aracı değişken olan psikolojik sermayeye etkisi Model 1'de test edilmiştir. Kendini yıkıcı mizahın psikolojik sermayeyi pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği ve psikolojik sermayenin 0,015'ini açıkladığı görülmüştür ( $\beta$ : -0,129,  $p$ : 0,006<0,05).

Model 2 de ise bağımsız değişken olan kendini yıkıcı mizah ile aracı değişken psikolojik sermayenin bağımlı değişken olan iş yaşam kalitesine ayrı ayrı etkileri test edilmiştir. Kendini yıkıcı mizahın tek başına iş yaşam kalitesini pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği ve iş yaşam kalitesinin 0,01'ini açıkladığı görülmüştür ( $\beta$ : 0,112,  $p$ : 0,018<0,05). Psikolojik sermayenin tek başına iş yaşam

kalitesini pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediği ve iş yaşam kalitesinin 0,129'unu açıkladığı görülmüştür ( $\beta$ : 0,362,  $p$ : 0,000<0,05).

Model 3'te ise bağımsız değişken olan kendini yıkıcı mizah ile aracı değişken psikolojik sermayenin bağımlı değişken olan iş yaşam kalitesine birlikte etkisi test edilmiştir. Model 3'te kendini yıkıcı mizah ve psikolojik sermaye birlikte iş yaşam kalitesinin 0,153'unu açıkladığı ve kendini yıkıcı mizahın iş yaşam kalitesine etkisini ifade eden Beta ( $\beta$ ) değerinin azalmayarak aksine arttığı görülmektedir ( $\beta$ : 0,162,  $p$ : 0,000<0,05).  $\beta$  değerinde bir azalmanın olmaması nedeniyle psikolojik sermayenin kendini yıkıcı mizah ve iş yaşam kalitesi değişkenleri arasında herhangi bir aracılık etkisinden söz edilememektedir.

Hiyerarşik regresyon sonucunda elde edilen bulgular neticesinde psikolojik sermayenin mizah tarzları ile iş yaşam kalitesi arasındaki etkide aracılık rolünü test eden  $H_4$  hipotezinin kısmen kabul edilebildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Yöneticilerin mizah tarzlarının çalışanların iş yaşam kalitelerini arttırmasında psikolojik sermayenin kısmen aracılık ettiği görülmektedir. Yöneticiler çalışanların iş yaşam kalitelerini arttırmak için olumlu mizah tarzları olan katılımcı ve kendini geliştirici mizah tarzlarını sergilerken olumsuz mizah tarzları olan saldırgan ve kendini yıkıcı mizah tarzlarını sergilemekten kaçınmaları gerekmektedir. Böylelikle çalışanların psikolojik sermayeleri arttırılarak dolaylı olarak kısmen de olsa çalışanların iş yaşam kaliteleri arttırılmış olacaktır.

#### 4. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Araştırmanın bulgularına göre yöneticinin mizah tarzları ile çalışanların iş yaşam kaliteleri ve psikolojik sermayeleri arasında ilişkilerin olduğu görülmüştür. Yöneticilerin katılımcı mizahıyla çalışanların psikolojik sermayesi ve iş yaşam kalitesi arasında pozitif yönde ilişki, yöneticilerin kendini geliştirici mizahıyla çalışanların psikolojik sermayesi ve iş yaşam kalitesi arasında pozitif yönde ilişki, yöneticilerin saldırgan mizahıyla çalışanların psikolojik sermayesi ve iş yaşam kalitesi arasında ise negatif yönde bir ilişki, yöneticilerin kendini yıkıcı mizahıyla çalışanların psikolojik sermayesi arasında negatif yönde ve iş yaşam kalitesi arasında pozitif yönde bir ilişki, çalışanların iş yaşam kalitesi ile psikolojik sermayeleri arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda değişkenler arası etkinin yönü ve şiddetini tespit etmek ve araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla kullanılan regresyon analizi sonucunda ise şu sonuçlar elde edilmiştir.

Yöneticilerin katılımcı mizahının çalışanların psikolojik sermayesini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmış ve ilgili hipotez kabul edilmiştir. Literatürde yapılan benzer çalışmalara bakıldığında benzer sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Wijerwadana ve arkadaşlarının (2017) yapmış oldukları çalışmada yöneticilerin mizahının olumlu algılanması çalışanların pozitif duygusal tepkimelerini olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Goswami vd. (2016)'nin de benzer şekilde pozitif mizahi liderlik ile astların pozitif duyguları arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Benzer çalışmalara bakıldığında yöneticinin mizah kullanmasıyla çalışanların pozitif duyguları arasında ilişki olduğu görülmektedir (Cooper vd., 2018; Hughes, 2009).

Yöneticilerin katılımcı mizah tarzını sergilemelerinin çalışanların psikolojik sermaye düzeylerinin artmasına neden olduğu görülmektedir. Sosyal ilişkiler kurma, dostluğu arttırma, çatışmaları çözmeye kullanılabilen bu mizah tarzı ile çalışanların psikolojik olarak kendilerini yeterli, dayanıklı, iyimser hissetmeleri sağlanabilir. Bu nedenle bu mizah tarzının yöneticiler tarafından kullanımının yaygınlaştırılması örgütün avantajına olacaktır.

Çalışmada yöneticilerin kendini geliştirici mizahının çalışanların psikolojik sermayesini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında çalışma bulgularını destekler nitelikte yöneticinin kendini geliştirici mizahının pozitif psikoloji kavramlarından olan psikolojik iyi oluşu pozitif yönde etkilediği görülmektedir (Ünal, 2014).

Yöneticilerin kendini geliştirici mizah tarzını sergilemeleri çalışanların psikolojik sermaye düzeylerinin artmasına neden olduğu görülmektedir. Yöneticinin kendine dönük olan bu mizah tarzı yöneticiye zorluklarla mücadele etmede ve sıkıntılı dönemlerin üstesinden gelmede yardımcı olmaktadır. Yöneticinin kendine yönelik olarak sergilediği bu mizah tarzı çalışanlar tarafından da olumlu algılandığı ve psikolojik sermayelerini olumlu yönde etkilediği söylenebilir. Yöneticilerin kendilerini geliştirici mizahı sergilemeleri hem kendilerine hem de çalışanlara katkıları olacaktır.

Yöneticilerin saldırgan mizahının çalışanların psikolojik sermayesini negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmış ve ilgili hipotez kabul edilmiştir. Çalışma bulgularıyla uyumlu olan Wijerwadana vd. (2017)'nin yapmış oldukları çalışmada yöneticinin mizahının olumsuz algılanması çalışanların olumsuz duygusal tepkimeleri üzerinden psikolojik sermayelerini olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bulgularla benzer şekilde Ünal (2014)'ın yapmış olduğu çalışmada, yöneticinin saldırgan mizahının pozitif psikoloji kavramlarında olan psikolojik iyi oluşu negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Yöneticilerin saldırgan mizah tarzını sergilemelerinin çalışanların psikolojik sermaye düzeylerini olumsuz yönde etkilediği görülmüştür. Bu mizah tarzı her ne kadar mizahı yapanı ve çevresindekileri eğlendirse de saldırgan mizaha muhatap olan kişileri aşağıladığı için bu kişilerde yaralanmalara yol açmaktadır. Saldırgan mizahın olumsuz yönleri dikkate alındığında yöneticilerin bu mizah tarzını kullanmaktan kaçınmaları gerekmektedir.

Yöneticilerin kendini yıkıcı mizahının çalışanların psikolojik sermayesini negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmış ve ilgili hipotez kabul edilmiştir. Wijerwadana ve arkadaşlarının (2017) yapmış oldukları çalışmada yöneticinin mizahının çalışanlar tarafından negatif olarak algılanması çalışanlarda negatif duygusal tepkimelere, negatif duygusal tepkimelerin de psikolojik sermayeyi negatif yönde etkilediği görülmüştür. Benzer şekilde Gkorezis vd. (2011)'nin de yapmış oldukları çalışmada yöneticilerin olumsuz mizahının çalışanların psikolojik güçlendirme düzeylerini azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Kendini yıkıcı mizahın olumsuz mizah boyutlarından olduğu düşünüldüğünde çalışma bulgularının literatürle uyumlu olduğu söylenebilir. Ayrıca kendini yıkıcı mizah tarzını sergileyen yöneticilerin kendilerini aşağılayan davranışları, çalışanların yöneticiye olan saygılarını, güvenlerini ve yöneticinin statüsünü zedeleyebileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Yöneticilerin kendini yıkıcı mizah tarzını sergilemelerinin çalışanların psikolojik sermaye düzeylerini olumsuz yönde etkilediği görülmektedir. Yöneticilerin kendilerini aşağılayarak sergilediklerin bu mizah tarzı genel olarak çalışanlar tarafından lakaytlık olarak algılanmakta ve yöneticiye olan güveni saygıyı ve yöneticinin statüsünü sarsmaktadır. Bu durum da çalışanları psikolojik olarak olumsuz yönde etkilemektedir. Yöneticilerin bu mizah tarzından genel olarak kaçınmaları gerekmektedir. Ancak iş yerinde sosyalliği arttırmak ve resmi havayı kırmak adına bu mizah tarzı yöneticiler tarafından az da olsa sergilenebilir.

Yöneticilerin katılımcı, kendini geliştirici ve kendini yıkıcı mizahının çalışanların iş yaşam kalitesini pozitif yönde etkilediği, saldırgan mizahının ise çalışanların iş yaşam kalitesini negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde yöneticinin mizah tarzının çalışanların iş yaşam kalitesine etkisi üzerine doğrudan bir çalışmaya rastlanamamıştır. Ancak liderlik tarzları ile iş yaşam kalitesi ilişkisi üzerine yapılan çalışmalarda liderlik tarzının iş yaşam kalitesine etkilediği görülmektedir

(Hatipoğlu ve Zengin, 2018; Kara vd., 2018; Yalçın ve Akan, 2016). Bir liderlik tarzı olarak da kabul edilebilecek olan yöneticinin mizah tarzlarının iş yaşam kalitesine etkisi ile ilgili bulgularla, bu alanda yapılan çalışmaları destekler nitelikte sonuçlar elde edildiği görülmektedir.

Çalışanların psikolojik sermayesinin iş yaşam kalitesini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmış ve ilgili hipotez kabul edilmiştir. Literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında çalışma bulgularını destekler nitelikte sonuçlandığı görülmektedir. (Kim vd., 2017; Allameh vd., 2018; Nastiezaie vd., 2017; Kang vd., 2018; Tho, 2018; Gupta vd., 2018; Erkuş ve Tüzün, 2013; Nguyen ve Nguyen, 2012; Nguyen vd., 2014; Mortazavi vd., 2012; Nafei, 2015). Yapılan bu çalışmalar ile elde edilen bulgular genel olarak uyumlu olmakla birlikte bazı farklılıklar olduğu da görülebilmektedir. İş yaşam kalitesi boyutları literatürde yapılan çalışmaların hepsinde aynı olmadığından dolayı bazı farklılıkları olması olağan karşılanabilir. Psikolojik sermayenin boyutları literatürde kabul görmüş dört boyuttan oluşmaktadır. İş yaşam kalitesi boyutları ise yapılan çalışmanın amacına göre farklılıklar gösterebilmektedir. Literatürde genel olarak psikolojik sermayenin iş yaşam kalitesini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmakla birlikte psikolojik sermayenin iş yaşam kalitesinin olumsuz boyutlarını negatif yönde etkilediği görülmektedir. Bununla birlikte yapılan bazı çalışmaların psikolojik sermayeyi boyutları üzerinden çalışmaya dâhil ettikleri görülmektedir. Psikolojik sermayenin tüm boyutlarının iş yaşam kalitesini aynı düzeyde etkileyemeyeceği de göz önüne alındığında psikolojik sermayenin boyut düzeyinde iş yaşam kalitesine etkilerinin bazı farklılıklar gösterebileceği normal kabul edilebilir. Tüm bu çalışmalar genel olarak psikolojik sermayenin iş yaşam kalitesini pozitif yönde etkilediği sonucunu kuvvetlendirmektedir.

Çalışanların psikolojik sermayelerinin kendilerinin iş yaşam kalitelerine yönelik algılarını arttırdığı görülmektedir. Kişilerin kendilerini psikolojik olarak yeterli, dayanıklı, iyimser ve umutlu hissetmeleri; iş yaşam kaliteleri algılarının da yükselmesine neden olmaktadır. Eğer bir işletmede iş yaşam kalitesi arttırılmak isteniyorsa öncelikli olarak çalışanların psikolojik sermaye düzeylerini etkileyen faktörler üzerinde çalışılması gerekmektedir. Psikolojik sermayenin geliştirilebilir bir değişken olduğu göz önüne alındığında örgütlerin eğitim ve geliştirme faaliyetlerinde bu durumu dikkate almaları faydalarına olacaktır. Böylelikle çalışanların hem psikolojik sermayeleri hem de dolaylı olarak iş yaşam kalite düzeyleri arttırılmış olacaktır.

Psikolojik sermayenin yöneticinin mizah tarzları ve çalışanların iş yaşam kalitesi ilişkisinde aracılık etkisini tespit etmek amacıyla yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonucunda; psikolojik sermayenin katılımcı mizah ve kendini geliştirici mizah ile iş yaşam kalitesi arasındaki ilişkide kısmi aracılık ettiği, saldırgan mizaha tam aracılık ettiği, kendini yıkıcı mizaha ise aracılık etmediği sonucuna ulaşılmıştır. Aracılık etkisini test eden ilgili hipotezin ise kısmen kabul edildiği söylenebilir. Allameh ve arkadaşları (2018)'nin yapmış oldukları çalışmayı kısmen doğrular nitelikte sonuçlar elde edilmiştir.

Araştırmada yöneticilerin mizah tarzlarının çalışanların iş yaşam kalitelerini arttırmasında psikolojik sermayenin kısmen aracılık ettiği görülmektedir. Bu nedenle yöneticiler çalışanların iş yaşam kalitelerini arttırmak için olumlu mizah tarzları olan katılımcı ve kendini geliştirici mizah tarzlarını sergilerken olumsuz mizah tarzları olan saldırgan ve kendini yıkıcı mizah tarzlarını sergilemekten kaçınmaları gerekmektedir.

Yöneticilerin mizah tarzlarının çalışanların psikolojik sermaye ve iş yaşam kaliteleri ile ilişkileri üzerine yapılan analizlerin sonuçlarına genel olarak bakıldığında mizahın psikolojik sermaye ve iş yaşam kalitesini etkilediği ve literatürle uyumlu olduğu görülmektedir. Ancak mizahın psikolojik sermaye ve iş yaşam kalitesi değişkenlerini açıklama değerinin düşük olduğu da görülmektedir. Bu durumun Türkiye'de güç mesafesinin yüksek olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Güç mesafesini

korumak için çalışanlarla daha resmi ve mesafeli durmayı bir tarz haline getiren bazı yöneticilerin mizahı iş yerlerinde sergilemekten kaçındıkları ve sadece arkadaş çevrelerinde sergiledikleri bankalarda yapılan görüşmelerden edinilmiştir.

Yönetici ve uygulamacıların örgütlerinde mizahı sergilemeden kaçınmadan ölçülü bir şekilde kullanmaları faydalarına olacağı düşünülebilir. Katılımcı ve kendini geliştirici mizah tarzlarının olumlu etkileri göz önüne alındığında, bu tarzları örgütlerde kullanmanın pek çok faydasının olacağı söylenebilir. Bu iki olumlu mizah tarzının hem yöneticiye hem de çalışanlara yararları olacaktır.

Kendini yıkıcı mizah tarzının içinde bulunulan şartlara göre farklı etkilere sahip olduğu söylenebilir. Yöneticinin kendini aşağılayarak mizah yapması yönetici ile çalışan arasında mesafenin kapatılmasına yardımcı olabilmektedir. Ancak aşırıya kaçılması çalışanın gözünde yöneticiye olan saygının ve güveninin azalmasına ve yöneticinin pozisyonunun sarsılmasına neden olabilmektedir. Saldırgan mizahın ise negatif etkisi göz önüne alındığında bu tarz mizahı kullanmaktan kaçınmak gerektiği anlaşılmaktadır.

Mizahın, pek çok faydasıyla birlikte olumsuz taraflarının da olduğu bilinmektedir. Bu nedenle mizaha profesyonel bir şekilde yaklaşmak gerekmektedir. Bulunulan şartlara göre mizah tarzının seçilmesi ve uygun ölçülerde kullanılması örgütlerde faydalı sonuçlar vermekle birlikte oluşabilecek olumsuz etkilerden kurtulmaya yardımcı olacaktır. Mizahı kullanmakta zorlanan, gelişmiş mizah anlayışına sahip olmayan yöneticilerin ise sadece olumlu mizah tarzlarını ölçülü bir şekilde kullanması avantajlarına olacaktır.

Çalışanların psikolojik sermaye düzeylerinin de çalışanların iş yaşam kalitelerini arttırdığı görülmektedir. Örgütler açısından özellikle de insan kaynakları uygulamalarında işin gereklerine göre psikolojik sermaye boyutları olan iyimserlik, öz yeterlilik, umut ve dayanıklılık ele alınarak incelenmelidir. Örneğin; işe alınacak birinin işin gereklerine göre öz yeterlilik, iyimserlik, umut ve dayanıklılık düzeylerinin yeterli olup olmadığı değerlendirilebilir. Bununla birlikte yapılacak ihtiyaç analizleri doğrultusunda çalışanların bu yeteneklerini artırıcı eğitim ve geliştirme programlarının düzenlenmesi yerinde bir uygulama olacaktır. Böylelikle bir taraftan çalışanların psikolojik sermaye düzeyleri arttırılırken diğer taraftan iş yaşam kaliteleri de arttırılmış olacaktır.

Elde edilen bu sonuçlar araştırma evreni olan Samsun, Amasya, Tokat, Çorum illerindeki banka çalışanlarını temsil etmekte ve genelleme yapılamamaktadır. Araştırma, kullanılan farklı değişkenler ve uygulandığı sektörün diğer çalışmalardan farklı olması ve bundan sonra yapılacak benzer çalışmalara örnek olması bakımından önemlidir. Mizahın farklı sektörlerdeki çalışmalarda farklı değişkenlerle ele alınması alandaki bilgi birikimine katkı sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Allameh, S. M., Hosseini, S. H., Mahabadi, M. N. ve Samadi, A. (2018). The Effect Of Psychological Capital On Quality Of Life, Given The Mediating Role Of Social Capital And Quality Of Work Life. *International Journal of Business Innovation and Research*, 17(2), 210-225.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. (6. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Baron, R. M., ve Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction In Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173.



Güleç, R. & Öncül, M. S. (2019). Yöneticilerin Mizah Tarzının Çalışanların İş Yaşam Kaliteleri Üzerine Etkisinde Psikolojik Sermayenin Aracı Rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 157-185.

- Chen, C. S., ve Farh, J. L. (2000). Quality Of Work Life In Taiwan: An Exploratory Study. *Management Review*, 19(1), 31-79.
- Cooper, C. D., Kong, D. T., ve Crossley, C. D. (2018). Leader Humor as an Interpersonal Resource: Integrating Three Theoretical Perspectives. *Academy of Management Journal*, 61(2), 769-796.
- Çelik, F., (2014). *Ortaokul Müdürlerinin Mizah Davranışları ile Öğretmenleri Etkileme Düzeylerine İlişkin Öğretmen Görüşleri (Muş İli Örneği)*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Çetin, F., ve Basım, H. N. (2012). Örgütsel Psikolojik Sermaye: Bir Ölçek Uyarlama Çalışması. *Amme İdaresi Dergisi*, 45(1), 121-137.
- Ekici, M. (2009). Gülme Teorileri ve Nasreddin Hoca Fıkraları. *21. Yüzyılı Nasreddin Hoca ile Anlamak: Uluslararası Sempozyum*. Akşehir, 8-9 Mayıs 2008, ss. 271-280.
- Erkuş A., ve Tüzün A., (2013). Psikolojik Sermayenin Çalışanların Tükenmişlik Düzeyine Etkisi: İş Yaşam Kalitesinin Aracılık Rolü. *Sakarya Üniversitesi 1. Örgütsel Davranış Kongresi Bildiriler Kitabı*, 22-24.
- Gkorezis, P., Hatzithomas, L., ve Petridou, E. (2011). The Impact Of Leader's Humor On Employees' Psychological Empowerment: The Moderating Role of Tenure. *Journal of Managerial Issues*, 83-95.
- Goswami, A., Nair, P., Beehr, T., ve Grossenbacher, M. (2016). The Relationship of Leaders' Humor and Employees' Work Engagement Mediated by Positive Emotions: Moderating Effect of Leaders' Transformational Leadership Style. *Leadership & Organization Development Journal*, 37(8), 1083-1099.
- Gupta, M., Shaheen, M., ve Das, M. (2018). Engaging Employees For Quality Of Life: Mediation By Psychological Capital. *The Service Industries Journal*, 1-17.
- Hajloo, N. (2013). Relationship Between Positive Psychological Capacities and Sense of Humour Among Female Teachers Of Iran. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 84, 93-96.
- Hatipoğlu, Z., ve Zengin, A. A. (2018). Algılanan Liderlik Stilinin İş Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: X ve Y Kuşakları Arası Karşılaştırma. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (FESA)*, 3(2), 400-421.
- Hughes, L. W. (2009). Leader Levity: The Effects of a Leader's Humor Delivery on Followers' Positive Emotions and Creative Performance. *Journal of Behavioral and Applied Management*, 10(3), 415.
- İlhan, T.ve Bacanlı, H. (2007). Mizah Tarzları, Kişilik Özellikleri ve Öznel İyi Oluş: Bir Model Denemesi. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama Dergisi*, 6(11), 33-50.
- İnce, M., Gül, H., Oktay, E., ve Candan, H. (2015). İşkolik Davranışlarının İş-Yaşam Kalitesine Etkileri Üzerine Sağlık Sektöründe Bir Uygulama. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(13), 40-59.
- Kang, H. J., Busser, J., ve Choi, H. M. (2018). Service Climate: How Does It Affect Turnover Intention?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 76-94.

Güleç, R. & Öncül, M. S. (2019). Yöneticilerin Mizah Tarzının Çalışanların İş Yaşam Kaliteleri Üzerine Etkisinde Psikolojik Sermayenin Aracı Rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 157-185.

- Kara, D., Kim, H., Lee, G., ve Uysal, M. (2018). The Moderating Effects Of Gender And Income Between Leadership And Quality Of Work Life (QWL). *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1419-1435.
- Kiernan, W. E. ve Knutson, K., (1990). Quality Of Work Life, Schalock, R. L. Ve Begab, M. J. (Ed.), Quality Of Life: Perspective Sand Issues. Washington, DC: *American Association of Mental Retardation*.
- Kim, T., Karatepe, O. M., Lee, G., Lee, S., Hur, K., ve Xijing, C. (2017). Does Hotel Employees' Quality Of Work Life Mediate The Effect Of Psychological Capital On Job Outcomes?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(6), 1638-1657.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. (3. Ed.). New York: Guilford Press.
- Lee, D-R, (2015). The Impact of Leader's Humor on Employees' Creativity: The Moderating Role of Trust in Leader. *Seoul Journal of Business*, 21(1).
- Liu, C., Wang, L., ve Zhao, Q. (2015). Factors Related to Health-Related Quality of Life among Chinese Psychiatrists: Occupational Stress and Psychological Capital. *BMC Health Services Research*, 15(20).
- Luthans, F., Youssef, C. M., ve Avolio, B. J. (2007b). Psychological Capital: Investing and Developing Positive Organizational Behavior. Nelson, D., & Cooper, C. L. (Eds.). *Positive organizational behavior* (pp. 9-24). London: SAGE Publications.
- Luthans, F., Youssef, C.M. ve Avolio, B.J., (2007). *Psychological Capital Developing the Human Competitive Edge*, Oxford University Press.
- Martin, R. A., Puhlik-Doris, P. Larsen, G., Gray, J. ve Weir, K. (2003), Individual Differences of Uses of Humor and Their Relation to Psychological Well-Being: Development of the Humor Styles Questionnaire. *Journal of Research in Personality*, 3(1), 48-75.
- Masten, A. S. (2001). Ordinary Magic: Resilience Processes in Development. *American Psychologist*, 56(3), 227-238.
- Masten, A. S., ve Coatsworth, J. D. (1998). The Development Of Competence İnfavorable And Unfavorable Environments: Lessons from Successful Children. *American Psychologist*, 53, 205-220.
- Masten, A. S., ve Reed, M. G. J. (2002). Resilience in development. In C. R. Snyder & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology*, (ss.74-88). New York: Oxford University Press.
- Mortazavi, S., Yazdi, S. V. S. ve Amini, A. (2012). The Role of the Psychological Capital on Quality of Work Life And Organization Performance. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, 4(2).
- Nafei, W. (2015). Meta-Analysis of the Impact of Psychological Capital on Quality of Work Life and Organizational Citizenship Behavior: A Study on Sadat City University. *International Journal of Business Administration*, 6(2).
- Nastiezaie, N., Jenaabadi, H., ve Noruzikuhdasht, R. (2017). The Relationship between Positive Organizational Behavior with Organizational Citizenship Behavior and Quality of Work Life among Faculty Members. *Iran Occupational Health*, 14(3), 164-177.
- Nesin, Aziz. (1973). *Cumhuriyet Döneminde Türk Mizahı*. İstanbul: Akbaba Yayınları,

Güleç, R. & Öncül, M. S. (2019). Yöneticilerin Mizah Tarzının Çalışanların İş Yaşam Kaliteleri Üzerine Etkisinde Psikolojik Sermayenin Aracı Rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 157-185.

- Nguyen D.T., Nguyen D.P., ve Tran H.M.Q., (2014). Marketers' psychological capital and performance. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 6(1), 36-48.
- Nguyen, T.D. ve Nguyen, T.T.M. (2012). Psychological Capital, Quality of Work Life and Quality of Life of Marketers: Evidence From Vietnam. *Journal of Macromarketing*, 32(1), 82-90.
- Romero Eric J. ve Cruthirds, Kevin W. (2006). The Use of Humor in the Workplace. *Academy of Management Perspectives*, 20(2), 58-69.
- Ruch, Willibald, (1998). Sense of humor: A new look at an old concept. *The sense of humor: Explorations of a personality characteristic*, Willibald Ruch (Eds.), New York: Mouton de Gruyter, 3-14.
- Scheel, T., Gerdenitsch, C. & Korunka, C. (2016). Humor at work: Validation of the short work-related Humor Styles Questionnaire (swHSQ). *Humor*, 29(3), 439-465.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., ve Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Sirgy, M. J., Efraty, D., Siegel, P. ve Lee, D. (2001). A New Measure Of Quality Of Work Life: Based On Need Satisfaction And Spillover Theories. *Social Indicators Research*, 55, 241-302.
- TBB, (2018). Banka ve sektör bilgileri. <https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/veri-sorgulama-sistemi/illere-ve-bolgelere-gore-bilgiler/73>.
- TDK, (2016). Mizah. [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.56c04624538ae6.26517547](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.56c04624538ae6.26517547), (14.02.2016).
- Tho, N. D. (2018). A Configurational Role of Human Capital Resources in the Quality of Work Life of Marketers: FsQCA and SEM Findings from Vietnam. *Applied Research in Quality of Life*, 13(2), 461-478.
- Tuğut, N., Kaya D. (2017). Hemşirelerin Terapötik Mizah Kullanma Durumları ve Problem Çözme Becerileri Arasındaki İlişki. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 10(3), 131-136.
- Ünal, Z.M., (2014), International Influence of Leaders' Humor Styles on the Employees' Job Related Affective Well-Being. *Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 4(1), 201-211.
- Wijewardena, N., Härtel, C. E., ve Samarantunge, R. (2017). Using Humor and Boosting Emotions: An Affect-Based Study of Managerial Humor, Employees' Emotions And Psychological Capital. *Human Relations*, 70(11), 1316-1341.
- Wisse B. ve Rietzschel, E. (2014). Humor in Leader-Follower Relationships: Humor Styles, Similarity and Relationship Quality. *Humor*. 27(2), 249-269.
- Yadav, R., ve Khanna, A. (2014). Literature Review On Quality Of Work Life And Their Dimensions. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, 19, 71-80.
- Yalçın, S, ve Akan, D. (2016). Okul Yöneticilerinin Liderlik Stilleri İle Öğretmenlerin İş Yaşam Kalitesi ve Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(59), 1138-1156.
- Yerlikaya E. E. (2003). *Mizah Tarzları Ölçeği (Humor Styles Questionnaire) Uyarlama Çalışması. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

Güleç, R. & Öncül, M. S. (2019). Yöneticilerin Mizah Tarzının Çalışanların İş Yaşam Kaliteleri Üzerine Etkisinde Psikolojik Sermayenin Aracı Rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 157-185.

Yıldız, S. M. (2013). Spor ve Fiziksel Etkinlik İşletmelerinde İş Yaşam Kalitesinin Çalışanların İşten Ayrılma Niyetine Etkisi. *Ege Academic Review*, 13(3), 317-324.



## Otel Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi: Bişkek'te Bir Araştırma\*

Azamat MAKSÜDÜNOV\*\*

### Öz

İnternetin hızla yaygınlaşması ile birlikte işletmelerin kurumsal web siteleri hedef pazarlarla iletişim kurmada önemli araç haline gelmiştir. Otel işletmelerinin hedef pazarları ülke sınırları dışına çıkmakta ve dünyanın her bir yanından olabilmektedir. Web sitelerinin etkin kullanımı otel işletmelerinin rekabet ortamındaki başarısını etkileyen önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın temel amacı Bişkek şehrindeki otel işletmelerinin web sitelerini değerlendirmek ve olması gereken özellikler bakımından durumunu ortaya koymaktır. Araştırmada toplam 30 otelin web sitesi incelenmiştir. Verilerin toplanmasında altı boyuttan oluşan bir değerlendirme formu kullanılmış ve her bir otelin web sitesi bir kez ziyaret edilerek gerçekleştirilmiştir. Toplanan veriler otellerin türüne (üç veya dört yıldızlı) göre yüzde ve frekans teknikleri kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, otellerin web sitelerinde olması gereken tüm özelliklerin yeterli düzeyde olmadığı ve bu durumun otel türüne göre değişmediği ortaya çıkmıştır. Özellikle, otelin bulunduğu bölge veya şehir hakkında bilgiler konusunda Bişkek'teki otellerin web sitelerinin çok zayıf oldukları söylenebilir. Sektördeki işletmelerin web sitelerini etkin bir şekilde kullanabilmeleri için bu tür araştırmalardan yararlanmaları, gerekirse kendi araştırmalarını gerçekleştirmeleri önerilebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Otel İşletmeleri, Web Siteleri, İçerik Analizi.

**Makale Türü:** Araştırma Makalesi

## Evaluation of Hotel Websites Using Content Analysis: A Study in Bishkek

### Abstract

With the rapid expansion of the internet corporate websites are becoming an important tool of communication with target markets. The target markets of the hotels goes beyond the borders of the country and can be anywhere in the world. Effective use of the corporate web sites is an important factor that affects the success of hotel enterprises in the competitive environment. In this context, the main purpose of this study is to evaluate hotels' web sites in Bishkek and to reveal the situation in terms of characteristics that should be in their web pages. A total of 30 hotel websites have been reviewed. Data was obtained from hotel web sites using an evaluation form. Percentage and frequency techniques were applied to analyze the data and results are given by hotel types (three or four stars). According to the results, it was found that hotels' web sites are not sufficient in terms of required features and both three and four star hotels demonstrate same performance. In particular, it can be said that the hotel web sites are very poor in terms of information about the destination. Hotels should benefit from the results of academics studies and, if necessary, to conduct their own researches in order to have an effective web sites.

**Keywords:** Hotel Enterprises, Web Sites, Content Analysis.

**Article Type:** Research Article

\*Bu çalışma 11-13 Haziran 2019 tarihinde Gazimağusa - KKTC, Doğu Akdeniz Üniversitesi'nde düzenlenen Uluslararası Avrasya Ekonomileri Konferansında bildiri olarak sunulmuştur.

\*\*Yrd. Doç. Dr. Kırgızistan - Türkiye Manas Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, [azamat.maksudunov@manas.edu.kg](mailto:azamat.maksudunov@manas.edu.kg), Orcid ID: 0000-0002-5010-513X.

## 1. GİRİŞ

Günümüzde internet kullanımı her geçen gün artmaktadır. Dünya nüfusunun %55'inin (4,3 milyar) internet kullanıcısı olduğu bilinmektedir (İnternetworldstats, 25.03.2019). İnternet teknolojilerinin gelişmesi, bilgili ve her konuda bilgiye erişebilme imkânı olan yeni bir pazar bölümünün ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu durum işletmeleri geleneksel iletişim araçlarıyla birlikte internet teknolojilerini de kullanmaya mecbur kılmaktadır. Bu çerçevede işletmelerin kurumsal web siteleri hedef pazar ile iletişim kurmak için en önemli araç olarak karşımıza çıkmaktadır (José, Arranz ve Cabezudo, 2006). Turizm alanında faaliyet gösteren otel işletmeleri için konunun önemi daha da artmaktadır.

Otel işletmeleri dünyanın her bir yanından gelecek olan müşteri gruplarına hitap ettikleri için internet üzerinden yürüttükleri pazarlama faaliyetlerini uluslararası seviyede ve yüksek standartlarda tutmak zorundadırlar. Ancak işletmelerin bulunduğu politik, ekonomik, sosyo-kültürel ve teknolojik koşullara bağlı olarak pazarlama faaliyetleri de farklılık gösterebilmektedir (Maksüdünov, 2007). Dolayısıyla, özellikle geçiş döneminde olan ülkelerde işletmelerin pazarlama anlayışı ve internette pazarlama faaliyetlerine yönelik araştırmaların yapılması önem arz etmektedir. Bir geçiş ekonomisi olan Kırgızistan'da özel sektörün geliştirilmesine yönelik araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu bağlamda henüz piyasa ekonomisine geçiş sürecinde olan Kırgızistan'ın başkenti Bişkek şehrindeki otel işletmelerinin web sitelerinin değerlendirilmesi çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu çerçevede aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

*S1: Otel web sitelerinde olması gereken bilgi ve özellikler ne derece mevcuttur?*

*S2: Otel türüne göre web sitelerinin özelliklerinde farklılıklar var mıdır?*

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Otellerin hedef pazarı ülke sınırlarının dışına çıkmakta ve dünyanın her yerinde olabilmektedir. Seyahate çıkmayı planlayan insanların gidecekleri ülkedeki konaklama imkânları ile ilgili bilgi edinmek için başvurdukları kaynakların başında otellerin web siteleri gelmektedir (Vincent, 2003). Günümüzde tüketiciler, geleneksel bilgi kaynakları yerine, interneti, konaklama rezervasyonları için çevrimiçi rezervasyonu tercih etmektedirler. Dolayısıyla, işletmelerin tüketici ihtiyaçlarına cevap verebilecek özellikleri taşıyan web sitelerine sahip olmaları önem arz etmektedir (Ateş ve Boz, 2015).

Literatürde konuyla ilgili yapılan oldukça fazla çalışma (Baloğlu ve Yakup, 2006; Bayram ve Yaylı, 2009; Stringam ve John, 2010; Kelly vd., 2011; Ping-Ho vd., 2013; Ateş ve Boz, 2015; Pamukçu ve Arpacı, 2016) bulunmakla birlikte, Kırgızistan örneğinde yapılan sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır (Oktay ve Şenol, 2008; Kantarcı, Başaran ve Özyurt, 2017).

Baloğlu ve Yakup (2006) Türkiye'deki seçilmiş bazı lüks otellerin web sitesi tasarımı (etkileşim, navigasyon ve işlevsellik açısından) ve internette pazarlama uygulamaları üzerine bir araştırma yapmışlardır. Otellerin interneti pazarlama aracı olarak tam potansiyeliyle kullanamadıkları ortaya konulmuştur. Web sitelerinin hava koşulları, güncel döviz kurları, destinasyonla ilgili linkler, animasyon ve grafikler gibi özellikler ile geliştirilmesi gerektiği önerilmektedir.

Yine Türkiye'de Bayram ve Yaylı (2009) tarafından otel işletmelerinin web siteleri içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiş ve web sitelerinde kullanılan özellikler tespit edilmiştir. Yapılan çalışmanın sonuçlarına göre, analiz kapsamındaki işletme web sitelerinde bilgi sağlayıcı özellik bulunduğu, otel ve oda

Maksüdünov, A. (2019). Otel Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi: Bişkek'te Bir Araştırma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 186-196.

resimlerinin ağırlıklı olarak kullanıldığı, siteye kolay ulaşım, iletişim ve ulaşım bilgisi, çoklu dil seçeneği ve ana sayfaya kolay ulaşım gibi özelliklerin en çok kullanıldığı, döviz çeviricisi, sıkça sorulan sorular (SSS), farklı ödeme seçeneği, rezervasyon hattı gibi özelliklerin en az kullanıldığı tespit edilmiştir.

Stringam vd. (2010) otel web sitesi tasarımının sitenin cazibesi ve satın alma olasılığı üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Araştırma ile geliştirilmiş grafiksel web sitesi tasarımının daha çok tercih edildiği, sitenin kullanım kolaylığı, marka sadakatine yönelik site içeriği ve site estetiğinin önemli olduğu ortaya konulmuştur.

Kelly ve John (2011) ABD'de yaptıkları araştırmada, web sitesi sezgiselleri ve onların satın alma olasılığı üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Rezervasyon kararlarının web sitesinin estetik cazibesi ile pozitif ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, otelin web sitesinde fotoğrafların bulunmasının rezervasyon kararını etkileyen en önemli faktör olduğu ortaya konulmuştur. Satın alma kararlarını etkileyen diğer özellikler; kullanım kolaylığı, renk, bağlantı kullanılabilirliği, web sitesi karmaşasının olmaması ve ara yüzün orijinal görünümde olması şeklinde ifade edilmiştir.

Ping-Ho vd. (2013) tarafından dört kıtada faaliyet gösteren otel işletmelerinin web siteleri analiz edilmiştir. Web siteleri; işlevsellik, yenilik, etkileşim, pazarlama, navigasyon, çevrimiçi işlemler ve hizmet boyutlarıyla değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Araştırma sonuçlarına göre, kıtalar arasında otel web sitelerinin özellikleri bakımından farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Avrupa'daki otellerde web sitelerinde çevrimiçi destek ve çoklu dil seçenekleri ön plana çıkarken, Asya'daki otellerde gerçek zamanlı etkileşim hizmetleri ve gizlilik politikaları ön plana çıkmaktadır. Diğer taraftan, Afrika'daki otellerin web sitelerinde seyahat ipuçları ve hava durumu bilgisi ağırlık kazanırken, Amerika'daki otellerin web siteleri Web 2.0 özellikleri bakımından öne çıkmaktadır.

Ateş ve Boz (2015) tarafından Çanakkale'de faaliyet gösteren otel işletmelerinin web siteleri erişilebilirlik ve kullanım açısından değerlendirilmiştir. Web siteleri; işletme ve tesis ile ilgili bilgiler, rezervasyon ve müşteri hizmetleri, iletişim ve ulaşım bilgileri, çevresel çekiciliklerle ilgili bilgiler ve web sitesi yönetim bilgileri olmak üzere altı boyutta incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, otel işletmelerinin kurumsal web sitelerini oluşturdukları, ancak etkin bir şekilde kullanmadıkları ve gerekli güncellemeleri yapmadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Pamukçu ve Arpacı (2016) daha önceki çalışmalardan farklı olarak helal konseptli otel işletmelerinin web sitelerini değerlendirmişlerdir. Değerlendirmede farklı bir boyut olarak helal anlayış bilgisi eklenmiştir. Araştırma sonucunda, Türkiye'de faaliyet gösteren helal konseptli otel işletmelerinin web sitelerinde helal anlayış bilgilerine yeteri kadar yer verilmediği, otellerin sadece %20'sinin web sitesinde helal anlayış bilgisinin mevcut olduğu tespit edilmiştir.

Oktay ve Şenol (2008) Bişkek'te faaliyet gösteren 19 otel işletmesinin web sitesini analiz etmişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre, Bişkek'te faaliyet gösteren otel işletmelerinin web sitelerinin çoğunluğunun sadece bilgi sağlayıcı özelliğe sahip olup, birkaçı dışında otellerin birbirinden farklılık arz etmeyen, sıradan ve etkisiz web sayfalarına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Kantarıcı vd. (2017) tarafından yapılan bir diğer araştırmada ise Kırgızistan'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin performansları TripAdvisor sitesinde konaklama işletmeleriyle ilgili yazılmış gerçek yorumlara dayalı olarak incelenmiştir. Yapılan çalışmanın sonuçlarına göre, konaklama

işletmelerinin genel performansının iyi olduğu, ancak konaklama işletmelerindeki servis kalitesinin beklentilerin altında olduğu tespit edilmiştir.

Konuyla ilgili literatür genel olarak değerlendirildiğinde, otel web sitelerinin müşterileri bilgilendirmek, etkilemek ve satın almaya ikna etmek için önemli bir pazarlama aracı olduğu söylenebilir. Müşterilerin rezervasyon kararlarının otel web sitesinin estetik cazibesi ve kullanım kolaylığı ile pozitif ilişkili olduğu daha önceki çalışmalarda kanıtlanmıştır (Stringam ve John, 2010; Kelly vd., 2011). Dolayısıyla, konaklama sektöründe faaliyet gösteren otel işletmeleri etkin bir web sitesine sahip olmalı ve web sitesini pazarlama aracı olarak kullanabilmelidir. İnternette pazarlama sadece büyük zincir oteller için değil, küçük oteller için de ucuz ve etkili bir araç olabilmekte ve kullanıldığı ölçüde rekabet avantajı sağlamaktadır (Baloğlu ve Yakup, 2006). Bişkek'te faaliyet gösteren otel işletmelerinin çoğunluğunu küçük ve orta boy işletmeler oluşturmaktadır. Bu işletmeler için rekabette başarılı olmanın yollarından bir tanesi internet teknolojilerinden yeterli düzeyde yararlanabilmeleridir.

### 3. YÖNTEM

Araştırmada Bişkek'te faaliyet gösteren otel işletmelerinin web sitelerinin durumunun ortaya koyulması hedeflenmiş ve araştırma tarama modeli ile gerçekleştirilmiştir.

Web sitelerinin değerlendirilmesinde işletme bilgileri, tesis bilgileri, rezervasyon ve müşteri hizmetleri, iletişim bilgileri, web sitesi yönetimi bilgileri, yerel özelliklerle ilgili bilgiler olmak üzere altı boyuttan oluşan bir değerlendirme formu kullanılmıştır. Her boyut kendi içerisinde sekiz adet alt sorudan oluşmaktadır. İlgili formun geliştirilmesinde konuyla ilgili daha önce yapılmış çalışmalardan yararlanılmıştır (Baloğlu ve Yakup, 2006; Bayram ve Yaylı, 2009; Ateş ve Boz, 2015; Pamukçu ve Arpacı, 2016). Daha sonra araştırma kapsamına giren otellerin web siteleri içerik analizine tabi tutulmuştur.

2017 yılı istatistiklerine göre Kırgızistan'da tüzel kişiliği olan otel işletmelerinin sayısı 181 olup, bunların %62'si (112) Bişkek şehrinde bulunmaktadır (KC Milli İstatistik Komitesi, 2019). Araştırma kapsamına alınacak otellerin listesini belirlemek için Booking.com sitesinden yararlanılmış ve Booking.com'da 3-4-5 yıldızlı olarak gösterilen (Kırgızistan'da otellerin yıldız sınıflandırması bulunmamakta, ancak işletmeler herhangi bir belgesi olmadan kendilerini 3-4-5 yıldızlı olarak tanımlamaktadır) ve web sitesi olan otel işletmeleri ile sınırlı tutulmuştur. Verilerin toplandığı tarih (05/08/2018) itibarıyla, Booking.com sitesinde Bişkek'te bulunan üç yıldızlı 17, dört yıldızlı 18 ve beş yıldızlı 4 otel olduğu görülmüştür. Ancak beş yıldızlı otellerin sayıca az olması, üç ve dört yıldızlı bazı otellerin web sitelerinin olmaması nedeniyle araştırmada sadece üç (15) ve dört (15) yıldızlı otellerin web siteleri incelenmiş, beş yıldızlı oteller kapsam dışı bırakılmıştır. Değerlendirmeye alınan otellerin ismini, türünü, Booking.com'da aldığı puanları ve web sitelerini içeren ayrıntılı liste EK1'de sunulmuştur.

Verilerin toplanmasında her otelin web sitesi bir kez ziyaret edilmiş ve veri toplama formundaki kriterlere göre değerlendirilmiştir. Değerlendirme formunda web sitesinde aranan özellik var ise «1» ve yok ise «0» şeklinde işaretlenmiştir. Toplanan veriler otellerin türüne (üç veya dört yıldızlı) göre yüzde ve frekans analizlerine tabi tutulmuş ve yorumlanmıştır.



### 3.1. Bulgular

Oteller web sitelerinde işletme hakkında bilgiye (hem dört hem de üç yıldızlı otellerin %86,7'si) ve logolarına (dört yıldızlı otellerin %100'ü ve üç yıldızlı otellerin %93,3'ü) yer vermektedirler (Tablo 1). Bu çalışmada kariyer bilgisi olarak adlandırılan insan kaynakları politikası ve işletmedeki boş pozisyonlar hakkında bilgi, dört yıldızlı otellerin %26,7'sinde, üç yıldızlı otellerin %13,3'ünde bulunmaktadır. İşletmenin daha önce ulusal veya uluslararası kurum ve kuruluşlardan aldığı ödüllerle ilgili bilgilere dört yıldızlı otellerin %20'sinde, üç yıldızlı otellerin %13,3'ünde yer verilmiştir.

**Tablo 1.** İşletme Bilgilerine İlişkin Bulgular

Göstergeler	4 * Oteller				3 * Oteller			
	Var		Yok		Var		Yok	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Hakkımızda	13	86,7	2	13,3	13	86,7	2	13,3
Örgüt şeması	0	0,0	15	100	0	0,0	15	100
Kariyer bilgisi	4	26,7	11	73,3	2	13,3	13	86,7
Vizyon	0	0,0	15	100	0	0,0	15	100
Misyon	0	0,0	15	100	0	0,0	15	100
Logo	15	100	0	0,0	14	93,3	1	6,7
Slogan	1	6,7	14	93,3	4	26,7	11	73,3
Ödüller	3	20,0	12	80,0	2	13,3	13	86,7

İşletmelerin web sitelerinde slogan kullanma durumları oldukça düşüktür. Dört yıldızlı otellerin sadece bir tanesinde (%6,7) ve üç yıldızlı otellerin ise %26,7'sinde slogan kullanılmıştır. Pazarlama açısından logo ile sloganın bir arada olması ve her türlü ortamda bulunması markalaşma adına çok önemlidir. Araştırma kapsamındaki oteller açısından bu çok büyük bir eksiklik olarak görülebilir. Ayrıca işletmenin örgüt şeması, vizyon ve misyon ifadeleri hiçbir otelin web sitesinde bulunmamaktadır. Genel olarak üç ve dört yıldızlı otellerin web siteleri işletme bilgileri boyutunda benzer bir görünüm sergilemektedir.

Araştırma kapsamındaki otellerin web sitelerinde tesis hakkında bilgilerin ne düzeyde olduğuna ilişkin bulgular Tablo 2'de sunulmuştur.

**Tablo 2.** Tesis Bilgilerine İlişkin Bulgular

Göstergeler	4 * Oteller				3 * Oteller			
	Var		Yok		Var		Yok	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Kapasite	3	20,0	12	80,0	8	53,3	7	46,7
Oda bilgileri	15	100	0	0,0	15	100	0	0,0
Restoran/Bar	15	100	0	0,0	8	53,3	7	46,7
Toplantı salonu	11	73,3	4	26,7	4	26,7	11	73,3
Eğlence/Spor	9	60,0	6	40,0	3	20,0	12	80,0
Hediyelik eşya	2	13,3	13	86,7	3	20,0	12	80,0
Fotoğraflar	15	100	0	0,0	14	93,3	1	6,7
Tanıtım filmi	5	33,3	10	66,7	2	13,3	13	86,7

Oda bilgileri ve tesis fotoğrafları hem dört yıldızlı (%100) hem de üç yıldızlı (%100) otellerin web sitelerinde bulunmaktadır. Restoran/bar hizmetleri hakkında bilgi ise dört yıldızlı otellerin %100'ünde, üç yıldızlı otellerin %53,3'ünde yer almaktadır. Toplantı salonları, eğlence ve spor alanları hakkında bilginin üç yıldızlı otellere göre (%26,7 ve %20,0), dört yıldızlı otellerde (%73,3 ve %60,0) daha fazla olduğu görülmüştür. Bu durum dört yıldızlı otellerin tesislerinin daha büyük olması ve söz konusu imkânlarının daha fazla olması ile açıklanabilir. Tesis bilgileri boyutunda her iki grup otellerin web sitelerinde tesis kapasitesi, hediyelik eşya satan birimleri ile ilgili bilgi ve tanıtım filmlerinin en az düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Kapasite bilgisi üç yıldızlı otellerin %53,3'ünde ve dört yıldızlı otellerin %20,0'sinde bulunmaktadır. Tanıtım filmleri dört yıldızlı otellerin %33,3'ünde ve üç yıldızlı otellerin %13,3'ünde mevcuttur. Tesis bilgisi bulguları ile (Tablo 2) işletme bilgisi bulguları (Tablo 1) birlikte değerlendirildiğinde, otel web sitelerinde tesis bilgilerinin daha yeterli düzeyde olduğu ve her iki gruptaki otellerin web sitelerinin birbirinden çok farklı olmadığı söylenebilir.

Otellerin web sitelerinde olması gereken en önemli özelliklerin başında rezervasyon ve müşteri hizmetlerine ilişkin bilgiler gelmektedir. Bu boyut ile ilgili bulgular Tablo 3'te ayrıntılı olarak sunulmuştur. Online rezervasyon seçeneği dört yıldızlı otellerin %100'ünde ve üç yıldızlı otellerin %93,3'ünde mevcuttur. Diğer taraftan, rezervasyonları görebilme ve iptal edebilme özelliği, dört yıldızlı 2 otel hariç, hiçbirinde bulunmamaktadır.

**Tablo 3.** Rezervasyon ve Müşteri Hizmetleri

Göstergeler	4 * Oteller				3 * Oteller			
	Var		Yok		Var		Yok	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Online rezervasyon	15	100	0	0,0	14	93,3	1	6,7
Rezervasyonu iptal edebilme ve görebilme	2	13,3	13	86,7	0	0,0	15	100
Fiyat bilgisi	12	80,0	3	20,0	14	93,3	1	6,7
Farklı para birimlerinde fiyat	8	53,3	7	46,7	0	0,0	15	100
Online ödeme	10	66,7	5	33,3	2	13,3	13	86,7
Otele giriş-çıkış bilgisi	9	60,0	6	40,0	3	20,0	12	80,0
Promosyon bilgileri	10	66,7	5	33,3	2	13,3	13	86,7
Transfer hizmeti	11	73,3	4	26,7	6	40,0	9	60,0

Müşteriler açısından önemli bir bilgi olan hizmet fiyatları bilgisi dört yıldızlı otellerin %80'inde ve üç yıldızlı otellerin %93,3'ünde bulunmaktadır. Ancak fiyatlar genellikle yerel para birimi olan Som üzerinden gösterilmiştir. Üç yıldızlı otellerin hiçbirinde fiyatın farklı para birimlerinde gösterilmediği, dört yıldızlı otellerin %53,3'ünde bu özelliğin bulunduğu tespit edilmiştir. Uluslararası pazar bölümlerine hitap eden işletmeler açısından bu durum önemli bir eksiklik olarak görülebilir. Dört yıldızlı otellerin web sitelerinde online ödeme bilgisi %66,7, otele giriş ve çıkış bilgisi %60, promosyon bilgileri %66,7 ve transfer hizmeti %73,3 oranında bulunmaktadır. Üç yıldızlı otellerin web sitelerinde ise bu özelliklerin

bulunma durumu sırasıyla, %33,3 (online ödeme), %40 (giriş-çıkış), %33,3 (promosyon) ve %26,7 (transfer hizmeti) şeklinde ortaya çıkmıştır. Genel olarak değerlendirildiğinde, farklı para birimlerinde fiyatın gösterilmesi, online ödeme, otele giriş-çıkış bilgisi, promosyon bilgisi ve transfer hizmetleri ile ilgili bilgilerin üç yıldızlı otellere göre, dört yıldızlı otellerin web sitelerinde daha fazla oranda bulunduğu söylenebilir.

Otellerin web sitelerinde bulunması gereken bir diğer önemli özellik iletişim bilgileridir. Web siteleri tek taraflı bilgi verme aracı olmaktan ziyade, hedef pazar ile etkili iletişim kurmaya elverişli bir araç olmalıdır. Bu boyutla ilgili elde edilen bulguların ayrıntıları Tablo 4'te sunulmuştur.

Otellerin hemen hemen hepsinde telefon ve e-posta bilgileri mevcuttur. Üç yıldızlı otellerin sadece bir tanesinde e-posta bilgisinin olmadığı görülmüştür. Söz konusu işletme açısından bu çok önemli bir eksikliklerdir. Üstelik e-posta hizmeti sıfır maliyetle sağlanabilmektedir. Telefon bilgilerinde de sabit hat yerine cep telefon numaralarının ağırlıklı olarak yer aldığı dikkat çekmektedir. Faks bilgisi dört yıldızlı otellerin %73,3'ünde, üç yıldızlı otellerin %6,7'sinde mevcuttur. Ayrıca, otellerin büyük bir kısmı web sitelerinde otele ulaşım haritalarına (dört yıldızlı %86,7 ve üç yıldızlı %100) ve sosyal medya bağlantılarına (dört yıldızlı %93,3 ve üç yıldızlı %66,7) yer vermişlerdir. Ancak üç yıldızlı otellerin hiçbirinde geri bildirim formu, sıkça sorulan sorular (SSS) ve müşteri temsilcisi bilgileri bulunmamaktadır. Dört yıldızlı otellerde de durum pek farklı değildir. Bu bilgilere dört yıldızlı otellerin çok az bir kısmında (geri bildirim formu %6,7, SSS %13,3 ve müşteri temsilcisi bilgisi %6,7) yer verilmiştir. Genel bir değerlendirme yapılacak olursa, araştırma kapsamındaki otellerin web sitelerinde etkileşim sağlamaya yönelik iletişim seçeneklerinin yeterli düzeyde olmadığı ve bu durumun otel türüne göre çok fazla değişmediği söylenebilir.

**Tablo 4. İletişim Bilgileri**

Göstergeler	4 * Oteller				3 * Oteller			
	Var		Yok		Var		Yok	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Telefon	15	100	0	0,0	15	100	0	0,0
Faks	11	73,3	4	26,7	1	6,7	14	93,3
E-posta	15	100	0	0,0	14	93,3	1	6,7
Geri bildirim formu	1	6,7	14	93,3	0	0,0	15	100
SSS	2	13,3	13	86,7	0	0,0	15	100
Ulaşım haritası	13	86,7	2	13,3	15	100	0	0,0
Müşteri temsilcisi bilgileri	1	6,7	14	93,3	0	0,0	15	100
SM bağlantıları	14	93,3	1	6,7	10	66,7	5	33,3

Web sitesinde yer alan bilgilerin güncelliği, site içi arama motoru, yardım menüsü, sitenin yüklenme hızı gibi özellikler web sitesi yönetim bilgileri başlığı altında toplanmış ve bu boyutla ilgili elde edilen bulgular Tablo 5'te ayrıntılı olarak sunulmuştur. Her iki gruptaki otellerin %93,3'ünde web sitesinde yer alan bilgilerin güncel olduğu sonucunda ulaşılmıştır. Ancak güncelleme tarihi ile ilgili bilgi hiçbir otelin web sitesinde bulunmamaktadır.

**Tablo 5. Web Sitesi Yönetimi Bilgileri**

Göstergeler	4 * Oteller				3 * Oteller			
	Var		Yok		Var		Yok	
	n	%	n	%	%	n	%	
Bilgilerin güncelliği	14	93,3	1	6,7	14	93,3	1	6,7
Güncellenme tarihi	0	0,0	15	100	0	0,0	15	100
Site içi arama motoru	2	13,3	13	86,7	1	6,7	14	93,3
Site üyeliği	2	13,3	13	86,7	0	0,0	15	100
Yabancı dil seçenekleri	14	93,3	1	6,7	13	86,7	2	13,3
Yardım menüsü	1	6,7	14	93,3	0	0,0	15	100
Ana sayfaya kolay ulaşım	7	46,7	8	53,3	6	40,0	9	60,0
Sitenin hızlı yüklenmesi	12	80,0	3	20,0	13	86,7	2	13,3

Yabancı dil seçeneği dört yıldızlı otellerin %93,3'ünde ve üç yıldızlı otellerin %86,7'sinde bulunmaktadır. Yabancı dil seçeneği bulunmayan otellerin web sitelerinin genellikle tek dilde ve Rusça olduğu görülmüştür. Yabancı dil seçeneği olan otellerde ağırlıklı olarak İngilizce, çok az sayıda Çince ve Almanca gibi seçeneklerin olduğu gözlemlenmiştir. Otellerin web sitelerinin genellikle (dört yıldızlı otellerde %80 ve üç yıldızlı otellerde %86,7) hızlı olduğu, ancak site içi arama motoru, site üyeliği, yardım menüsü gibi özelliklerin çok az sayıda otelin web sitesinde bulunduğu belirtilmelidir. Genel olarak değerlendirildiğinde, üç ve dört yıldızlı otellerin web sitelerinin söz konusu boyut bazında farklı bir durumda olmadığı söylenebilir.

Otellerin web siteleri işletme ve tesis dışında, bulunduğu bölge ile ilgili bir takım bilgileri içerebilmektedir. Bu konuda araştırma kapsamındaki otellerin durumu Tablo 6'da ayrıntılı olarak sunulmuştur. Söz konusu özellikler bakımından Bişkek'teki otellerin web sitelerinin çok zayıf oldukları söylenebilir.

Gezilecek yerlerle ilgili bilgi hem üç yıldızlı hem de dört yıldızlı otellerin sadece %20'sinde bulunmaktadır. Diğer özellikler üç yıldızlı otellerde hiç bulunmamakta, dört yıldızlı otellerin ise sadece bir kaçında bulunmaktadır. Bu boyutta da otel türüne göre farklılıkların olmadığı ve genel olarak otel web sitelerinin yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 6. Yerel Özelliklerle İlgili Bilgiler**

Göstergeler	4 * Oteller				3 * Oteller			
	Var		Yok		Var		Yok	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Bölgenin genel tanıtımı	3	20,0	12	80,0	0	0,0	15	100
Bölgedeki hava durumu	2	13,3	13	86,7	0	0,0	15	100
Saat bilgileri	0	0,0	15	100	0	0,0	15	100

Güncel döviz kuru	1	6,7	14	93,3	0	0,0	15	100
Döviz çevirici	1	6,7	14	93,3	0	0,0	15	100
Gezilecek yerler bilgisi	3	20,0	12	80,0	3	20,0	12	80,0
Havaalanları	1	6,7	14	93,3	0	0,0	15	100
Ulaşım seçenekleri	1	6,7	14	93,3	0	0,0	15	100

#### 4. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Bu araştırma ile Bişkek şehrinde faaliyet gösteren otel işletmelerinin web sitelerinin olması gereken özelliklerin ve bilgilerin tamamını içermediği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırılan altı boyut genel olarak ele alındığında, işletme hakkında bilgi, web sitesi yönetim bilgileri ve yerel özelliklerle ilgili bilgi boyutlarına göre, tesis hakkında bilgi, rezervasyon ve müşteri hizmetleri ve iletişim bilgileri boyutlarının daha yeterli düzeyde olduğu söylenebilir. Literatürde yer alan çalışmaların bir kısmında benzer sonuçların elde edildiğini görmek mümkündür (Bayram ve Yaylı, 2009; Ateş ve Boz, 2015).

İşletme bilgisi boyutunda işletmelerin logo ile birlikte slogan kullanmaları önerilebilir. Ayrıca, misyon ve vizyonlarını tanımlayıp web sitelerinde paylaşmaları da önem arz etmektedir. İşletmeler günümüzde sadece dış müşteriler için rekabet etmemektedir. İç müşteri olarak ele alabileceğimiz iş görenlere yönelik de bilgilerin olması yerinde olacaktır. Bu çerçevede otel işletmelerinin, işe alma süreçleri ve insan kaynakları politikaları ile ilgili bilgilere web sitelerinde yer vermeleri isabetli olacaktır. Web sitelerinin iki taraflı iletişim için elverişli olması önemlidir. Bişkek'teki otellerin web siteleri genel olarak yeterli bilgi içermekle birlikte, bazı eksikliklerin olduğu da göz ardı edilmemelidir. İlgili otellerin web sitelerinde geri bildirim formlarına ve müşteri temsilcisi bilgilerine yer vermeleri önerilebilir. Ayrıca, web sitelerinde yardım menüsünün bulunması, ana sayfaya kolay ulaşım gibi özelliklerinin olmasına özen gösterilmelidir. Otel web sitelerindeki en yaygın eksikliğin yerel özelliklere ilişkin bilgilerin yetersiz olması olarak gösterilebilir. Web sitesini ziyaret eden turistlerin destinasyon hakkında; saat bilgisi, hava durumu, döviz kuru, gezilecek yerler gibi bilgileri de edinmek isteyebilecekleri unutulmamalıdır. Bu konuda Bişkek'te faaliyet gösteren işletmelerin çok zayıf durumda olduğu belirtilmelidir.

Web sitelerindeki bilgi ve özelliklerin içerisinden rezervasyon ve müşteri hizmetleri boyutu hariç diğer boyutlarda otel türüne göre (üç ve dört yıldızlı) çok fazla farklılık olmadığı söylenebilir. Çanakkale ili kapsamında Ateş ve Boz (2015) tarafından yapılan çalışmada da otel türüne göre farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum web sitelerinin ve internet teknolojilerinin sadece büyük oteller için değil, tüm işletmeler için ucuz ve etkili araç olması ile ilgili olabilir (Baloğlu ve Yakup, 2006).

Genel olarak değerlendirildiğinde, Bişkek'teki otellerin web sitelerini pazarlama aracı olarak tam potansiyeliyle kullandıkları söylenemez. Bulgular neticesinde gözlemlenen web sitelerindeki bilgi ve özelliklere ilişkin eksikliklerinin yanı sıra web sitelerinde bulunan yazım hataları ve teknik eksiklikler de bu kanaati desteklemektedir. Bununla beraber daha önce yine Bişkek'te Oktay ve Şenol (2008) tarafından yapılan çalışmanın sonuçları ile karşılaştırıldığında web sitelerinde bir gelişim olduğu belirtilmelidir. Her geçen gün otellerin sayısı ve yönetici kadrolarının bilgi ve tecrübeleri artmaktadır. 2008 yılı ile karşılaştırıldığında web sitelerinin pazarlama aracı olarak kullanımına ilişkin iyileşme söz konusudur.

Bu çalışma sektörde faaliyet gösteren işletmeler açısından önemli ipuçlarını ortaya koymakla birlikte, bazı sınırlılıklara da sahiptir. Öncelikle çalışma sadece üç ve dört yıldızlı otel işletmelerini

Maksüdünov, A. (2019). Otel Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi: Bişkek'te Bir Araştırma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 186-196.

kapsamaktadır. Bir diğer önemli sınırlılık ise, çalışmada sadece web sitelerinde bulunması gereken bilgi ve özelliklerin olup olmadığına bakılmıştır. Bundan sonra yapılacak çalışmalar için örneklemin konaklama sektöründeki tüm işletmeleri kapsayacak şekilde genişletilmesi ve web sitelerindeki özelliklerin işlevselliği ve kalitesinin de ele alınması önerilebilir.

## KAYNAKÇA

Ateş, U. ve Boz, M. (2015). Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinin Değerlendirilmesi: Çanakkale Örneği. *JEBPIR*, 1(1), 63-84.

Baloğlu, S. ve Yakup, A. P. (2006). The Website Design and Internet Site Marketing Practices of Upscale and Luxury Hotels in Turkey. *Tourism Management*, 27, 171-176. doi:10.1016/j.tourman.2004.07.003.

Bayram, M. ve Yaylı, A. (2009). Otel Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(27), 347-379.

José, M. G. S., Ana M. G. A. and Rebeca, S. J. C. (2006). Determinants of Internet Use in the Purchasing Process. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 21(3), 164-174.

Kantarıcı, K., Başaran, M.A. ve Özyurt, P.M. (2017). Determining Hotel Performance Through Consumer Generated Travel 2.0 Reviews: A Case of Kyrgyzstan. *Manas Journal of Social Studies*, 6(5), 131-145.

Kelly, V. P., Natasa, Ch., Cary, C. C. and Leonard J. K. (2011). To Book or not to Book: The Role of Hotel Web Site Heuristics. *Journal of Services Marketing*, 25(2), 134-148.

KC Milli İstatistik Komitesi. (2019). <http://www.stat.kg/ru/statistics/turizm/>, (08.08.2019).

Maksüdünov, A. (2007). KOBİ'lerin Pazarlama Anlayışının Belirlenmesine Yönelik Kırgızistan'da Bir Araştırma, 4. KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi. 'KOBİ'lerin Rekabetteki Gücü: Stratejik İşbirlikleri ve İhracat. İstanbul Kültür Üniversitesi. 7-8 Aralık 2007. İstanbul/Türkiye.

Pamukçu, H. ve Arpacı, Ö. (2016). Helal Konseptli Otel İşletmelerinin Web Sitelerinin Analizi. *Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 147-160.

Stringam, B.B. and John, G. Jr. (2010). Are Pictures Worth a Thousand Room Nights? Success Factors for Hotel Web Site Design. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 1(1), 30-49.

Ping-Ho, T., Shu-Tai, W., Dong-Yih, B. and Miao-Ling, C. (2013). Website Evaluation of the Top 100 Hotels Using Advanced Content Analysis and eMICA Model. *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(3), 284-293. DOI: 10.1177/1938965512471892.

Oktay, K. ve Şenol, F. (2008). Konaklama İşletmeleri Pazarlamasında Etkin Web Sayfası Tasarımları: Bişkek'deki Otellerin Web Sayfaları Bir Araştırma. *Alatoo Academic Studies*, 7(2), 226-242.

Vincent C.S.H. (2003). Internet Usage by International Travelers: Reasons and Barriers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(7), 370-378.

<https://www.internetworldstats.com/stats.htm>, (25.03.2019).

<https://www.booking.com>, (05.08.2018).

**EK 1: Değerlendirmeye Alınan Otellerin Listesi**

No	Oteller	Yıldız	Booking.com puanı 06/08/2018	Site URL
1	Solutel Hotel Bishkek	4	9.4	<a href="http://solutel.kg/ru">http://solutel.kg/ru</a>
2	Ambassador Hotel	4	9.2	<a href="http://www.ambassador.kg/ru">http://www.ambassador.kg/ru</a>
3	Art Hotel	4	9.1	<a href="https://www.arthotel.kg/">https://www.arthotel.kg/</a>
4	City Hotel Bishkek	4	9.0	<a href="https://www.cityhotel.kg/ru">https://www.cityhotel.kg/ru</a>
5	Park Hotel Bishkek	4	9.0	<a href="http://www.parkhotel.kg/index.php/ru">http://www.parkhotel.kg/index.php/ru</a>
6	Plaza Hotel Bishkek	4	8.9	<a href="http://www.plazahotel.kg/ru/">http://www.plazahotel.kg/ru/</a>
7	Hotel Evropa	4	8.9	<a href="http://evropa.kg/ru">http://evropa.kg/ru</a>
8	Smart Hotel Bishkek	4	8.8	<a href="https://www.smarthotel.kg/">https://www.smarthotel.kg/</a>
9	Garden Hotel	4	8.8	<a href="https://gardenhotel.kg/">https://gardenhotel.kg/</a>
100	Damas Hotel	4	8.7	<a href="http://www.damas.kg/">http://www.damas.kg/</a>
11	Rich Hotel	4	8.7	<a href="http://www.rich.kg/">http://www.rich.kg/</a>
12	Grand Hotel	4	8.6	<a href="http://grandhotel.kg/ru/">http://grandhotel.kg/ru/</a>
13	Golden Tulip Bishkek	4	8.4	<a href="http://www.goldentulipbishkek.com/en">www.goldentulipbishkek.com/en</a>
14	Bridges Hotel Bishkek	4	8.4	<a href="http://bridges.kg/">http://bridges.kg/</a>
15	Club Hotel Dostuk	4	8.1	<a href="http://clubhotel.kg/ru">http://clubhotel.kg/ru</a>
16	Futuro Hotel Bishkek	3	9.5	<a href="http://www.futuro.kg/ru">http://www.futuro.kg/ru</a>
17	De'Mar Hotel Bishkek	3	9.2	<a href="http://www.demarhotel.kg/">http://www.demarhotel.kg/</a>
18	Lumarc Hotel	3	9.2	<a href="https://lumarc-hotel.business.site/">https://lumarc-hotel.business.site/</a>
19	Bugu Hotel Bishkek	3	9.0	<a href="http://www.buguhotel.kg/index.php">http://www.buguhotel.kg/index.php</a>
20	Bishkek Centrum Hotel	3	9.0	<a href="http://centrumhotel.kg/">http://centrumhotel.kg/</a>
21	Asia Mountains -2	3	9.0	<a href="http://asiamountains-hotels.com/am2/">http://asiamountains-hotels.com/am2/</a>
22	My Hotel	3	8.9	<a href="http://myhotelbishkek.com/">http://myhotelbishkek.com/</a>
23	Voyage Hotel	3	8.9	<a href="http://hotelkg.com/">http://hotelkg.com/</a>
24	Rixon	3	8.8	<a href="https://rixon.kg/">https://rixon.kg/</a>
25	Baikhan Hotel	3	8.6	<a href="http://www.baikhan.kg/">http://www.baikhan.kg/</a>
26	Bishkek Boutique Hotel	3	8.6	<a href="http://www.bishkek-hotel.com/ru/">http://www.bishkek-hotel.com/ru/</a>
27	Asia Mountains-1	3	8.5	<a href="http://asiamountains-hotels.com/am1/">http://asiamountains-hotels.com/am1/</a>
28	Alpinist Hotel	3	8.4	<a href="http://www.alpinist.kg/ru">http://www.alpinist.kg/ru</a>
29	Hotel Kausar	3	8.4	<a href="http://kausarhotel.kg/">http://kausarhotel.kg/</a>
30	Dostuk Hotel	3	6.9	<a href="http://www.dostukhotel.kg/ru/">http://www.dostukhotel.kg/ru/</a>